

Metodekort til Indsamling af Data før test af et produkt i sundhedsvæsenet

Hvem

Denne samling af metodekort er interessant for dig, som vil teste medicinsk udstyr med patienter f.eks. på et hospital.

Hvorfor

Ved test på hospitaler fordrer det en grundig planlægning. Viden om testkonteksten er afgørende, når der skal laves et godt testforløb såvel som at få officiel accept fra de forskellige agenturer såsom datatilsynet og Etisk Komite.

Hvornår

Disse metodekort burde anvendes i udforskningsfasen eller i indsamlingsfasen, når du har brug for at indhente data for at designe det bedste testforløb til dit produkt. Aftaler mellem hospital og virksomhed er på plads, men for at få godkendt testen skal der udvikles dokumenter.

Hvordan

Brug metodekortene til at blive inspireret til, hvordan du skal indhente og kortlægge det nødvendige data. Kortene vil guide dig gennem "observer hvad der er der" og "forestil dig hvad der kunne være der" med dit produkt i fremtiden.

HVORFOR skulle jeg bruge disse metoder?

Efter du har brugt kortene, vil du kunne svare på spørgsmål såsom:

- Kender jeg brugssituationen i dag?*
- Hvad er de daglige rutiner på hospitalet, hvor jeg vil teste mit produkt?*
- Hvordan passer produktet ind i hospitalskonteksten?*
- Hvem er brugerne af mit produkt?*
- Hvem interagerer med mit produkt under testen?*
- Hvornår vil det være passende at kontakte patienterne for at rekruttere dem?*
- Hvor vil patienterne blive rekrutteret og af hvem?*
- Hvor befinder mit produkt sig, når det ikke er i brug?*

De præsenterede metodekort er blevet anvendt i Interreg projektet InnoCan og er udviklet af Designskolen Kolding som en del af projektet. InnoCan begyndte i 2015 og løb til udgangen af 2018.

Kortene er inspireret af Co-Creation Cards udviklet af Silje Kamille Friis, et sæt af 89 metodekort baseret på Designskolen Koldings forskningsarbejde på design, proces og design metoder.

*Mere inspiration kan findes her:
Co-creation Cards Silje Kamille Friis, U Press
<https://www.ideo.com/post/method-cards>
<https://www.designkit.org>*

Sidst opdateret: oktober 2018

Metodekort

Feltstudie – Observation

Et feltstudie handler om at observere mennesker i det virkelige liv. Det at observere brugere i deres eget miljø kan være en god måde at få fat i viden ud over det, en bruger kan fortælle dig. Observation kan være et fremragende værktøj til at opdage brugerbehov.

Hvorfor

Det at observere de fremtidige brugere og deres miljø giver dig information om, hvordan hospitalet fungerer i dag **uden** dit produkt. Dette er essentiel information, når du skal planlægge et godt testforløb. At observere de daglige rutiner vil give dig værdifuld information om, hvem dit produkts fremtidige bruger er, i hvilken kontekst dit produkt vil blive brugt og hvordan det kunne passe ind under testen samt bagefter, når produktet er på markedet.

Hvordan

At skygge en fremtidig bruger af dit produkt (f.eks. en sygeplejerske eller en læge) er en god måde at observere og forstå brugerens daglige rutiner og miljø. Følg brugeren en hel arbejdsdag, så du er sikker på ikke at gå glip af de aktiviteter, der f.eks. sker tidligt om morgenen eller sent om eftermiddagen. Observer alt og fokuser ikke kun på en specifik aktivitet, da du så risikerer at gå glip af det fulde billede af hvorfor ting bliver gjort, på netop dén måde. Du kan komme tilbage en anden dag og fokusere på en mere specifik aktivitet eller få uklarheder belyst.

- Lav en aftale med den ansvarlige person på afdelingen og forklar din rolle
- Vær forberedt på, at du måske møder meget syge mennesker
- Vær opmærksom på at dit produkt har forskellige brugere
- Optag video eller tag billeder, hvis det er tilladt
- Tag noter mens du observerer

Dokumenter dine resultater i en rapport og formuler indsigter fra de indhentede data. Brug billeder til at understøtte dine resultater.

Metodekort

Scenario

Har du tænkt over hvordan dit produkt vil passe ind i miljøet under testen? Hvor bliver dit produkt opbevaret, gjort rent eller brugt af en patient? Hvad er de typiske brugsscenarier for dit produkt?

Hvorfor

Dit produkt er ikke et selvstændigt produkt, men bliver del af et eksisterende arbejdsmiljø og arbejdspraksis. Hvis du lister de mest vigtige brugsscenarier vil det tvinge dig til at reflektere over hvordan dit produkt er håndteret, hvor og af hvem.

Hvordan

Trin 1: Udfør et feltstudie på den afdeling, hvor dit produkt vil blive testet.

Trin 2: Forestil dig den samme afdeling og dit produkt som en del af miljøet. Kommer dit produkt til at passe problemfrit ind i miljøet?

Trin 3: List alle de brugsscenarier for dit produkt, som vil eller kunne ske, mens dit produkt er på hospitalet under testen. Tænk ikke kun på brugerscenarier hvor patienten eller sygeplejersken er involveret, inkluder også aktiviteter som rengøring, opladning, reparation, sterilisering, opbevaring, download af data osv.

Trin 4: Beskriv hvert scenarie trin for trin. Beskriv brugerne og konteksten.

Scenarie eksempel

Scenarie: Rengøring af produkt X

1. Sygeplejersken placerer produktet i lokalet med beskiddt udstyr, efter det er blevet brugt med patient X.
2. Serviceassistenten renser produktet med en våd klud.
3. Serviceassistenten tager det rensede produkt til opbevaringslokalet.
4. Serviceassistenten opbevarer produktet i et skab på hylden ved siden af de andre produkter.
5. Serviceassistenten låser skabet med en nøgle...
6. ...

Metodekort

Storyboard

Et storyboard er en visuel historiefortælling. Det er en række illustrationer sat sammen i en kronologisk rækkefølge. Det kan hjælpe dig med at visualisere dit koncept eller service fra start til slut og synliggøre, hvem der vil bruge det, hvor og hvordan.

Hvorfor

Et storyboard tvinger dig til at prioritere hvilke detaljer, du vil fokusere på. Et godt storyboard giver et overblik og er letforståeligt for andre. Dette gør det til et godt kommunikationsværktøj, når alle på holdet har brug for den samme forståelse. Det giver også et godt udgangspunkt for at diskutere interaktionen mellem produktet og dets brugere.

Hvordan

Trin 1: Brug brugerscenarierne og nedfæld en kort historie over, hvad du gerne vil fortælle.

Trin 2: Brug en storyboard skabelon eller post-its til at skabe din historie med tekst og illustrationer.

Rammerne bør fokusere på produktet, brugerne, interaktionerne og miljøet. Tilføj en kort beskrivelse af, hvad der sker og hvem der deltager, under hver ramme. Du kan bruge håndtegninger eller fotos, du tog under din observation hos brugerne. Tænk ikke på kvaliteten af dine tegninger, det er vigtigere, at det hjælper dig med at opbygge scenariet, konceptet eller servicen.

Template Story Board

_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

Metodekort

Produktrejse

En produktrejse er en visuel kortlægning af, hvor dit produkt befinder sig under hele testen, fra ankomst til hospitalet og til produktet sendes tilbage til virksomheden efter test.

Hvorfor

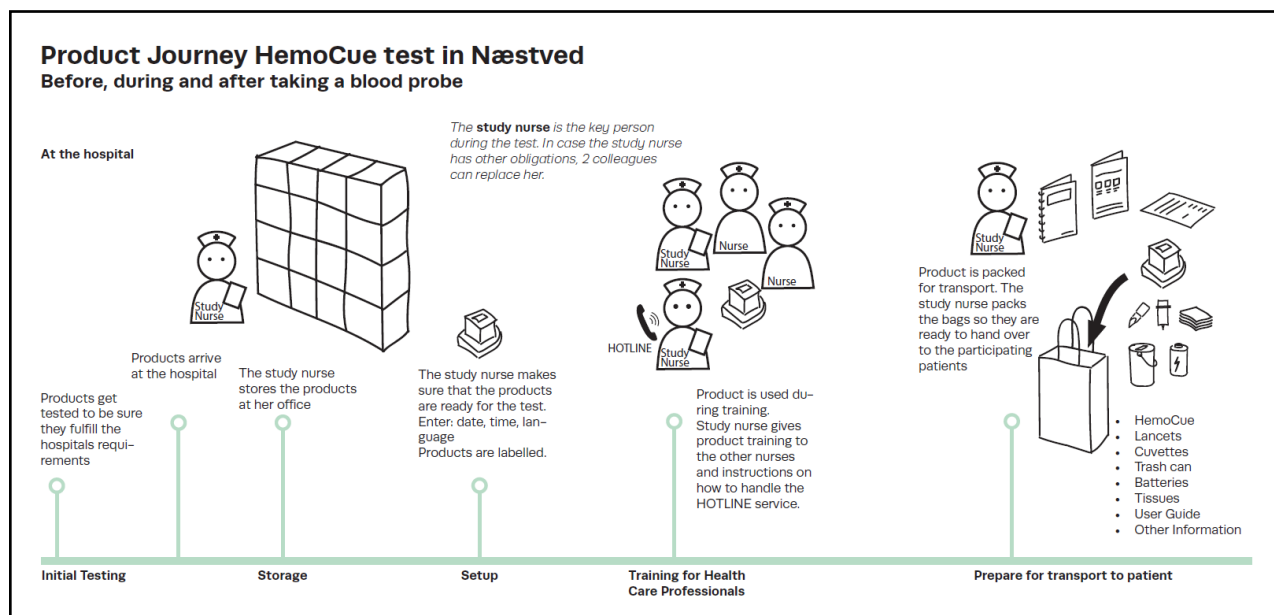
Kortlægning af produktrejsen vil afsløre nye indsigter om udfordringer, behov og muligheder. Det er et værdifuldt værktøj til at sikre fælles forståelse i arbejdsgruppen.

Hvordan

Trin 1: Tag et stort stykke papir og tegn en tidslinje.

Trin 2: Anvend brugsscenarierne for dit produkt.

Trin 3: Marker berøringspunkterne mellem dit produkt og dets omgivelser. Hvor befinder dit produkt sig, hvem bruger det og i hvilken kontekst.



Metodekort

Patientrejse

En patientrejse er en visuel kortlægning af din patients opholdstid på hospitalet, fra patienten ankommer til hospitalet, til han forlader det igen. Inddragelse af patienter i en produkttest kræver denne specifikke viden for at kunne inkludere dem på det helt rigtige tidspunkt.

Hvorfor

Kortlægning af rejsen for den patient, du gerne vil inkludere i din test, vil afsløre nye indsigter om udfordringer, behov og muligheder. Det er et værdifuldt værktøj til at sikre en fælles forståelse i arbejdsgruppen.

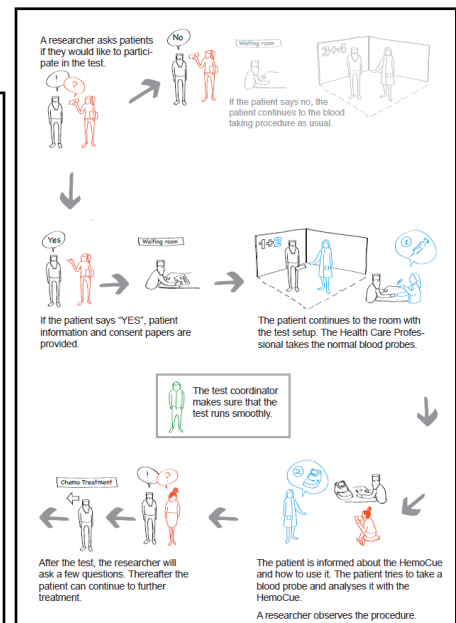
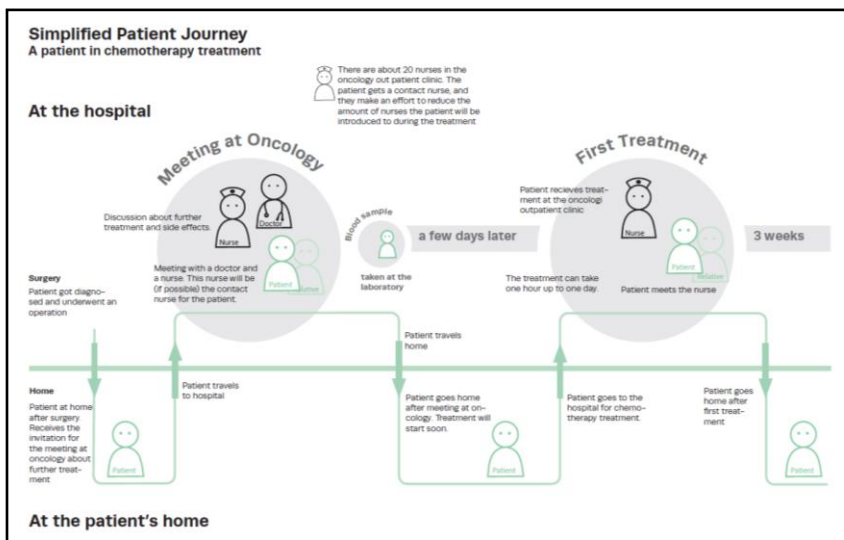
Hvordan

Trin 1: Tag et stort stykke papir og tegn en tidslinje.

Trin 2: Marker berøringspunkterne mellem patienten og hans omgivelser. Hvor befinder dit patienten sig, hvem er patienten i kontakt med, osv.

Trin 3: Noter ved hvert berøringspunkt hvad patienten laver og hvad der sker.

Eksempler på Patientrejser



Metodekort

Kortlægning af berøringspunkter

Kombiner patientrejsen og produktrejsen for at forstå berøringspunkterne samt deres muligheder og udfordringer.

Hvorfor

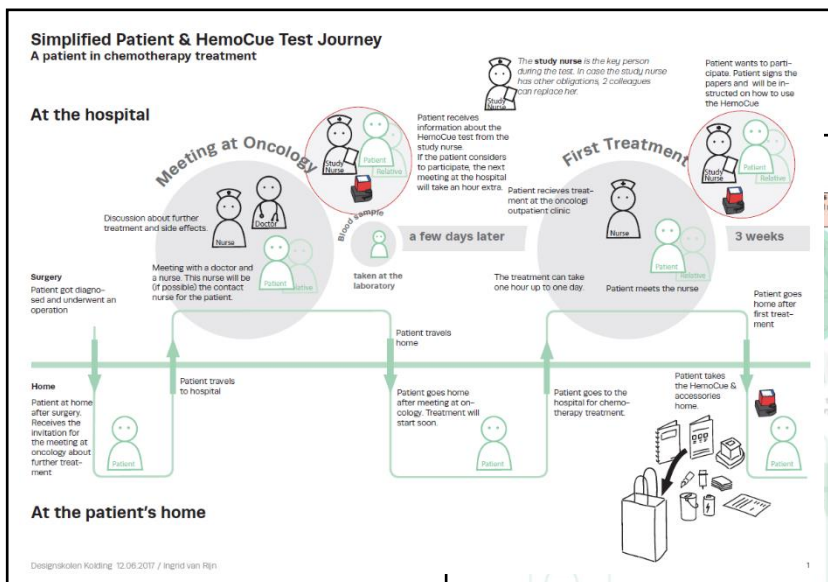
En visuel præsentation af berøringspunkterne mellem produktet, patienten, de sundhedsprofessionelle og andet hospitalspersonel vil give en god forståelse for hele det testforløb, du ønsker at udføre. Forskellige roller bliver klare. Berøringspunkter er synlige og afslører nye indsigter om udfordringer, behov og muligheder. Spørgsmål som "Hvornår og hvem skal rekruttere patienten?" bliver synlige. Du bliver også opmærksom på flaskehalse og andre områder, der kræver særlig opmærksomhed for at sikre en velfungerende test. Det er et værdifuldt værktøj til at sikre fælles forståelse i arbejdsgruppen.

Hvordan

Trin 1: Kortlæg produktrejsen og patientrejsen på en tidslinje.

Trin 2: Fremhæv berøringspunkterne der kræver særlig opmærksomhed under testen.

7



Eksempler på berøringspunkter

