

09

Empathy Map Canvas



Inspirerad av Gray (2017)

Varför

Att förstå och involvera målgrupperna är en central del i processen med att utveckla en social innovation. Det är viktigt att förstå målgruppen på djupet och inte bara utgå ifrån det uppenbara och det vi tror vi vet. Annars riskerar lösningarna vi tar fram vara helt irrelevanta utifrån målgruppens verkliga behov och livssituation. Givetvis kan man dessutom ha olika målgrupper, med behov som skiljer sig åt. Då är det viktigt att förstå de olika gruppernas unika behov.

Vad

Empathy Map Canvas är ett verktyg som kan fungera som ett stöd i processen med att fördjupa förståelsen för en målgrupp, inte bara utgå ifrån det uppenbara och det vi tror vi vet. Den kan även användas som ett underlag för att involvera målgruppen i att själva göra en analys av sina behov och sin livssituation i en mer samskapande process. Verktöget kopplas därför till fälten Målgrupp, Relationer & kanaler till målgrupper och Syfte i Sopact BMC. Verktöget kan även appliceras på att förstå en kund eller finansiär, men för det använder vi Value Proposition Canvas. Verktöget är relevant för Inspirationsfasen i Design Thinking-processen.

Verktöget består av sju fält. Fält 1 och 2 handlar om att definiera vilken målgruppen är och vad den behöver göra. Fält 3-6 handlar om att förstå vad målgruppen ser, säger, gör, hör, tänker och känner. Slutligen är fälten 7 och 8, vilka Besvär (pains) målgruppen upplever och vilka Fördelar (gains) de efterfrågar. (Gray, 2017)

Hur

Empathy map canvas kan användas på olika sätt. Dels kan den användas som ett verktyg för att själv eller som team strukturerat fundera över och observera målgrupperna, dels kan den användas som en guide när man intervjuar representanter från målgrupperna för att bättre förstå dem, och ett tredje sätt är att använda den som ett underlag för att tillsammans med representanter från målgrupperna förstå målgrupperna. Desto större involvering av målgrupperna desto bättre förståelse får man. Att enbart som team fundera själv ger troligen en bristfällig och felaktig bild av verkligheten.

De olika fälten i Empathy map canvas går förslagsvis igenom i nummerordning och i varje fält besvaras följande frågor:

1. "VEM empatiserar vi med?": "Vilka är personerna vi vill förstå?", "hur är situationen de befinner sig i?", "vad är deras roll i situationen?"
2. "Vad behöver de GÖRA?": "Vad behöver de göra annorlunda?", "vilka sysslor vill de ha gjorda, eller behöver göra?", "vilka beslut måste de fatta?" och "hur vet vi att de är framgångsrika?"
3. "Vad SER de?": "Vad ser de på marknaden/i samhället?" "vad ser de i sin närmiljö?", "vad ser de andra säga och göra?" och "vad tittar de på och läser?"

4. "Vad SÄGER de?": "Vad har vi hört dem säga?" och "vad kan vi föreställa oss att de säger?"
5. "Vad GÖR de?": "Vad gör de idag?", "vilka beteenden har vi observerat?" och "vad kan vi föreställa oss att de gör?"
6. "Vad HÖR de?": "Vad hör de andra säga?", "vad hör de från vänner?", "vad hör de från kollegor?" och "vad hör de i andra hand?"
7. "Vad TÄNKER och KÄNNER de?" - SMÄRTOR: "Vad är deras rädslor, frustrationer och ångest?", - VINSTER: Vilka är deras behov, önskingar, hopp och drömmar? - ÖVRIGT: Vilka andra tankar och känslor kan motivera deras beteende?

