

Skaffa dig bättre beslutsunderlag:

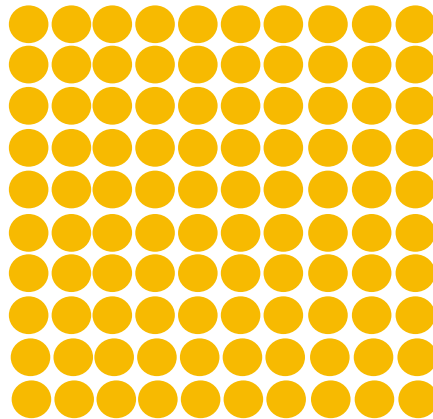
Lär dig metoder
att sätta
människan i
centrum



Skaffa dig bättre beslutsunderlag:

Lär dig metoder att sätta människan i centrum

Kvantitativ forskning



100 människor

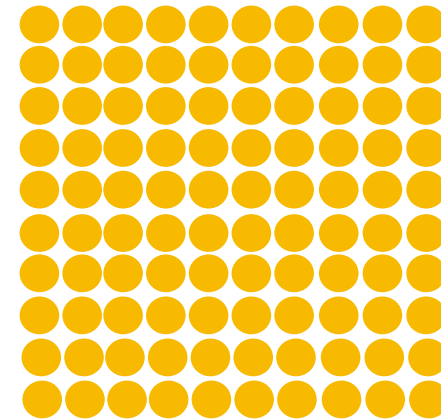


Testa 10 påståenden

Kvalitativ forskning



10 människor



Upptäck 100 företeelser



I en samtid där både förändringshastigheten och konkurrensen ökar, så ökar också ängsligheten när beslut skall fattas. Du och din organisation måste ha koll på verkligheten och vad dina kunder/medlemmar/ invånare egentligen gör - samtidigt vet du att de flesta traditionella typer av undersökningar ger dig enkla svar. Du får inte svaren du behöver.

Det är stor skillnad på vad människor vill och har som intention att göra och vad de sedan faktiskt gör. Det har spenderats alldeles för mycket pengar och tid på undersökningar som inte ger några svar, som utgår från 'taget ur luften-hypoteser' om orsaker och verkan och som inte minst förutsätter att människor faktiskt säger vad de gör.



Där enkäter och attitydundersökningar går bet erbjuder vi en kurs där du och dina medarbetare får insikt i metoder som tar människan och hens beteende på allvar. Om du vill veta vad människor faktiskt gör bör du lära dig om etnografiska metoder.

Kursen är skapad för att

- ge dig bättre beslutsunderlag,
- förbättra kvaliteten på de undersökningar du gör,
- samt göra dig till en bättre och kunnigare beställare.



Kursen är uppdelad i **3 fristående steg**, som ger dig och din organisation möjlighet att vara relevant i en föränderlig värld. Alla pratar om att sätta människan i centrum, men få vet hur man gör det - på riktigt!

Människor säger inte vad de tänker, vet inte vad de känner och gör inte som de säger.

Skaffa dig bättre beslutsunderlag genom att sätta människan i centrum i dina undersökningar!

Steg 1 Appetizer (3 timmar)

Skaka om dina metodkunskaper! Bli djävulens advokat när det kommer till undersökningar och de svar de ger. När ska du använda vilken metod och varför? Vi presenterar ett smakprov av metoder, synsätt på samhället och vad de kan - och inte kan - säga.

Steg 2 People visit (1 dag)

En övning där du och dina kollegor testar på att vara etnograf för en dag. Övningen ger dig både ett annorlunda förhållningssätt till vilka insikter du kan få och en liten etnografisk verktygslåda.

It was a mind-blowing and strong experience!

- Riina Malhotra, Executive Producer, Yle, Finland

Steg 3 Social science toolkit (3 dagar)

Vi går på djupet för att förstå människan som kulturell och social varelse och utökar din etnografiska verktygslåda. Du får ett antal redskap för hur du kan förstå vad som händer på marknaden/i samhället. Syftet är att ge en helhetsförståelse för vad det innebär att genomföra en studie som faktiskt svarar på det du undrar över. Hur formuleras relevanta frågor som du faktiskt kan få svar på? Vad betyder en sådan fråga för metodval? Vilken betydelse har frågan och insamlad data för hur analysen genomförs?

Kursen ges under tre dagar - sammanhängande eller med mellanrum som ger tid för reflektion.

Nu vet jag varför våra bra undersökningar är bra och varför våra dåliga är - just det dåliga.

- Åsa Hagman, Skatteverket, Sverige



Kurserna leds av:

Katarina Graffman

Doktor i kulturanthropologi. Hon har under två decennier hjälpt företag och organisationer att förstå sina kundgruppers beteenden.

Kontakt:

graffman@inculture.com

070 513 92 10



Lotta Björklund Larsen

Docent i socialantropologi och BSc i nationalekonomi. Hon har en unik kombination av lång erfarenhet från IT-branschen och etnografisk forskning om samhällsekonomin.

Kontakt:

lotta.b.larsen@gmail.com

070 089 67 51

Kursen kan ges på plats eller online.

Kontakta oss för mer information!

inculture