

Umeå kommun: Framtidens äldreomsorg

Slutrapport innovationssprint

Öka möjligheten att delta i social gemenskap och sociala sammanhang



Mars 2022



Syfte & bakgrund till utmaningen som sprinten tog sig an:

Andelen äldre i samhället ökar och äldreomsorgen behöver därmed tänka nytt.

För att kunna erbjuda rätt typ av tjänster i framtiden, initierades ett tjänstedesignprojekt i syfte att ta reda på vad äldre (över 65 år) i Umeå behöver för att leva ett självständigt liv och gott liv.

Syftet med projektet är att utifrån information från seniorer tillsammans, ta fram, utveckla och testa idéer som hjälper äldre i Umeå kommun att leva ett självständigt liv.

Varför innovationssprint?

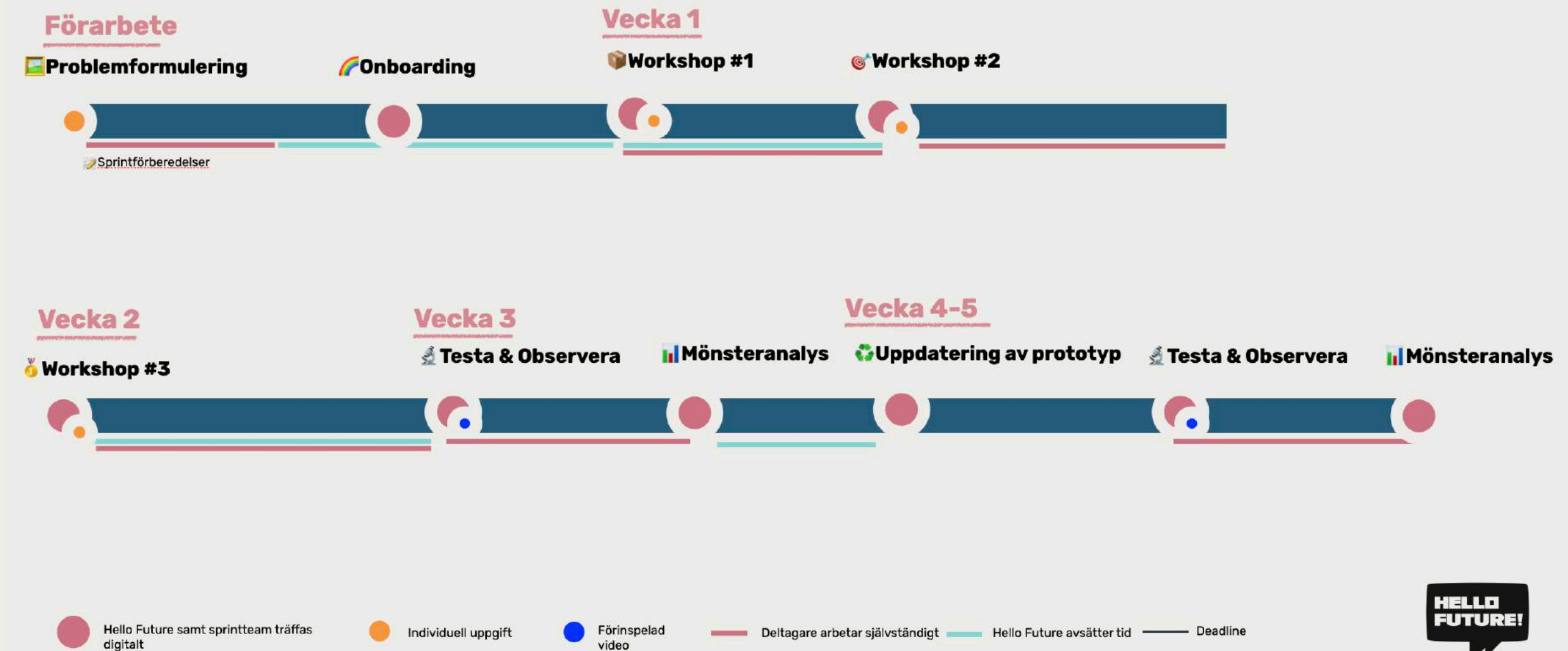
En innovationssprint är ett bra sätt att starta igång ett projekt av utforskande karaktär för att öka lärandet om målgruppen. Vi skapar samsyn i gruppen vad utmaningen är, hur lösningen kan se ut och testar även våra idéer på målgruppen. Läs mer på <https://hellofuture.se/aktuellt/innovationssprint-darfor-arden-glodhet/>

Från utmaning till testad prototyp på "5 dagar"

På grund av omständigheter kring pandemin bestämde vi oss för att genomföra innovationssprinten 100% på distans (förutom användartesterna i slutet av sprinten). Detta gav oss en större frihet att jobba både synkront och asynkront.

Vid ett antal tillfällen samlades hela teamet för att genomföra gruppuppgifter som resulterade i ett fördjupat arbete mellan tillfällena. Efter träffarna fick gruppen uppgifter att lösa på egen hand med tydliga deadlines för när resultatet skulle lämnas in.

En del av sprintens moment och instruktioner var inspelade så att gruppen kunde välja själv när de ville ta del av materialet.



Se detaljerad process i appendix

Innovationsprint för Umeå Kommun

Sprintteam

Från Umeå Kommun

Camilla Söderlund, kommunikatör

Linda Burén, processledare äldreomsorg

Ulla Åkerström, samordnare inom demensområdet

Kristina Sandgren, anhörigkonsulent

Matilda Tapani, processledare hemtjänst

Camilla Jägerving Isaksson, processledare äldreomsorg

Från Hello Future

Johan Lager, facilitator och administratör

Simon Mare, designer och testledare

Per Lundgren, testledare



FORMULERA UTMANING & TA FRAM LÖSNING

Innan sprinten

Formulering av utmaning

Innan sprinten fick teamet svara på en enkät som fokuserade på att ringa in det grundläggande utmaningen och den primära målgruppen vi skulle jobba med i sprinten. Vi började sedan sprinten med att gå igenom och ringa in vad som är viktigast att fokusera på för att skapa ett snabbt lärande.

Varför detta är viktigt

- Meningsfullhet - möjliggöra för seniorer att fortsätta bidra med kunskap och erfarenhet
- Påverkan på hälsan - Social gemenskap, delaktighet och meningsfullhet är en viktig faktor för ett hälsosamt åldrande.
- Självständighet - Seniorer ska kunna leva ett självständigt och gott liv
- Sociala aktiviteter & sammanhang - Möjlighet till social gemenskap när en så önskar.

Vilka är våra utmaningar i projektet?

- Målgruppen har stor mångfald, hur kan vi anpassa lösningar som passar många?
- Det finns ett digitalt utanförskap att ta hänsyn till
- Svårt att veta hur man ska börja för att bryta en pågående upplevd ensamhet - hur hittar jag sociala kontakter som passar mig?

Målgruppen

Blivande seniorer och seniorer i Umeå kommun.

Aktörer som vi ser berörs av sprinten

Pensionärsföreningar
 Umeå Universitet
 Frivilligcentralen
 Region Västerbotten
 Umeå Fritid
 Svenska Kyrkan
 mm.

Sätta en tydlig riktning

Sprintmål

Vi tog fram ett långsiktigt, optimistiskt mål som beskriver en ideal framtid. Varför tar vi tag i just den här idén, vad kan bli "vinsten" om det lyckas?

Sprintfrågor

För att nå målet, vad behöver vara "sant"? Vilka risker, frågor och antaganden står emellan? Formuleras som "Kan vi...?". Frågorna styr vad vi tar fram för lösning som vi testar med målgruppen.

Skapa en karta

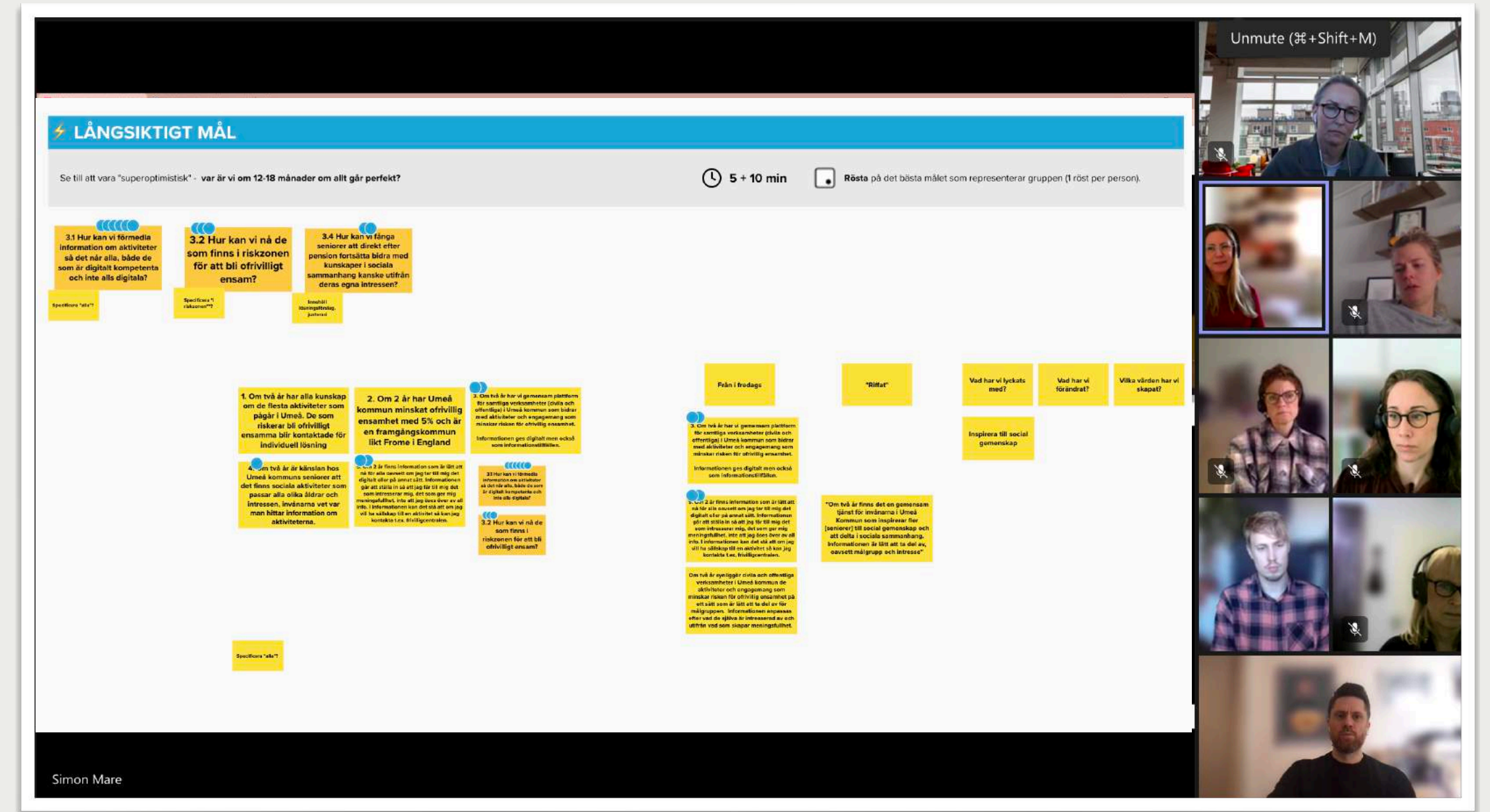
Teamet skapade tillsammans en karta över de olika aktörerna och de moment som sker för att bättre sätta sig in i var idén kan komma till bäst nytta i seniorens liv.

Expertintervjuer och "Hur kan vi?"

Vi hade intervjuat personer från Frivilligcentralen, Vän i Umeå och en forskare vid Umeå Universitet för att få in nya perspektiv på vår utmaning. Anteckningar togs i form av "Hur kan vi"-frågor.

Val av sprintfokus

Genom att gå igenom de olika stegen ovan kunde vi sätta ett fokus för sprinten - vad ska vi testa för att kunna lära oss mer om målgruppen och utmaningen?



Sprintmål:

"Om två år finns det en gemensam tjänst för invånarna i Umeå Kommun som inspirerar fler [seniorer] till social gemenskap och att delta i sociala sammanhang. Informationen är lätt att ta del av, oavsett digital vana och intresse"

Sprintfrågor som vi vill ha svar på

- Kan vi få målgruppen att använda vår tjänst?
- Kan vi skapa en tjänst som vi vet är lätt att ta del av?
- Kan vi nå de personer som vi önskar nå/de som har behov av informationen?
- Kan vi få målgruppen att delta i sociala sammanhang genom vår tjänst?

Hur kan vi-frågor

Frågor som "styr" vad för typ av lösning vi tar fram

- Hur kan vi förmedla information om aktiviteter så det når seniorer, både de som är digitalt kompetenta och inte alls digitala?
- Hur kan vi nå de som finns i riskzonen för att bli ofrivilligt ensam?*

*Ensamboende eller förlust av partner, mindre sociala aktiviteter och socialt nätverk, depression och nedstämdhet, upplevda svårigheter att utföra aktiviteter i dagliga livet, självskattad ohälsa som risksituationer för ensamhet

- Subfråga (ej styrande): Hur kan vi fånga seniorer att direkt efter pension fortsätta bidra med kunskaper i sociala sammanhang kanske utifrån deras egna intressen?



Hemuppgift & Show and Tell

Skissa och besluta

Lightning Demos

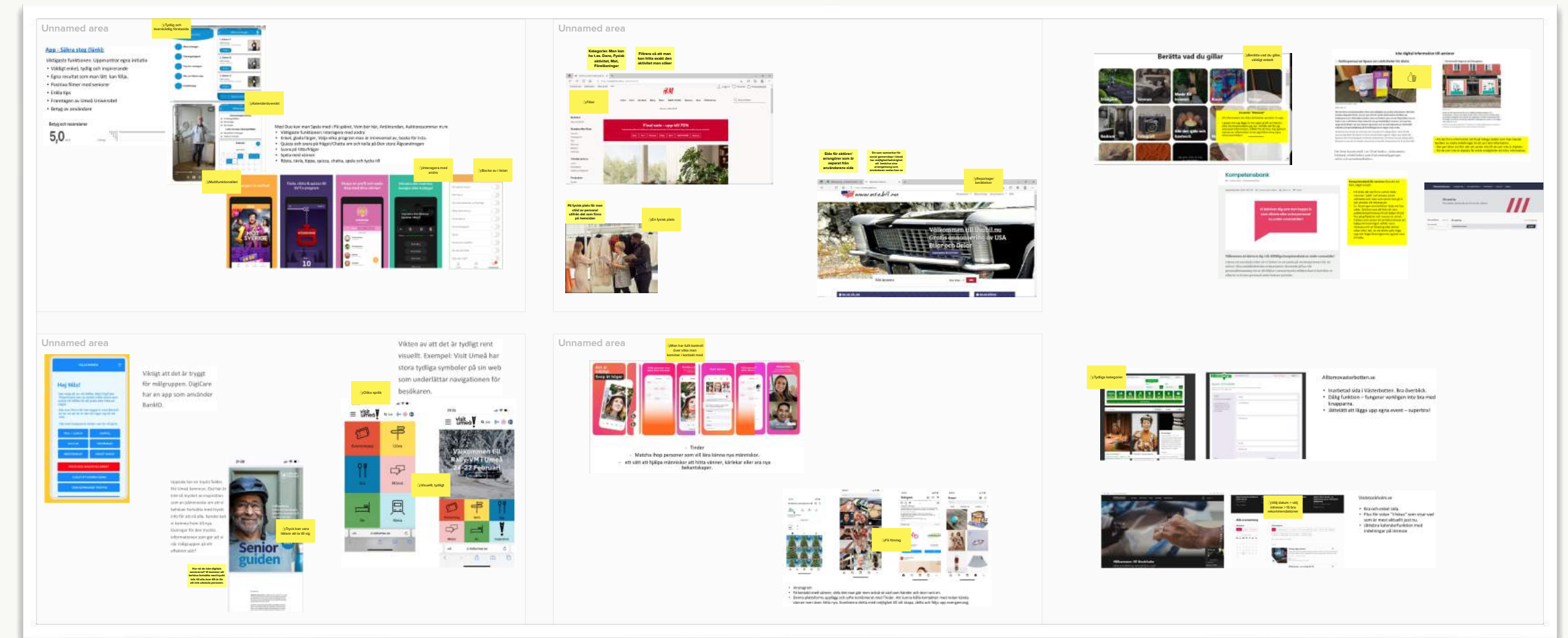
Teamet tog fram exempel som kunde fungera som inspiration till utformningen av lösningen. Exempel kan handla om hur andra löst liknande utmaningar, hur någonting visas visuellt, hur ett erbjudande formulerats eller en smart lösning av ett användargränssnitt.

Dessa exempel fungerade som bränsle till skissövningen.

Skissa lösningar

Skissningen skedde individuellt av alla deltagare i sprinten. Syftet här var att utifrån slutanvändarens perspektiv utforma lösningar som kan svara på de "Kan vi"-frågor som togs fram.

Dessa skisser fungerade sedan som "byggstenar" för den "prototyp" som senare togs fram.



Lightning Demos

Prototyp

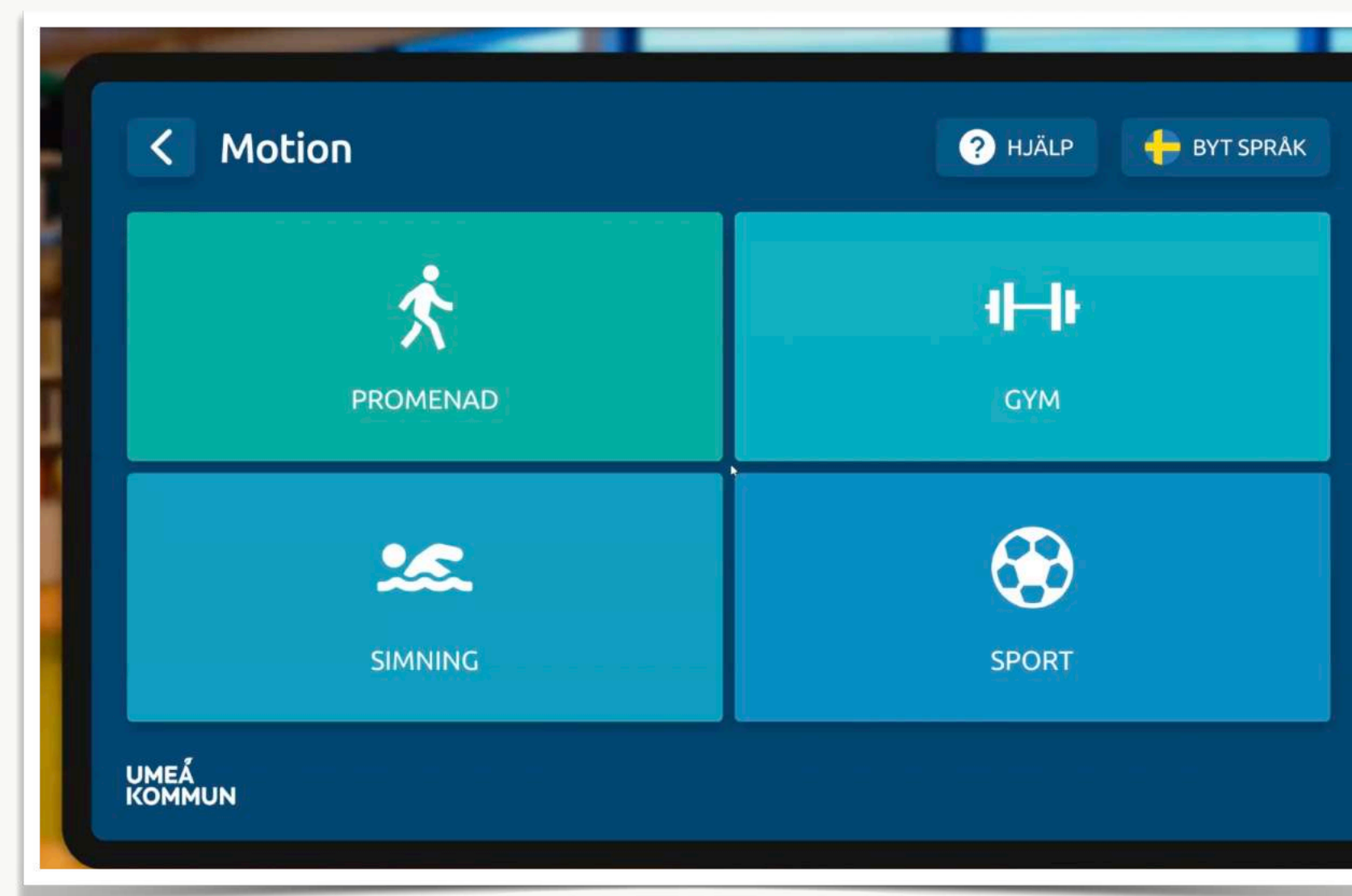
Hello Future tog sedan fram en prototyp för test. Tanken med tjänsten är att den ska finnas tillgänglig i offentliga miljöer på en tryckbar skärm för att minska tröskeln för målgruppen att använda den.

TEST & MÖNSTERANALYS

Användartester del 1.

Fem personer som representerar målgrupper deltog i ett användartest via videokonferens. Testerna spelades in för att deltagarna sedan skulle kunna observera och analysera i egen takt. Allt positivt, negativt eller intressant skrevs ned.

Efter testerna var genomförda gick vi igenom testresultaten och sökte efter mönster.



Användartester gjordes över Teams och Zoom

Mönsteranalys #1

Intressanta mönster i användartesterna

Genom en mönsteranalys av gruppens observationer fick vi fram insikter om målgruppens behov som kan dras nytta av i fortsatt arbete med att utveckla tjänsten.

1. Det första intrycket av tjänsten är viktig för att väcka intresse

Användarna hade överlag lite svårt att förstå syftet med tjänsten, både utifrån var skärmen var placerad (i detta fall fick de tänka att den stod på biblioteket) och vilka instruktioner och vilken information som mötte dem på förstasidan. Vi behöver bättre presentera vad tjänsten ska användas till och hur de använder den för att den ska väcka ett intresse. När de förstod syftet med tjänsten blev de mer engagerade i prototypen.

Justeringar: testa på en fysisk plats, tydliggöra tjänstens syfte och att det är en tryckskärm de kan använda. Uppdatera kontaktuppgifter och öppettider till Seniortorget.

”Jag tycker det är ett naturligt flöde - det blir mer detaljerat ju mer man klickar sig vidare”

2. Tjänsten känns trygg att använda och har en tilltalande och enkel design

Genom färg, ikoner och text blir tjänsten visuellt tilltalande och enkel att navigera. Även om inte kategorierna var helt självförklarande (tolkades lite olika av gruppen) så föll det sig naturligt var navigationen tog dem någonstans. Det kom även fram information som pekade på att denna tjänst skulle funka bra att använda hemma för dem som inte tar sig ut. Umeå Kommuns logga skapar trygghet.

Justering: Lägg information om app/hemsida på startsidan.

3. Förenkla aktivitetsvyn (promenaden) och hur de går vidare för att anmäla sig

Denna delen av prototypen behöver funka bättre eftersom det är här vi antingen tappar dem eller får dem att ta steget och anmäla sig till en aktivitet. Förbättringspotential fanns gällande bilder, kalendervy och information om vad aktivisterna syftar till - samt vem som är avsändare.

Justeringar: Bättre överblick (inget scrollande), enklare datumnavigation (kortare tidshorisont), mer relevanta bilder och text som relaterar bättre till aktiviteten. När de väljer aktivitet ska avsändare vara tydlig och tröskeln låg för anmälan.

Mönsteranalys #1

Svar på sprintfrågorna baserat på testerna

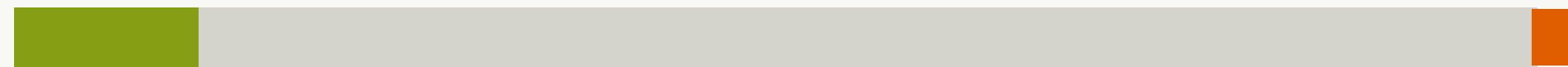
Kan vi få vår målgrupp att använda vår tjänst?



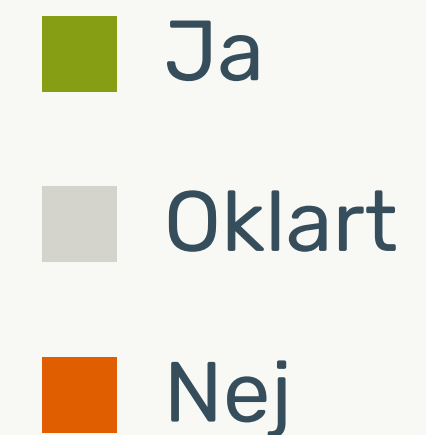
Kan vi skapa en tjänst som vi vet är lätt att ta del av?



Kan vi nå de personer som vi önskar nå/de som har behov av informationen?



Kan vi få vår målgrupp att delta i sociala sammanhang genom vår tjänst?



Kommentar: Personerna som deltog i användartesterna ställde sig generellt väldigt positiv till tjänsten när de fick navigera den och det indikerade även starkt till att tjänsten skulle hjälpa dem att delta på en aktivitet. Det var däremot svårt att avgöra om tjänsten i sig skulle kunna nå ut till målgruppen och väcka ett intresse. Det blev därför viktigt att vid nästa tillfälle testa tjänsten i en miljö där den är tänkt att finnas. Vid andra testomgången valde vi därför att testa tjänsten på plats på Stadsbiblioteket.

Användartester del 2.

Efter att vi uppdaterat prototypen utifrån de kommentarer och lärdomar vi fått vid den första testomgången bjöd vi på nytt in personer i målgruppen att delta på ett användartest. Tre personer var inbokade och tre personer som befanns sig på biblioteket bjöd vi in till att delta under mer spontana former.

Under ledning av Hello Future fick personer ur målgruppen interagera med tjänsten och dela sin upplevelse. Det dokumenterades på plats i form av videoinspelningar och anteckningar.



Testledare Per Lundgren testar prototypen på plats i Väven

Mönsteranalys #2

Intressanta mönster i användartesterna

Genom en mönsteranalys av gruppens observationer fick vi fram insikter om målgruppens behov och kunde därefter göra ändringar i prototypen inför andra testomgången.

1. Syftet med tjänsten och hur de skulle använda den blev tydligare - men behöver inte exkludera dem som inte är seniorer eller som inte rör sig ute

Att tjänsten riktar sig till seniorer är bra på så sätt att de ger vissa förväntningar på vad tjänsten innehåller och kan därmed skapa en nyfikenhet hos dem som vi vill skapa ett ökat värde hos. Samtidigt så vill inte alla identifiera sig som senior utan tycker att tjänsten skulle kunna användas för alla, då kan man i stället tydligt markera vilka aktiviteter som specifikt riktar sig till seniorer. Att tjänsten finns tillgänglig som webbplats eller app ses som positivt men att placera ut den i olika offentliga miljöer kan vara ett sätt att sänka tröskeln och även marknadsföra tjänsten till målgruppen.

"Ett barn kan använda detta"

2. Kategorierna går att förtydliga och göras mer relevanta

Även om designen är enkelt och syftet med tjänsten upplevdes som tydligare hos dem som testade under andra omgången så var kategorierna inte självförklarande. En person saknade en kategori och fler hade svårt att förstå kategorin "bidra". Men i takt med att personen trycker sig fram i tjänsten så väcker det mer nyfikenhet kring vad mer den har att erbjuda.

"Jag skulle absolut använda och tipsa andra om det här"

3. Den förenklade aktivitetsvyn skapade en bättre förståelse för hur de kunde ta del av utbudet.

Genom att förbättra aktivitetsvyn blev responsen mer positiv till att välja en aktivitet och även anmäla sig. Det ska vara enkelt att förstå vad aktiviteten handlar om och sen kunna anmäla sig om man vill. Denna låga tröskel gör att de gärna vill tipsa andra om att delta på en aktivitet, så att de kan göra aktiviteten tillsammans. Aktiviteter som inte kräver specifik anmälan räcker det med information så att de kan välja fritt om de vill dyka upp eller inte. De upplever det tryggt att lämna sitt telefonnummer.

Mönsteranalys #2

Svar på sprintfrågorna baserat på testerna

Kan vi få vår målgrupp att använda vår tjänst?



Kan vi skapa en tjänst som vi vet är lätt att ta dela av?



Kan vi nå de personer som vi önskar nå/de som har behov av informationen?



Kan vi få vår målgrupp att delta i sociala sammanhang genom vår tjänst?



■ Ja

■ Oklart

■ Nej

Kommentar: Den andra testomgången gav oss tydligare svar på våra sprintfrågor, och i detta fall såg det ut som om tjänsten kunde möta de behov av användning, enkelhet, tilltala dem som tjänsten riktar sig till och även bidra till att personer deltar i aktiviteter. Genom att göra tester fysiskt på plats fick vi en bättre bild av hur målgruppen interagerar med en digital tjänst i en offentlig miljö.

REKOMMENDATIONEN

Rekommendationer

Fortsatt arbete utifrån designprocessen

När man använder tjänstedesign för att utforska lösningar på ett problem söker vi svar på om det finns önskvärdhet, genomförbarhet och hållbarhet (borde vi göra det här?). En innovationssprint är ett snabbt sätt att skapa lärande kring en målgrupp (önskvärdhet) när man vet att ett behov finns men inte hur man ska lösa behovet. Den fortsatta processen skulle även lägga tyngdpunkt att utforska och ta reda på om det även finns genomförbarhet och ... Alla tre delar hänger ihop men kan separat beskrivas som följande:

Önskvärdhet

Utforska och testa det mänskliga behovet av lösningen - beteendemönster, förväntningar och fördjupad kunskap om målgruppens drivkrafter

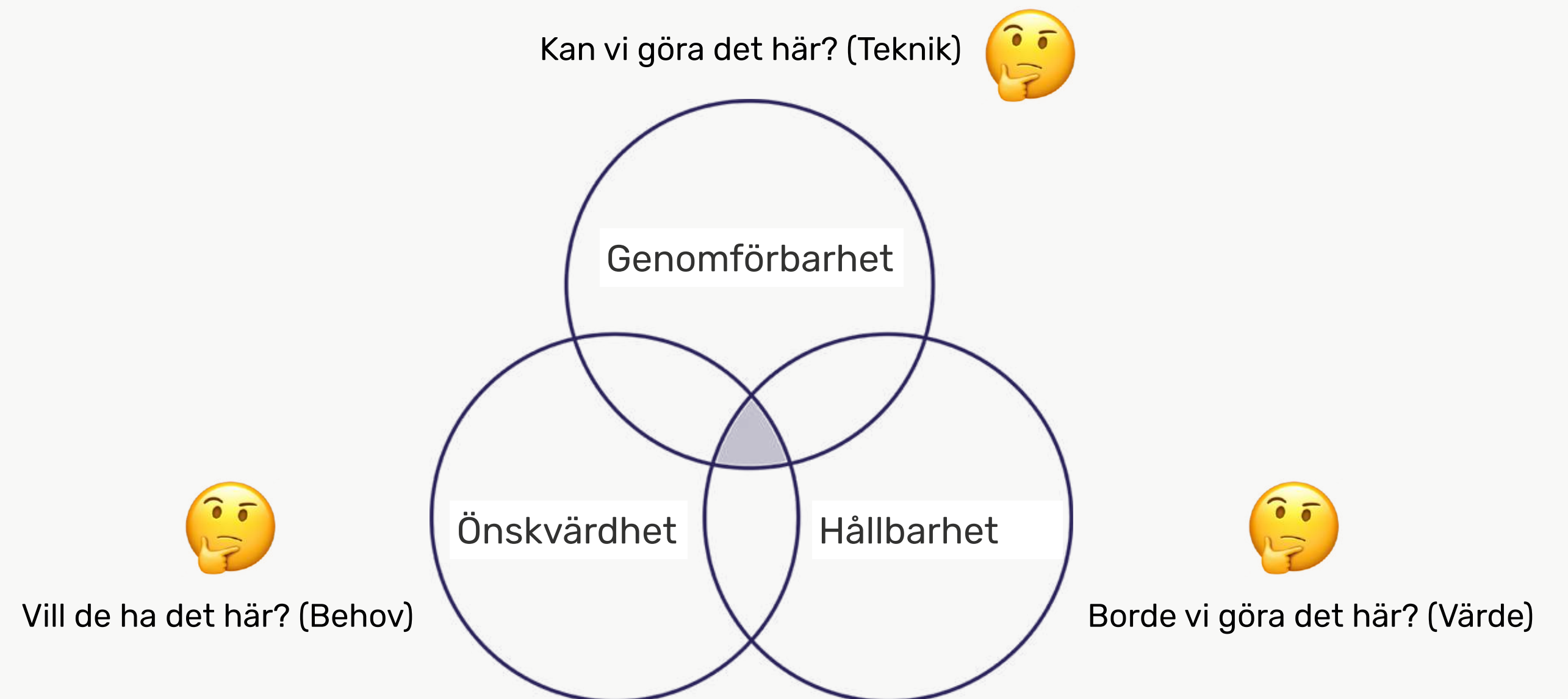
Genomförbarhet

Utreda vilken teknik som behövs för att bygga, underhålla och lansera tjänsten - har vi de resurser som krävs?

Hållbarhet

Förstå om lösningen är ekonomiskt hållbar eller om det finns andra sätt att utveckla idén på som är mer resurseffektiva och inte behöver kräva lika stor resurser på kort och lång sikt.

När man har uppfattat att alla tre element är täckta har man en större trygghet i att lösningen är rätt väg att gå.



Rekommendationer

Önskvärdhet - fortsatt skapa en tydlig bild av behovet

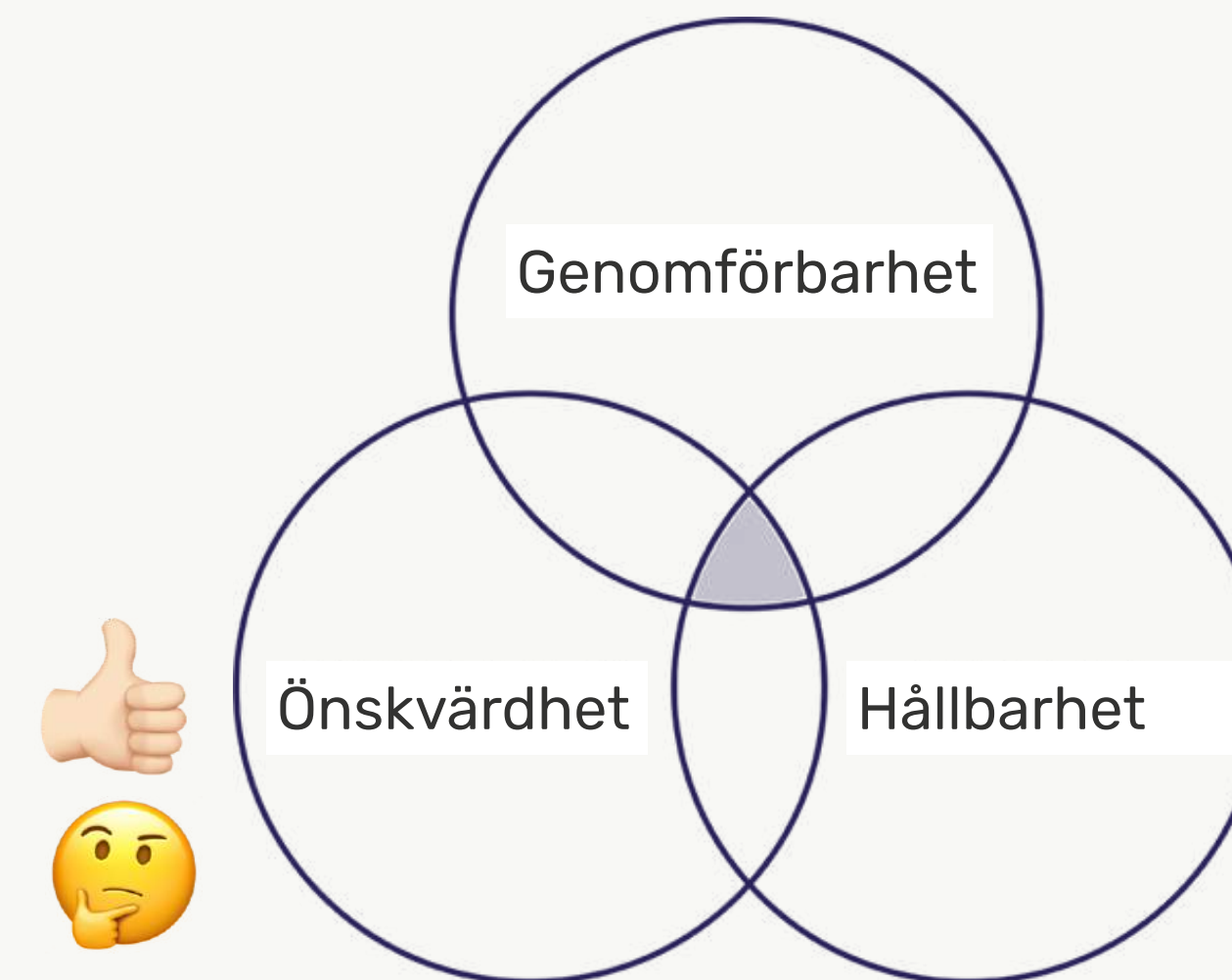
Testerna av tjänsten gav oss en tumme upp på "önskvärdhet" - vi har fått positiv respons, vet att tjänsten är lätt att använda och användarna uttrycker att dom skulle tänka sig att anmäla sig på en aktivitet. Sprinten visade också på att det finns mycket vi inte vet om vår målgrupp och att vi skulle behöva känna dem mer på djupet för att tjänsten skulle bli optimal.

Undersök och förstå "kundresan"

Hur ser egentligen målgruppens process ut, från att de får höra talas om tjänsten till att de anmäler sig till en aktivitet, deltar och sen vill komma tillbaka till tjänsten för att få mer information? För att ni ska kunna ta fram en tjänst som kan bidra till en beteendeförändring eller ett förstärkt beteende som minskar risken för ofrivillig ensamhet behöver vi veta mer om målgruppen. Detta för att förstå hur den ska hjälpa till att öka deltagandet i sociala aktiviteter. Det skulle kunna göras genom att prototypen utvecklas till att innehålla faktiska aktiviteter som de kan anmäla sig till, och ni kan få input från målgruppen i processen (även om ni inte "äger" upplevelsen som de har i aktiviteten kan de ge er bra data).

Fördjupa er i målgruppens mångfald

Majoriteten av dem som deltog i testet hade redan ett socialt liv och en och annan uttryckte att "de saknar inget", men vi vet att många inte har det så idag. Istället för att tjänsten är "bra att ha" så kan den vara en avgörande pusselbit i att bryta och förebygga en ofrivillig ensamhet. Vilka trösklar skulle tjänsten isf behöva överbrygga? Vad skulle vara viktigt att uppmärksamma och vilka aktörer skulle ni i så fall behöva involvera?



Rekommendationer

Genomförbarhet - vägen fram till en färdig tjänst

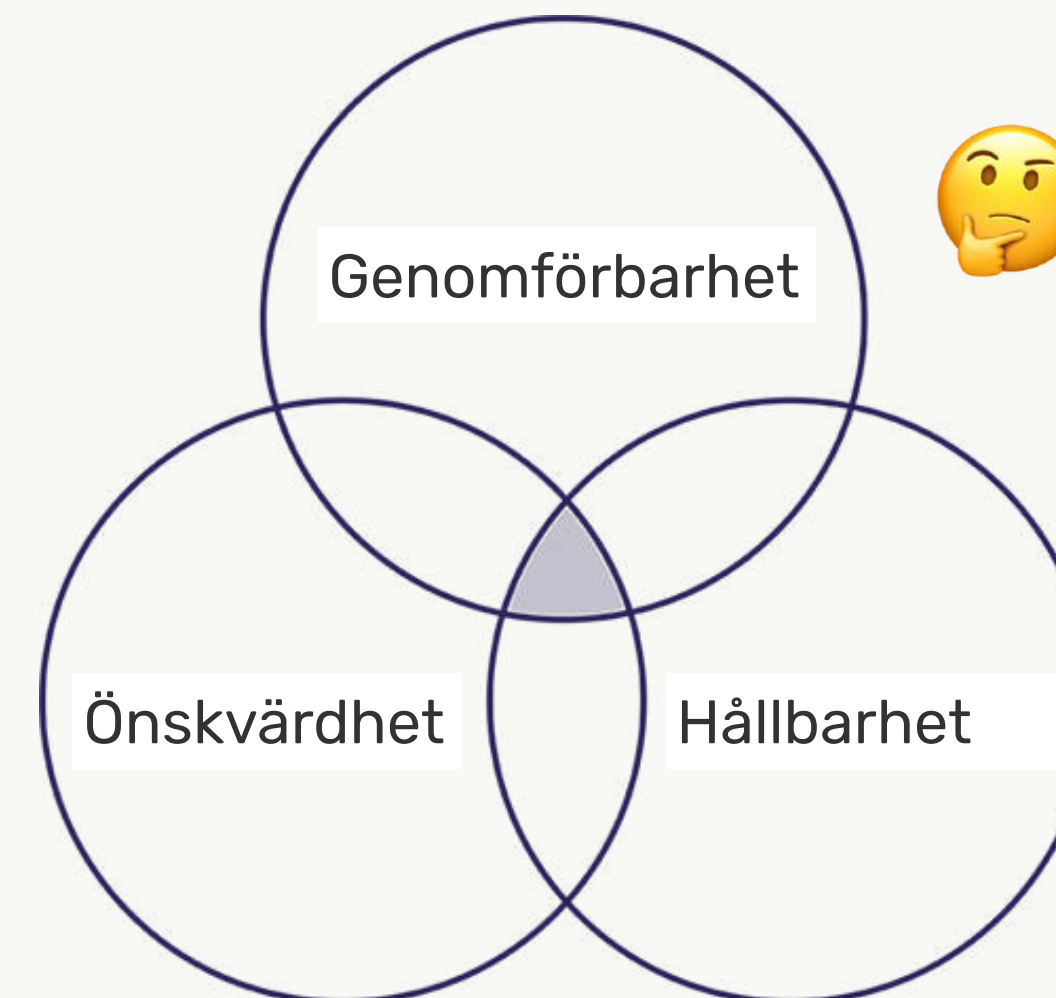
Vad krävs för att skala upp, förvalta och underhålla tjänsten?

Med en fungerande och enkel design på plats i tjänsten är det viktigaste att innehållet är relevant, uppdaterat och aktuellt. Tjänstens framgång står och faller på att det finns en kritisk massa med aktiviteter att välja bland och att de uppdateras löpande. Det ställer krav på att tjänsten är användarvänlig för en annan målgrupp: aktörerna. Det kommer krävas ett förankringsarbete hos de som ni anser vara de viktigaste aktörerna i kommunen som står för de relevanta aktiviteterna. Hur engagerar ni dem att jobba med innehållet och själva vara ambassadörer för tjänsten?

Att publicera en ny aktivitet behöver vara enkelt, utan någon tröskel att ta sig igenom. Här behöver ni kika på vilken typ av interface som behövs för smidig administration och lagring av information, samt testa den med aktörerna.

Kravställning beroende på val av interface

Framsidan är inte speciellt svår att bygga om det är en app till en dedikerad trycksärm som alltid kommer ha samma tekniska specifikationer. Lite mer omständigt om det ska vara t.ex. webbsida. En fortsättning vore att se över de olika tekniska specifikationerna kring de olika valmöjligheterna; trycksärm, app, webbsida. Detta hör ihop med att kunna avgöra den ekonomiska hållbarheten.



Rekommendationer

Hållbarhet - finns det ett bättre alternativ?

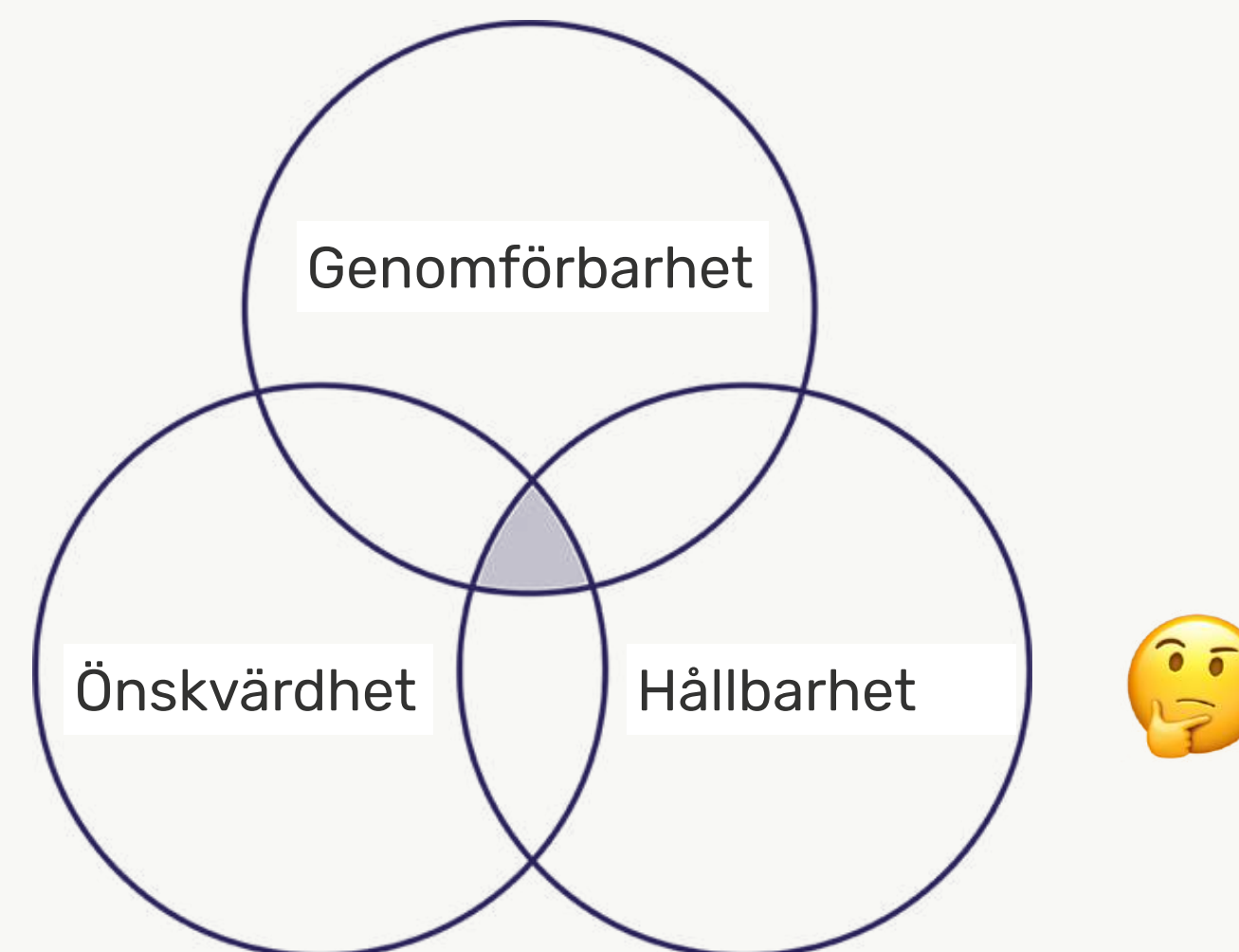
Testa olika kanaler för tjänsten och jämför

Vi vet att tjänsten är bra och har förutsättningar att hjälpa oss mot våra mål, men hur vet vi att det inte finns nåt annat som gör det bättre? Ett sätt att testa den ekonomiska hållbarheten är att utforska om det finns andra alternativa lösningar som skulle kunna lösa samma problem bättre. Det innebär att prototyp vidare olika alternativ och testa dem med målgruppen.

Kritiskt för att få bra underlag för tjänstens hållbarhet är att försöka ta reda på mer om vad som ger bäst effekt för att målgruppen faktiskt skulle delta på en aktivitet - är det genom en rekommendation från en vän, ett mail eller kanske ett informationsblad? Detta relaterar till rekommendationen för tjänstens önskvärdhet - har vi en bra kunskap om vad som krävs för att de faktiskt ska ta steget och delta på en aktivitet och jämföra det med andra, kanske billigare men också kostsammare alternativ för att kunna fatta bra beslut om ni ska bygga tjänsten eller inte.

- Skarpa test med en mer utvecklad prototyp som lär oss mer om vad som krävs för att de ska gå hela vägen (anmäla sig, delta, återkomma). Prototypen skulle innehålla en rad riktiga aktiviteter som de skulle kunna välja mellan.
- Prototypa andra format och jämför. Vad blir skillnaden om man tittar hemma på dator/mobil? Får ett mailutskick? Får en fysisk broschyr?

- Försöka få ett mer konkret resultat att utgå ifrån, exempelvis "antalet seniorer som går på sociala aktiviteter beräknas öka med 10% när tjänsten är implementerad"





För mer info kring denna rapport, kontakta
Johan Lager, johan@hellofuture.se
Simon Mare, simon@hellofuture.se

www.hellofuture.se

APPENDIX

Detaljerad processplan

Förarbete

Problemformulering

Hello Future skickar ut enkät som deltagarna svarar på inför onboarding och workshop #1.

Onboarding

Sprintteamet samlas och vi testar bland annat de digitala verktyg som kommer användas (1 h)

Vecka 1

Workshop #1

Vi tar fram mål och sprintfrågor samt intervjuar experter. (2,5 h)

Workshop #2

Vi ringar fokus i sprinten med hjälp av tjänstekartan och delar goda exempel. (2,5 h)

Deadline för lösningar

Sprintförberedelser

Hello Future påbörjar tjänstekarta, gruppen tar fram goda exempel

Gruppen jobbar med lösningsförslag och rekryterar testpersoner

Vecka 2

Workshop #3

Vi röstar fram den lösning som ska prototypas (1,5 h)

Deadline för feedback på prototyp

Vecka 3

Testa & Observera

Hello Future genomför fem användartester. Gruppen gör observationer på distans eller av inspelade tester (5 h)

Mönsteranalys

Genomgång av resultat från testerna. Vi ringar in de viktigaste insikterna och lärdomarna (1,5 h)

Vecka 4-5

Uppdatering av prototyp

Workshop där vi tillsammans ser över vad som behöver ändras på utifrån insikterna i användartesterna (1,5 h)

Testa & Observera

Hello Future genomför fem användartester. Gruppen gör observationer på distans eller av inspelade tester (5 h)

Mönsteranalys

Genomgång av resultat från testerna. Vi ringar in de viktigaste insikterna och lärdomarna (1,5 h)


Hello Future tar fram prototyp för test, gruppen rekryterar testpersoner


Observation av tester


Hello Future sammanställer underlag för fortsatt arbete



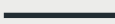
Observation av tester

Hello Future sammanställer sprintrapport

 Hello Future samt sprintteam träffas digitalt

 Individuell uppgift

 Förinspelad video

 Deltagare arbetar självständigt  Hello Future avsätter tid  Deadline

HELLO FUTURE!