

# Konceptbeskrivning - Kunskapsöversikt 2.0

## Bakgrund

Kunskapsöversikt 2.0 är ett utvecklat sätt att göra en undersökning. Det är ett utmärkt sätt att få reda på marknaden/omvärldens och kundernas/intressenternas uppfattning om en organisations verksamhet mm.

De tillfrågade respondenterna upplever det positivt när en organisation frågar dem efter deras synpunkter istället för att direkt komma med ett erbjudande.

Kunskapsöversikt 2.0 är ett vidareutvecklat sätt att arbeta med undersökningar där man:

- Kan påverka omvärlden
- Får en enklare omvärldsanalys
- Underlag till presentationsmaterial etc
- Nya intressenter

## Steg 1

### Workshop

Syftet med workshopen är att fastställa syfte och mål med undersökningen samt få en nulägesanalys (SWOT) som sedan ligger som underlag till

- Vilka företag/organisationer som ska kontaktas
- Vad man vill ha reda på
- Vilka befattningar/kontaktpersoner vill man nå

## Steg 2

### Framtagande av undersökning

1.

Företaget/organisationen som gör undersökningen väljer ut de organisationer (kunder, leverantörer, brukare etc) som ska tillfrågas.

2.

#### *Utformning av frågor:*

Frågorna utformas så att de flesta frågor är generella inom sitt område. Här kan om så önskas användas enstaka ledande frågor.

3.

#### *Antal frågor:*

Företaget/organisationen tar i samråd med kompetenspartner.nu fram max 6 frågor/frågeställningar. Antalet frågor är tack vare att man ska få en så hög svarsfrekvens som möjligt. Fler frågor tenderar till att svarsfrekvensen blir mycket lägre.

4.

#### *Undersökningen förankras:*

Undersökningen förankras hos intresseorganisationer etc som berörs av undersökningen. De erbjuds även att ha med frågeställning som är av intresse för dem.

På detta sätt får undersökningen en mycket större tyngd i branschen generellt vilket gör att exempelvis de frågor undersökande organisation vill påverka får en större genomslagskraft.

5.

#### *Undersökningsformuläret fastställs:*

Samtalsmanus, frågeställningar etc fastställs

### **Steg 3**

#### Genomförande av undersökningen

1. Kontaktuppgifter till företag/organisation samt kontaktpersoner sammanställs.

2. Undersökningen genomförs via telefonintervjuer.

Undersökningen är kvalitativ och frågeställningarna blir oftast en utgångspunkt varifrån det sker en diskussion. På detta har det många gånger skett att intressanta aspekter kommit fram som inte annars skulle kunna skett vid en "vanlig" undersökning.

Genomförandefasen är ca 2 veckor beroende på hur många kontaktpersoner som tillfrågas

### **Steg4**

#### Undersökningen avslutas

#### **Leverans**

- Sammanställning av undersökningen
- Förslag till åtgärdsplan

#### **Övrigt**

De deltagande kontaktpersonerna får en publik version av sammanställningen av undersökningen i pdf format via mejl. I mejlet tackar man för att respektive person deltog. Som ett bevis på sin uppskattning kan organisationen välja att ge bidrag till exempelvis en hjälporganisation. Denna åtgärd stärker undersökandes företags varumärke väsentligt.