

Vores erfaringer med NABC-metoden

For at få en større forståelse af dette afsnit foreslås det først at læse dokumentet: NABC-metoden.

Kontakt til DR

Da vi startede på projektet, havde vi ingen videre erfaringer med NABC. Derfor tog vi kontakt til DR, som benytter metoden blandt andet til deres programudvikling. Det resulterede i første omgang i et møde, hvor vi fik kendskab til deres brug og fremgangsmåde med NABC. De inviterer seere og lyttere ind til forskellige møder, hvor de dels fremlægger deres idéer til nye programmer men også forsøger at få et kendskab til deres liv og hverdag. På den baggrund videreudvikler de eksisterende idéer eller kommer på nye til blandt andet deres programmer i radio og tv.

Efterfølgende har vi fået lov til at deltage i nogle af disse møder, som repræsentanter for en given målgruppe. Det har været meget interessant og lærerigt at se metoden udført i praksis – og det har givet os en baggrundsviden i forhold til vores brug af NABC-metoden.

Vores brug af NABC

Vi startede med at benytte metoden i forbindelse med idéudviklingen til vores arrangementer med modeopvisningen og Poetry Slam konkurrencen (*læs om arrangementerne i dokumentet: Modeopvisningen og Poetry Slam*). Kort fortalt tog vi de to løse idéer og gennemgik dem systematisk gennem besvarelsen af spørgsmålene under hvert punkt: *need, approach, benefit og competition*. Efterfølgende ”pitchede” vi vores idé for nogle kollegaer og fik derved nye idéer og vinkler til arrangementerne – inden vi tog kontakt til brugerne.

”Vandhulsmøde” med brugerne

Vi har afholdt to vandhulsmøder med brugerne, hvor vi har fremlagt henholdsvis vores idé med modeopvisningen og Poetry Slam konkurrencen, og det har været en stor succes. Vi bad dem fortælle, hvad de synes var godt ved idéerne, og hvad der kunne gøres bedre. Ligesom i forhold til kollegaerne kom der en masse nye idéer og overraskende vinkler på med udgangspunkt i brugernes *need*.

Metoden virker

Som ovenstående beskriver, er der ingen tvivl om, at ”metoden virker”. For at tage et eksempel havde vi en idé om, at selve vinderen af Poetry Slam konkurrencen skulle have en præmie. Men gennem ”vandhulsmødet” med repræsentanter for målgruppen (3 unge fra 7. klasse) fandt vi ud af, at det var vigtigt for dem, at det var *hele* klassen, som vandt. Præmien måtte meget gerne være en oplevelse, som klassen kunne dele i fællesskab. Et forslag var f.eks. en fest på biblioteket for klassen. En idé vi aldrig selv var kommet på! - men som tog udgangspunkt i et *need* hos dem.

Metoden skal tilpasses

Vi har nu arbejdet med metoden siden foråret og er i gang med at udvikle den i forhold til vores *need*, som bibliotek. Vi har fundet frem til nogle justeringer undervejs og har selvfølgelig også for øje, at vi ikke bare skal føje brugerne uden at tage hensyn til vores forpligtelser som bibliotek. Men der er ingen tvivl om, at metoden er en af stenene mod at gøre biblioteket til et kulturmødested med oplevelser, der taget udgangspunkt i brugerne og deres behov.

Oprettelse af brugerpanel

Som det fremgår kræver metoden en kontaktflade til brugerne. Vi har derfor taget de første spadestik til oprettelsen af et brugerpanel. Meningen med panelet er at ”samle en masse brugere”,

der repræsenterer forskellige målgrupper. Som vi kan bruge til idéudvikling, udformning af nye tiltag, opnå en større viden om osv.

Foreløbig består panelet dog kun af 9 medlemmer, 8 kvinder og én mand med en gennemsnitsalder på 62 år:) Men vi er i gang med at udvikle idéen og se på nye muligheder for at få flere og også gerne yngre medlemmer til brugerpanelet.