

# #2 Kortlæg dine datakilder

Kortlæg dine datakilder med udgangspunkt i kunderejsen:  
Med dette værktøj kan du som kulturinstitution skabe overblik over de forskellige datakilder, du har adgang til, med udgangspunkt i kunderejsen og måske bliver inspireret til at se nye muligheder.

# Brug dette værktøj til at skabe overblik over dine datakilder

Du kan bruge værktøjet til at gå igennem din kunderejse og kortlægge, hvilke datakilder der kan være relevante i forhold til at gøre dig klogere på dine gæster.

Desuden kan det inspirere dig til:

- 1) At se muligheden i datakilder, du måske ikke har været opmærksom på
- 2) At se muligheden for at opbygge nye datakilder.

## Sådan bruger du værktøjet



Læs denne vejledning

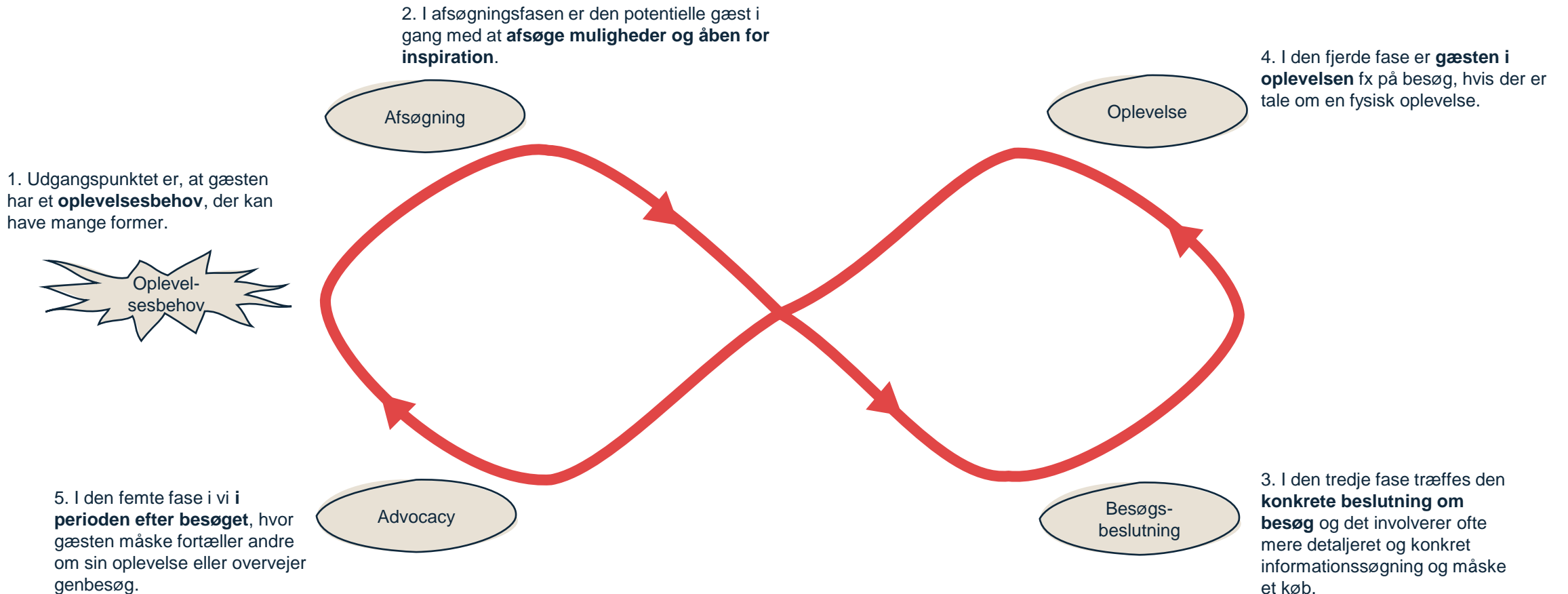
Forstå kunderejsen og lad dig inspirere af eksemplerne (se de næste sider)

Kortlæg datakilderne i din gæsters kunderejse: Vælg en fase i kunderejsen og udfyld kanvasarket (sidste side)

Gentag evt. for flere faser i kunderejsen

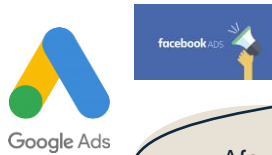
## Introduktion til kunderejsen

**Kunderejsen kan hjælpe til at kortlægge jeres relation til gæsten/kunden i et tidsperspektiv.** Ideen i kunderejse er, at I har kontaktpunkter med jeres gæster i en række forskellige faser før, under og efter besøget. Det er vidt forskellige kontaktpunkter og derfor også vidt forskellige datakilder, der kan sige noget om gæsten, i de forskellige faser. På denne side kan I læse en forklaring på faserne og på næste side se eksempler på datakilder i hver fase. Der er naturligvis tale om en forsimpning af virkeligheden, som sjældent er lineær, men det er en god ramme til at forstå gæstens perspektiv. Der kan være mange andre datakilder, der er relevante, så lad jer ikke begrænse af eksemplerne.



# Eksempler på datakilder i de forskellige faser

Oplagte datakilder i afsøgningsfasen er data fra de platforme, hvor I markedsfører og kommunikerer – fx Facebook.



Når gæsterne besøger jer, kan I få dem til at udfylde et spørgeskema.



Måske har I systemer eller sensorer, der kan give jer indsigt i gæsterne, når de er i oplevelsen?



Når gæsterne er der fysisk, kan I observere dem og lave fx små kvalitative interview.



Nyhedsbreve (og andre måder at holde fast i gæsterne på) er en unik kilde til data.



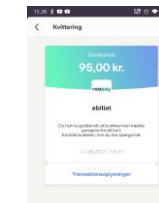
Måske poster jeres gæster om jer på sociale medier eller interagerer med jer?



Måske efterlader gæsterne anmeldelser på fx google eller TripAdvisor, som I kan analysere.



Data fra fx jeres hjemmeside kan fortælle jer noget om dem, der søger information om jer.



Data fra jeres billetsystem er afgørende ift. at forstå, hvem jeres kunder er.

# Sådan laver du øvelsen

Her er et kort indblik i øvelsens fremgangsmåde:

1

**Vælg en fase i kunderejsen**

2

**Brainstorm relevante datakilder**

*Lav et mind-map på et whiteboard og skriv fasen i midten. Skriv derefter alle de datakilder op, der kan sige noget om gæsterne i denne fase uden om.*

3

**Udfylde tabellen til højre for hver datakilde**

*Vælg en datakilde. Start med at notere den udvalgte datakilde øverst og arbejd jer derefter igennem de andre spørgsmål ovenfra og ned.*

Et par anbefalinger til gennemførelse af øvelsen:

**Tip #1** Brug god tid til at brainstorme på de forskellige datakilder, der kan være relevante i den konkrete fase.

**Tip #2** Involver relevante kolleger eller eksterne leverandører (fx af relevante systemer) i øvelsen, så du får input fra dem, som kender systemerne.

**Tip #3** Skab god plads til at notere fx ved at overføre tabellen til et whiteboard eller et stort ark.

## Kanvas

**Valgt datakilde:**

**Hvem:** Hvilke gæster eller brugere siger denne datakilde noget om?

**Hvad:** Hvilken viden kan jeg få ud af denne datakilde?

**Strategisk relevans:** Hvordan kan denne viden hjælpe os?

**Next step:** Hvordan tager vi næste skridt ift. at udnytte denne datakilde?

## Vi hjælper oplevelsesaktører med at arbejde datadrevet



### **Martin Østervig Larsen**

Senior Director

Head of Tourism, Culture & Places

[mol@epinionglobal.com](mailto:mol@epinionglobal.com) / +45 41887306

[linkedin.com/in/oestervig/](https://www.linkedin.com/in/oestervig/)