

3. BRUGER- OG KUNDEANALYSE

Projektets brugere og kunder er også en del af projektets interessenter og en meget central del af projektets omverden, da det netop er dem, projektet skal målrettes. Projektets brugere og kunder har særligt stor betydning for den fremtidige drift og succes, og derfor kan det være afgørende at lave en dybere analyse af netop denne interessentgruppe. Hvem er projektet til gavn for? Det er en god idé at kunne beskrive over for potentielle bidragsydere, hvordan projektet skaber værdi for sine brugere. Overvej følgende spørgsmål: Hvem er projektets [vigtigste] brugere?

Der vil ofte være flere brugergrupper i et projekt, og derfor er det også vigtigt at overveje, hvordan de forskellige brugergrupper kan sameksistere.

For hver af projektets brugergrupper gennemgås nedenstående spørgsmål:

- Hvilken værdi skaber jeres projekt for brugergruppen?
- Kan brugergruppen frit benytte sig af projektets faciliteter og aktiviteter, eller skal brugergruppen betale for at benytte projektets faciliteter?
- Hvad kendetegner brugergruppen 'i tørre tal' [f.eks. alder, civilstatus, familieforhold, uddannelse, arbejde og betalingsvillighed]?
- Hvad lægger brugergruppen vægt på? Livsstil, forbrugsmønstre, behov?
- Hvor langt skal brugerne rejse for at benytte projektets tilbud? Hvor lang rejsetid forventer I, at brugerne er indstillede på? Hvor mange besøgende fra projektets opland kan forventes?
- Hvornår på året/ugen/dagen er det realistisk, at brugergruppen vil benytte sig af projektets tilbud?
- Hvilke behov har brugergruppen før/efter mødet med dit projekt [f.eks. spise, overnatning, parkering, offentlig transport, ophold til børn, shopping]?
- Hvordan kan der skabes synergi med projektets andre brugergrupper? Hvilke faciliteter kan understøtte flere grupper? Skal der tildeles forskellige tidszoner eller skabes fælles arrangementer?
- Overvej at tilknytte en ekstern rådgiver, der kan udarbejde en vurdering af bruger-/kundegrundlaget for projektet. Og husk at genbesøge jeres målsætninger og succeskriterier, når I har lavet jeres kundeanalyse.