

# METODER



*Kunskapsutveckling om och effektivisering av rehabilitering för psykisk ohälsa.*



Försäkringskassan

EXPERIO LAB

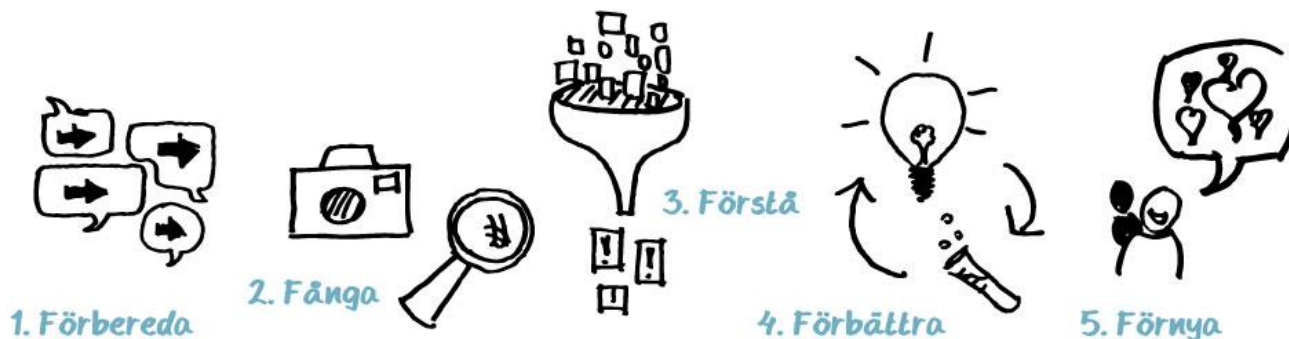


Landstinget  
i Värmland

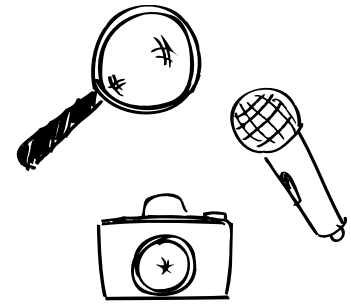
Detta är en dokumentation av moment som ingick i workshop-serien inom ramen för projektet *Kunskapsutveckling om och effektivisering av rehabilitering för psykisk ohälsa*. Målet är att ge en närmare presentation av de verktyg som användes under våra workshops, mellan workshoparna och hur vi gick tillväga för att samla in och förstå kunders behov och upplevelser, identifiera viktiga hållpunkter för kunden samt ta fram förslag på nya arbetssätt för att bättre tillgodose kunders behov. I genomförandet av detta projekt använde tjänstedesign som metod.

Designprocessen visualiseras genom bilden nedan. I dokumentationen är varje ny fas markerad med symbolen för fasen. Detta dokument är uppbyggd enligt nedan beskriven modell och varje genomförd workshop beskrivs med hjälp av dessa punkter.

- Vad gjorde vi?
- Hur gjorde vi?
- Att tänka på...
- Andra metoder
- Eventuella mallar



# ”Fånga”: Research



I projektet ville vi fånga människors behov, såväl kända som dolda. För att identifiera behoven kan man använda sig av olika **etnografiska verktyg** som till exempel **skuggning, dagböcker och djupintervjuer**. Olika verktyg kan kombineras för att få en djupare förståelse, eftersom vad vi människor säger inte alltid är samma sak som vi faktiskt gör.

Tjänstesynsättet innebär att kundens behov, och hur dessa behov skall tillgodoses, hamnar i centrum för utvecklingsarbetet. Enligt tjänstedesign skapas inte värdet i *utformningen* av en tjänst, utan den uppstår i *användningen* av den och skapas tillsammans med kunden. I arbetet identifieras de handlingar som ger mervärde för kunden.

Tjänstedesign säkerställer ett tydligt användarperspektiv (användare är både kund/patient/brukare/medborgare och personal, dvs de som tillsammans använder och utför de värdeskapande aktiviteter som tillsammans bildar en tjänsteleverans) och gör det möjligt för dessa att vara involverade i utvecklingsarbetet.

Kunders och personals erfarenheter kan fångas upp genom att deras egna berättelser dokumenteras samt genom observation om hur de agerar och interagerar.

## Intervjuer mer ”experter”

Intervjuer med de som är experter i området. Det kan vara personer inom organisationen eller verksamma inom relevant område.

För att få en fördjupad förståelse för historik, kontext eller tema.

*(I detta projekt intervjuade vi olika aktörer som Anna träffar under sin resa)*

### Att tänka på:

- Vara genuint nyfiken
- Bortse från alla tidigare kunskaper (spela dum)
- Ställ öppna frågor
- Ställ följdfrågor ”Varför? Kan du berätta mer.. ”
- Försök inte påverka den du frågar
- Ställ neutrala frågor ”Hur fungerar det?” ej ”Varför fungerar det så dåligt?”
- Dokumentera! Får man filma? Spela in ljud? Anteckna – citera gärna!

## Deskresearch och data-analys

Inläsning på ämnet, vad har gjorts av andra. Analys av existerande data och statistik.

*(Utifrån data och statistik definierades målgruppen)*

## Omvärldsspaning

Undersöka vilka lösningar som finns på marknaden. Hitta inspiration hos andra branscher. Denna görs genom hela designprocessen.

### Att tänka på:

- Våga undersöka hur andra har löst liknande problem.
- Andra länder, hur hanterar de frågeställningen?

## Djupintervjuer

Intervjuer där man fokuserar på att lära känna målgruppen genom att ställa öppna frågor om deras upplevelser, känslor, erfarenheter.

Genom djupintervjuer får man en djupare förståelse för personen man pratar med.

*(20-tal intervjuer med Anna)*

### Att tänka på:

- Vara genuint nyfiken
- Bortse från alla tidigare kunskaper (spela dum)
- Ställ öppna frågor "Hur upplevde du..."
- Ställ följdfrågor "Varför? Kan du berätta mer.."
- Försök inte påverka den du frågar
- Ställ neutrala frågor "Hur fungerar det?" ej "Varför fungerar det så dåligt?"
- Dokumentera! Får man filma? Spela in ljud? Anteckna – citera gärna!

## Dagböcker

Användaren kan själv dokumentera sin vardag under en tidsbegränsad period. Ett sätt att förstå vad som är viktigt för användaren, dess behov, beteenden och värderingar.

Det finns olika sätt att skriva dagbok.

Ex.

- Bild-dagbok – med hjälp av en engångskamera, eller mobilkamera kan viktiga hållpunkter i vardagen visulaiseras med bilder/filmer.
- Appar – specifika dagboks-appar
- Analogt – en dagbok med några frågor man ska besvara/reflektera över

### Att tänka på:

- Behövs ett samtycke blankett?
- Hur ska denna data användas?

# Några andra etnografiska metoder

## Deltagande observationer

Målet är att uppleva kundens/användarens/besökarens vardag, för att få förståelse för hur miljö och kontext bidrar till en användarens beteende.

### Att tänka på:

- Vara med på så mycket du kan
- Hur kommer det sig att du gör så?  
Fråga!
- Dokumentera!

## Observationer (skuggning)

Till skillnad från deltagande observationer observerar man bara kunden/användaren/besökaren, man är en fluga på vägen.

### Att tänka på:

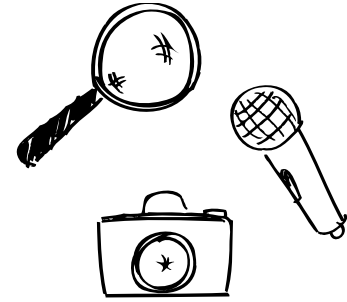
- Man gör inte som man säger att man gör.
- Ta ett par steg tillbaka för att lättare se helheten
- Hur är samspelet mellan personen och miljön?
- Glöm inte att dokumentera, fotografera, filma, anteckna, citera.

Design-research använder sig ofta av etnografiska studier, här är två exempel på verktyg. Andra verktyg kan vara, enkäter, workshoppar med användare, kontextuella intervjuer etc.

Mer verktyg kan hittas i: *This Is Service Design Thinking* – Stickdorn/Schneder

# Djupintervjuer

Resultat: Personan Anna



## Förberedelse:

Inför intervjuerna med "Anna" gjordes 32 intervjuer med olika yrkesroller\* som träffar "Anna" under hennes sjukdomstid.

## Vad gjorde vi?

16 djupintervjuer med personer med erfarenheter av psykisk ohälsa.

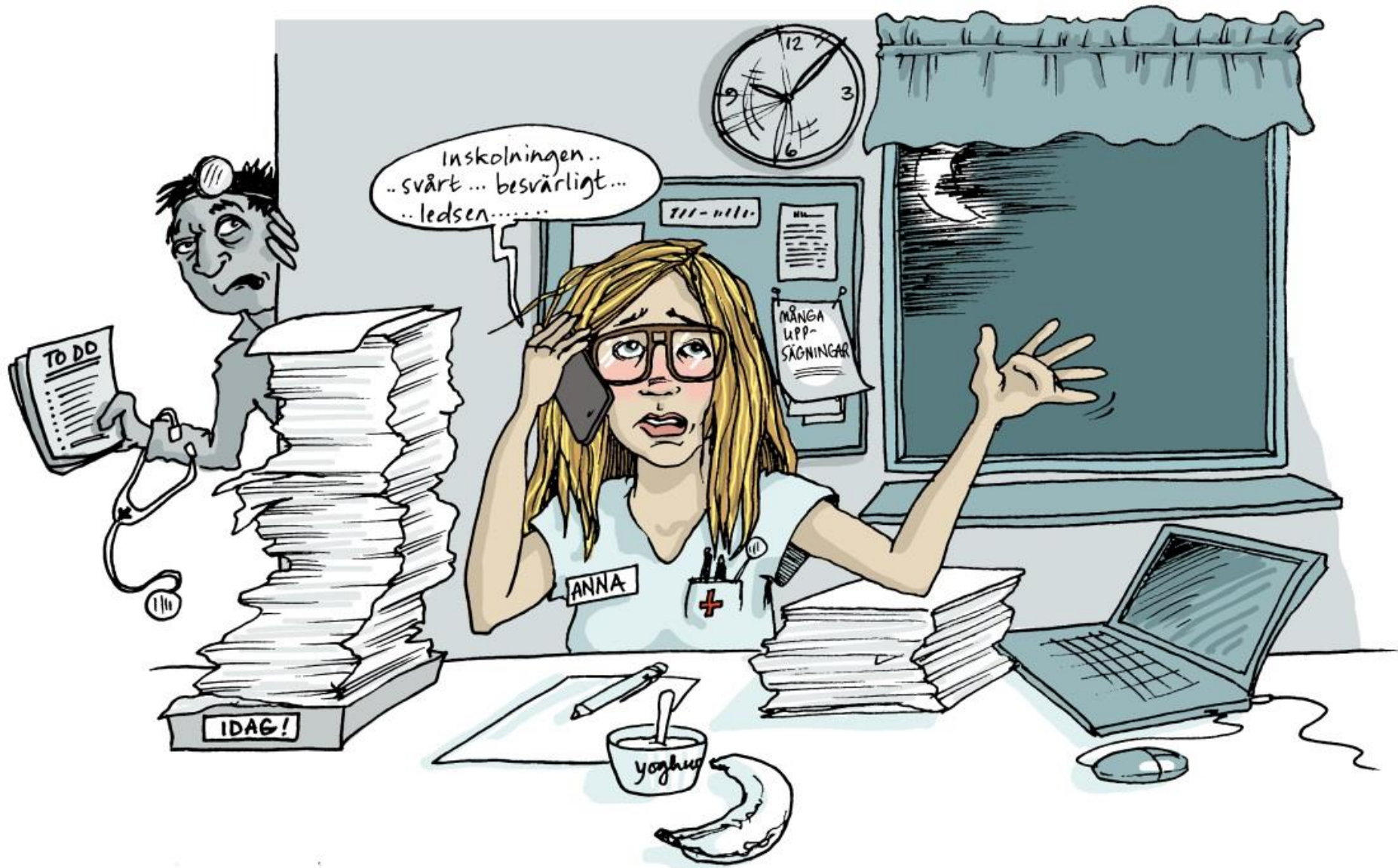
## Hur gjorde vi:

16 djupintervjuer, genomförda av Augur Insiktsbyrån (undersökningsföretag). Projektdeltagarna hade möjlighet att lyssna till intervjuerna live och ställa kompletterande frågor. Ytterligare 6 intervjuer genomfördes av designteamet (projektledare och tjänstedesigners).

## Att tänka på:

- Engagera alla projektdeltagare i researchen. Det skapar större empati och förståelse för den slutliga användaren
- Visualisera och illustrera. Försök att få ett ansikte på din målgrupp, genom en så kallad persona.

\* = arbetsgivare (HR-chefer/konsulter, enhetschefer), företagshälsovård (företagssköterskor), hälsa- och sjukvård (allm.läkare, psykiatriker, psykologer, kuratorer), Försäkringskassan (handläggare, samverkansansvarig), Arbetsförmedlingen (handläggare, samverkanssamordnare, arbetsterapeuter).





# Analysera research-data

Resultat: persona ANNA och hennes resa

## **Förberedelse:**

32 intervjuer med yrkesroller som träffar "Anna" under hennes sjukperiod. 22 intervjuer med personer med psykisk ohälsa, 16 intervjuer genomförda av Augur samt 6 av designteamet.

## **Vad gjorde vi:**

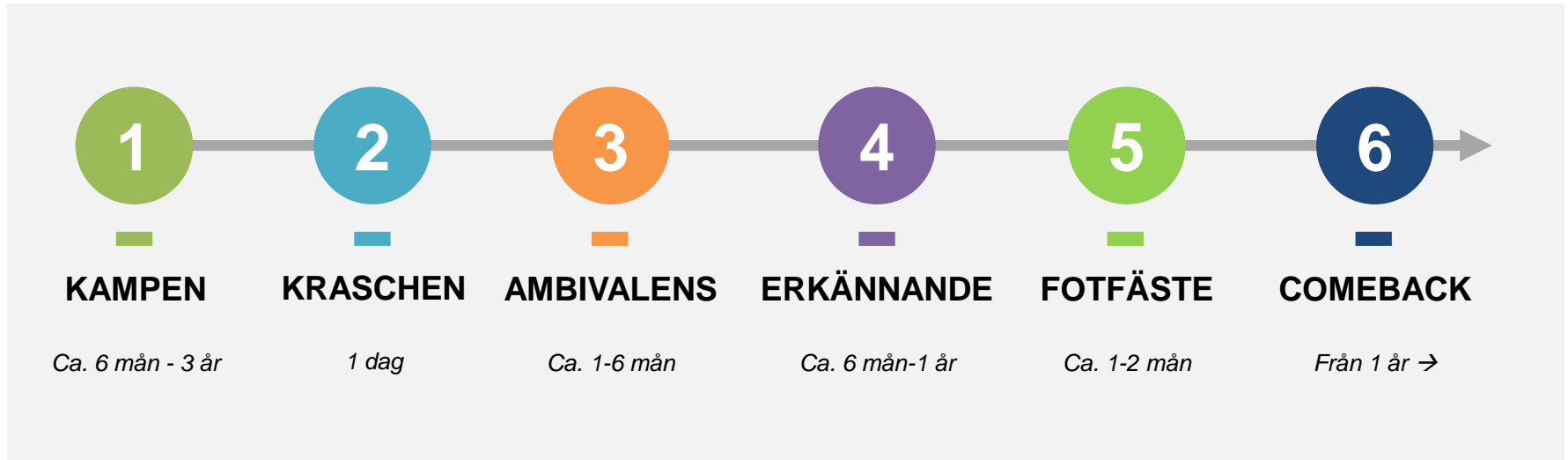
Tillsammans med Augur analyserades alla berättelser (utifrån transskript, ljudinspelningar, sammanställningar). Insikterna och lärdomarna från intervjuerna sammanfattades under en workshop tillsammans med de som intervjuade och designteamet, detta dokumenterades av Augur i form av en rapport. (Se rapporten: Försäkringskassan Persona Anna – Psykisk ohälsa Värmland)

## **Hur gjorde vi:**

ANNAs egenskaper kartlades. Frågor som "Hur beskriver Anna sig själv?", "Vad är hennes styrkor?", "Vilka konsekvenser får hennes beteende och handlingar?", "Hur ser hennes resa ut?", "Kan man dela in det i olika faser, i så fall hur?", "Vad gör, tänker, känner Anna i de olika faserna?", "Vilka aktörer möter hon?", "Hur tillgodoser aktörerna Annas behov". Alla dessa frågor diskuterades utifrån den kunskapen designteamet och Augur hade fått med sig från intervjuerna.

Personporträttet ANNA formades och ANNAs resa delades in i olika faser, som namngavs.

# Kundresa



# Involvera användare

## Workshop med Anna

Designprocessen utgår alltid från kundens/användarens behov, och man är mån om att hela tiden involvera kunden i processen. Hur man inkluderar kan ske på olika sätt, användaren kan vara med under alla faser av processen i form av deltagare i workshops, tillsammans med projektdeltagarna. Under förbättra-fasen, är användare naturligt involverad då man hela tiden testat sin lösning mot användare.

De intervjuade var också inbjudna till idégenereringsworkshopen, men ingen kunde delta.

### **Vad gjorde vi:**

Workshop tillsammans med Anna (några av de intervjuade under "fånga"-fasen).

### **Hur gjorde vi:**

Dokumentationen kring och personen Anna presenterades för deltagarna. Syftet var att säkerställa att de kände igen sig i den bilden av Anna som vi har skapat. Vilket de gjorde.

### **Att tänka på:**

- Vara på en neutral plats, där användaren kan känna sig bekväm.
- Anpassa mötestiden efter användarens förutsättningar, ofta efter "vanlig" arbetstid
- Ha i åtanke hur många ni är från projektet och hur många användarna är. Användaren måste känna sig trygg.

# Workshop 1

## Kundresa och NU-läge



# ”Förstå”: Kundresa och NU-läge



**Förberedelse:** Deltagarna\* grupperades så att alla yrkesroller var representerade.

## **Vad gjorde vi:**

Annas resa presenterades och kompletterades med olika aktiviteter med hjälp av en tjänstekarta. Identifierade de viktigaste hållpunkterna på Annas resa (”hjärtan” – det som fungerar bra och ”åskmoln” – det som inte fungerar bra).

## **Hur gjorde vi:**

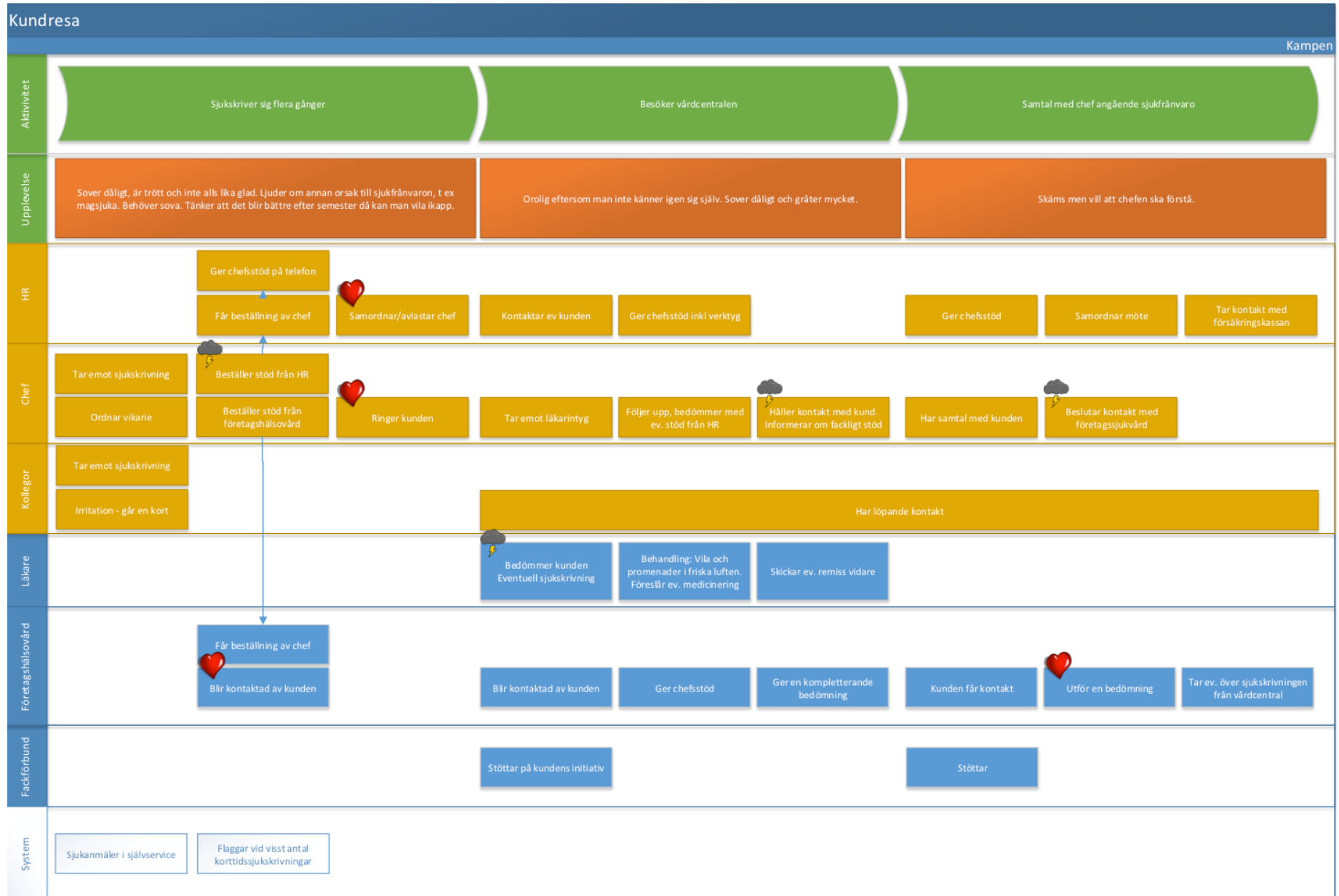
De olika aktörer fick komplettera Annas resa med de insatser de gör i de olika faserna. Genom att göra en tjänstekarta fick deltagarna samarbeta och få större kunskap om vad de gör för Anna i de olika faserna.

### **Att tänka på:**

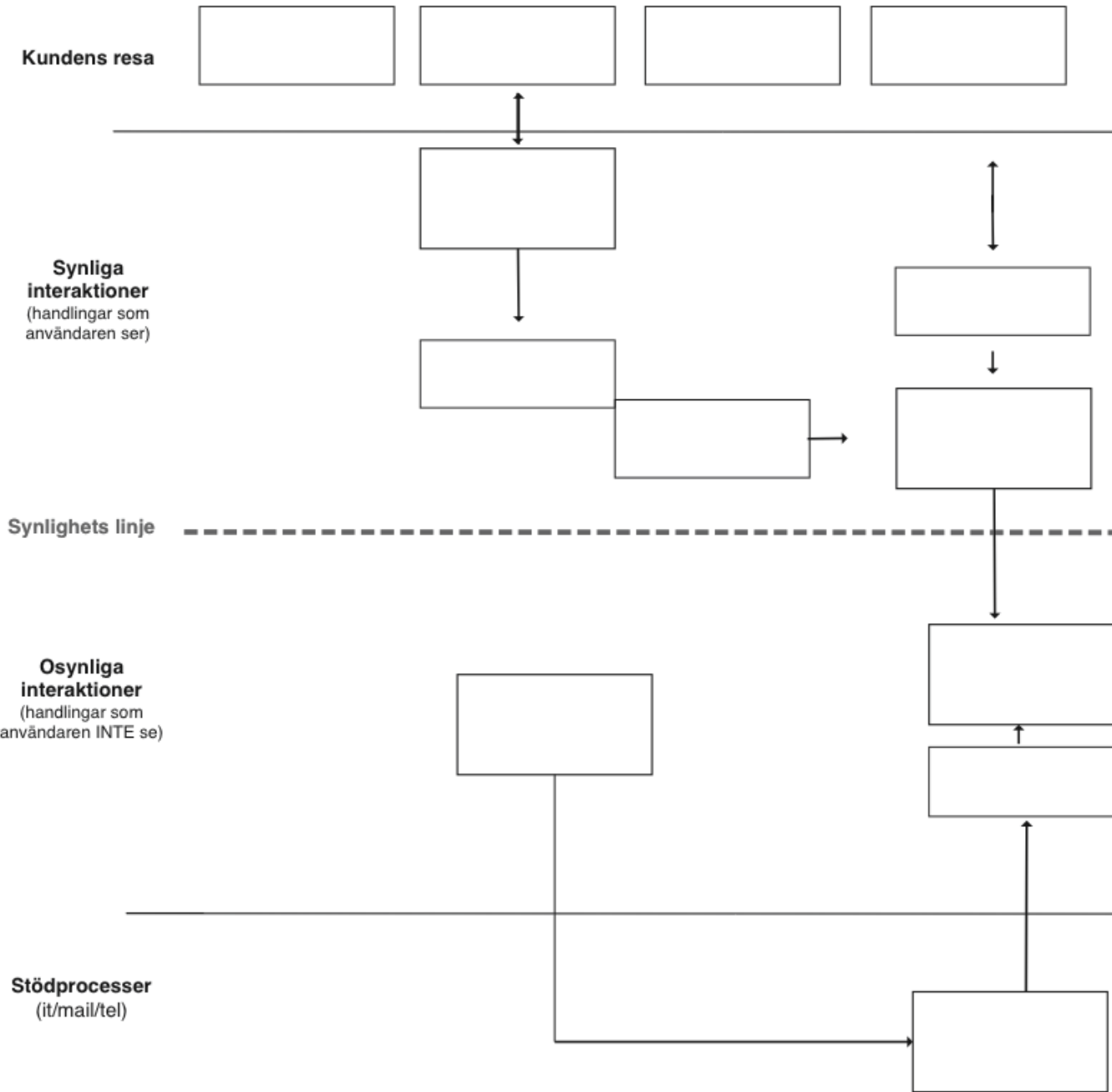
För att det ska bli så nära beskrivet av NU-läget ska deltagare beskriva *vad och hur de gör nu*, inte ”hur det ska vara”.

\* = arbetsgivare (HR-chefer/konsulter, enhetschefer), företagshälsovård (företagssköterskor), hälsa- och sjukvård (allm.läkare, psykiatriker, psykologer, kuratorer), Försäkringskassan (handläggare, samverkansansvarig), Arbetsförmedlingen (handläggare, samverkanssamordnare, arbetsterapeuter).

# Del av tjänstekartan

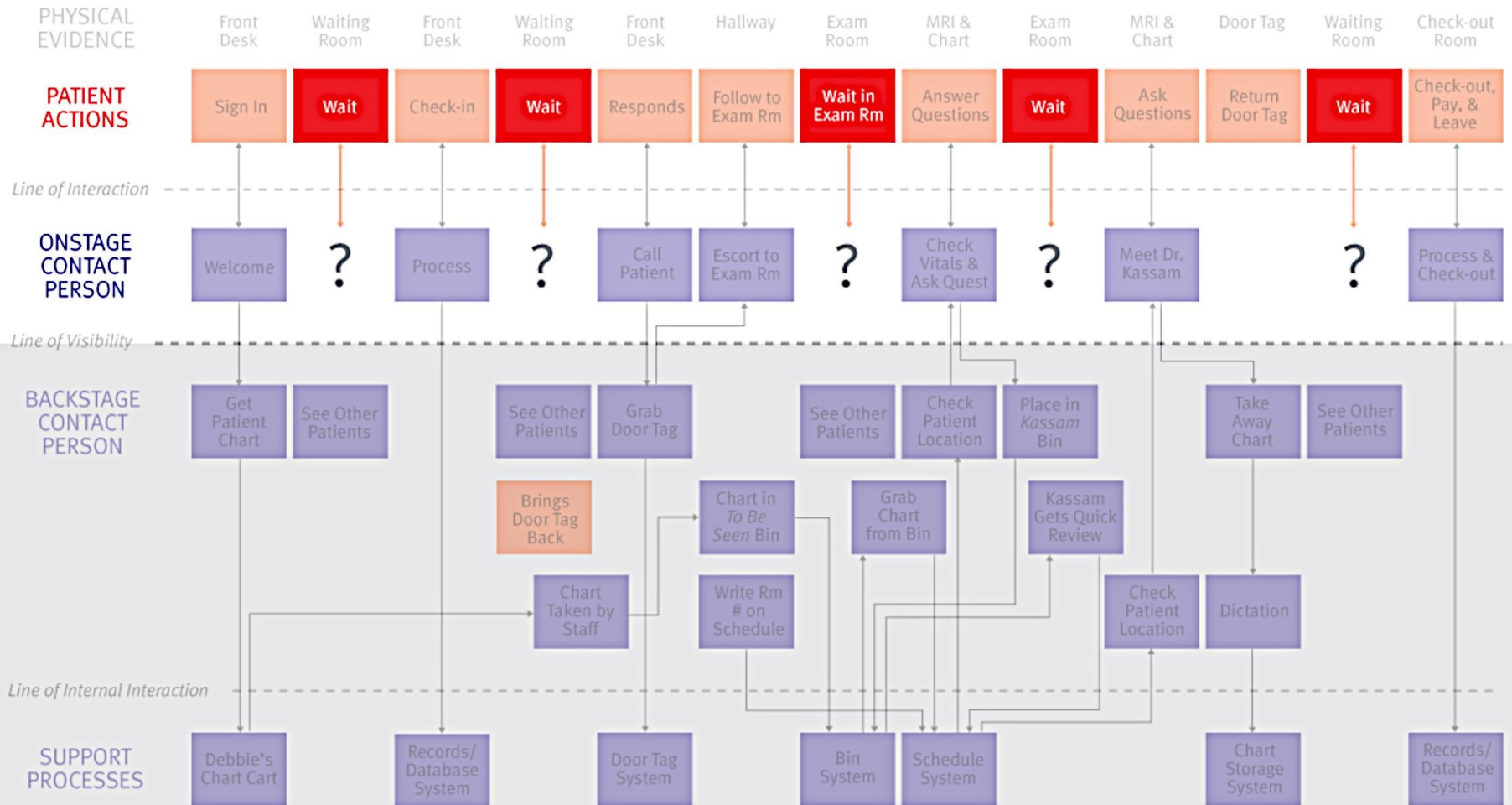


# Mall på tjänstekarta



# Exempel på tjänstekarta

## Service Blueprint of Presby Neuro Clinic



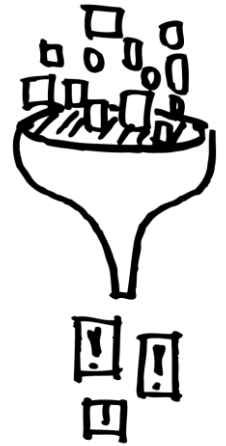


# Workshop 2

## Problem, insikt och idé



# ”Förstå”: Problem, insikt och idé



## Förberedelse:

Alla åskmoln analyserades och grupperades. Vissa händelser från NU-lägesanalysen är återkommande genom hela tjänstekartan, dessa grupperades och analyserades. Detta resulterade i att de sex faserna formulerades i fyra tema-områden.

## Vad gjorde vi:

Skapade djupare förståelse för Annas resa, bearbetade och analyserade problemområdena för Anna. Formulerade insikter och definierade utmaningar.

## Hur gjorde vi:

Genom att använda mallar. Datamaterialet bestod av citat från intervjuer med Anna.

### Att formulera **insikt**:

- Bottna i insamlad data
- Uttrycka ett problem, behov eller samband
- Inte vara för bred eller generell
- Inledas med ”Vi har funnit att...”

### Att formulera **möjlighet**:

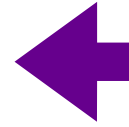
- Utgå från en insikt
- Inleds med ”*Hur skulle vi kunna...*”
- Varken vara för öppen eller för avgränsad
- Inbjuda till idéer och lösningsförslag

# Kundresan med de fyra områdena



INSIKT:

DATA / CITAT:



MÖJLIGHET:

## EXEMPEL

### **INSIKT**

Trots att det är möjligt att titta på SVTs hela utbud online när som helst, så använder bara en liten del av SVTs tittare den möjligheten



### **MÖJLIGHET:**

## EXEMPEL PÅ INSIKT

### INSIKT

Trots att det är möjligt att titta på SVTs hela utbud online när som helst, så använder bara en liten del av SVTs tittare den möjligheten



### MÖJLIGHET:

**Hur skulle vi kunna** få svenska folket att hitta till, och titta på, SVTs utbud på nätet?

För  
smalt

**Hur skulle vi kunna** göra en videotjänst för SVT med en egen paketering och varumärke?

För  
brett

**Hur skulle vi kunna** göra så att fler svenskar tittar på TV på nätet?

JA!

EXEMPEL PÅ MÖJLIGHET:

**Hur skulle vi kunna** få svenska folket att hitta till, och titta på, SVTs utbud på nätet?

# ANNA på jobbet

## INSIKT:

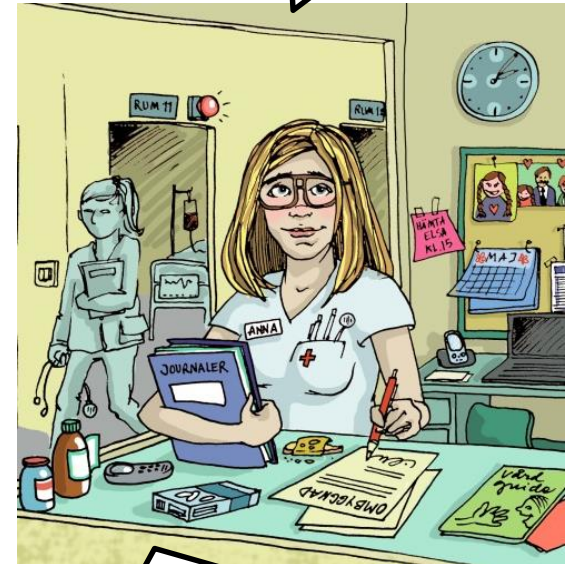
Vi har funnit att varken Anna eller hennes omgivning förstår att hon blir sjuk av sin situation på jobbet. Anna behöver hjälp att förstå allvaret i situationen, att hon riskerar att bli allvarligt sjuk. Samtidigt klarar hennes omgivning inte av att fånga upp hennes signaler om att situationen är ohållbar och hjälper därför inte Anna att bromsa ordentligt. Om inget förändras kan kraschen vara ett faktum.

## UTMANING:

Hur skulle vi kunna hjälpa Anna och hennes omgivning att förstå att hon riskerar att bli allvarligt sjuk, att bromsa ordentligt?

*"Jag ljög om att jag hade magsjuka"*

*"Då börjar jag gråta. Jag gråter hela vägen till jobbet. Jag kan inte sluta gråta."*



*"Det var skönt att någon annan tog beslutet, som sa att jag inte skulle till jobbet i morgon"*

*"Jag fick först 50% sjukskrivning i fyra veckor och intyg att inte jobba natt. Men jag blev bara sämre och sämre"*



# ANNAs ständiga kamp

*"Jag ville inte andas, inte leva, inte äta, inte prata"*

*"Den läkaren förstod snabbt att jag var sjuk och sjukskrev mig en månad"*

## INSIKT:

*Vi har funnit att Anna upplever sin tillvaro som en kamp där ingen ser, hör eller förstår henne.*

*Anna förstår inte vad som händer med henne och det oroar henne. När Anna söker hjälp så möter hon inte rätt kompetens eller förståelse för sina behov. Hennes sjukdomsförlopp blir ryckigt, hon mår bara sämre och sämre och hjälpen blir kortsiktig.*

*Hon tolkar signalerna från omgivningen som att hon nog inte är så sjuk vilket gör att hon förminskar sina symptom och pressar sig ytterligare. Anna riskerar att bli allvarligt och långvarigt sjuk när hon inte får rätt hjälp.*

## UTMANING:

*Hur ska vi möta Anna med rätt kompetens tidigt så att hon får vad hon behöver?*

*"Läkaren frågade mig hur mycket jag ville vara sjukskriven. Jag sa att 25% i två veckor kunde vara lagom. Men jag hade behövt vara sjukskriven helt."*



*"Kroppen bestämmer över mig, den känslan kvarstår. Man sover, man gråter. Jag mår dåligt över att jag inte orkar."*

# ANNAs väg tillbaka

## INSIKT:

*Vi har funnit att Annas väg tillbaka kan börja först när hon känner att hon har fotfäste igen.*

*Anna vill och kan vara med och påverka hur hennes väg tillbaka ska se ut. Regler och arbets sätt gör det svårt för Anna att vara delaktig och systemet är inte anpassat efter hennes behov.*

*Både Anna och hennes omgivning riskerar att fokusera för mycket på att hon snabbt ska komma tillbaka och till den gamla arbetsplatsen. Anna behöver ett sammanhållet stöd för att tillbakagången ska bli långsiktigt hållbar.*

## UTMANING:

*Hur ska vi skulle vi kunna säkerställa att Annas återgång blir bra och förhindra att hon blir sjuk igen?*

*"Jag hade velat veta hur rehabiliteringen skulle gå till. Jag frågade men fick höra att jag skulle vänta och lugna mig. Jag funkar inte så, jag blir lugn av att veta, inte av att inte veta."*

*"När jag var sjuk fanns inte framtiden. Först kunde jag bara tänka sekunder bort, sedan fram till kvällen. Nu kan jag tänka nån vecka framåt."*

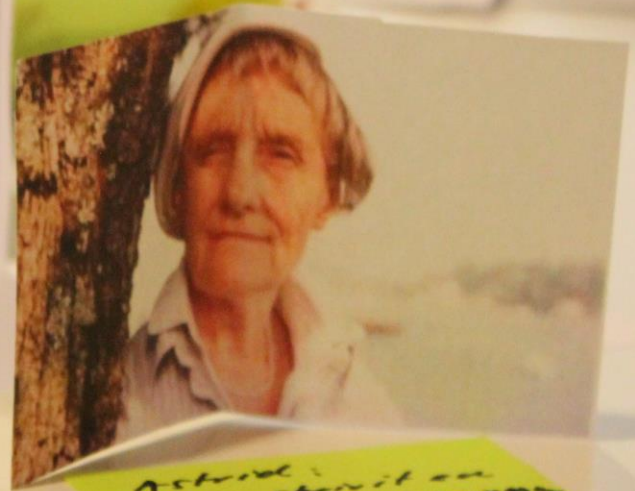
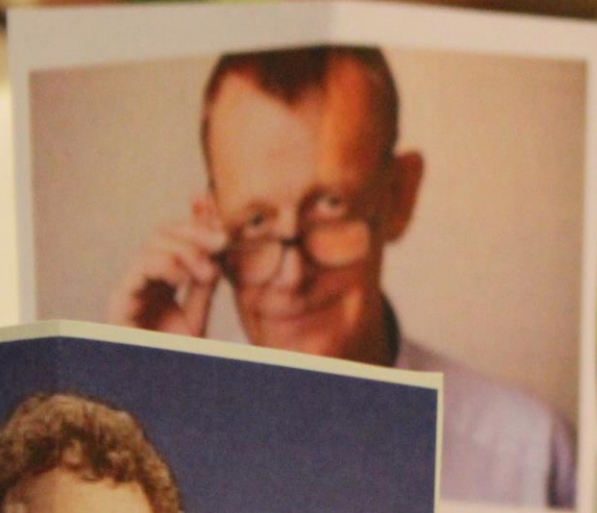


*"Sen började jag jobba 25%. Jag hade velat lägga upp det lite annorlunda, sprida timmarna lite mer. Men de har ju sina regler."*

*"Det finns dagar när jag bara ligger ner. Har inte ens tanken på att gå ut bland folk."*

# Workshop 3

## Lösningar



shap  
for 5 lecture  
grupp  
FB

shap  
facebook -  
grupp

Astrod:  
- Hade skrivit en artikel i tidningen  
• Hade skrivit en "Pippi-beskrivelse" om stress/psykisk ohälsa  
• hade "puffat" "th" under "alexander" i boken

# ”Förbättra: Idégenerering, konceptutveckling och prototyp

## Förberedelse:

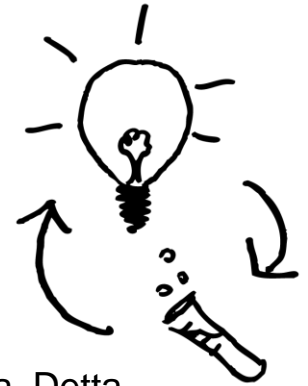
För att utmaningarna skulle passa att idégenerera kring, ändrades de något av designteamet.

## Vad gjorde vi:

Målet med workshopen var att hitta nya lösningar till de tidigare definierade utmaningarna. Detta gjordes genom att idégenerera fram lösningar, för att sen vidareutveckla dessa genom att konceptualisera och prototypa. Deltagarna fick testa sina idéer på hemmaplan.

## Hur gjorde vi:

Deltagarna grupperades efter de utmaningarna de valde att jobba med. I första delen jobbade vi med att skapa så många idéer som möjligt med 2 idégenereringsmetoder. Vidare grupperades idéerna, valdes och vidareutvecklades till enkla prototyper.



## REGLER UNDER IDÉGENERERING

Alla idéer är bra  
Uppmana galna idéer  
Bygg på andras idéer  
Håll fokus på frågeställningen  
Visualisera  
Kvantitet framför kvalitet  
Ha kul!

## Att tänka på:

- Ha tillräckligt med tid
- Hjärnan kommer bli trött, förbered godis/frukt/popcorn



# Body swap

## 1. UTMANING

## 2. ROLLER

Skriv ner några olika yrkesroller/karaktärer som ni kommer på. Vik lapparna och lägg dem i skålen.

Ex: Statsministern  
Oprah  
Barack Obama  
Stålmannen

...

...

## 3. ROLLSPEL

Plocka en roll ur skålen. Föreställ dig att du för en dag är den personen som står på lappen. Vad skulle du göra för att lösa Utmaningen? Skriv ner idéerna. Ta nya lappar och försök lösa problemet på flera olika sätt!

## 4. BYT ROLL

Testa nu yrkesroller som står er nära, dvs pröva att vara ledare, medarbetare, patient, underhållspersonal, landstingsdirektör eller någon annan inom organisationen.

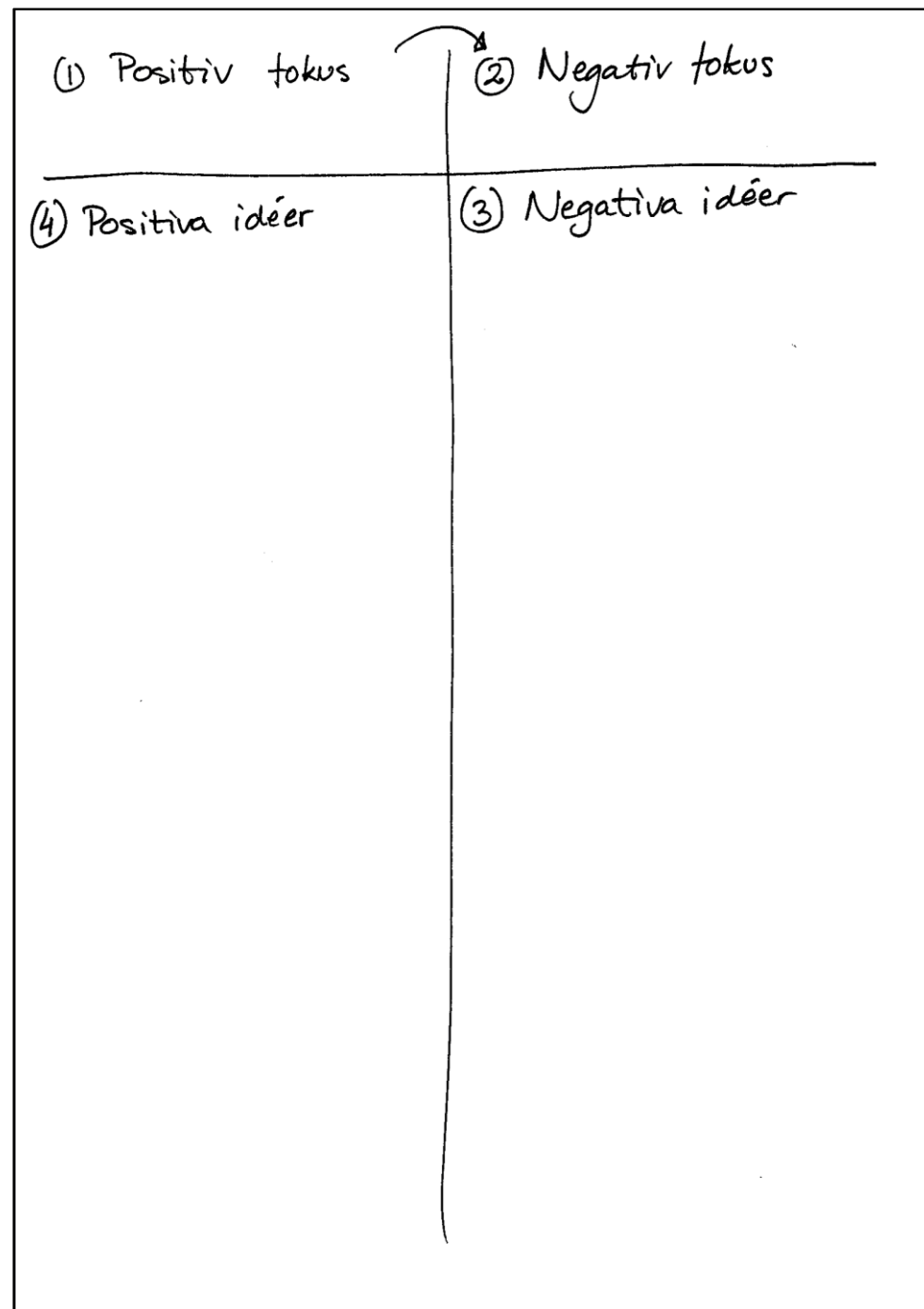


# Annan metod

## Negativ idégenerering

1. Gruppen ska ha ett papper likt det till höger
2. Vänd på er frågeställningen till negativ frågeställning.  
ex. Hur kan vi förhindra att Anna blir sjuk igen? -> Hur kan vi göra Anna sjuk?
3. Skapa så många idéer på lösningar ni bara kan utifrån den negativa frågeställningen. Ju galnare idéer desto bättre. Skriv ner lösningarna på den vänstra sidan av bladet.
4. Använd nu de negativa idéerna och vänd dem till positiva motsvarigheter, som bidrar till det positiva fokusområdet.

(fler metoder: *Idéagenten* av Jonas Michanek & Andreas Breiler )



# Vidareutveckling och prototyp

All idéer sattes upp inom olika teman. Därefter valde man vilken idé man ville jobba vidare med. Som hjälp användes mallen nedan.

För att utveckla tjänsten/produkten vidare kan man använda storyboard, för att beskriva närmare hur kunden interagerar med tjänsten/produkten.

Deltagarna fick presentera och visa sina prototyper under 1 minut. Inför nästa workshop fick de som uppgift att testa prototyperna med "Anna", med hjälp av feedback-mallen.

#_____	minst					mest
Instinktivt, hur peppad blir du av denna idé?	1	2	3	4	5	
Hur innovativ känns idén, och skiljer sig från vad som finns därute?	1	2	3	4	5	
Skulle genomförandet vara realistiskt?	1	2	3	4	5	
Totalt_____						

## Att tänka på:

- "Tänk med händerna". Uppmana deltagarna att bygga/rita/vika dina prototyper.
- Ha verktyg att prototypa med (sax, papper, äggkartonger, lego, lim etc.)



# Mallar

Namn på idén \_\_\_\_\_

Vad är utmaningen?

-----  
-----  
-----  
-----

Beskriv idéen

Hur påverkar det Anna?

visualisera/rita idén

# Storyboard

Titel \_\_\_\_\_



-----  
-----  
-----

Vilken fråga är viktigast att besvara?

-----  
-----  
-----  
-----

Hur kan vi testa det?

-----  
-----

Ge en kortfattad beskrivning av vad som händer

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

# ATT TA MED HEM

---

## OMVÄRLDSSPANING

Fanns det andra branscher som har liknande utmaning? Hur har de löst problemet?  
Har din/er idé gjorts någon annanstans? Hur har den gjorts då? Vilka har varit framgångsfaktorer?  
Vilka har varit framgångsfaktorer?

## TESTA ER PROTOTYP

För att skapa en lösning som är värdfull för kunden, Anna, måste man testa den. Testa och miss-  
lyckas tidigt för att kunna införa en så värdfull och bra lösning som möjligt.

Använd mallen för att testa och utveckla din/er lösning vidare

## FÖR ATT LÖSNINGEN SKA BLI VERKLIGHET

Vad behövs för att er lösning ska bli verklighet? Vilka frågor behöver besvaras och av vem?  
Vilka aktörer är viktiga? Ta kontakt med dem!

# TESTA ER PROTOTYP OCH FÅ FEEDBACK

---

## Vem, vad, var?

Var var du?  
Vad testades?  
Vem pratade du med?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Negativt

Vad funkade inte?  
Förbättringsförslag?  
Vad behöver utforskas vidare?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Positivt

Vad var bäst med idén?  
Varför var det bra?  
Hände något oväntat?

---

## Reflektion

Idéer på hur man kan förbättra,  
vidareutveckla lösningen?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Workshop 4

## NY-läge, utvärdering och fortsatt arbete

### Presentation av test

5 minuter per  
grupp!

- Det här är vår idé:
- Så här har vi testat vår idé:
- Så här blev resultatet (vad resulterade testerna i?):
- Så här kändes det att testa vår idé:
- De här frågorna har dykt upp:



EXPERIO Landstinget i Värmland Försäkringskassan



# ”Förnya”: NY-läge, utvärdering och fortsatt arbete



## **Förberedelse:**

Deltagarna hade som uppgift att testa sina prototyper mot användare.

## **Vad gjorde vi:**

Deltagarna presenterade sina testade idéer och hur de hade testat dem.  
Värdering av idéerna och utvärdering av projektet.

## **Hur gjorde vi:**

Deltagarna fick presentera testet av sina prototyper för en Anna-panel. Panelen bestod av 3 personer.  
Vidare användes en mall för att värdera idéerna.

Andra delen av workshopen utvärderade deltagarna projektet och sin insats i projektet. De skrev dessutom vykort till sig själva om hur de ska bidra till att projektets resultat ska leva vidare. Dessa vykort kommer skickas till den adressen som angavs, ca 2 månader efter projektets slut.

## **Att tänka på:**

- Ha tillräckligt med tid
- Hjärnan kommer bli trött, förbered godis/frukt/popcorn

# Utvärdering av process – vad har jag lärt mig?

Namn:

*Det bästa med projektet har varit...*

*Det här förvånade mig mest...*

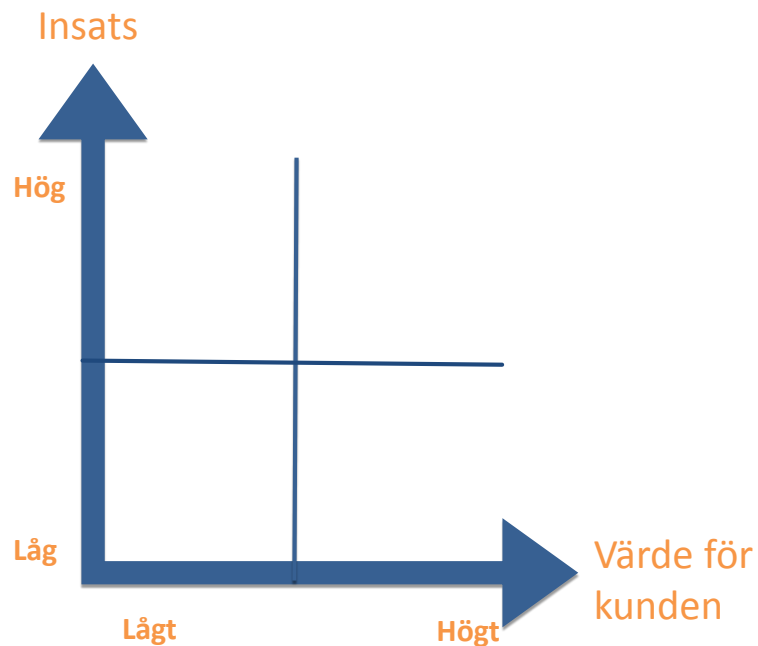
*Det bästa jag har gjort i det här projektet...*

*Det här hade jag kunnat göra annorlunda...*

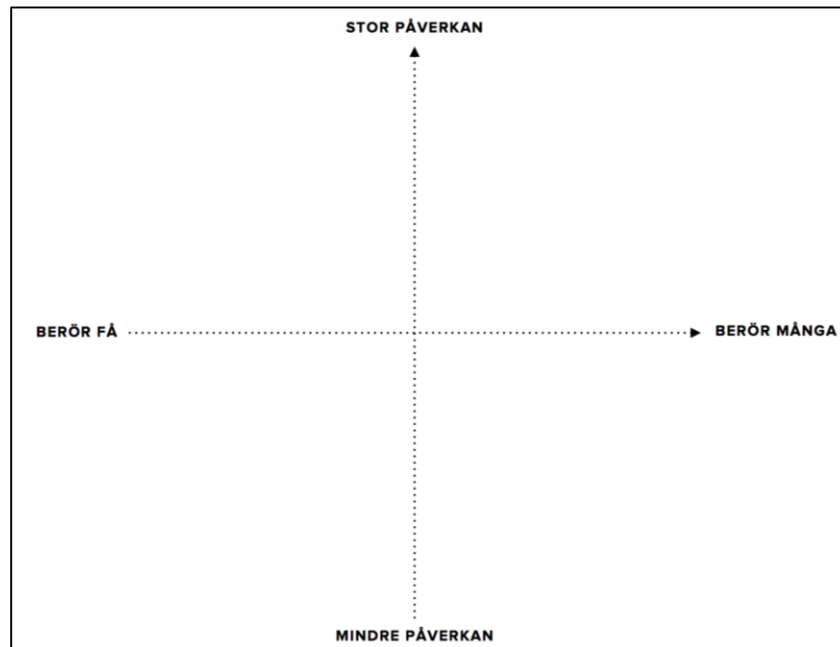
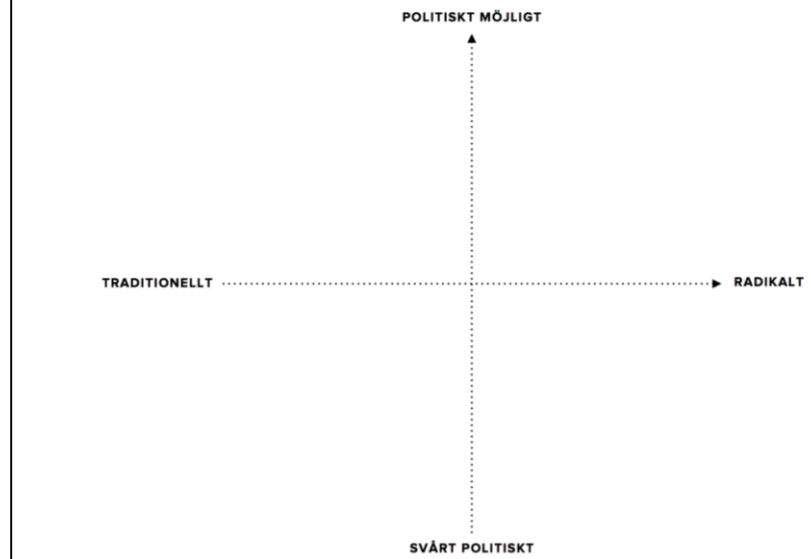


# Värderingsövning

Eller prioriteringsövning, matris. Vilka värden som sätts i x och y-led kan variera. Nedan är en bild på matrisen som användes i detta projekt. Andra typer av matriser finns till höger.



Metod: Matris





För mer information kring projektet och metoder kontakta:

**Sofia Axelsson**, projektledare Försäkringskassan

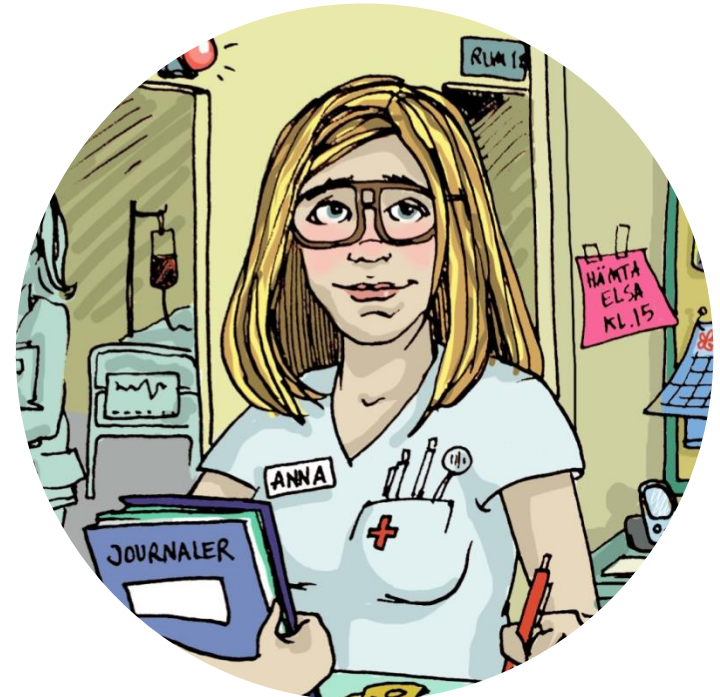
Mail: [Sofia.Axelsson@forsakringskassan.se](mailto:Sofia.Axelsson@forsakringskassan.se)

**Marie Stenman**, tjänstedesigner Försäkringskassan

Mail: [marie.stenman@forsakringskassan.se](mailto:marie.stenman@forsakringskassan.se)

**Olga Sabirova Höjerström**, tjänstedesigner Experiolab

Mail: [olga.sabirova.hojerstrom@liv.se](mailto:olga.sabirova.hojerstrom@liv.se)



Försäkringskassan

EXPERIO LAB



Landstinget  
i Värmland