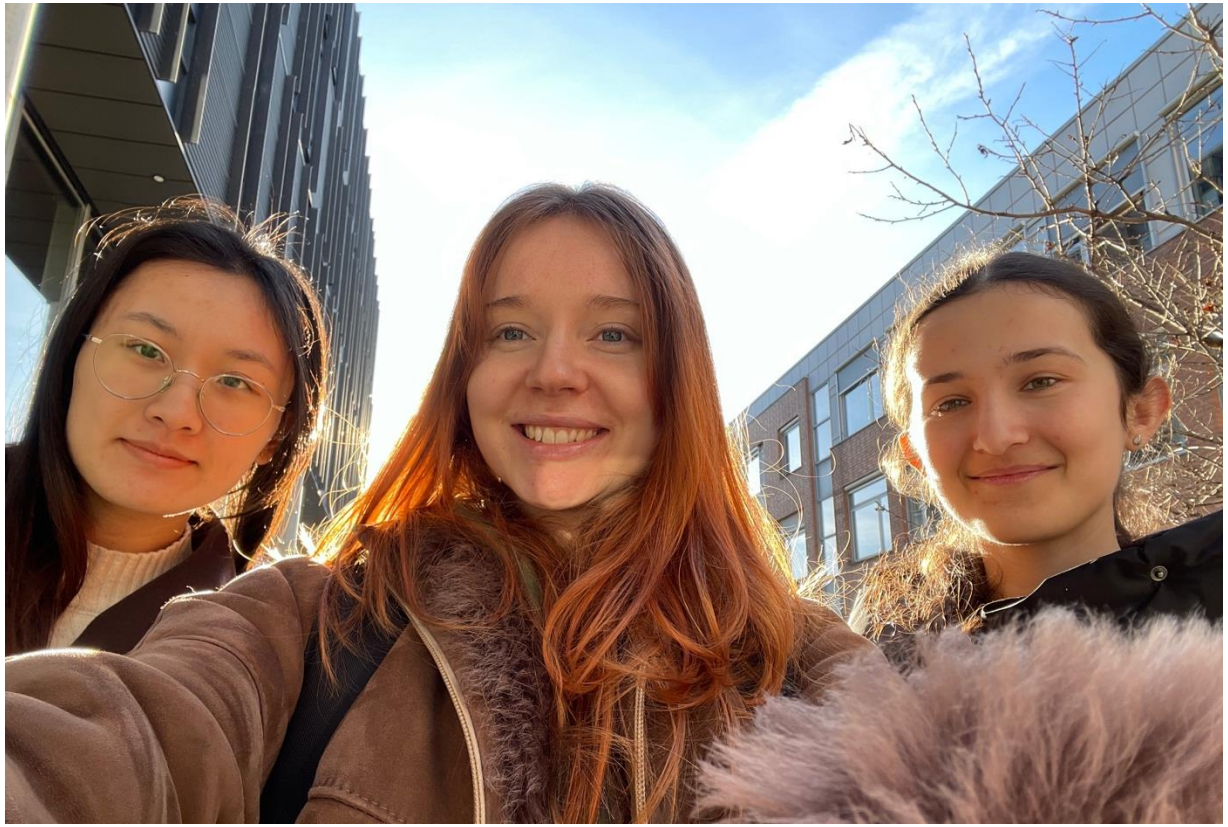




En hund vi kaller Frode

Styr på Dyr

Design **for** og **med** brukere

Sihan, Anne og Karina

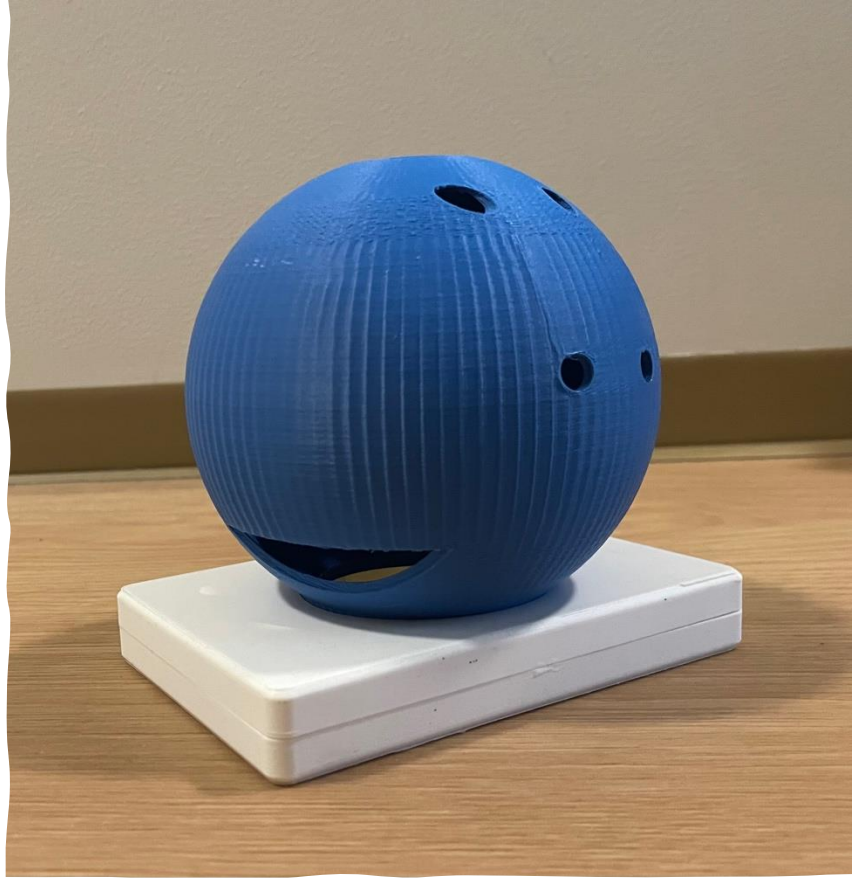


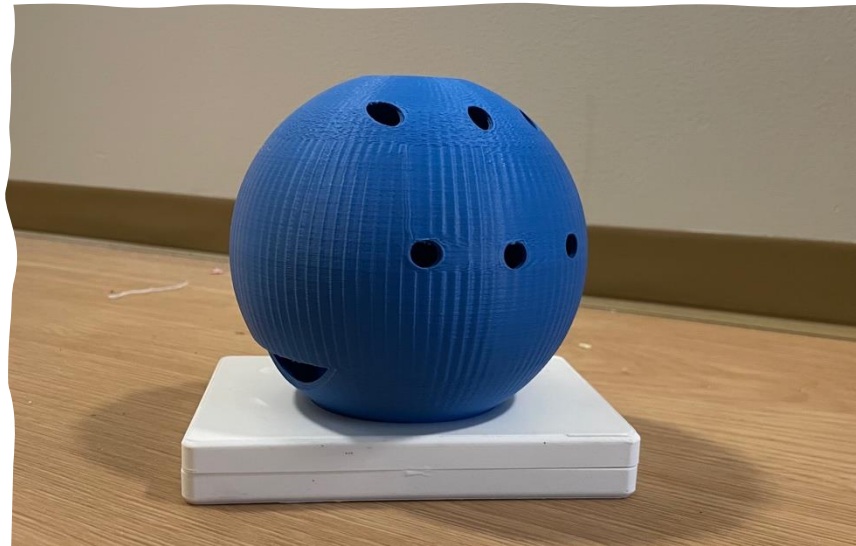
Sted: Venterommet hos dyrlegen

- Hvorfor?
  - Felles interesse + tilgang
- **Målgruppe**: hunder hos veterinæren
- **Tema**: gjøre venterommet til en mer behagelig opplevelse for hunder
- **Målbilde**: hunder som oppholder seg i venterommet skal bli roligere og mer avslappede mens de venter

Konsept og formkonsept

- **Konsept**: en beroligende enhet som automatisk frigjør trygghetsferomoner (Adaptil) når hunden nærmer seg for å redusere stress og uro.
- **Formkonsept**: blå kule med hull på en hvit base. Kulen skal likne en lekeball for å få oppmerksomheten til hunden. Blå fordi det er en farge som hunder ser godt. Blått og hvitt glir godt inn med typiske veterinærinteriør.





Hva er Adaptil?

- "… en (produkt)serie utviklet for hunder. Produktene inneholder trygghetsferomoner, som er naturlige duftstoffer som vanligvis utskilles mellom en mor og hennes avkom, samt mellom dyr av samme art."
- Ingen sederende effekt
  - Kilde: Apotek1

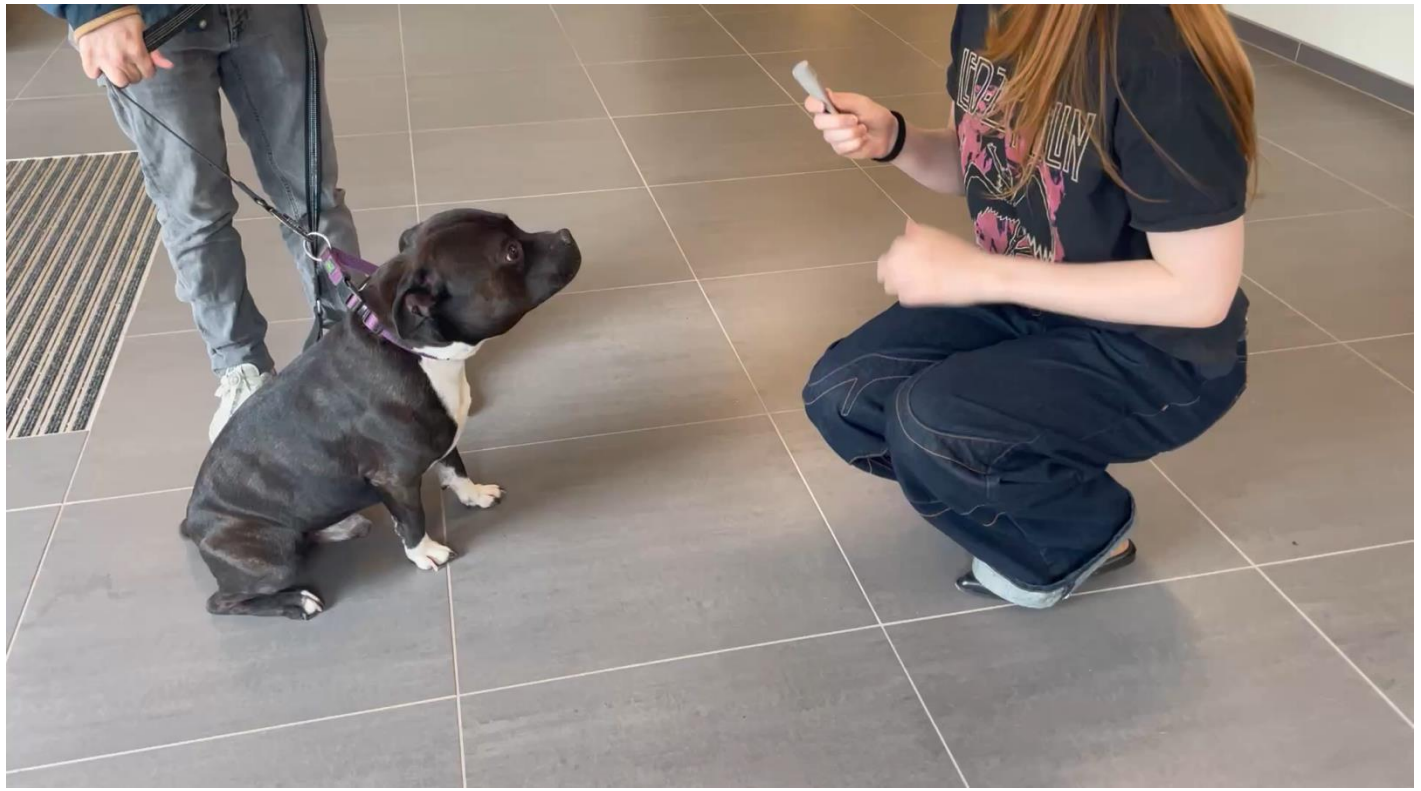


Hund som bruker

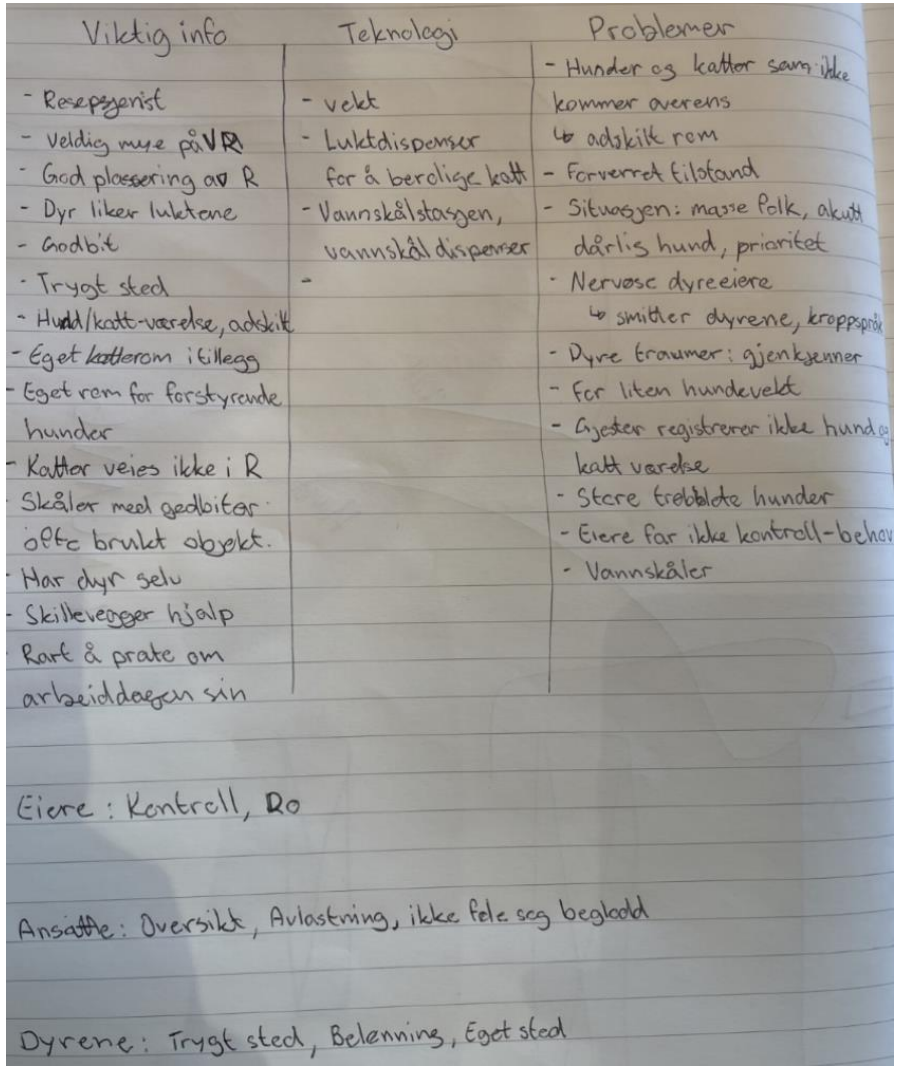
- Hva tenker og føler en hund?

=> behov for flere brukergrupper

- Primærbrukere: hunder
- Sekundærbrukere: hundeeiere
- Tertiærbrukere: ansatte



- Hvis videoen ikke funker



Undersøkelser og analyse

Våre brukere:

Resepsjonist hos dyreklinikk 1
Klinikkassistent hos dyreklinikk 2
Hund vi kaller Frode
Hundeeier (til Frode)

- Observasjon, intervju, workshop
- Intervju med resepsjonist
  - Analyse: tematisk – viktig informasjon, teknologi, problemer => kategoriserte etter behov til ansatte, eiere og hunder.
  - Funn: mye fungerer fra før, men ansatte må hente vann til hundene fysisk => forstyrrelse i arbeidsflyt. Bråkete og kranglete hunder forstyrrer også.
- Intervju/workshop med klinikkassistent
  - Bevisst holdt lavterskel med skissing og enkle rekvisitter for å holde det åpent og unngå bias (stille spørsmål om hennes behov og ideér til løsning før vi presenterte vannstasjonen).
  - Analyse: mer overordnet
  - Funn: igjen, mye fungerer fra før men brukeren savnet snack – og kaffemaskinen de pleide å ha.
- Intervju/workshop med hundeeier
  - Analyse: mer overordnet
  - Funn: hundeeiere bryr seg ikke om fasiliteter, men om hunden sin velvære. Hunder er ofte veldig stressa.

Designprosessen

- Iterativ prosess
- Seeing – Moving – Seeing (Schön)
  - Undersøkelse => innsikt => nye designvalg og kontinuerlig evaluering
- 4 sentrale iterasjoner

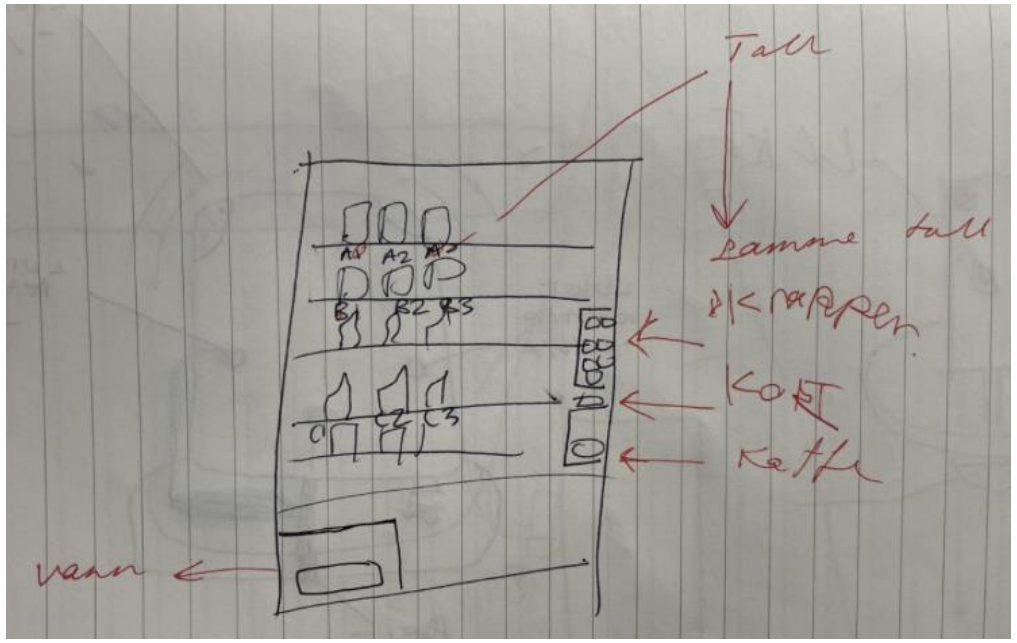
Iterasjon 1: vannstasjon

- Intervju med resepsjonist
- Innsikt: ansatte måtte ofte hente vannskåler manuelt når hundeeiere ønsket vann til hundene sine.
- ***"... det er veldig mange som spør om det, og da må vi fysisk gå bak og hente vannskåler"***. - Resepsjonist.
- Vårt første målbilde og konsept:
  - Forhindre forstyrrelser i arbeidsflyt til ansatte
  - Vannstasjon med pappskåler og dispenser



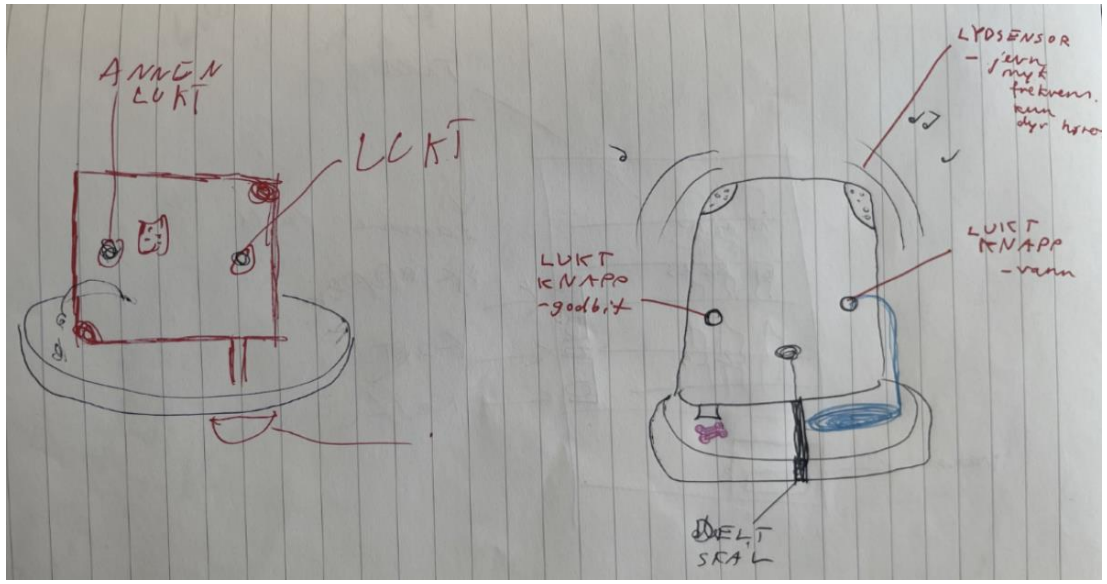
Iterasjon 2: snackautomat med integrert vannstasjon

- Intervju og workshop med klinikkassistent
- ***"Jeg savner snack-automaten vår!"*** - AniCura Klinikkassistent.
  - Økonomiske begrensninger hos dyreklinikken, vi oppfordret til divergent/utvidet tenkning
- Innsikt: vannstasjon er en god idé men kan bygges videre på
- Eksisterende design fungerte godt, reell medbestemmelse, "have a say". Ikke bare design **for** brukerer men også **med**.



Iterasjon 3: Interaktiv luktboks

- Intervju og workshop med hundeeier
- Innsikt: vi har fokusert veldig mye på de ansattes perspektiv.
  - Beroliget hund => beroliget eier => beroliget ansatte.
- Vendepunkt i prosjektet: endret målbilde og primær målgruppe
- ***"Lukt er hundens største sanseinntrykk"***. - hundeeier.
  - Essensiell informasjon for videre utvikling
  - Affordance, Gibson – hva slags interaksjon skal artefakten invitere til og hvordan?



Iterasjon 4: duft-diffuser med Adaptil

- Brukeres tilgjengelighet != kontinuerlig medbestemmelse
- Eksperteevaluering

  Innsikt:

- Ris og ros
  - Relevant, snusing er selveregulerende
  - Uhygienisk, overstimulerende

"Lav intensitet > Høy intensitet" - Eskeland, hundeekspert.

=> TENKE NYTT

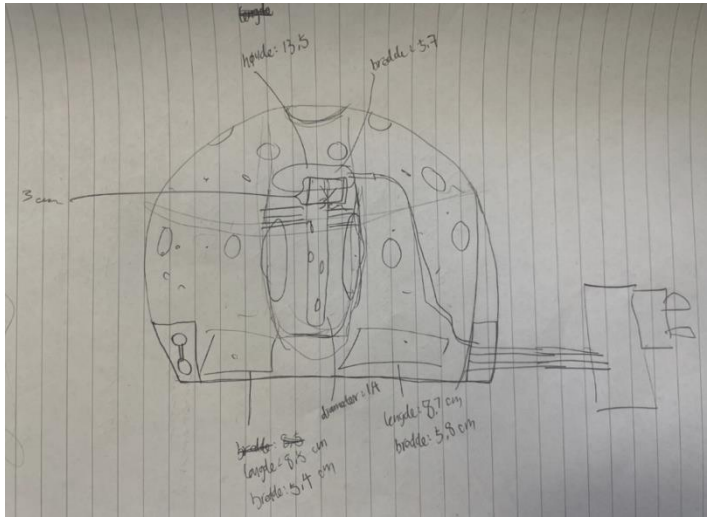
- Adaptil – tepper, leker, dispensere => inspirasjon.
- Videre dialog med hundeeier, form og plassering

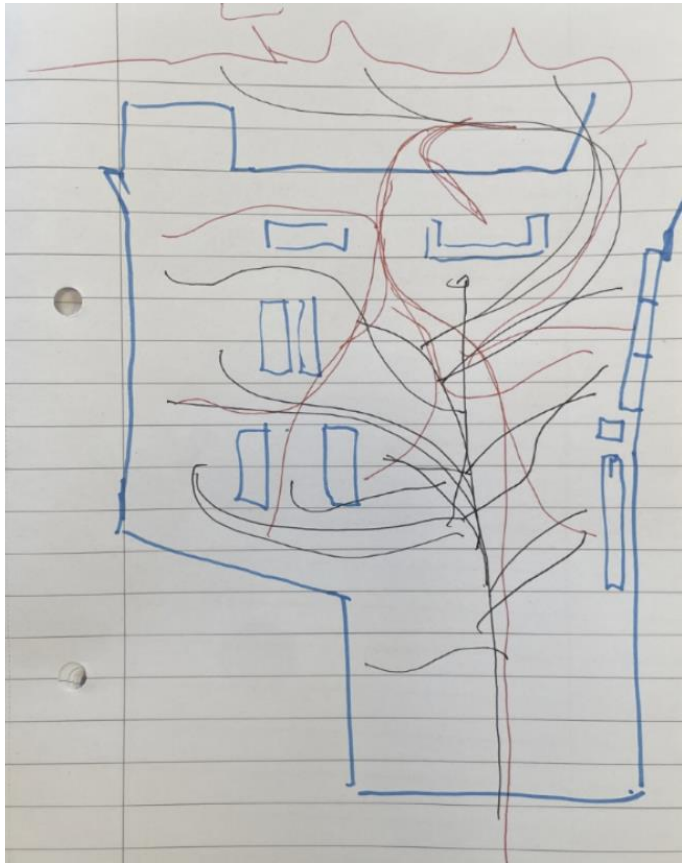
  Innsikt:

"<Frode> elsker alt som er rundt og ser ut som en ball!" - hundeeier.

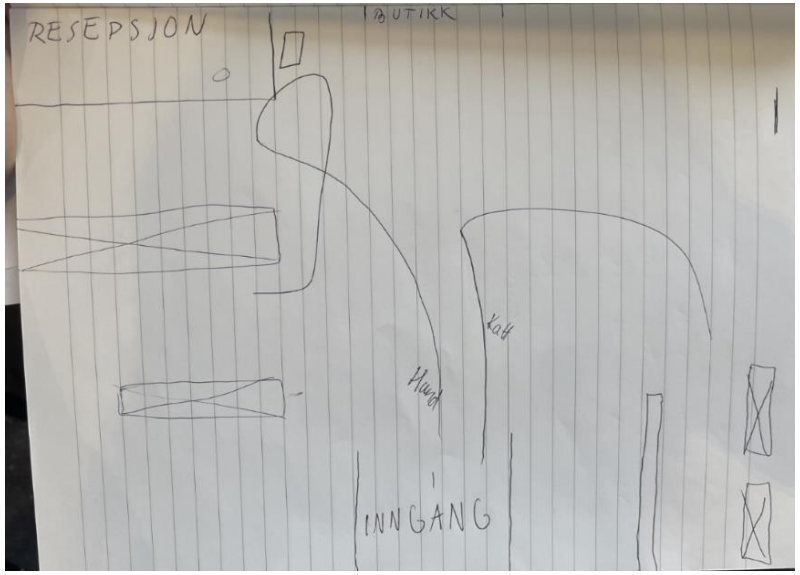
Plassering ved inngangen? Til venstre?







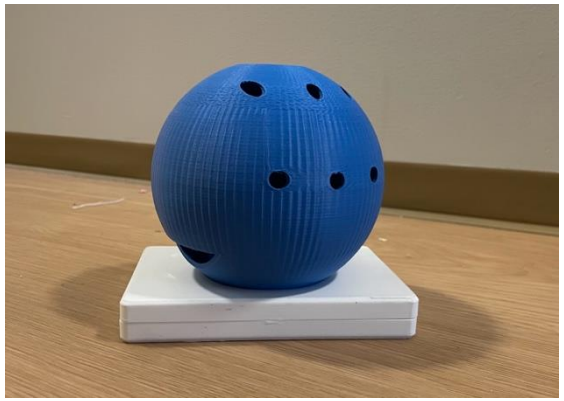




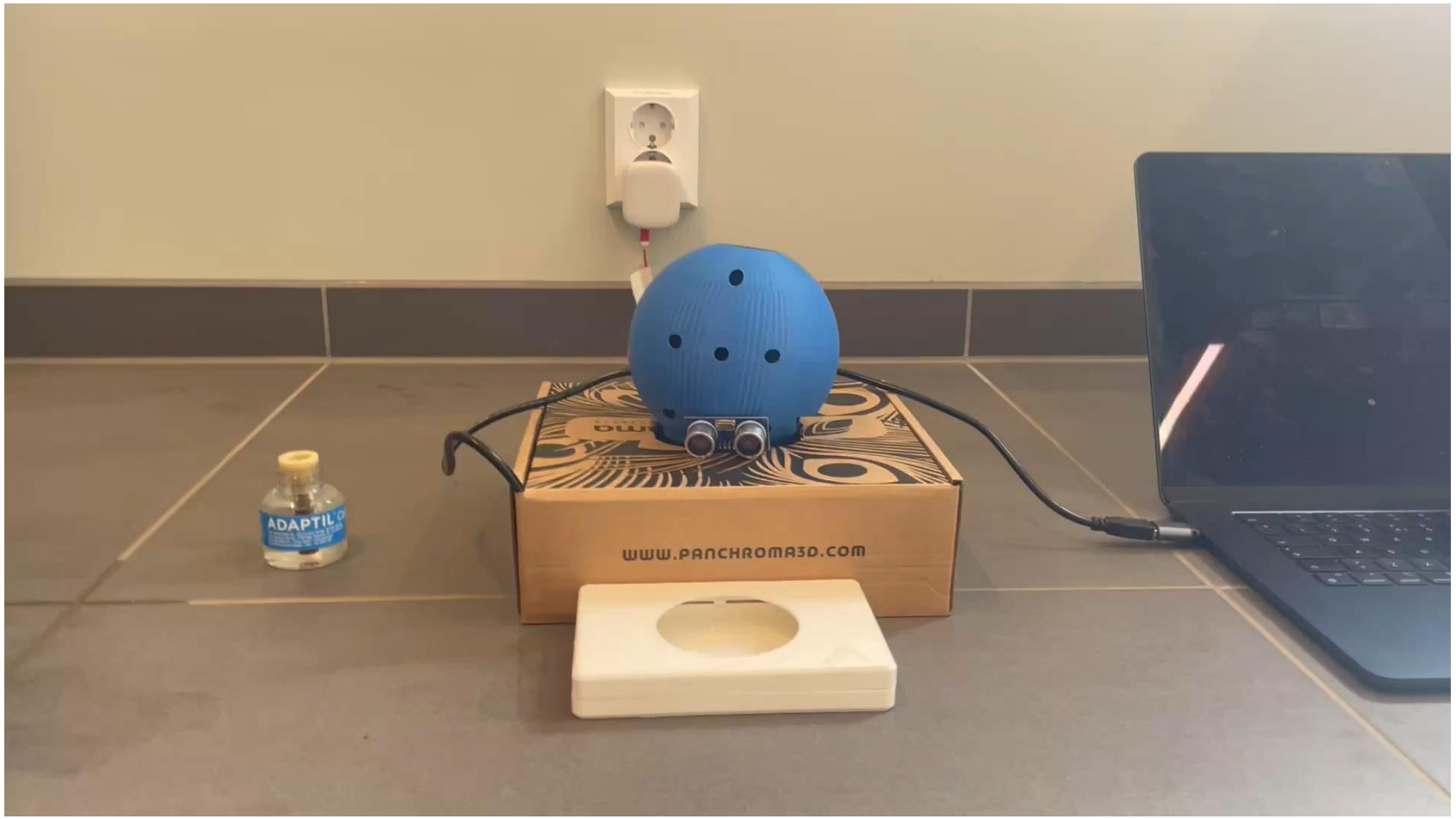
Orientering og plassering

Blikket faller mot venstre først
Tilegnet oss egenskap kun denne aktiviteten kunne gitt oss

Prototypen og teknisk løsning



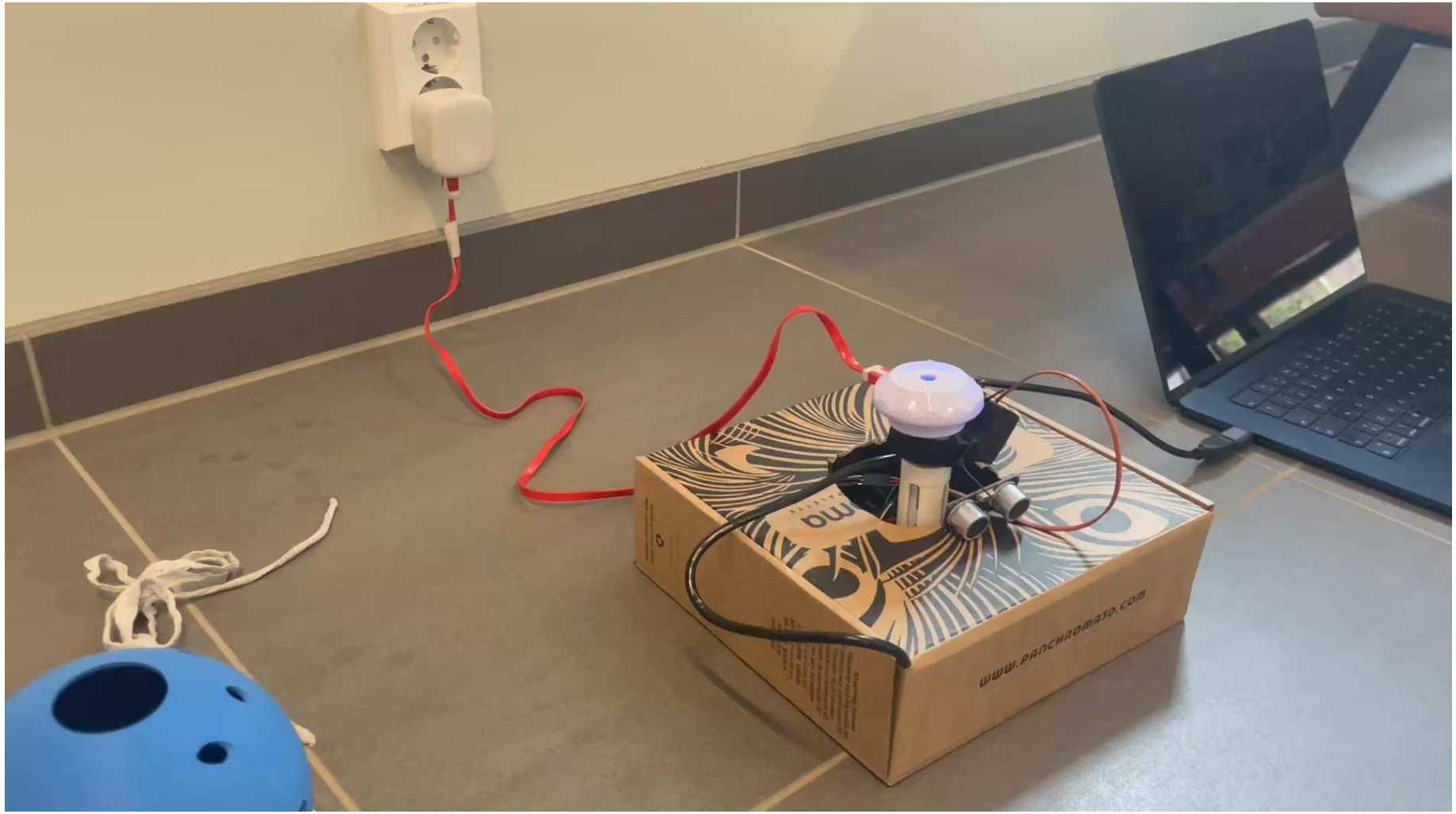
Hvis video ikke funker



Evaluering: Frode tester prototypen!

- Brukerevaluering med hundeeier og Frode
- Ønsket ikke utsette Frode for påkjenningen av å dra til dyrlegen => brukte inngangsparti i boligbygg som kunne likne.
- Frode er interessert i ballen hvertfall!

- Hvis video ikke funker



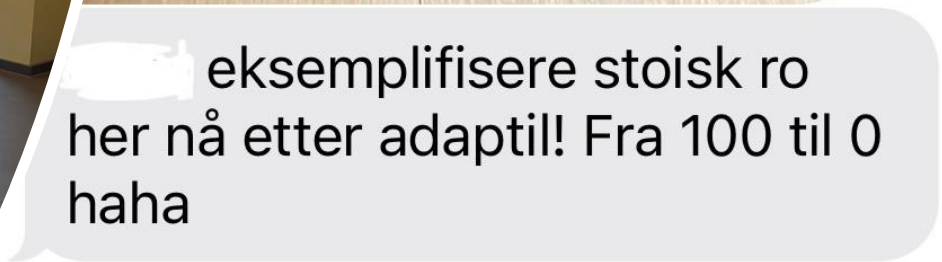
Refleksjon

- Fikk ikke testet plassering fordi prototypen trengte stikkkontakt (vi hadde tenkt å bruke batteri men kom ikke så langt)
- Teknisk løsning fungerte, litt usikker på hvor mye Adaptil diffuseren skylte ut
- Fikk tilbakemelding fra hundeeier etterpå
  - 15 minutter før virkning
- Skulle gjerne fått tilbakemelding fra en ansatt og ettersom enheten skal stå på deres arbeidsplass









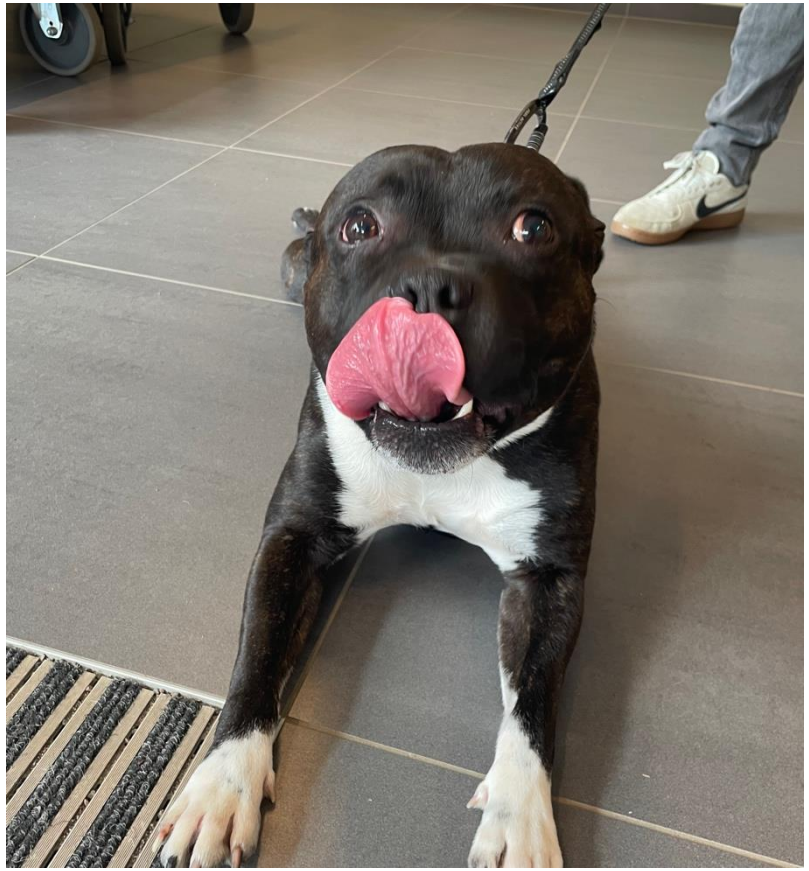
Samarbeid med brukerne



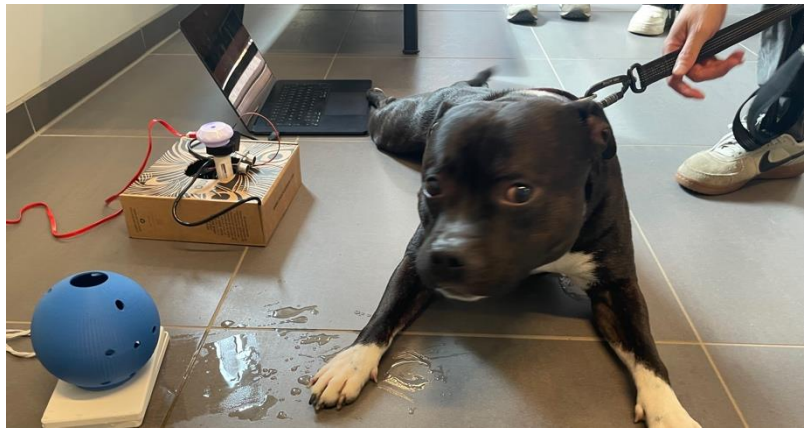
- **Medbestemmelse (Have a say)**
  - Intervjuer, observasjoner og workshops ga retning til prosjektet
  - Brukerne påvirket hvilke problemer vi fokuserte på
- **Gjensidig læring**
  - Brukernes erfaringer og behov
  - Løsningen ble utviklet gjennom samarbeid
- **Brukernes påvirkning**
  - Klinikkassistent → idé om snackautomat
  - Dyreatferdsekspert → Adaptil og mindre stimulering
  - Konseptet utviklet seg gjennom flere iterasjoner
- **Utfordring**
  - Hunder som primærbrukere
  - 3 designere











Takk for oss!