

Indhold

Introduktion	7
Bogens indhold	11
1 Målgruppeanalyse som disciplin	15
Definition på målgruppeanalyse	16
Funktionalitet, æstetik og indhold	18
Målgruppeanalytikerens ansvarsområder	23
2 Kommunikation	24
De klassiske kommunikationsmodeller	25
Fortolkning	26
Qvortrups alternativ til kanyleteorien	27
Kommunikationens 1. niveau	29
Kommunikationens 2. niveau	29
Kommunikationens 3. niveau	29
Kommunikation over distance og tid	30
Rekontekstualisering	32
3 Komplexitet, relevans og tillid	35
At forenkle kompleksiteten	36
Målgruppens rutiner	37
Kulturelle universer	38
Relevans som succeskriterium	39
Tillid som forankring	41
At overraske målgruppen	43
Maya-princippet	43
Modtagerens redskaber til at fortolke og selektere ud fra	44

4	Kategorisering	47
	Baggrundsvariable	49
	Demografiske og socio-økonomiske variable	49
	Køn	49
	Alder	50
	Bopæl	51
	Uddannelse og Arbejde	51
	Indkomst	52
	De kulturelle variable	53
	Segmenteringsmodeller	54
	Livsstil	55
	Minerva-modellen	55
	Kompass-modellen	60
	Modellernes anvendelse	62
	Kategorisering i en kontekst	64
	Bourdieu's kapitalformer	65
	Idealtyper	67
5	Informationsstrategi	70
	Primær og sekundær målgruppe	71
	Spredning af innovation	72
	Den kritiske masse	74
	Kriterier for vellykket spredning af innovation	74
	Innovationskarakteristika er afgørende for adoptions hastighed	76
6	Spørgsmål og hypoteser	78
	To emner bør undersøges	79
	Brainstorm – tematisering – udrensning	79
	Forundersøgelse	80
	Konkretisering af problematik: målformulering	82
	Differentiering af målgruppen	83
	Problemformulering	83
	Hypoteser	86
	Spørgsmål	86

7	Dataindsamlingsmetoder	89
	Valg af dataindsamlingsmetode	90
	Typer af dataindsamlingsmetoder	91
	Kvalitative – kvantitative metoder	91
	Metodetriangulering og kronologi	96
	Konkrete dataindsamlingsmetoder	97
	Desk studies	98
	Interviews	98
	Interviewguides	99
	Fokusgrupper	101
	Observationer	102
	Spørgeskemaundersøgelser	103
	Tænke-højt tests	107
	Quick and dirty-metoden	109
	Valg af informanter	110
	Forskningsetik	113
8	Analyse	115
	Kvalitativ analyse	116
	Om transskribering af interviews	116
	Diskursanalyse	117
	Kvantitativ analyse	120
9	Farer og fejlkilder	125
	Validitet og reliabilitet	125
	Informanteffekten	127
	Den sejlivede forforståelse	127
10	Formidling	130
	Litteratur	132
	Stikord	135

“Du skal hyle med de ulve du er iblandt” (Ibsen).