



COVID-VACCINATION OCH KONSUMENTINSIKT

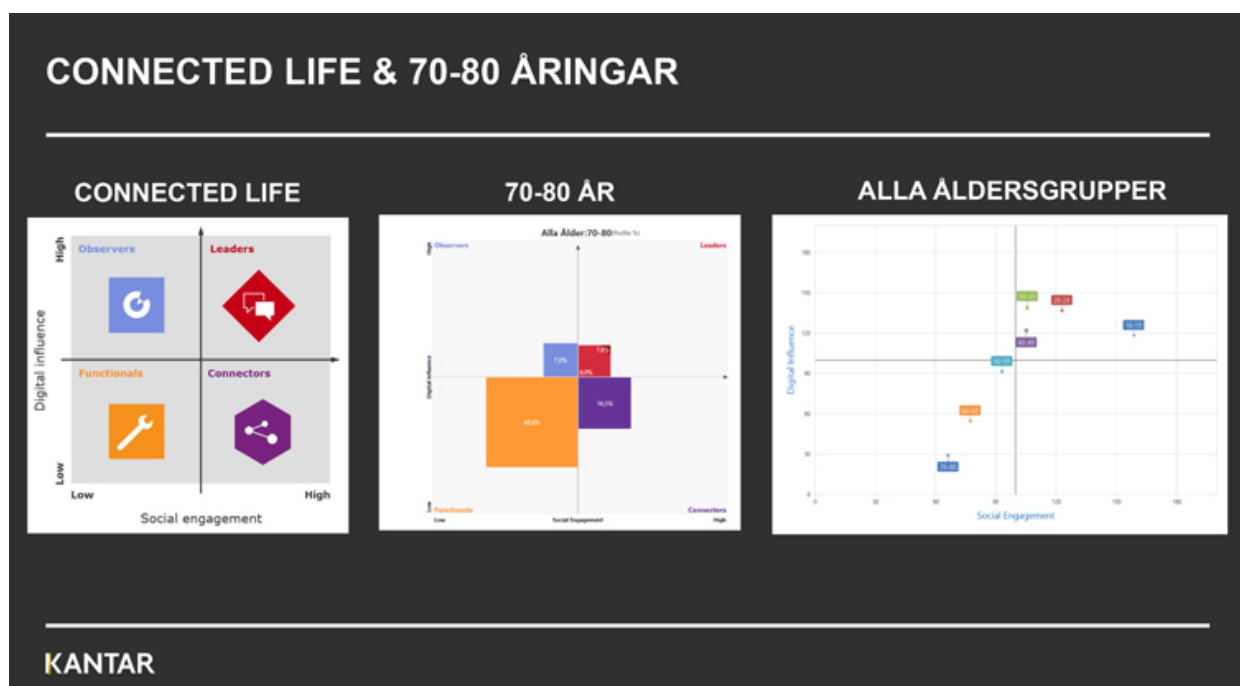
I dagarna hörs det många upprörda röster kring komplexiteten för äldre i att boka vaccinationstider, men det hörs också röster kring den upplevda bristen på tydlig kommunikation.

För min egen del så förstår jag delar av kritiken. Det går inte att bortse från det faktum att när det gäller bokning av vaccinationstider skulle det sannolikt inte tagit mer än några minuters analysarbete för att förstå att en förenkling av bokningsprocessen skulle ha varit klokt. De kommuner som än så länge lyckats väl är också de som erbjudit kompletterande telefonbokningssystem. I Skövde kommun har man enligt TV4 Nyheterna kompletterat service med en digital fixare som åker ut och ger personlig IT service/support. Men är inte detta något man borde ha kunnat förutse? Är inte det, alldeles vid sidan om Covid, tankar och tjänster som borde vara en självklar del av en organisations, myndighets, kommuns, företags service till kunder och medborgare?

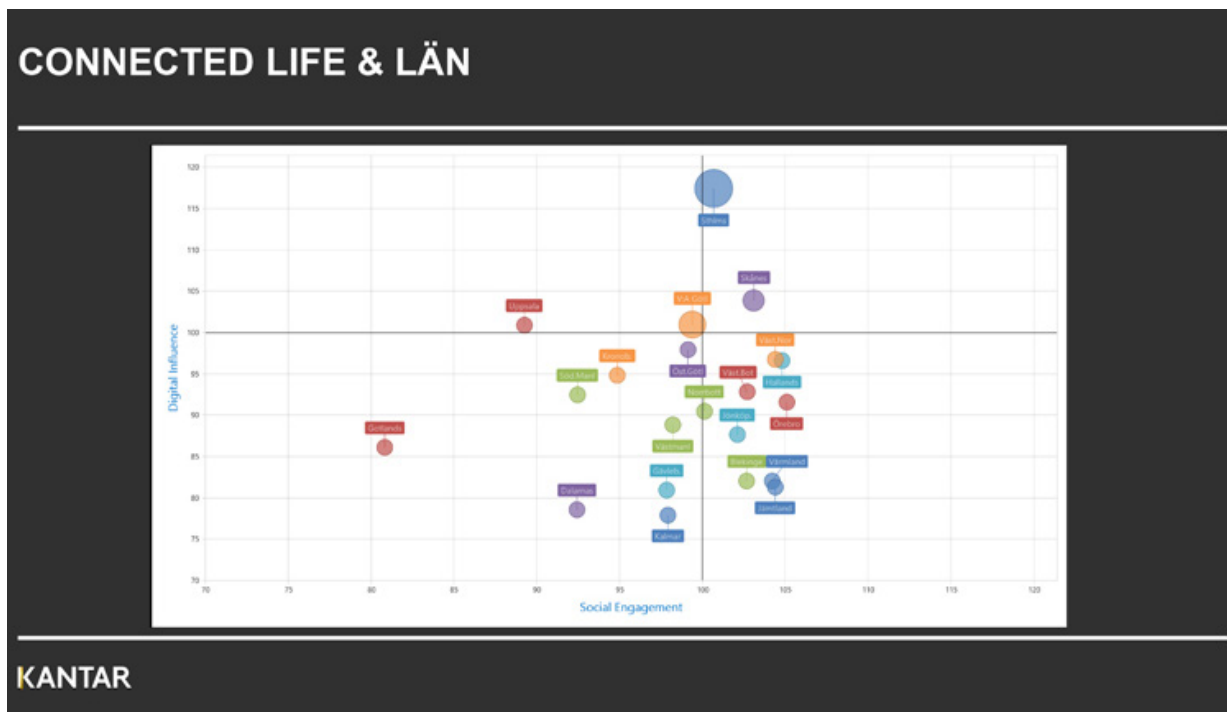
Självklart är det så. Data och insikter kring detta finns redan. Men data och insikter som inte används förblir lika oanvändbara som ett sjökort glömt hemma när du redan befinner dig i rytande storm.

Nedan är en analys ur Connected Life. En global segmenteringstudie som genomförts för att förstå det komplexa samspelet mellan målgrupp, medie, digital mognad och socialt engagemang. Detta för att vägleda företag, organisationer och myndigheter i innehåll, mediamix, UI strategier etc.

I detta fall (utan att gå in på djupet) ser vi två axlar (Digital mognad & Socialt engagemang), ur detta skapas fem digitala segment (i det övre högra segmentet finns ytterligare ett segment som heter Super Leaders) - vart och ett av de fem segmenten ställer olika krav på den som vill rikta sig till målgrupperna. Enkelt uttryckt i specifikt detta fall - om din målgrupp (70 - 80 år) befinner sig nere i det hörn där vi återfinner Functionals så kräver det en strategi som är extremt assisterande och vägledande (jag tänker Kjell & Co eller för all del Skövde kommun).



I bilden nedan ser vi alla svenska läns position i en positioneringsanalys avseende digital mognad och socialt engagemang (skulle givetvis kunna vara kommuner, regioner eller olika målgrupper på samma sätt).



Vad som syns är att olika regioner självklart måste anpassa sig efter sina medborgares digitala förutsättningar. Och vad som är helt uppenbart är att - att inte förstå och anpassa sig efter målgruppen är en garant för misslyckande.



Peter Callius,
Affärsrådeschef Media
0701-842191
peter.callius@kantarc.com