

Tjenestedesign for NAV rettet mot nyutdannede arbeidssøkere

En praktisk tilnærming til et bedre
tjenestetilbud hos NAV for nyutdannede
jobbsøkere uten krav på ytelser

Silje Kandal

Industriell design

Innlevert: januar 2016

Hovedveileder: Marikken Høiseth, IPD

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Institutt for produktdesign

Tjenestedesign for NAV rettet mot nyutdannede arbeidssøkere

*En praktisk tilnærming til et bedre tjenestetilbud hos NAV for nyutdannede
jobbsøkere uten krav på ytelser*

Silje Kandal

Industriell design

Innlevert: Januar 2016

Hovedveileder: Marikken Høiseth

En masteroppgave skrevet av Silje Kandal,
Institutt for produktdesign, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet,
januar 2016

Tjenestedesign for NAV rettet mot nyutdannede arbeidssøkere

*- En praktisk tilnærming til et bedre tjenestetilbud hos NAV for nyutdannede
jobbsøkere uten krav på ytelser*

SAMMENDRAG

BAKGRUNN

Oppgaven ble igangsatt på initiativ fra statlige NAV og "Prosjekt brukerdialog" v/Trude Hole.

Bakgrunnen for oppgaven var at NAV ønsket hjelp til å utforske målgruppen "Unge nyutdannede jobbsøkere fra høyere utdanning," og hvilke tjenester NAV kan tilby for å nå ut til og skape verdi for denne brukergruppen.

MÅL

Målet med oppgaven er å levere verdifulle tjenestekonsept for NAV som svarer på behov og problemområder hos nyutdannede arbeidssøkere, og som kan gjøre NAV til en mer attraktiv tjenestetilbyder for denne målgruppen.

METODE

I oppgaven har tankesettet og metodikken som ligger til grunn for tjenstedesign blitt benyttet. Herunder har metoder som dybdeintervjuer, shadowing, tjenestesafari, kundereisen, service blueprint, value proposition design, workshop, tjenesteprototyping, brukertesting og co-creation vært

sentrale. Oppgaven har hatt en brukersentrert, smidig og praktisk tilnærming med et tett samarbeid med brukeren og NAV underveis.

RESULTAT

Oppgaven har resultert i en omfattende innsiktsanalyse av brukerens behov og problemområder, og NAVs nåværende posisjon hos målgruppen. Videre har dagens tjenestetilbud til brukergruppen hos NAV og eksterne tjenestetilbydere blitt analysert, og det ble avdekket et gap mellom behov og tjenestetilbud.

Leveransen består av to tjenestekonsepser for NAV som svarer på behov og problemområder hos brukeren som ikke blir dekket i tilstrekkelig grad av NAV og det eksterne markedet. De to tjenestekonseptene som blir presentert kan realiseres hver for seg, men vil sammen skape en helhetlig god brukeropplevelse for målgruppen i både det fysiske og digitale møtet med NAV. Videre gis det anbefalinger til endringer for å skape en bedre brukeropplevelse i NAVs eksisterende tjenester.

ABSTRACT

BACKGROUND

NAV and Trude Hole who was engaged in NAVs "Prosjekt brukerdialog" initiated the project. NAVs objective was to gain insight about young educated jobseekers and which services NAV could provide to attract and meet this user groups needs.

OBJECTIVE

The objective is to deliver valuable service design concepts for NAV that solves problem areas and satisfies needs of the user - making NAV a more attractive service provider for this target user group.

METHOD

Throughout the project the mindset and methods of service design have been applied. Hereunder, central methods like interviewing of users and actors, shadowing, service safari, customer journey map, service blueprint, value proposition design, workshop, service prototypes, usability testing and co-creation. The project has had a user-centered, lean and practical approach in close collaboration with the target user

group and the service provider, NAV.

RESULT

The project has resulted in a comprehensive insight to the user groups' needs and problem areas, and NAVs current position with the target group. The service offerings towards the user group by NAV and external service providers have been analyzed, and a gap was found between user needs and the coverage of existing services.

The project delivery consists of two service design concepts that satisfy user needs and solves problem areas not fully met by the current services of NAV or the external market. The two service concepts that will be presented can be implemented independently, and combined they can create an holistic user experience for the target group both in the physical and digital interaction with NAV. Further, recommendations for alterations in NAVs existing services will be presented in order for NAV to create better user experiences for the target group without implementing new services.

FORORD

Denne masteroppgaven er skrevet ved institutt for produktdesign ved Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet høsten 2015.

Flere har bidratt i gjennomføringen av oppgaven og jeg vil gjerne rette en stor takk til:

NAV og Trude Hole for muligheten til å jobbe med problemstillingen og for gode diskusjoner underveis i prosessen.

Eldri Coll Mossige og Marikken Høiseth for støtte og veiledning gjennom oppgaven.

Alle arbeidssøkerne som velvillig har stilt opp til intervjuer, workshops, brukertester og evalueringer gjennom oppgaven.

Alle som bidro til å muliggjøre brukertesting av tjenesteprototypen "NAV jobbsøkerkafé," herunder Hausmania, GoMore, NAV og venner som hjalp til å stelle i stand lokalet.

BEKK Consulting for muligheten til å sitte i deres lokaler og være en del av et inspirerende fagmiljø.



INNHold

| | | |
|----------|---|------------------|
| 1 | INTRODUKSJON | |
| | 1.1) Oppgave | s 14-17 |
| | 1.2) Motivasjon | s 18-19 |
| 2 | METODE | |
| | 2.1) Tilnærming og prosess | s 22-27 |
| | 2.2) Forstå | s 28-41 |
| | 2.3) Skape | s 42-51 |
| | 2.4) Bygge | s 52-55 |
| | 2.5) Teste | s 56-63 |
| | DEL 1: FORSTÅ | s 64-161 |
| 3 | BRUKEREN | |
| | 3.1) Personas | s 68-73 |
| | 3.2) Behov | s 74-83 |
| | 3.3) Problemområder | s 84-89 |
| | 3.4) Kundereisen | s 90-99 |
| 4 | NAV OG NYUTDANNEDE | |
| | 4.1) Introduksjon av actors | s 102-105 |
| | 4.2) Tjenestetilbud og relasjon | s 106-117 |
| | 4.3) Brukeropplevelse | s 118-127 |
| | 4.4) Service blueprint av eksisterende tjeneste | s 128-135 |
| | 4.5) Oppsummering av painpoints | s 136-141 |
| 5 | MARKED | |
| | 5.1) Tilgjengelige tjenester vs. behov | s 144-149 |
| | 5.2) NAV og arbeidsgiver | s 150-157 |
| | 5.3) Oppsummering av viktigste funn | s 158-161 |
| | OPPSUMMERING AV DEL 1: FORSTÅ | s 162-171 |
| | DESIGNBRIEF | s 172-177 |

DEL 2: SKAPE **s 178-219**

6

IDÉGENERERING

- 6.1) Idégenerering med arbeidssøkerne s 182-191
- 6.2) Idégenerering med NAV s 192-197
- 6.3) Konseptretninger s 198-207
- 6.4) Konseptvalg s 208-219

DEL 3: BYGGE **s 220-251**

7

VIDEREUTVIKLING

- 7.1) Konsept 1: Mitt NAV s 224-243
- 7.2) Konsept 2: NAV Jobbsøkerkafé s 244-251

DEL 4: TESTE **s 252-289**

8

BRUKERTESTING

- 8.1) Konsept 1: NAV Karrierestart s 256-271
- 8.2) Konsept 2: NAV jobbsøkerkafé s 272-289

DEL 5: LEVERANSE **s 290-349**

9

LEVERANSE

- 9.1) Tjenestekonsept 1: NAV karrierestart s 294-323
- 9.2) Tjenestekonsept 2: NAV jobbsøkerkafé s 324-339
- 9.3) Helhetlig tjeneste s 340-345
- 9.4) Forslag til forbedringer i NAVs eksisterende tjenester s 348-349

EVALUERING **s 350-357**

1

INTRODUKSJON

1.1 Oppgave

1.2 Motivasjon

INNLEDNING

Dette kapitlet vil presentere oppgaven, den originale oppgavebeskrivelsen med endringer, samt motivasjonen for gjennomføring av oppgaven.

1.1 OPPGAVE

PROBLEMSTILLING

Hvordan kan NAV tilrettelegge for bedre tjenester rettet mot nyutdannede arbeidssøkere?

OPPDRAGSGIVER

Problemstillingen ble utarbeidet i samarbeid med NAV - arbeids- og velferdsdirektoratet via "Prosjekt brukerdialog" med Trude Hole som initiativtaker.

HENSIKT

NAV har et samfunnsansvar i å hjelpe mennesker ut i arbeid. Nyutdannede arbeidssøkere er en brukergruppe som er lite representert hos NAV per dags dato, samtidig som arbeidsledigheten øker. Det er i NAVs interesse å kunne tilby tjenester tilpasset denne brukergruppen for både å hjelpe dem ut i jobb, og forebygge at de havner på sosiale ytelser.

Alle innbyggere i Norge vil benytte seg av NAVs tjenester på et eller annet tidspunkt i livet. Ved å sikre en god førstegangsopplevelse for unge nyutdannede, kan NAV bygge tillit hos nye brukere av fremtidige tjenester. En langsiktig verdi i å få tidlig kontakt med unge brukere, er at deres registrerte informasjon kan bidra til å utvikle brukervennlige og mer effektive fremtidige tjenester ved at de kjenner brukernes historie. I tillegg vil registrering av nyutdannede arbeidssøkere hos NAV bidra til en mer realistisk ledighetsstatistikk. Denne statistikken er viktig for NAV og politikerne for å sikre utformingen av nyttige fremtidige tjenester og tiltak.

VEILEDNING

Siden oppgaven har blitt gjennomført i Oslo har Eldri Coll Mossige fra BEKK Consulting vært ekstern hovedveileder gjennom oppgaven. I tillegg har det foregått kontinuerlige forankringsmøter og veiledning med Trude Hole hos NAV underveis i prosessen.

Marikken Høiseth har vært intern veileder fra NTNU, og fulgt prosessen fra avstand.

Siw Wold Ueland fra NAV har vært en viktig resurssperson og satt meg i kontakt med viktige nøkkelpersoner hos NAV underveis, svart på utallige mailer, og blitt med på møter hos NAV.

OPPGAVETEKST

Den opprinnelige oppgaveteksten er kopiert inn på høyre side. Endringer fra opprinnelig oppgavetekst inkluderer:

- Endring av tittel til "Tjenstedesign for NAV rettet mot nyutdannede arbeidssøkere". Denne tittelen ble vurdert å beskrive oppgaven bedre enn den tidligere versjonen.
- Oppgaven tar i bruk tjenstedesignmetodikk med en praktisk tilnærming. Teori og bruk av interaksjonsdesign har ikke vært fokus for oppgaven.
- Brukergruppen (nyutdannede arbeidssøkere fra høyere utdanning uten krav på ytelse) kan ha hatt en tidligere relevant jobb, men ikke ha tjent så mye at de har krav på dagpenger.
- Fokuset har ikke primært vært

å utvikle en tjeneste som gjør det enklere for brukergruppen å komme inn på jobbmarkedet, men heller hvilke tjenester NAV kan tilby for å skape en bedre tilrettelagt jobbsøkerprosess og jobbsøkerhverdag for målgruppen. Herunder kan tjenesten bidra til at arbeidssøkerne kommer raskere inn på jobbmarkedet.



Masteroppgave for student Silje Kandal

Tittel: Tjenestedesign benyttet for å hjelpe unge nyutdannede ut i jobbmarkedet
Service design used to aid young graduated people with entering the job market

I dagens marked sliter en del unge mennesker å komme ut i jobb etter fullført høyere utdanning. Nav vil undersøke muligheten for en tjeneste som kan bistå med å få disse menneskene raskere ut i jobbmarkedet, da de faller utenfor gruppen som har krav på støtte fra Nav.

Oppgaven vil begrense seg til unge nyutdannede som har fullført høyere utdanning, men enda ikke hatt en relevant jobb i henhold til fullført grad. Oppgaven vil gå ut på å kartlegge hvilken tjeneste Nav kan tilby disse menneskene, for å gjøre det enklere for dem å entre jobbmarkedet. I den sammenheng vil det utføres en innsiktanalyse på hvilke behov de potensielle brukerne har, hva Nav kan bistå med, samt analyser av lignende tjenester som eksisterer i det eksterne markedet. Oppgaven sikter mot å utvikle et tjenestekonsept for Nav basert på behov og innsikt som blir kartlagt under studiet. Teori rundt tjeneste- og interaksjonsdesign vil danne grunnlaget for gjennomføring av oppgaven.

Oppgaven gjennomføres i samarbeid med prosjekt «Brukerdialog» for Nav v/ Trude Hole og Sopra Steria.

Oppgaven vil blant annet inneholde:

- Analyse av brukerbehov
- Analyse av eksternt marked med lignende tjenester
- Analyse av muligheter for hva Nav kan tilby
- Tjenestekonsept
- Evaluering

Oppgaven utføres etter "Retningslinjer for masteroppgaver i Industriell design".

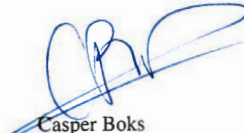
Ansvarlig faglærer: Marikken Høiseith
Bedriftskontakt: Trude Hole

Utleveringsdato: 28. august 2015
Innleveringsfrist: 22. januar 2016

Trondheim, NTNU, 28. august 2015

Marikken Høiseith

Marikken Høiseith
ansvarlig faglærer


Casper Boks
instituttleder

1.2 MOTIVASJON

BRUKERSENTRETT

Å jobbe med brukeren i fokus er ikke minst viktig - men også spennende. Denne oppgaven var vinklet mot å avdekke behov hos nyutdannede jobbsøkere, og utforske mulige tjenester NAV burde tilby for å skape verdi for denne brukergruppen. Etter innsiktsarbeid og møter med NAV i startfasen ble det diskutert om NAV i det hele tatt *burde* ta innover seg denne brukergruppen. NAV tar seg av flerfoldige brukergrupper i samfunnet, og har knapt med ressurser. Samtidig er det kjent at det finnes flere andre gode tjenestetilbydere som nyutdannede allerede benytter seg av. Kunne NAV tilby verdifulle tjenester uten å konkurrere med andre tjenestetilbydere? Hvordan? Og hvordan kan NAV være den beste tjenestetilbyderen for brukeren? Dette var noen utfordrende spørsmål

som ble stilt i innsiktsfasen. Å jobbe tett opp mot brukeren og sikre at deres behov blir ivaretatt og at løsningene skaper verdi mener jeg er noe av det viktigste man gjør som designer - og dermed en stor motivasjon for oppgaven.

VERDIFULLT FOR SAMFUNNET

Oppgavens problemstilling ble sett på som veldig aktuell i dagens samfunn, hvor nedbemanning og arbeidsledighet er en realitet og et tema som stadig diskuteres i samfunnet. Å jobbe med en problemstilling hvor løsningen kan gi en samfunnsnyttig verdi ser jeg på som givende. Samtidig er jeg selv snart nyutdannet og i et nettverk med flere nyutdannede arbeidssøkere. Kontakt med brukere var en stor forutsetning for oppgavens gjennomføring, og jeg

kunne dermed dra fordel av egen situasjon.

lettere å begrense scopet.

TJENESTEDESIGN

Tjenestedesign er et interessant fagområde som jeg kunne tenke meg å utforske mer. Oppgaven gir rom for å benytte tankesettet og metodikken som ligger til grunn for tjenestedesign, slik at jeg kan heve min kompetanse innenfor feltet.

UTFORDRENDE

NAV er et stort domene, det er flere eksterne aktører på stillingsmarkedet, og problemstillingen ga rom for ulike løsninger. Oppgaven ble dermed sett på som en utfordring med et stort handlingsrom. Begrensningen til brukergruppen "nyutdannede jobbsøkere fra høyere utdanning uten krav på ytelse" gjorde det

2

METODE

- 2.1) Tilnærming og Proses
- 2.2) Forstå
- 2.3) Skape
- 2.4) Bygge
- 2.5) Teste

INNLEDNING

Dette kapitlet vil gi leseren en innføring i metoder som har blitt anvendt i løpet av designprosessen. Kapitlet vil bli introdusert med et helhetlig overblikk over tilnærming til oppgaven og prosess. Deretter vil det bli forklart hvorfor og hvordan ulike verktøy og metoder har blitt brukt i de forskjellige fasene: "FORSTÅ", "SKAPE", "BYGGE" og "TESTE".

TILNÆRMING

PRAKTISK

Oppgaven har en praktisk tilnærming til problemstillingen. Rapporten vil bli skrevet med antagelse om at leser er drevet innen designmetodikk og tjenstedesign, og det vil derfor ikke brukes tid på å forklare designteori. Relevant teori fra studieforløpet har blitt brukt i den praktiske gjennomføringen.

BRUKERSENTRETT

En brukersentrert tilnærming har vært kjernen i oppgaven. Fokuset har vært på å avdekke brukerens adferd, handlinger, følelser, hindringer, problemområder og behov for å sikre verdifulle konseptløsninger. Tjenstedesignmetodikk og tankesett har vært sentral i den brukersentrerte tilnærmingen.

TJENESTEDESIGN

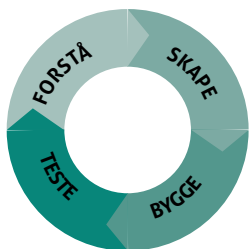
Tjenstedesignmetodikk har blitt brukt som tilnærming til problemstillingen for å skape

et helhetlig overblikk med sluttbrukeren i fokus. Herunder har metoder som AT-ONE dybdeintervju, tjenestesafari, service blueprints, value proposition design, observasjoner, workshop, kundereisen, co-design, brukertesting og tjenesteprototyper blitt anvendt.

MVP

“Minimal viable product” har vært et sentralt tankesett for å kunne jobbe smidig med problemstillingen og teste hypoteser og tjenester underveis. Denne tilnærmingen har vært viktig for å sikre en effektiv prosess og at leveransen svarer på og løser reelle behov og problemområder hos brukeren. Fokuset har dermed ikke vært på å utforske løsninger ned på detaljnivå, men å levere verdifulle tjenestekonsept som kan bearbeides videre av NAV.

PROSESS



Figur 1: Visualisering av den iterative prosessen og de ulike designfasene. Fasebegrepene "Forstå, Skape, Bygge og Teste" er inspirert av Bekk Consulting.

SMIDIG

Underveis i prosessen har jeg jobbet smidig. Dette vil si at jeg har testet hypoteser og konsept underveis.

Under intervjuer ble nye behov fra en bruker testet videre i intervju med neste. I konseptfasen forsøkte jeg å holde meg til MVP-prinsippet og teste konseptretninger tidlig for å sikre gode løsninger på gitte problemområder og behov. Jeg har jobbet iterativt med fasene "FORSTÅ, SKAPE, BYGGE og TESTE" og hatt flere runder med testing og forankring med brukerne og NAV. Prosessen er illustrert på neste side i *Figur 2*.

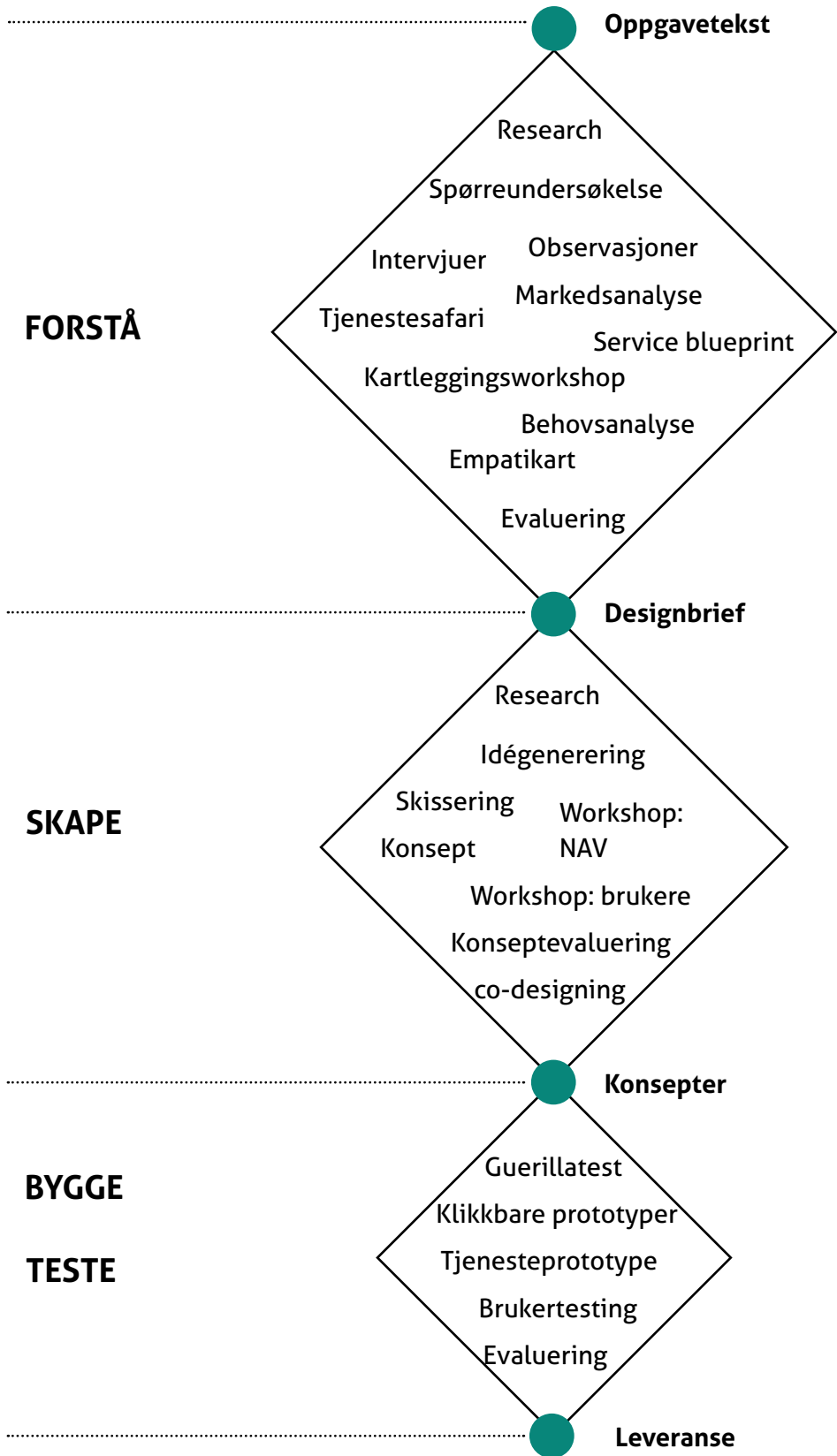
RESSURSER

Under prosjektet har jeg vært stasjonert hos BEKK Consulting, og dratt nytte av fagmiljøet der gjennom deltakelse på fagdager og kurs. I tillegg har jeg jobbet tett opp mot NAV, og hatt flere møter og

diskusjoner underveis i prosessen.

MASTERLOGG

Gjennom oppgaven har jeg loggført arbeidet jeg har gjort for å kunne se tilbake på og holde oversikt over prosessen. Sekundært ble den produsert for å oppdatere veiledere underveis for å effektivisere veiledningsmøter.



Figur 2: Visualisering av designprosessen



Fredrik

RESEARCH

MARKETING

STRATEGY

FINANCIAL

OPERATIONS

LEGAL

TECHNOLOGY

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

Relationships

Revenue Streams

Cost Channels

Customer Segments

Value Proposition

Channels

A man with short brown hair, wearing a blue jacket over a white t-shirt, is seated at a table. He is holding a blue pen in his right hand and looking towards the right with a thoughtful expression. The table in front of him is covered with numerous yellow and pink sticky notes. To his right, another person's arm and hand are visible, wearing a maroon sweater and a watch, also holding a blue pen. The background is a plain grey wall.

2.2 FORSTÅ

INNSIKT, KARTLEGGING & ANALYSE

Dette delkapittelet tar for seg metoder som har blitt brukt for å forstå problemstillingens domene og omfang i Del 1: FORSTÅ. De ulike metodene vil bli evaluert, og det vil bli forklart hvordan og hvorfor de har blitt brukt.

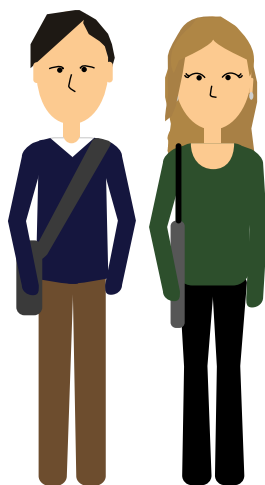
AT-ONE⁽¹⁾

ACTORS

Hovedaktørene det har blitt fokusert på i oppgaven:



NAV NAV
Veileder Markedskontakt



Nyutdannede
arbeidssøkere
(Målgruppen)



Arbeidsgiver

EVALUERING AV METODE

AT-ONE er tjenstedesignmetode som har blitt benyttet til å kartlegge viktige elementer i problemstillingens domene. Metoden var en god guide mot en helhetlig forståelse av forholdet mellom NAV og arbeidssøkerne, NAVs tjenestetilbud, og arbeidssøkernes situasjon som jobbsøker. Metoden involverte andre tjenstedesignmetoder i kartleggingen av Actors, Touchpoints, Offerings, Needs and Experiences.

TOUCHPOINTS

For å forstå de ulike interaksjonspunktene mellom brukeren (nyutdannet arbeidssøker) og aktørene i NAV (veiledere og markedskontakter) har de ulike prosessene blitt kartlagt i et service blueprint over NAVs tjenestetilbud til arbeidssøkerne.

OFFERINGS

Gjennom intervjuer, observasjoner, workshops og tjenstesafari har brukerens og ansattes vurdering av NAVs tjenestetilbud, opplevelse, og verdi for nyutdannede arbeidssøkere blitt kartlagt.

NEEDS

Hovedsaklig gjennom markedsundersøkelse, intervjuer, og workshops har nyutdannedes behov blitt kartlagt. Sekundært har NAVs behov blitt kartlagt. Arbeidsgivernes

behov har blitt vurdert i mindre grad, da tjenesten som skal utvikles ikke direkte rettes mot arbeidsgivere som primærbruker.

EXPERIENCE

NAV ansattes, HR avdelingen til Linjebyggs, Manpowers, og nyutdannedes opplevelse av NAVs systemer og tjenester til rekruttering har blitt evaluert for å forstå opplevelsen av NAV fra flere vinkler. I tillegg har tjenstesafari med nyutdannet på NAV-mottak blitt tatt i bruk for en dypere forståelse av hvordan det er å søke hjelp hos NAV personlig. Opplevelsen av å være nyutdannet arbeidssøker har blitt kartlagt via intervjuer og workshops.



DYBDEINTERVJUER⁽²⁾



BRUKERE

HVEM:

8 nyutdannede arbeidssøkere i alderen 24-27 år

HVORFOR:

For å forstå

- Brukerens behov og følelser som arbeidssøker
- Brukerens problemområder og ønsker
- Brukerens adferd, tiltak og handlinger som jobbsøker
- Brukerens forhold til NAV
- Brukerens opplevelse av NAVs systemer og tjenester
- Brukerens forhold til eksterne aktører på stillingsmarkedet

ANSATTE HOS NAV

HVEM:

3 veiledere i publikumsmottaket (PM) og markedskontakt hos NAV Ullern.

HVORFOR:

For å forstå

- NAVs tjenestetilbud og hvordan de jobber
- Hvilken kontakt de har og hva de tilbyr nyutdannede jobbsøkere
- Hva de opplever som de største problemområdene mellom NAV og nyutdannede
- Hva de tror NAV burde tilby nyutdannede
- Hvorfor/hvorfor ikke nyutdannede oppsøker NAV

EVALUERING AV METODE

Dybdeintervjuene var semi-strukturerte intervjuer med noen åpne forhåndsbestemte spørsmål planlagt på forhånd. Dette vil si at intervjuobjektene hadde stor påvirkning på intervjuets forløp. Fokuset var på å få intervjuobjektene til å åpne seg opp å dele mest mulig av deres erfaringer og opplevelser. Min rolle bestod i å stille spørsmål, lytte og stille oppfølgingsspørsmål ut i fra hva som ble fortalt. Intervjuene ga god og viktig innsikt fra ulike hold.

EKSTERNE AKTØRER

HVEM:

Leder for HR-avdelingen hos Linjebygg i Molde, 2 rådgivere hos Manpower i deres lokaler, 1 rådgiver hos Manpower på karrieresenteret ved UiO.

HVORFOR:

For å få en forståelse av eksterne aktørers posisjon hos nyutdannede, hva de oppfatter som nyutdannedes største behov og problemområder og hvilket forhold de har til NAV.





WORKSHOP MED NYUTDANNEDE ARBEIDSSØKERE: KARTLEGGING AV KUNDEREISEN

DELTAKERE

6 nyutdannede arbeidssøkere i alderen 24-27 år

HVORFOR

For å kartlegge:

- hva man foretar seg som jobbsøker (tiltak og handlinger)
- når man oppsøker ulike tjenester (finnes det et felles mønster?)
- hvilke behov man har underveis (endrer behov seg over tid?)
- hvordan den følelsesmessige reisen utløper seg (endring over tid?)

HVORDAN

Arbeidssøkerne fikk produsere post-it's med behov (blå) tiltak/handlinger (gule) og følelser (rosa) som de skulle plassere på en tidslinje fra siste året på studiet til 5 måneder som arbeidsledig. Dette foregikk over 3 runder hvor runde 1 fokuserte på før man var ferdigutdannet, runde 2 på under sommerferien og runde 3 på tiden etter sommerferien og utover. Arbeidssøkerne fikk 5 minutter per runde på å notere, og gikk så opp en etter en og plasserte produserte post-it's på tidslinjen mens de forklarte og diskuterte hva de hadde skrevet ned.

METODE

En variant av Kundereisen⁽³⁾ hvor fokuset var kartlegging av jobbsøkerhverdagen før man er ferdig utdannet, rett etter man er ferdigutdannet (under sommerferien) og tiden etter sommerferien og opp til 5 måneder som arbeidssøker.

VERKTØY

Post it's og gråpapir

Resultatene fra workshopen kan leses om i delkapittel 3.4: Kundereisen på s. 94-99



EVALUERING AV METODE

Tradisjonelt sett brukes Kundereisen til å kartlegge en bestemt tjenestereise "før, under og etter tjenesteforløpet", men den fungerte også godt til å kartlegge en situasjonsbestemt reise (tiden som arbeidssøker) fra før man er ferdig med studiet til man er langtidsledig. Metoden hjalp særlig til med å identifisere et adferdsmønster ut i fra tiden som arbeidssøker og hvordan behovene endret seg over tid. I tillegg hjalp den med å kartlegge den emosjonelle reisen over tid. Det fungerte godt å knytte den emosjonelle reisen opp mot den afedrmessige reisen simultant.



OBSERVASJONER: EN UKE PÅ NAV ULLERN

HVA:

Observasjoner av veiledere i publikumsmottak, brukere av NAVs tjenester og markedskontaktene på NAV Ullern over en uke fra 14.-19. september.

HVORFOR:

For å opparbeide innsikt i NAVs tjenester og NAVs fysiske møte med brukerne. Denne informasjonen ble blant annet brukt til å analysere dagens tjenestetilbud til nyutdannede, samt se muligheter i nye tjenester.

HVEM:

NAV veiledere i publikumsmottaket (PM), og en markedskontakt ved NAV Ullern ble observert under møter og veiledning. Det ble også tilbrakt tid i resepsjonen for observasjon av henvendelser til resepsjonist og miljø i venterommet.

METODE:

Shadowing⁽⁴⁾

VERKTØY

Penn, papir og fotoapparat.



EVALUERING AV METODE

Shadowing er en metode for å observere adferd og opplevelser hos de involverte i en gitt tjeneste. Metoden ga et godt innblikk i hvilke brukere som typisk oppsøker et NAV-mottak, hvordan veiledere og markedscontakter hos NAV jobber i det daglige og hvilke tjenester NAV tilbyr. Observasjonene la mye av grunnlaget for kapittel 4 "NAV og nyutdannede". En utfordring med metoden var å fremstå så "usynlig" som mulig for å ikke påvirke brukerne og veilederne gjennom tydelig tilstedeværelse. Dette ble løst ved å forsøke å sitte litt i bakgrunn og notere på papir fremfor PC for å ikke tiltrekke oppmerksomhet.



TJENESTESAFARI⁽⁵⁾



EVALUERING AV METODE

Metoden sikret en god førstegangsopplevelse av NAVs og eksterne aktørers tjenester fra et brukerperspektiv.

HOS NAV

HVA:

Tjenestesafari med nyutdannet arbeidssøker hos NAV Frogner og NAV Tøyen.

HVORDAN:

Observasjon av en nyutdannet arbeidssøker som oppsøkte NAV i forbindelse med situasjonen som arbeidsledig.

HVORFOR:

For å oppleve NAVs fysiske tjeneste gjennom brukerens interaksjon med NAV.

HOS NAVS OG EKSTERNE TJENESTETILBYDERES NETTSIDER

HVA:

Tjenestesafari på nav.no og eksterne nettsider.

HVORDAN:

Registrerte meg som arbeidssøker på ulike nettsider.

HVORFOR:

For å oppleve og sammenligne registreringsprosessen og tjenestene til ulike aktører på stillingsmarkedet.



SERVICE BLUEPRINT⁽⁶⁾

EVALUERING AV METODE

Service blueprint kan struktureres på utallige måter, og en av utfordringene er å definere hvor detaljert og kompleks den må være ut i fra hva formålet med blueprinten er. I denne sammenhengen var formålet å kartlegge tjenestene NAV tilbyr målgruppen i oppgaven, med hovedfokus på de største interaksjonspunktene mellom bruker og NAV uten å gå for mye i detalj på interne prosesser. Metoden fungerte fint til å belyse de største painpointsene og for å illustrere de involverte i tjenesteinteraksjonene.

HVA:

Analyse av NAVs tjenestetilbud til nyutdannede gjennom en egentilpasset og ukomplisert service blueprint.

HVORDAN:

Kartlagt via intervjuer, observasjoner og tjenestesafari.

HVORFOR:

For å belyse de største interaksjonspunktene mellom bruker og NAV. Her var det mest interessant å belyse painpoints fra et brukerperspektiv. Sekundært var det interessant å se på ressursbruk fra NAVs side og muligheter for effektivisering og forenkling av interne prosesser.

⁽⁶⁾Stickdorn, M. og Schneider, J. (2011) *This is service design thinking*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc, Service Blueprint s. 204



MARKEDSUNDERSØKELSE

EVALUERING AV METODE

Metoden var en rask måte å innhente kvantitativ data om arbeidssøkerne. Baksiden er at man ikke får noen dypere innsikt i hva som ligger bak svarene på skjemaet - i tillegg til at undersøkelsen er tilgjengelig for alle og kan svares på av deltakere utenfor målgruppen som kan lede til feilaktig data. Den største verdien metoden ga var en pekepinn på hvor man burde begynne å grave samt kontakt med brukere i målgruppen som la igjen kontaktinformasjon i spørreskjemaet.

HVA:

Markedsundersøkelse rettet mot nyutdannede arbeidssøkere distribuert på facebook via google forms.

HVEM:

64 nyutdannede jobbsøkere.

HVORFOR:

For å få en følelse av hvilke problem nyutdannede møter på, hvilke behov de har i forhold til en fremtidig tjeneste og hvilke tiltak og kanaler som tas i bruk. I tillegg ble metoden brukt for å nå ut til jobbsøkere i målgruppen som kunne bidra til en dypere innsikt via intervjuer og deltakelse på workshops.



RESEARCH: RAPPORTER OG STATISTIKK

EVALUERING AV METODE

Interne og eksterne rapporter og statistikk ga et objektivt overblikk over NAVs tjenester, kundesegmenter og forholdene på jobbmarkedet.

HVA:

Ulike eksterne og interne rapporter og statistikk fra NAV og andre tjenestetilbydere.

HVORFOR:

NAVs rapporter har blitt brukt til å bli bedre kjent med NAVs tjenester, brukere, muligheter og problemområder.

Eksterne rapporter har blitt brukt for å bli bedre kjent med markedet, brukere og tjenester gitt av eksterne tilbydere.



APPLIKASJON
'MIN SIDE'

Mottar jobbmateriale
- på mail?
- fra nav.no

'skull søke'
'slett'
'vurderer'

Filtere

Motta varsel om frister som nærmer seg.

Fi varsel når man får svar på søknad
Motivere og påminne om 'uløst mail'

hva er mest hensiktsmessig?

Insp. "Momentum"

"visuelt mail"
10% fullført

Mulighet til å bygge inn sluttlig bakemelding manuelt

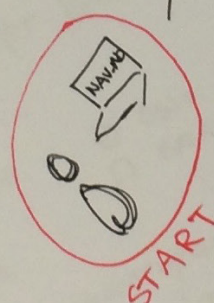
ressent bedrift
brulle sosiale medier til jobbsøku

HASTER!
VURDERER

SØKE ETTER STILLINGER - KN.

NAV.NO

FINNE INTER



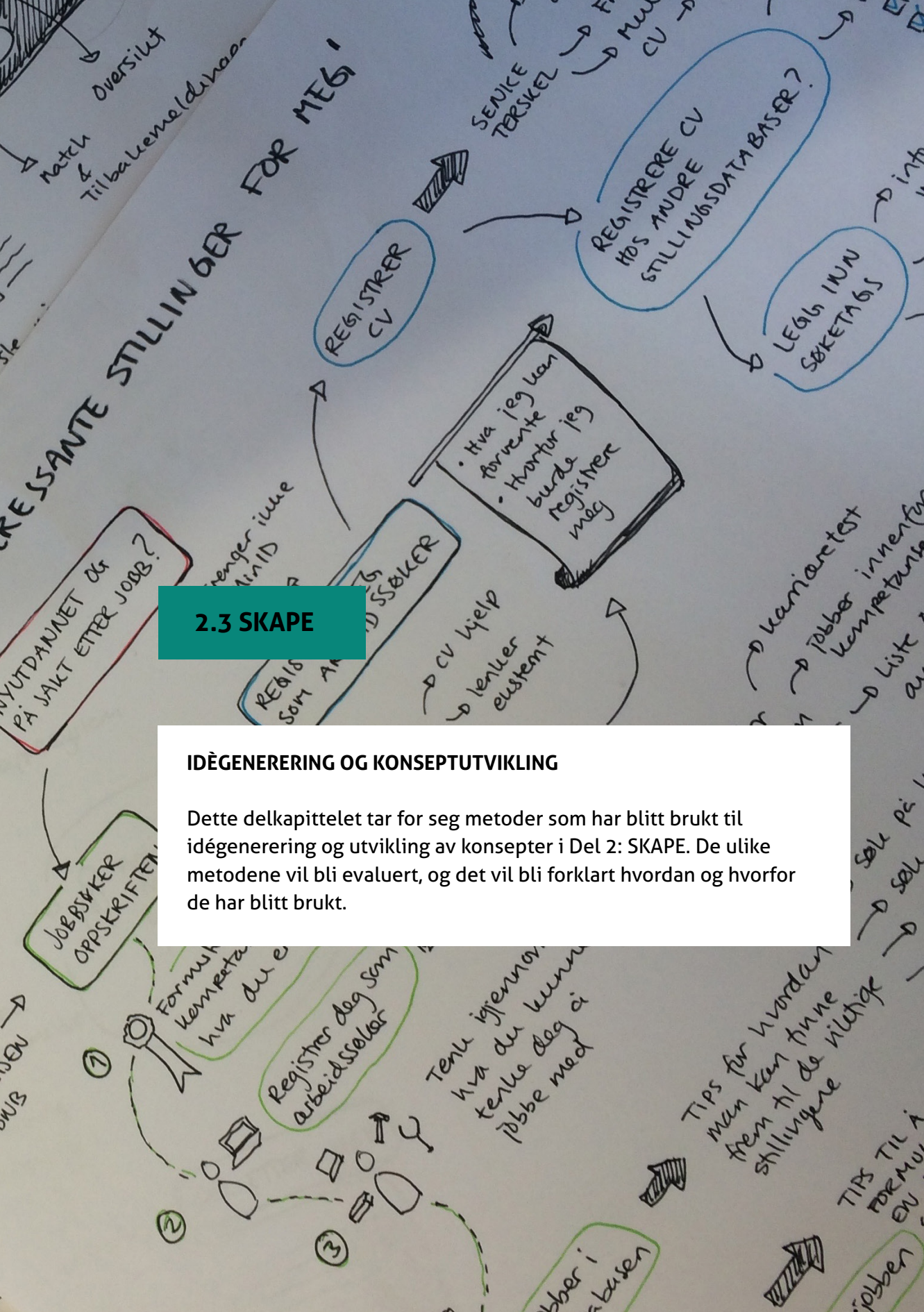
' Dette søkte du på sist '
' Mine lagrede søk '

| | | |
|-------|-------|-----------------|
| 10.10 | ~~~~~ | ← Gjenoppta søk |
| 09.10 | ~~~~~ | |
| 08.10 | ~~~~~ | |
| 01.10 | ~~~~~ | |

- søke ved HTML
- velg geografisk
- stillingstype:

- K
 - K
 - K
 - K
- annonse

ALA BOLIGREI
TIL



2.3 SKAPE

IDÈGENERERING OG KONSEPTUTVIKLING

Dette delkapittelet tar for seg metoder som har blitt brukt til idégenerering og utvikling av konsepter i Del 2: SKAPE. De ulike metodene vil bli evaluert, og det vil bli forklart hvordan og hvorfor de har blitt brukt.



WORKSHOP HOS ARBEIDS- OG VELFERDSETATEN

DELTAKERE

2 menn og 6 kvinner ansatt i NAV internt, eller eksternt som konsulenter i "Moderniserings prosjektet" eller "Prosjekt brukerdialog". Deltakerene hadde alle minst en viss kjennskap til NAVs systemer og tjenester.

HVORFOR

Hensikten var å få deltakerene til å generere idéer for hvordan NAV kan tilpasse eksisterende tjenester, eller utvikle nye tjenester, som svarer på nyutdannede jobbsøkeres behov og/eller løser problemområder avdekket i innsiktsfasen av prosjektet.

HVORDAN

Deltakerne fikk presentert 3 brukerprofiler med brukerens behov og ønsker (Gains), tiltak og handlinger (Actions) og problemer og hindringer (Pains). Deretter fikk de i oppgave å fylle ut et tilhørende verdikart med mulige løsninger på hvordan NAV kunne tilrettelegge for behov og ønsker (Gain creators), eliminiere problemer og hindringer (Pain relievers), samt forslag til nye tjenester eller forbedring av gamle (Products and services). Deltakerne produserte post-it's med idéer i runder på 3 minutter før gjennomgang av produserte post-it's i plenum. Det var i alt 3 runder for hver brukerprofil.

METODE

Value proposition canvas⁽⁷⁾: Customer profile & Value map

VERKTØY

Post its, gråpapir og utdelte brukerprofiler.

Resultatene fra workshopen kan leses om i delkapittel 6.2: Idégenerering med NAV på s. 192-197.

EVALUERING AV METODE

Workshopen ga flere unike idéer og løsninger på problemområdene og behovene som ble presentert. Metoden var mer avansert og tidkrevende enn antatt, så etter gjennomgang av den første brukerprofilen og utfylling av tilhørende verdikart ble workshopen tilpasset deltakerene og tid. De resterende to brukerprofilene ble dermed idégenerert fritt rundt uten tanke på om løsningen/idéen de kom med var en "Gain creator" "Pain reliever" eller en "Product or service". Dette valget effektiviserte workshopen, og gjorde at deltakerne kom i mål med å analysere de siste brukerprofilene. 92 idéer til tjenester eller løsninger på problemområder ble generert i løpet av workshopen.





WORKSHOP MED NYUTDANNEDE ARBEIDSSØKERE

DELTAKERE

6 nyutdannede arbeidssøkere i alderen 24-27 år

HVORFOR

For å kartlegge:

- Hvordan den idéelle jobbsøkerhverdagen ville vært (best case scenario)
- Idégenerere med brukerne rundt mulige tjenesteløsninger

HVORDAN

Brukerne fikk presentert ulike problemområder relatert til jobbsøkerhverdagen kartlagt under intervjuer. De fikk deretter generere post-its som startet med "Hva om..." og fullføre med en mer eller mindre realistisk idé om hva som ville gjort problemområdet om til en god opplevelse. Idégenereringen ble kjørt over tre runder med økt grad av begrensninger for hver runde. Til slutt fikk arbeidssøkerne gå sammen to og to og utvikle en konseptidé de hadde tro på, basert på idéene fra post-itsene.

METODE

Hva om..?⁽⁸⁾: idégenerering rundt den idéelle jobbsøkerhverdagen. 3 runder med økt grad av begrensninger for hver runde.

VERKTØY

Gråpapir, skissepapir og post-its.

Resultatene fra workshopen kan leses om i delkapittel 6.1: Idégenerering med arbeidssøkerne på s. 182-191.

EVALUERING AV METODE

Metoden fungerte godt til idégenerering generelt. Den fungerte særlig godt i den første rundene hvor de skulle se for seg en drømmesituasjon med ingen begrensninger. I de neste rundene ble det vanskeligere for deltakerne å ta det ett steg videre mot mer realistiske løsninger bygget på runden før. For at metoden skulle fungert i større grad kunne det blitt lagt mer vekt på å idégenerere videre på andres og egne forslag fra tidligere runder. Volumet av idéer fra den første runden kan ha gjort det vanskeligere for gruppen å ta alt inn over seg og bygge videre på det som var blitt sagt. Idégenereringen mot slutten hvor de skulle ta for seg et problemområde og tilhørende post-its og lage et tjenestekonsept fungerte godt. Det kom mange gode idéforslag som ble bearbeidet videre i SKAPE-delen.





PERSONAS⁽⁹⁾

EVALUERING AV METODE

Vanligvis brukes personas til å beskrive typiske arketyper i målgruppen til en gitt tjeneste - ofte med ulike behov og egenskaper. I denne oppgaven var målgruppen forholdsvis homogen med like behov og problemområder. Det ble derfor valgt å lage to personas: en langtidsledig, og en korttidsledig for å illustrere endringer i behov over tid. Bruken av personas har vært verdifull for å uttrykke målgruppens egenskaper og behov under utvikling av tjenestekonsepser og i leveransedelen gjennom storytelling.

HVA:

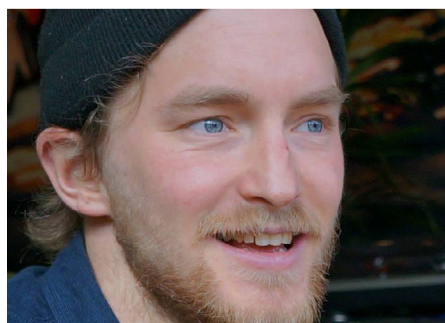
2 personas inspirert av arbeidssøkerne som har vært involvert i oppgaven.

HVORDAN:

Bruk av funn, særlig i kundereisen til å utvikle 2 personas som godt beskriver brukergruppen. Arbeidssøkerne har forholdsvis like behov og problemområder, men noen av problemområdene og behovene øker over tid.

HVORFOR:

For å male et bilde av hvem brukeren er til inspirasjon og utvikling av konsepter, og for å kommunisere tydelig hvem brukeren er til NAV og leser.





EGEN IDÈGENERERING

EVALUERING AV METODE

Idégenerering har vært sentralt for å belyse ulike muligheter og løsningsrom for tjenestekonseptene. Under idégenerering var også andre metoder nevnt under nyttige for å idégenerere ut i fra ulike vinkler og perspektiv og et bredere løsningsrom. Enkelte løsningsrom ble vektlagt for videre utforskning med brukere og NAV i workshopene. Idégenerering ble også brukt i etterkant av workshopene for å bearbeide nye løsninger.

HVA:

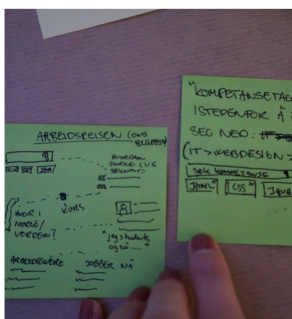
Idégenerering med inspirasjon fra funn i innsiktsfasen og workshop med brukere og NAV.

HVORDAN:

Bruk av personas, empatikart, kundereisen, tjenestesafari, service blueprint, skissering, SWOT analyse og kartlagte problemområder og behov for å se muligheter og løsningsrom for potensielle tjenester.

HVORFOR:

For å utforske og idéer og mulighetsrom for nye og eksisterende tjenester.





CO-CREATION: KONSEPTEVALUERING MED BRUKERNE

DELTAKERE

4 nyutdannede arbeidssøkere i alderen 25-27 år

HVORFOR

For å vurdere:

- 4 ulike konseptretninger som svarte på ulike behov kartlagt i FORSTÅ-delen
- Konseptenes verdi for målgruppen, forbedringsområder og potensiale
- Hvilke konsept målgruppen ville benyttet seg av
- Hvilke(t) konsept som ga mest verdi for målgruppen

HVORDAN

1) Brukerne fikk presentert de ulike konseptretningene, og fikk deretter vurdere konseptenes innhold og verdi på en akse fra positiv (+) til negativ (-), om de savnet noe og om de ville ha benyttet seg av tjenesten. Arbeidssøkerne fikk 5 minutter til å generere post-it's hver for seg, og fikk deretter forklare og plassere de på tavlen etter tur for hvert konsept.

2) Til slutt fikk arbeidssøkerne stemme frem de ulike konseptretningene ut i fra hvilket de foretrakk mest til minst. Dette ble gjort ved at de fikk utdelt 4 post-it's lapper hver med tall fra 1-4 og ble bedt om å plassere tallene på de ulike konseptene hvor 1 = most desirable og 4 = least desirable.

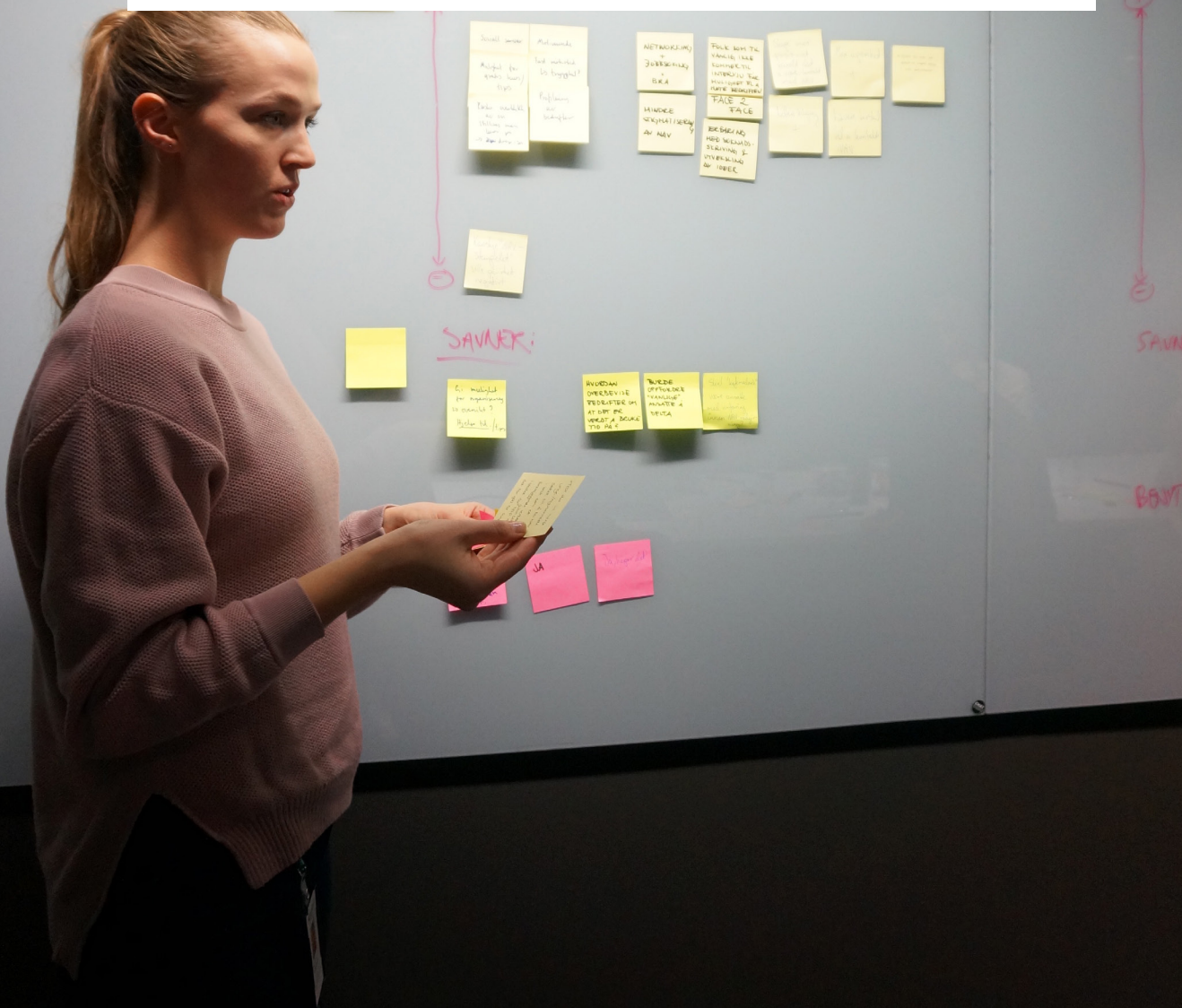
METODE

Co-creation⁽¹⁰⁾ med potensielle brukere.

Resultatene fra workshopen kan leses om i delkapittel 6.4: Konseptvalg s. 208-217.

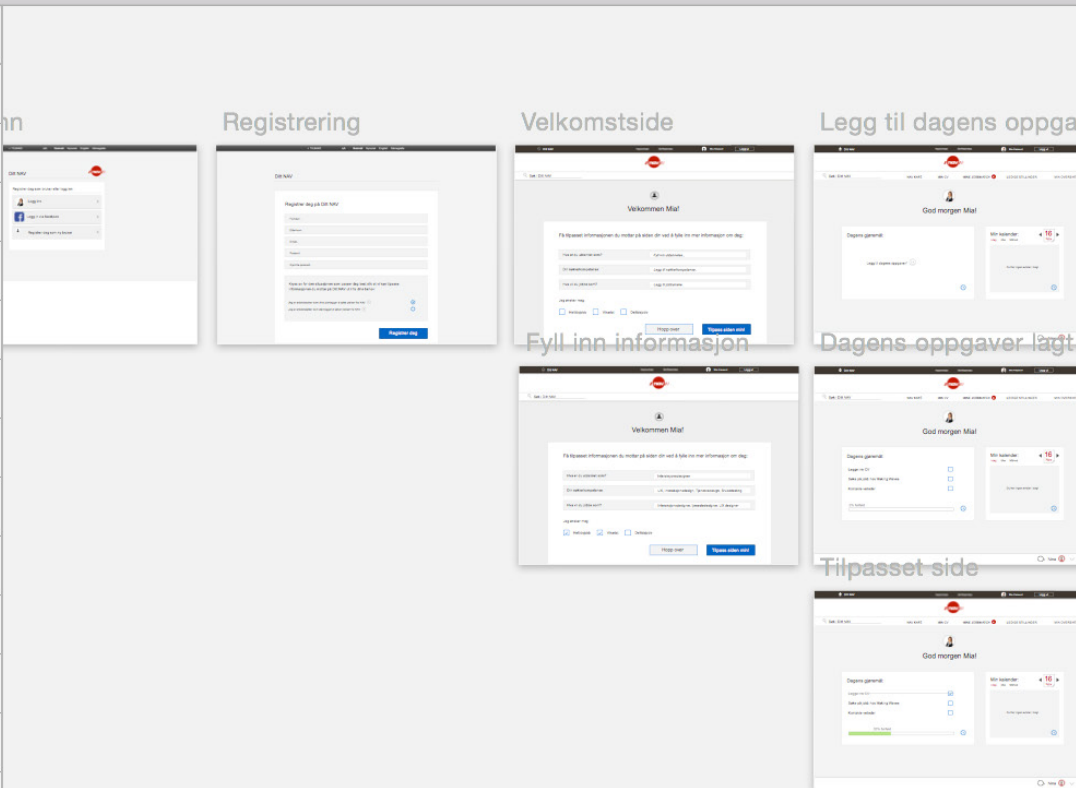
EVALUERING AV METODE

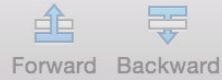
Metoden fungerte godt til å evaluere og diskutere konseptretningene med målgruppen. Det var en fordel å ha noen konkrete konseptretninger presentert for brukerne så de enkelt kunne peke på hva som ga verdi og hva som var mindre viktig. At brukerne fikk jobbe hver for seg med konseptene og så presentere egne synspunkt gjorde at det oppstod gode diskusjoner i gruppa som bidro til en dypere innsikt i kjernen i problemet. Brukerne hadde flere gode idéer for hvordan konseptene kunne videreutvikles, og deres meninger rundt hvilke konseptretninger som burde taes med videre ble sterkt vektlagt videre i oppgaven.





- ▼
- ▼
- ktop HD
- g til dagens oppgaver
- ens oppgaver lagt til
- inn informasjon
- kte chat
- kte kontakt veileder
- dkjenn bord
- et bord
- ordoversikt
- kafé
- igstilt profil
- n i gang: kafé
- kafé startside
- ing lagt inn
- g til stilling
- er oversikt
- ing forsvinner fra liste
- g inn i min oversikt
- oversikt
- e jobbmach
- asset side
- omstside
- istrering
- g inn
- rtside



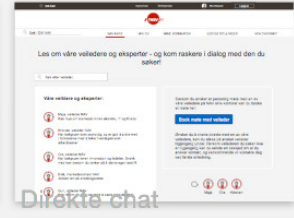
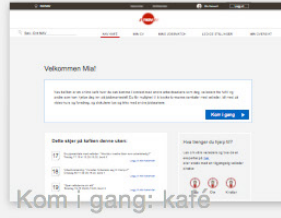
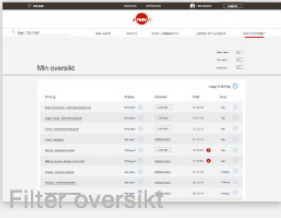
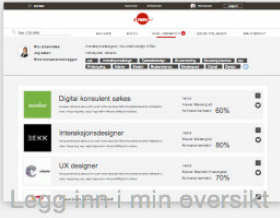


ver Mine jobbmatch

Min oversikt

Nav kafé startside

Direkte kontakt veileder

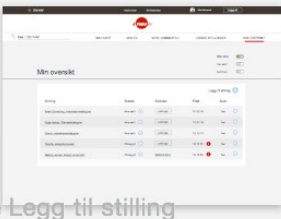
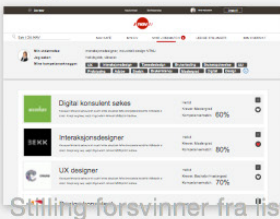


Logg inn i min oversikt

Filter oversikt

Kom i gang: kafé

Direkte chat

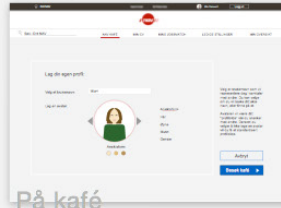
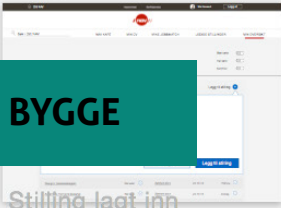
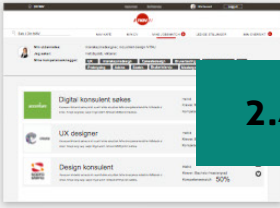


Stilling forsvinner fra liste

Legg til stilling

ferdigstilt profil

Desktop HD



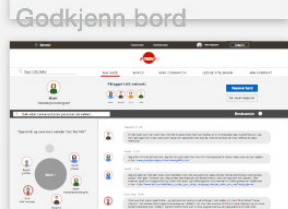
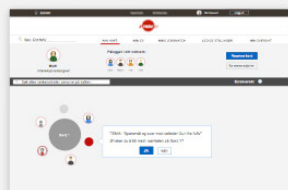
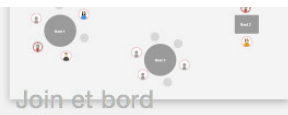
Stilling lagt inn

På kafé

2.4 BYGGE

VIDEREUTVIKLING OG PROTOTYPING

Dette delkapittelet tar for seg metoder og verktøy som har blitt brukt til videreutvikling av konsepter og prototyper i Del 3: BYGGE. De ulike metodene og verktøyene vil bli evaluert, og det vil bli forklart hvordan og hvorfor de har blitt brukt.



- Position
- Size
- Transf
- Opacit
- Blendi
- Fills
- Borde
- Shado
- Inner
- Gauss

SKETCH & INVISION (VERKTØY FOR PROTOTYPING)

EVALUERING AV VERKTØY

Sketch legger til rette for rask prototyping av skjermbilder og god brukervennlighet. Det tar ikke lang tid å sette seg inn i verktøyet sammenlignet med adobe illustrator og photoshop. Det er enkelt å eksportere skjermbilder som deretter kan importeres inn i Invision. Invision var et enkelt verktøy for å teste innhold og verdi i tjenestekonseptene. Skal man deretter teste mer avanserte prototyper med animasjoner og transisjoner vil Invision komme til kort.

SKETCH

HVA:

Design av enkle skjermbilder.

HVORDAN:

Brukt til visuell utvikling av de digitale konseptene.

HVORFOR:

For å kunne visualisere og presentere de digitale konseptene til brukere for evaluering av innhold og verdi.

INVISION

HVA:

Sammensetting av enkle klikkbare prototyper.

HVORDAN:

Plassering av skjermbildene laget i sketch i en klikkbar eksporterbar prototype.

HVORFOR:

For å kunne sette skjermbildene sammen i en brukssammenheng og få verdien og innhold vurdert av brukere og NAV.

GUERRILLATESTING⁽¹¹⁾

EVALUERING AV METODE

Metoden ga en rask måte å teste menyvalg for den klikkbare mobilapplikasjonsprototypen.

HVA:

Rask testing av funksjonalitet og brukervennlighet i klikkbare prototyper.

HVORDAN:

Observere personer i umiddelbar nærhet forsøke å utføre en gitt handling, og analysere brukervennlighet ut i fra resultatet av test.

HVORFOR:

For å kunne teste hovedfunksjonalitet raskt slik at brukervennligheten ikke skulle stå i veien for brukertesting av innhold og verdi i tjenestekonsept.



⁽¹¹⁾Simon, D.P (2013) *The art of Guerrilla Usability Testing*. Tilgjengelig her: <http://www.uxbooth.com/articles/the-art-of-guerrilla-usability-testing/>





2.5 TESTE

PROTOTYPING OG BRUKERTESTING

Dette delkapittelet tar for seg metoder som har blitt brukt til testing av prototyper og konsept i Del 4: TESTE. De ulike metodene vil bli evaluert, og det vil bli forklart hvordan og hvorfor de har blitt brukt.

KLIKKBARE TJENESTEPROTOTYPER



HVA:

3 klikkbare prototyper på desktop og mobil for det digitale tjenestekonseptet.

HVORDAN:

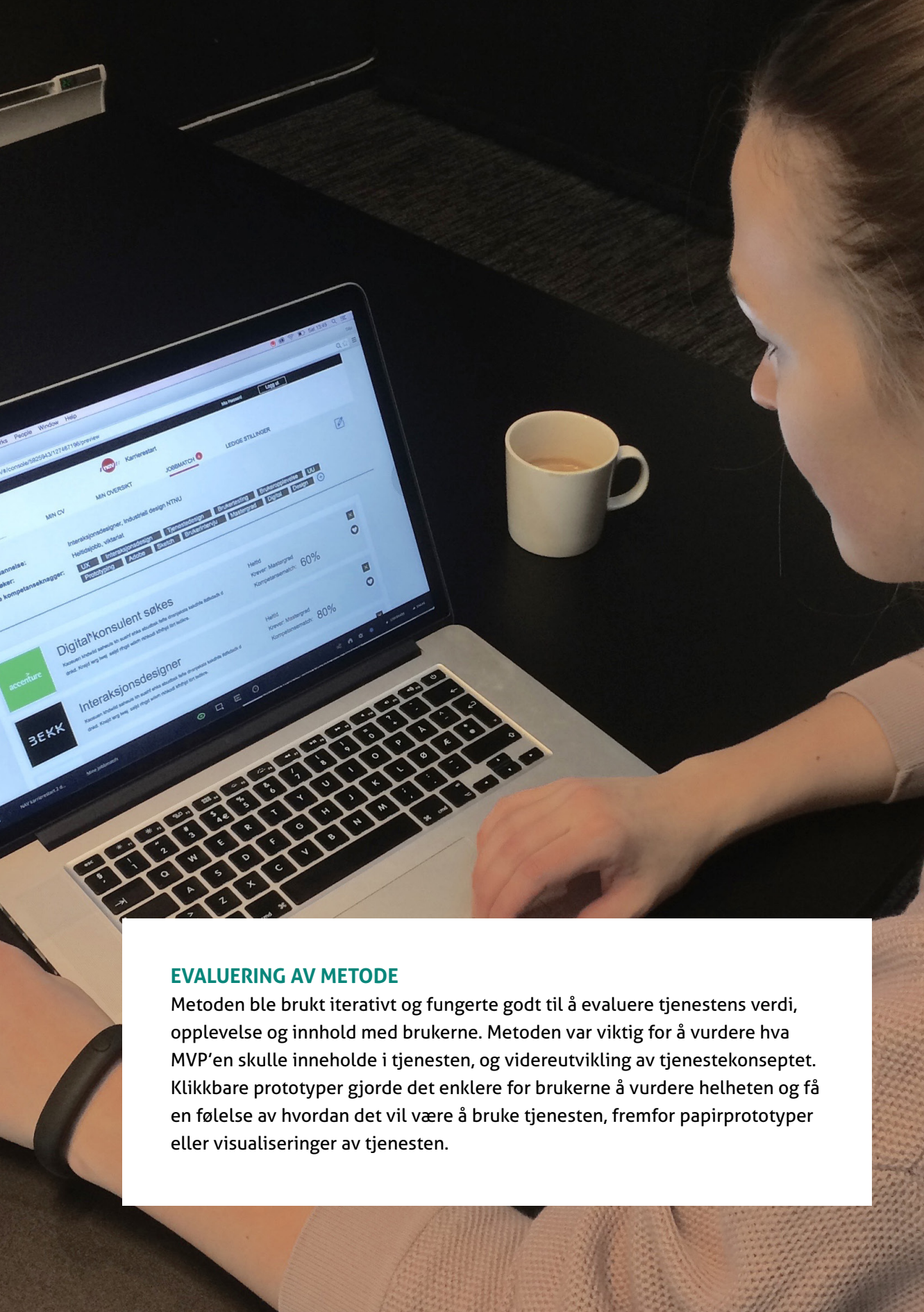
Observere nyutdannede arbeidssøkere navigere seg rundt i applikasjonen og diskutere innhold, brukeropplevelse og verdi.

HVORFOR:

For å kunne videreutvikle konseptet og sikre verdiskapning i endelig tjenestekonsept.

VERKTØY:

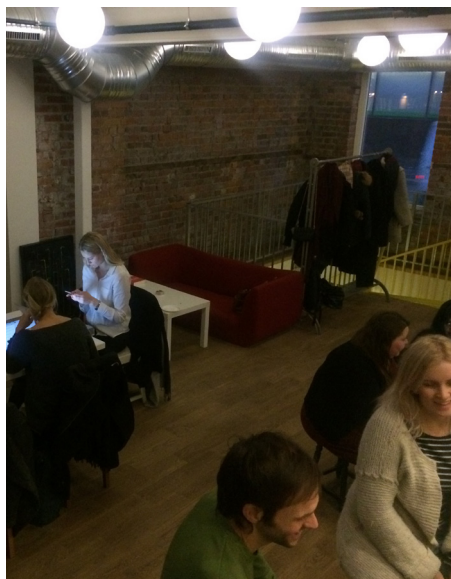
Sketch & Invision



EVALUERING AV METODE

Metoden ble brukt iterativt og fungerte godt til å evaluere tjenestens verdi, opplevelse og innhold med brukerne. Metoden var viktig for å vurdere hva MVP'en skulle inneholde i tjenesten, og videreutvikling av tjenestekonseptet. Klikkbare prototyper gjorde det enklere for brukerne å vurdere helheten og få en følelse av hvordan det vil være å bruke tjenesten, fremfor papirprototyper eller visualiseringer av tjenesten.

TJENESTEPROTOTYPE⁽¹²⁾



HVA:

Et tomt lokale i Oslo sentrum ble innleid og omgjort til en pop-up kafé for nyutdannede arbeidssøkere for én dag.

HVORDAN:

20-25 nyutdannede arbeidssøkere kom innom jobbsøkerkaféen, og 16 la igjen skriftlig feedback på konseptet. 1 veileder fra NAV var til stede og veiledet arbeidssøkerne i grupper eller alene. 1 ansatt fra arbeids- og velferdsdepartementet holdt foredrag om utviklingen på jobbmarkedet. På kaféen var det lett servering og datamaskiner og internett tilgjengelig for jobbsøkerne. Brukerne ble invitert til kaféen gjennom sosiale medier, og plakater hengt opp på UiO. De ble ikke forklart at arrangementet var en prototypetest i forkant, og det ble gjennomført så realistisk som mulig. Brukerne ble observert gjennom hele dagen kaféen var åpen.

HVORFOR:

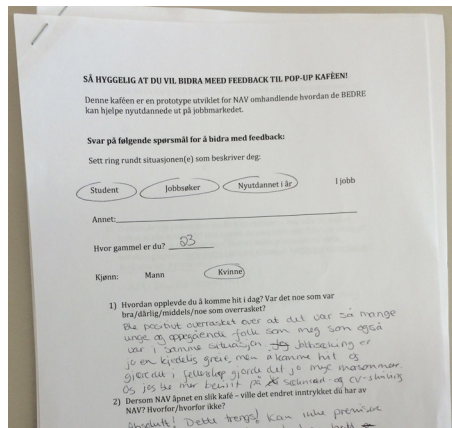
For å kunne teste NAV jobbsøkerkafé konseptet på en mest mulig realistisk måte, og dermed kunne analysere og konkludere om tjenesten vil være verdifull for brukergruppen og NAV.



EVALUERING AV METODE

Det var en del utfordringer med å legge tilrette for utføring av tjenesteprototypen som å skaffe lokale, midler til leie, møbler, markedsføring og resurser til å stille opp. Dette vil si at metoden er tidkrevende, men desto mer verdifull. Metoden ga et godt vurderingsgrunnlag for tjenestens verdiskapning for målgruppen og NAV, som ikke ville vært mulig å oppnå uten testing av tjenesteprototypen. Testing av mest mulig reelle tjenesteprototyper er viktig for å sikre en større sannsynlighet for implementering gjennom en opplevelse av potensiale og verdien som ligger i tjenesten.

EVALUERING AV KONSEPTER



BEKK-EMOJIS⁽¹³⁾

HVA:

5 emoji-klistremerke fjes som kan brukes til å uttrykke brukerens følelser i ulike situasjoner.

HVORFOR:

For å evaluere brukeropplevelsen av NAV jobbsøkerkaféen.

HVORDAN:

Gjennom å henge opp et stort ark inne på toalettdøerne kunne arbeidssøkerne skrive ned kommentarer til tjenesten på en anonym måte. Brukerne hadde alle de ulike emoji-klistremerkene tilgjengelig og kunne velge det uttrykket som best beskrev deres opplevelse av tjenesten.

FEEDBACK SKJEMA

HVA:

Skjema med evalueringsspørsmål til brukere av tjenesten.

HVORFOR:

For å få anonyme tilbakemeldinger fra brukerne om brukeropplevelsen av tjenesten.

HVORDAN:

Brukt til å evaluere tjenesteprototypen NAV jobbsøkerkafé. Skjemaene ble delt ut før brukerne forlot kaféen, og de kunne da velge å gi en anonym tilbakemelding. Skjemaet inneholdt 5 spørsmål om brukeropplevelse, innhold, verdiskaping og brukernes opplevelse av NAV gjennom tjenesteprototypen.

EVALUERING AV EVALUERINGSMETODENE

Bekk emoji's var en god løsning siden klistremerkene ga en rask og tilgjengelig måte å evaluere på. Flere la igjen tilbakemelding på toalettene, og det var en god måte for å få anonym spontan feedback fra brukerne. Feedbackskjemaene fungerte bra for å få mer utdypende evaluering fra brukerne. Hele 16 brukere la igjen en skriftlig evaluering gjennom feedbackskjemaene. Suksesskriteriene fungerte bra i forkant av testene for å bli mer bevisst på hva jeg ville ha svar på under brukertestene, og for å sikre en leveranse av gode tjenstedesignkonsepter. Observasjoner var en god metode, særlig under brukertest av tjensteprototypen NAV jobbsøkerkafé, for å observere brukernes helhetlige interaksjon med tjenesten. Eksempelvis om brukerne kom til kaféen alene, om de satte seg ned med fremmede, om brukerne helst ville jobbe i fred eller diskutere med andre, tok de i bruk datamaskinene tilgjengelig for de, var det mange som stilte spørsmål til veileder, hadde de med seg PC for å sitte å jobbe, hvordan var stemningen i lokalet etc.

SUKSESSKRITERIER

HVA:

Brukt her som konkrete mål for hva man ønsker å oppnå med tjeneste.

HVORFOR:

For å kunne definere hva man vil oppnå med tjenesten og bruke disse til å evaluere verdien i tjenesten gjennom brukertester.

HVORDAN:

Brukt til å evaluere tjenestekonseptene som har blitt testet i oppgaven for å sikre at tjenesten svarer på problemområder og behov hos brukerne og NAV.

OBSERVASJONER

HVA:

Observasjoner under brukertesting.

HVORFOR:

For å observere brukernes interaksjon med tjenestekonseptene.

HVORDAN:

Observasjoner av brukere av tjenesteprototypen NAV jobbsøkerkafé og NAV karrierestart.

Del 1

FORSTÅ

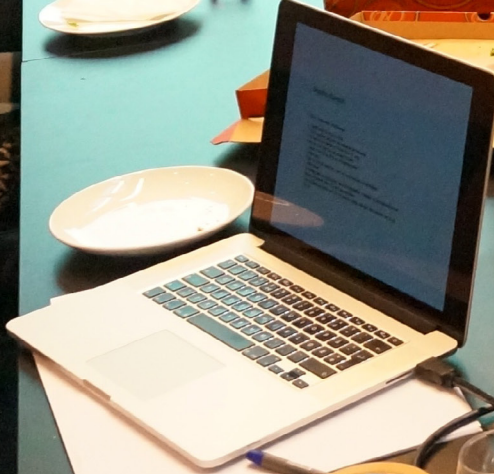
3

BRUKEREN

- 3.1) Personas
- 3.2) Behov
- 3.3) Problemområder
- 3.4) Kundereisen

INNLEDNING

Dette kapitlet vil gi leseren innsikt i hvem brukeren er gjennom personas og presentasjon av brukerens behov og problemområder. Videre vil kapitlet gi leseren en forståelse av opplevelsen av å være nyutdannet jobbsøker gjennom kundereisen.





3.1 PERSONAS

INTRODUKSJON

To personas har blitt skapt for å danne et bilde av brukerne. Gjennom oppgaven viser behovene til brukergruppen å være gjennomgående like, men å endre seg/bli mer ekstreme over tid. Personas profilene er inspirert av arbeidssøkerne som har blitt intervjuet, observert og deltatt på workshops gjennom oppgaven.

PERSONAS

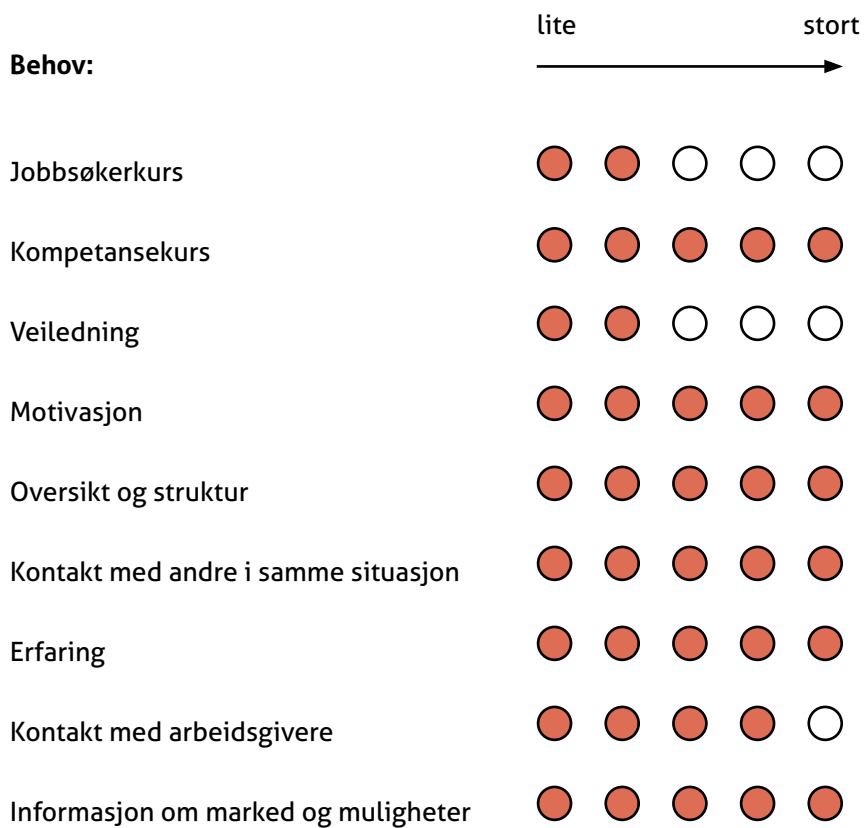


NAVN: Knut Åland
ALDER: 26 år
UTDANNELSE: Sivil ingeniør innenfor
Marinteknologi
STATUS: Arbeidssøker 5 måneder

Knut var ferdig utdannet i juni 2015, etter fem fine år med lovende fremtidsutsikter på NTNU. Han trivdes godt på studiet, og ikke minst med å bo i Trondheim - Norges beste studieby.

Handlinger: Overgangen fra studie til jobb ble mer problematisk enn han hadde trodd da han først startet på studiet. Han fikk indikasjoner på at markedet ville bli en utfordring i løpet av det siste studieåret, og søkte på nytt studieopptak via samordna opptak som plan B. Da han fortsatt var uten jobb etter sommerferien startet han på et årsstudium ved UiO. Knut er ikke særlig motivert til å studere etter fem år på NTNU, men han får i det minste støtte fra lånekassen. Han er dessuten forberedt på å hoppe av studiet om en jobbsjans byr seg. Knut er registrert hos fem ulike bemanningsbyråer, de fleste jobbsøkerportaler, og søker på stillinger knyttet til hans kompetanse. Hittil har han søkt på rundt 40-50 jobber, og vært på tre jobbintervjuer. Etter 5 måneder som arbeidssøker har blitt vant til avslag, men det går fortsatt utover selvfølelsen.

Forhold til NAV: Knut vil helst klare seg selv, og ser ikke på NAV som en ressurs som vil hjelpe han ut i jobb. Han registrerte seg likevel som arbeidssøker etter 2 måneder som arbeidsledig, men falt ut av systemet da han glemte å sende inn meldekort. Han fikk ikke særlig gode jobbmatch, så han orket ikke gå gjennom registreringsprosessen på nytt.



PERSONAS

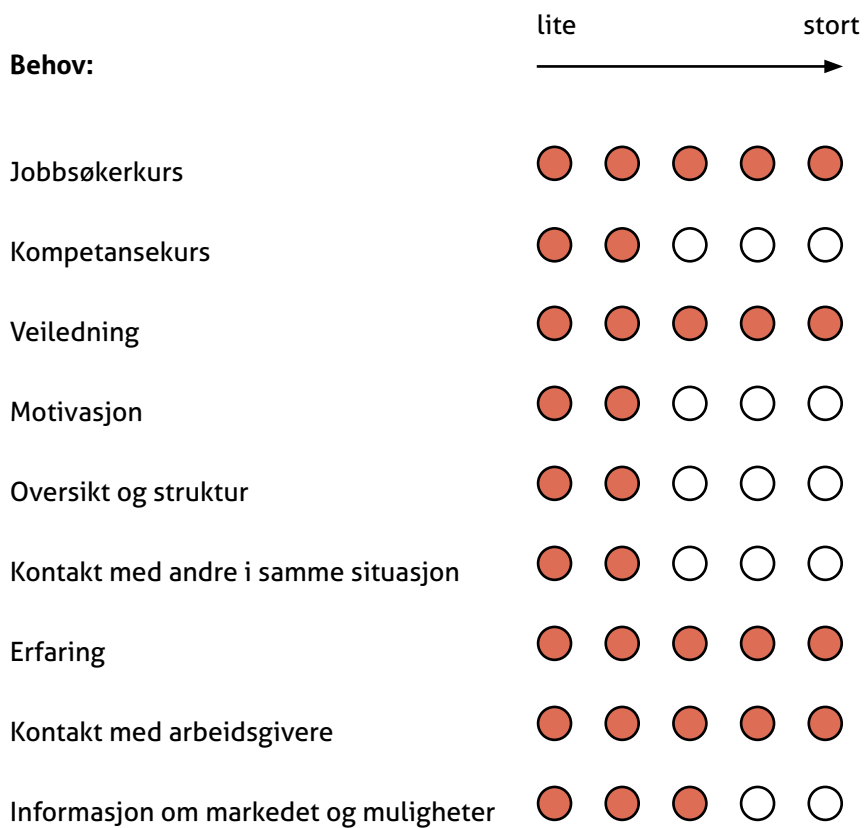


NAVN: Sandra Kvam
ALDER: 23 år
UTDANNELSE: Bachelorgrad innenfor
Økonomi og administrasjon
STATUS: Arbeidssøker 2 måneder

Sandra var ferdigutdannet i juni 2015 etter å ha brukt 4 år på bachelorgraden innen økonomi og administrasjon. Utdannelsen tok litt lengre tid enn tiltenkt ettersom deler av studiet ble utført i Tokyo hvor enkelte fag ikke matchet studieløpet i Norge. Hun lærte seg derimot grunnleggende japansk som hun tenkte kunne gi henne et konkurransefortrinn som arbeidssøker.

Handlinger: Sandra søker litt jobber her og der, og regner med at hun snart kommer til å få napp! Alt ordner seg - hun har jo en bachelorgrad! Hittil har hun søkt på rundt 10 jobber, og vært på ett intervju. Nå som sommerferien er over har hun tenkt å sette opp giret på jobbsøkingprosessen. Sandra oppsøker bemanningsbyråer og rekrutteringssenter, men opplever raskt at jobbene ikke kommer av seg selv. Dagene blir lengre og lengre, og motivasjonen daler. Til og med å komme seg på trening blir vanskelig, og hun kan ofte bli sittende hjemme en hel dag å se på Netflix.

Forhold til NAV: For Sandra er NAV et sted hun absolutt ikke hører hjemme. Det siste hun gjør vil være å oppsøke NAV, da vil hun heller be foreldrene om penger.





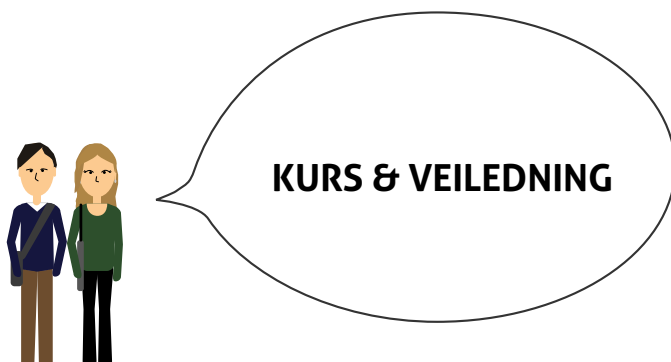
A woman with long brown hair, wearing a white long-sleeved sweater and dark pants, stands in a meeting room. She is pointing her right hand towards a large, light-colored wooden board. The board is covered with numerous sticky notes in yellow, blue, and pink. A horizontal line with several blue circular markers is drawn across the board. In the foreground, the back of a person's head and shoulders is visible, along with a dark table with a few sticky notes and water bottles. The room has a modern, industrial feel with a dark ceiling and recessed lighting.

3.2 BEHOV

INTRODUKSJON

Dette delkapittelet tar for seg brukerens største behov i forbindelse med jobbsøkerhverdagen. Behovene har blitt kartlagt gjennom workshop med nyutdannede og NAV, observasjoner på NAV Ullern, tjenestesafari, og intervjuer av arbeidssøkere, NAV arbeidere, og eksterne aktører.

BEHOV



Flere av jobbsøkerne føler et behov for hjelp til å belyse hvilke områder man selv er god på og hvordan man skiller seg ut fra andre jobbsøkere. CV og jobbsøkerkurs rettet mot høyt utdannede arbeidssøkere, som gjerne inneholder oppdatert informasjon om markedet og hvilke muligheter man har med sin utdannelse er ønsket.

Karrieresenteret ved UiO tilbyr jobbsøkerkurs for nyutdannede eller tidligere studenter ved UiO. En av jobbsøkerne som har vært på et slikt kurs forklarer: **"Jobbsøkerkurset ga meg mange tips og ny giv til å fortsette. Jeg fikk god oversikt over fallgruver og typiske feil, og hva det er man bør fokusere på. Det var mye fokus på hvordan man formulerer egen kompetanse og det var enkelt å ha dialog og dele erfaringer i små grupper med andre i samme**

situasjon."

NAV tilbyr også jobbsøkerkurs, men de er primært rettet mot arbeidssøkere på ytelser. En av brukerne forteller om en bekjent som hadde vært på et slikt kurs: **"Han fortalte at det ikke var noe særlig fordi det var så ulike brukergrupper på kurset. Han kunne ikke assosiere seg med de andre tilstede. Mange var sykemeldt eller umotiverte deltakere fra VGS"**. En veileder på NAV Ullern er enig i dette: **"Nyutdannede har behov for jobbsøkerkurs tilpasset dem. Tidligere kunne alle uten ytelser fra NAV få komme på jobbsøkerkurs. Nå er det stopp"**

Det er i tillegg behov for kurs rettet mot kompetansebygging som kan gjøre arbeidssøkerne bedre kvalifisert innenfor sitt eller andres

marked. Her har de har behov for ekspertveiledning for å finne og kartlegge alternative muligheter ut i fra sitt eget utgangspunkt. Samarbeid mellom næringslivet og studiene for å få en bedre overgang, og tidlig informasjon om muligheter nevnes som viktig.

I intervju med Manpower forteller de at det er stor pågang av jobbsøkere som ønsker informasjon om markedet og veiledning om muligheter ut i fra utdanning;
“Veldig mange tar kontakt og ønsker veiledning - men å ta inn alle har vi ikke tid til. Jeg har rådet folk til å gjøre ting, men ikke bedt de om å putte 200.000 i en ny utdanning. Det er overraskende mange som trenger push og rådgivning”.

BEHOV



Å SAMLE ALT PÅ ETT STED

Flere uttrykker et ønske om å kunne laste opp CV ett sted og få den distribuert over de ulike stillingssidene. Dette hadde spart de mye tid på å gjøre den samme prosessen om og om igjen. En arbeidssøker forteller: **"Det å fylle inn all CV informasjon på et nytt sted er slitsomt. 70% av gangene vil man ikke orke å gjøre det"**.

Arbeidssøkerne besøker mange forskjellige informasjonssider på nett. En oversikt over gode jobbsøkersider anbefalt av eksperter er noe flere nevner som et behov særlig når man er ny som arbeidssøker.



OVERSIKT OG STRUKTUR

Et stort behov hos jobbsøkerene er å få oversikt over jobbsøkerprosessen. Arbeidssøkerene er innom flere ulike plattformer for å finne ledige stillinger, og mottar jobbmatch fra ulike aktører daglig. **“Man mister fort oversikt. Jeg har søkt over 20 jobber og ting er overalt. Det er ikke lett å ha oversikt over frister. Jeg har prøvd å lage et eget system i excel ark på Google drive, men dette er tungvint”**

Manpower opplever også at arbeidssøkerene mister oversikt over stillinger: **“Når vi gir avslag til hovedbolken av søkere får vi flere mail tilbake med spørsmål om hvilken jobb avslaget gjaldt”**.

Mange opplever å motta jobbmatch til stillinger de ikke er skikket til, og sier at det å gå gjennom alle de urelevante jobbmatchene stjeler

tid. Mulighet for å ekskludere alle jobbene man ikke har kompetanse til eller er interessert i, er et behov. Arbeidssøkerne nevner at det hadde vært nyttig om stillingene spesifiserte hvilken grad av erfaring som kreves så man slipper å motta jobbmatch på stillinger man i utgangspunktet er utdannet til - men ikke har sjanse til å få.

I tillegg til oversikt over frister og jobbmatch føler arbeidssøkerne et behov for oversikt over søknader de har sendt. Flere bruker gamle søknader som referanser for nye søknader til lignende stillinger, eller vil gå over søknaden til en gitt stilling før et intervju. Det kan bli problematisk å finne frem til ønsket søknad om man ikke har et ordentlig oversikt.

BEHOV



KONTAKT MED ANDRE I SAMME SITUASJON

Flere av arbeidssøkerne savner å ha noe å gå til. Under intervjuer med arbeidssøkere som har deltatt på kurs, nevnes det som en del av den positive opplevelsen å ha møtt andre i samme situasjon. **“Det å ikke ha noe å gå til, og å føle seg bortkastet er det vanskeligste. Du står opp og kan ligge hele dagen å se på tv dersom du vil det. Jeg har alltid hatt deltidsjobb og har mye yrkesstolthet, men nå tviler jeg på meg selv. Hvorfor får jeg ikke svar på jobber? Er jeg ikke kvalifisert nok?”** Å møte andre i samme situasjon, og få en kollektiv følelse av at mange sliter med de samme tankene og hindringene kan være en lettelse. Dette funnet ble også gjenspeilet i etterkant av workshopene som ble holdt i forbindelse med oppgaven hvor flere av deltakerne ga tilbakemeldinger om at de gjerne vil være med neste gang - og at de

var takknemlig for å ha blitt invitert. Det var en positiv opplevelse for arbeidssøkerne å få bli med og uttrykke sin frustrasjon som ble gjenspeilt av gruppen.

En NAV veileder ser også et problem i at arbeidssøkerne blir etterlatt til seg selv; **“De trenger noe med en gang. Det er bedre å få hjelp til jobbsøking og å komme et sted hvor man kan jobbe effektivt med å komme seg ut i arbeid enn å bli sittende hjemme.”** Hun mener det er viktig at de blir pushet litt. De fleste i denne brukergruppen oppsøker NAV først når de har brukt opp alle midlene, og om de da havner på sosialstønad fra NAV mener hun det blir vanskeligere å komme ut av systemet. **“Blir de satt på sosialhjep så stopper alt opp. Selv om vi stiller krav og tiltak, passifiseres de på en måte. Er de i systemet blir de der!”**



INFORMASJON OM MARKEDET OG MULIGHETER

Flere nyutdannede jobbsøkere med utdanning innen eksempelvis olje og gass næringen hvor det nå er nedgangstider trenger hjelp til å vite hvilke andre muligheter som eksisterer. **“Det å vite hva som er mulig om 2 år. Er det noen sider jeg ikke har fått utforsket som jeg kan trives med?”**

Flere søkte samordna opptak for å ha en plan B dersom de ikke skulle få seg jobb. De har da en mulighet til å få stipend til å klare seg mens de søker jobber på si. **“Jeg søkte samordna opptak som backup og samlet info om hva som kunne være gunstig å studere. Det var ikke like lett å vite; Påbygging? Innen hva? Hvordan går markedet?”** Det kunne hjulpet flere å fått veiledning på utdanningsinstitusjonene om hva det som kan være nyttig å gå videre med, om man burde omskolere seg

fullstendig, eller om markedet vil ta seg opp. **“Det kunne vært interessant å se litt statistikk eller visualiseringer av hvem andre som er registrert som arbeidssøkere. Hvilke type utdanninger har høy ledighet. Det vil også gi informasjon til arbeidsgiver og arbeidssøker om konkurranse og utvalg”.**

BEHOV



ERFARING & KONTAKT MED ARBEIDSGIVERE

Nyutdannede arbeidssøkere har hatt få eller ingen muligheter til å opparbeide arbeidserfaring i løpet av studiet. De er nye på jobbmarkedet, med et begrenset nettverk, og føler seg distansert fra arbeidsgiverne. **“Det er vanskelig å få erfaring når man ikke har fått jobb. Mye av arbeidsmarkedet spør etter erfaring. Det hadde vært fint om det hadde vært mulig å jobbe steder for å få erfaring uten å måtte tjene så mye på det”.**

En veileder på NAV Ullern påpeker også behovet for erfaring hos nyutdannede jobbsøkere; **“Veldig mange arbeidsplasser krever erfaring. NAV må sikre flere praksisplasser for nyutdannede så de kan få en snarvei inn i arbeidslivet. Det er synd at de skal settes til side fordi de ikke har krav på ytelse.”**

En av veilederene ved Manpower forteller om at det er problematisk å finne jobber til kandidater uten erfaring: **“Det er mange studenter som ikke er flinke nok til å jobbe ved siden av studier. Det er flere og flere kandidater som ikke har noe arbeidserfaring og da er det tungt å sette de ut i jobb. En deltidsjobb på 7/11 er bedre enn ingenting”.**

Arbeidssøkerne har et behov for tidligere kontakt med arbeidsgivere og forventningsstyring i forhold til jobbsøkersituasjonen man skal ut i. En arbeidssøker forklarer: **“Skolene gir en utdanning men ingen steder å bruke den på. Det er for lite samarbeid mellom næringslivet og studiene. Man blir satt til seg selv”.**

Å kontakte bedrifter direkte er noe de fleste nyutdannede ikke er komfortable med. Mye avhenger

derfor av en glimrende søknad som skiller seg ut fra de andre søkerne om man skal oppnå direkte kontakt med bedriftene. Flere føler de mister muligheter på grunn av dette. **“Bedriftene burde også oppsøke oss mer, ikke bare vi som må komme til de. Jeg prøver å pushe egne grenser med å ringe - men å selge meg selv er ikke naturlig for meg”.**



KONTAKT MED
ARBEIDSGIVERE

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED

REKVISITTER
KONTAKT
MED



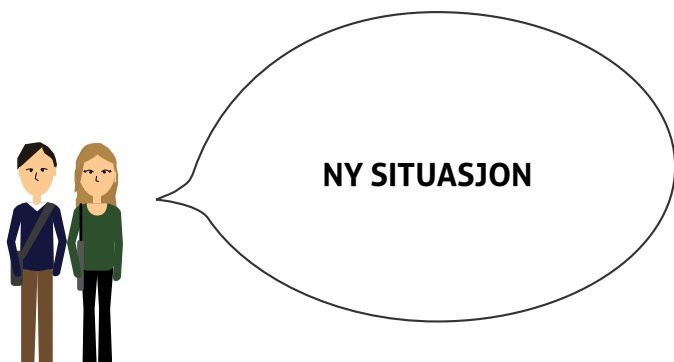
3.3 PROBLEMOMRÅDER

INTRODUKSJON

Dette delkapittelet tar for seg problemområdene nyutdannede arbeidssøkere møter på som førstegangssøkere.

CV + SØKNAD
SKRIVING

PROBLEMOMRÅDER



Arbeidssøkerne i brukergruppen er ofte førstegangssøkende på jobbmarkedet. De har forlatt skolebenken, og skal nå klare seg selv. Dette er for mange en vanskelig overgang inn i et nytt terreng. Mange beskriver det som vanskelig å vite hva som er "den riktige veien" inn på jobbmarkedet. Det finnes ingen fast oppskrift, og universiteter og høyskoler legger ikke opp veiledning til dette i tilstrekkelig grad. Flere hadde regnet med at deres største oppgave var å få gode karakterer - så ville jobbene komme av seg selv.

NAV oppleves ikke som naturlig støttespiller, da NAV ikke har vært en kilde til hjelp og veiledning under studietiden. Jobbsøkerne føler seg etterlatt til seg selv, og saumfarer internettet etter svar. Det finnes utfallige nettsider for jobbsøkere, med store mengder lik og ulik

informasjon. Flere er usikre på hva de er kvalifisert til som nyutdannet, og hvilke jobber de kan søke på. De nevner at det var kun de store bedriftene som de hadde blitt kjent med gjennom studietiden de søkte på i starten. De mindre bedriftene hvor de mener de kanskje kunne hatt større sjanser på ble dermed oversett.



Tallet på arbeidsledige i Norge er i dag høyere enn det har vært på 10 år med en ledighet på 4,6%⁽¹⁴⁾. I tillegg spår NHO økt ledighet i løpet av 2016⁽¹⁵⁾. Mye av dette skyldes nedgangen i oljebransjen som også rammer flere nyutdannede innenfor olje- og gass sektoren. Det er nå flere arbeidsledige enn nye arbeidsplasser innenfor samtlige yrker, som gjør at det er vanskeligere for nyutdannede å komme seg inn på jobbmarkedet. Det blir ytterligere konkurranse om jobbene når arbeidssøkerne må konkurrere mot de som ble rammet av massepermitteringer som i tillegg sitter på mer erfaring.

⁽¹⁴⁾SSB (2015) *Arbeidskraftundersøkinga, sesongjusterte tal*. Tilgjengelig her: <http://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/akumnd/maaned>

⁽¹⁵⁾NRK (2015) *Arbeidsledighet i Norge*. Tilgjengelig her: <http://www.nrk.no/nyheter/1.12719671>

PROBLEMOMRÅDER



AVSTAND TIL ARBEIDSGIVERENE

For arbeidssøkeren er arbeidsgiveren en autoritær figur de fleste mangler selvtillit til å oppsøke personlig. Flere føler det som problematisk at veien til kontakt ofte kun blir gjennom en god CV og søknad. **"Jeg føler jeg er best på intervju, men sliter med å skrive en søknad som får meg dit."**

Stillingsbeskrivelsene fra arbeidsgivere oppleves i tillegg som overveldende. En arbeidssøker beskriver situasjonen: **"Det er som om de leter etter supermann. Egentlig så har jeg mange av kvalifikasjonene, men så mangler jeg noen og da søker jeg ikke".**

I et marked hvor arbeidsgivere får inn flerfoldige søknader daglig, sitter de i en posisjon hvor de kan velge fra øverste hylle med liten anstrengelse. HR leder for Linjebygg forklarer: **"Frem til i dag har vi hatt 100 søkere**

på hver stilling. Da blir man laid back på et vis. Ingen utfordringer knyttet til rekruttering." Likevel påpeker han at han setter pris på arbeidssøkere som tørr å ta kontakt: **"Jeg blir imponert over kandidater som ber om en samtale med meg".**



ARBEIDSSØKER OVER LENGRE TID

Når arbeidssøkerne har gått ledige over lengre tid, daler motivasjonen og selvtilliten i takt med tiden. De blir sittende mye hjemme, og det kan gå utover selvfølelsen og den psykiske tilværelsen. En arbeidssøker forteller: **“Livet blir på vent. Man blir lite motivert i hverdagen. Jeg sjekker mail og telefon hele tiden. Man får mye tid til å tenke”.**

Det er gjerne når arbeidssøkerne har vært ledig over lengre tid at NAV oppsøkes personlig. Flere har da brukt opp sine økonomiske midler, og er kandidater for sosiale ytelser. En NAV arbeider forteller: **“De kommer ofte fordi de trenger penger, og at det er først da de kommer. Dette skjer gjerne på høsten når de ikke har flere midler”.**

Havner man på sosiale ytelser, samtidig som man sliter med

selvfølelsen, kan det være lett å gi opp. Man har penger til å klare seg. Dette er noe flere av veilederene på NAV beskriver som et problem. Om NAV kan vært en proaktiv støttespiller for nyutdannede tidligere - kan man kanskje forhindre at de havnet i en slik situasjon. På spørsmål om det er mulig å tilby plass på et arbeidsrettet tiltak til en arbeidssøker som ikke ønsker å søke om ytelser var svaret; **“I teorien ja, men i praksis vil alle oppfordres til å søke tiltakspenger”**

AKTIVITETER & TILTAK FOR Å KOMME I JOBB

Beginne å
se an
hvilke jobber
som fins

Karrieredag

Høre på
hvor andre
søkte

Søke på
nett

Ring
Sommerjobben

Sjettet av
relevante
bedrifte
nettsider

Søke
graduate
stillinger

Bedrifts-
presentasjoner

Mer info om
små bedrifter
som er
aktuelle
(og store)

Info om
jobbsøke-
portaler

Søkna
hjelp

BEHOV

Info om hvordan
man kan gå
frem

Mer veiledning
fra ansatte
ved universitetet

Veiledning
om hva
jeg kan

Hvor
se

Søke på enkelte for å se om man får noe for utdanningsløp

Lette kontakt etter stillingsoppl

SKRIVASKRIVNING

Sendte søknad til gjennomføring til TEXNA

Gi på de få bed. pres som kan

JOBBSØKERKURS VIA SKOLEN

KAROLINE O

Jobbsøkerkurs

Karrieredager

KONTAKTET
BEHANNINGSBYRÅ
↳ Registrerte CV og dro på generelt interju.

le
r sine

te på utlyste stillinger

noen firma;

Fikk venner og bekjente til å lese over søknader

ASSE

3.4 KUNDEREISEN

INTRODUKSJON
Dette delkapittelet tar for seg aktivitetene til nyutdannede jobbsøkere, den emosjonelle jobbsøkerreisen, og behov og problemområder oppsummert i en kundereise. Funnene har blitt kartlagt via en workshop med arbeidssøkere hvor fokusområdet var "kundereisen som arbeidssøker". Metoden for workshopen kan leses om i metodekapittelet på side 94.

ds-

Veiledning for hvordan best mulig komme ut på jobbmarkedet

Fler bed pres

INN PÅ HVORDAN EN SKRIVER SØKNADER

Jobb søker
Rom

MANGLET INFO OM HVA EN KAN FORVENTE OG NÅR SØKNADSPROSESSEN BLIR VANSKELIG

rdan
lag seg
s. 2

KUNDEREISEN, DEL 1: Før man er ferdigutdannet

TILTAK OG HANDLINGER

Mye deltakelse på kurs og arrangementer i forbindelse med skolen som jobbsøkerkurs, bedriftspresentasjoner og karrieredager. NAV viser seg å ikke være representert i tiltak og handlinger før man er ferdigutdannet.

Flere søker jobber hos de mest kjente bedriftene de har fått kontakt med via studiehverdagen. De bruker hverandre som informasjonskilder til stillinger og CV- og søknadskrivning. Bedriftstnettsider er de nettsidene som blir mest oppsøkt. Noen begynner å tenke på videreutdanning som en plan B. Flere angrer på at de ikke begynte å søke jobber i starten av studieåret, men ventet til vårsemesteret fordi de ikke tenkte det ville bli et problem å komme ut i jobb.

PROBLEMOMRÅDER OG BEHOV

“Vi visste ikke om alt, så det er det som er problemet”. Flere av arbeidssøkerne hadde et behov for forventningsstyring i løpet av studiet. De fleste regnet med å komme ut i jobb raskt, og ble overrasket og skuffet da det ikke viste seg å være like lett. **“Det var lite info om hva man kan forvente i en jobbsøkerprosess. Jeg følte ikke på alvor i situasjonen”.** Flere hadde behov for hjelp til å finne aktuelle stillinger utover de store bedriftene som var synlig under utdanningen. I tillegg er det et behov for generell informasjon om hvilke muligheter man har innenfor sitt studieområde, og hvilken etterutdanning som er mest gunstig å ta i forhold til andre muligheter innenfor sitt felt eller nye. Flere nevner også behov for mindre generelle jobbsøkerkurs, men mer tilpassede kurs for

høytutdannede. **“Ingen stilte kritiske spørsmål på kurset jeg var på, og situasjonen på markedet kom ikke tydelig nok frem.”**

søke jobber tar seg så opp ved levert grad; **“Man er glad for å ha levert, og å ha sommerferie.”**

MOTIVASJON

Ved starten av avsluttende år opplevde de fleste å være svært positive og motiverte til å søke jobber. De var glade for snart å være i mål med graden, og spente på hva som møtte de. Gradvis dalte motivasjonen utover studieåret, i takt med avslag på søknader. Motivasjonen nådde bunnen rundt mars/april, og mange søkte i denne perioden opptak til nytt studie som plan B. Flere beskriver dette som et stort nederlag. Motivasjonen for et nytt studie etter man har oppnådd en mastergrad er forholdsvis lav - iallefall om man er usikker på om graden vil øke sjansene deres på jobbmarkedet. Motivasjonen til å

KUNDEREISEN, DEL 2: Nyutdannet

TILTAK OG HANDLINGER

Under sommerferien begynte de fleste å registrere seg på diverse nettsider og hos bemanningsbyråer. Finn.no blir nevnt som en populær jobbsøkerportal - hvor mange opprettet autosøk. NAV blir ikke oppsøkt primært. De begynner å kontakte bekjente i omgangskretsen som kan hjelpe de videre, og tidligere arbeidsgivere. De fortsetter å søke på stillinger, men er samtidig preget av å ha sommerferie og er ikke like aktiv som før og etter sommerferien i forbindelse med jobbsøk. **“Jeg tok en rolig ferie fordi jeg trodde jeg kom til å få jobb”.**

PROBLEMOMRÅDER OG BEHOV

De nyutdannede har behov for informasjon om sine muligheter, og hvor de kan finne de riktige jobbene. **“Hva har man lært etter fem år? Hvor kan jeg finne de**

aktuelle stillingene?” Når de ser tilbake på tiden følte mange at de trengte en slags “reality check” i forhold til hvor vanskelig det kom til å bli å skaffe seg jobb. Informasjon og jobbsøkerkurs ble nevnt som de største behovene i løpet av sommerferien.

MOTIVASJON

De fleste var svært motiverte i starten av sommerferien til komme inn på jobbmarkedet, etter å ha avsluttet mange års skolegang. Etterhvert som jobbene ikke dukket opp i løpet av ferien dalte motivasjonen.

KUNDEREISEN, DEL 2: Arbeidsledig fra 2-5 måneder

TILTAK OG HANDLINGER

Noen av deltakerne hadde sin første kontakt med NAV etter sommerferien; **“Jeg meldte meg som arbeidssøker på NAV med en gang - men det var lite hjelp å få”**. Registreringsprosessen på ulike nettsider og byråer øker i aktivitet etter sommerferien. **“Jeg har laget profiler på diverse portaler - både utenlandske og norske - det blir sinnsykt mange etterhvert, og så utrolig kjedelig at registreringene ikke er standardisert!”** Flere føler på dette, og kunne ønske at CV oppsettet var likt på sidene så man slapp å bruke så mye tid på registrering ved hver nye portal. Noen av deltakerene begynte på videreutdanning, mens de fortsatte å lete etter jobber. De mottar jobbmatch daglig, men de aller færreste er relevant for søkerne. Ettersom tiden går oppsøker de flere

bemanningsbyråer, for å øke sjansene sine og diskutere muligheter. Flere sender inn åpne søknader, og leter på LinkedIn. Noen meldte seg etterhvert på jobbsøkerkurs. Utover høsten søkte de bredere og bredere, og noen så seg til slutt om etter deltidsjobber for å få en inntekt. **“Jeg har søkt på utallige stillinger og nå ser jeg etter en deltidsjobb som kan gi erfaring.”**

PROBLEMOMRÅDER OG BEHOV

Etter som tiden går og antall søkte stillinger øker føler de et stort behov for å få oversikt og strukturere jobbsøkerprosessen. **“Man mister oversikten! Jeg har laget et system selv, men det hadde vært greit å hatt en bedre løsning!”** Behovet for kontakt med andre øker også med tiden som arbeidsledig. **“Å få en bekreftelse på at man ikke er alene. Det går jo inn på deg og man tar det jo personlig.”** Behovet for å

ha noe å gå til er også økende over tid. **“Det burde være tilgjengelige jobbsøkerkurs. Man blir apatisk til slutt, og det er godt å bare ha noe å gå til og noen å snakke med.”**

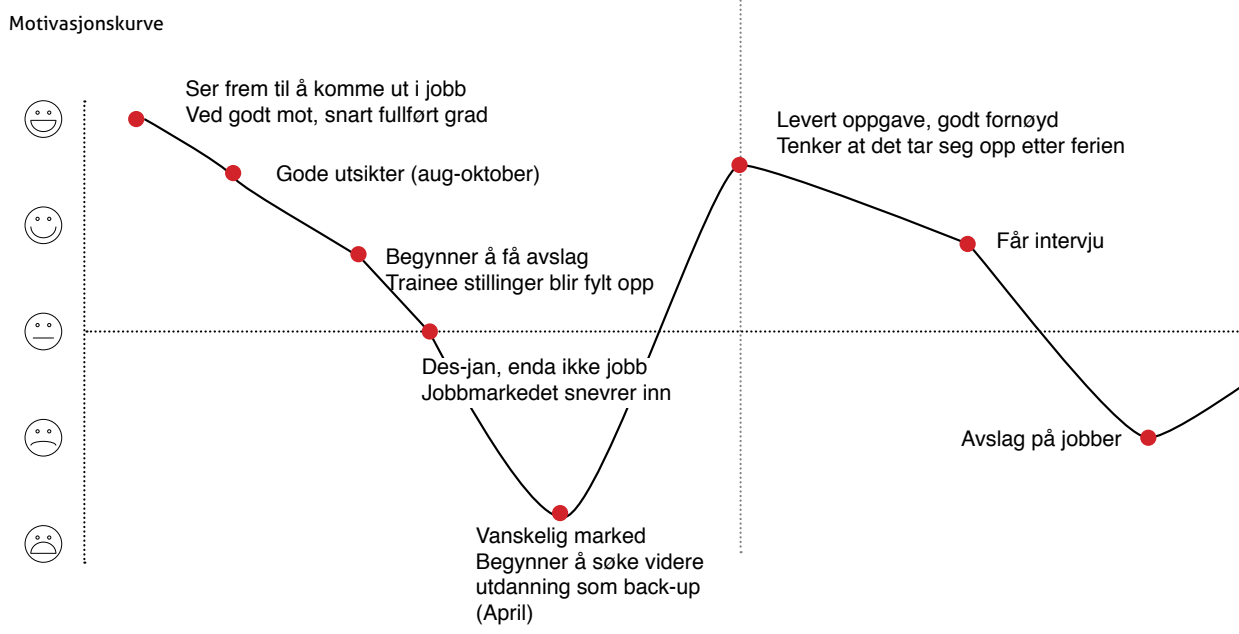
MOTIVASJON

Motivasjonen til å søke jobber synker over tid. Positive perioder kan oppstå om de får innkallelse til intervju, men kan dale desto mer ved avslag i etterkant. De begynner å tvile på egne evner, og stiller seg spørsmål som; Er det meg det er noe galt med? Etterhvert begynner de å føle at situasjonen er håpløs, og avslag blir en vanlig del av hverdagen som ikke slår like hardt ut som ved tidligere avslag.

OPPSUMMERING AV FUNN: KUNDEREISEKART

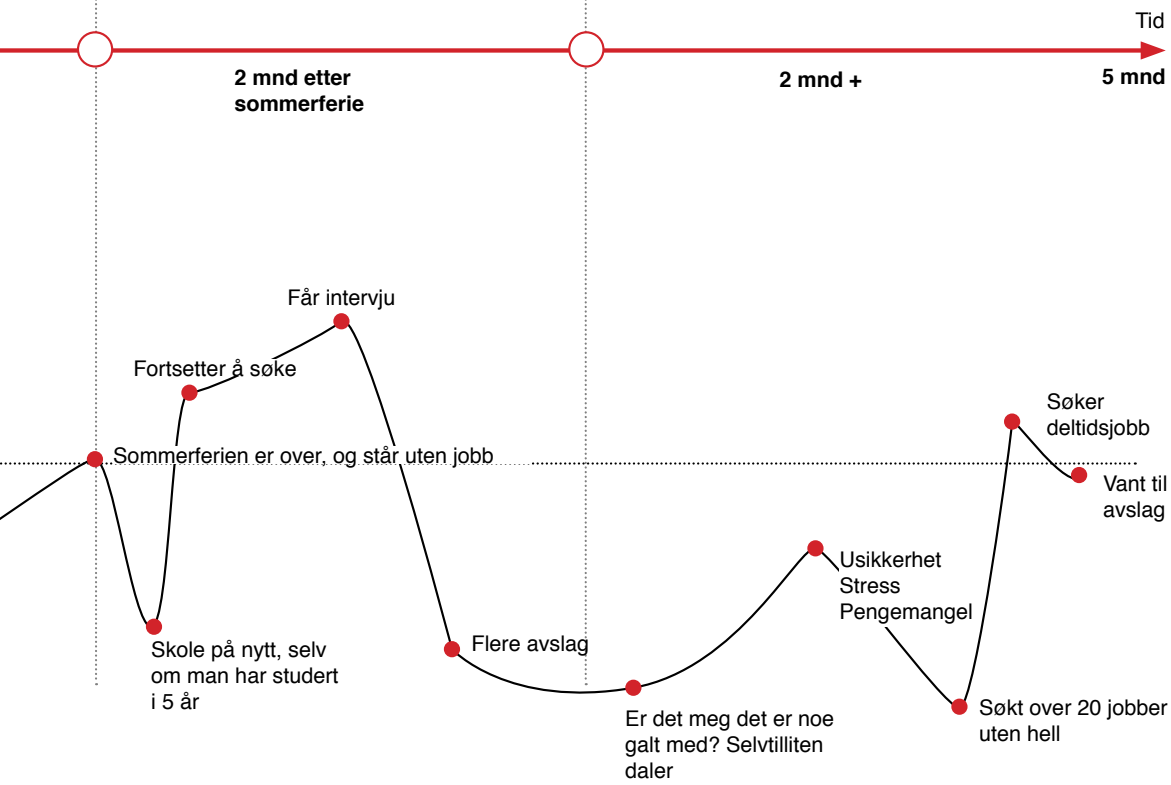
| Tiltak/handlinger | Sende søknader | Deltar på skole-tiltak | Registrere | Autosøk | Kontakter hjelp |
|--|--|------------------------|-------------------------------------|-----------------------|-----------------|
| Søke det andre søker | Ser på beriftsnettisder | | Registrerer meg på finn.no | | |
| Karrieredager på skolen | Jobbsøkerkurs via skolen | | | La inn søk på finn.no | |
| Søke trainee stillinger | Sende inn CV til tekna for tilbakemelding | | Søker jobber | Autosøk på finn.no | |
| Begynne å sjekke ut hva som finnes der ute | Søke skoler | | Snakker med bekjente | | |
| Bedrift presentasjoner | Få venner og bekjente til å se over søknad | | Bemanningsbyråer | | |
| Søker på de store selskapene | | | Snakker med tidligere arbeidsgivere | | |
| | | | Oppdatere LinkedIn | | |

| Behov | Informasjon | Veiledning | Hjelp | Informasjon |
|--|---|--|-------------|---|
| Info om små bedrifter som er aktuelle | Flere jobbsøkerkurs - på dette stadiet visste man ikke hva man skulle spørre om og man var ikke like kritisk til markedet | | | Hvilke andre muligheter har jeg? |
| Veiledning fra ansatte på universitetet | Søknadshjelp | Hvordan selge seg selv? | En veileder | Info om kurs jeg kan ta for å enklere komme inn på jobbmarkedet |
| Info om hvordan man går frem som jobbsøker | Veiledning for fremgangsmåte for å komme ut i jobbmarkedet | | | Reality check |
| Info om jobbsøker portaler | CV hjelp | Hjelp til å finne aktuelle stillinger | | |
| Referansepersoner | Flere bedriftspresentasjoner | Info om hva man kan forvente som jobbsøker | | |
| Info om videreutdanning | Jobbsøkerkurs | | | |



| Oppsøker | Registrerer | Utvider | Søker | Kurs | Oppsøker | Brede søk + deltid |
|--|---|---------|-------|---|------------------------------------|-----------------------------|
| Oppsøker bemanningsbyråer Laget bruker på Jobbnorge og NAV Profiler på utenlandske sider | | | | Sluttet på skole - demotivert | Gått på jobbsøkerkurs | |
| Snakket med bedriften jeg skrev master for | | | | Søker bredt | Søkt på 20+ stillinger | |
| Ser på studier | Vært i kontakt med NAV | | | Møte med bemannings- og rekrutteringsbyrå | Søker ALT i utland og Norge | Jobbe og glemme (som lærer) |
| Oppdatert CV | Profiler på mange portaler | | | Så på urelevante deltidsjobber | | |
| Søke på alt av jobber med den minste relevans til utdanningen | Meldte meg som arbeidsledig på NAV | | | Oppsøke NAV | Sier ja til korte oppdrag/vikariat | |
| Registrerer CV hos Manpower, Academic Work, Finance People, og Top Temp litt etter litt. | La inn CV på finn etter de maste på meg | | | Skaffet referanser fra NTNU | Nylig sendt mail til Adecco | |
| Starter på videreutdanning | | | | | Deltidsjobber | |

| Bekreftelse | Hjelp | System og struktur | Bekreftelse | Motivasjon | Kurs | System og struktur |
|---|--|--------------------|--|-----------------------|------|--------------------|
| Bekreftelse på at det er flere som sliter | Noen å dele erfaringer med | | Bekreftelse på hva jeg kan | | | |
| Hjelp til å finne jobbene | Få vite om jobbene som ikke lyses ut | | Noen å snakke med mht. situasjon uten jobb | | | |
| Mer personlig veiledning | Søknadshjelp: holde orden på alle søknadene og frister | | Veiledning | Motivasjon | | |
| | | | Kurs | Struktur på hverdagen | | |
| | | | Penger | | | |



4

NAV OG NYUTDANNEDE

- 4.1) Introduksjon av actors
- 4.2) Tjenestetilbud og relasjon
- 4.3) Brukeropplevelse
- 4.4) Service blueprint av eksisterende tjenester
- 4.5) Oppsummering av painpoints

INNLEDNING

Dette kapitlet vil gi leseren en innføring i relasjonen mellom NAV og nyutdannede. Herunder NAVs posisjon hos brukeren og brukerens opplevelse av eksisterende tjenester hos NAV. Innsikten er kartlagt via intervjuer med NAV arbeidere, brukere, observasjoner over en uke på NAV Ullern og tjenestesafari på NAV mottak og nav.no.



PLEASE HOLD HERE

PLEASE HOLD HERE



PLEASE HOLD HERE



4.1 INTRODUKSJON AV ACTORS

INTRODUKSJON

Dette delkapittelet vil forklare de primære aktørene involvert i NAVs tjenester mot rekruttering og veiledning til arbeidslivet.

PRIMÆRE AKTØRER



NAV VEILEDER

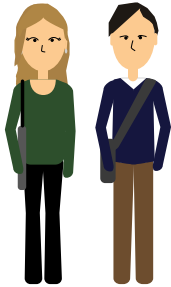
I publikumsmottaket på NAV kontorene sitter det NAV-veiledere og tar i mot de ulike brukerne på NAV. Veilederene hjelper brukere typisk med søknader, tiltak, og jobbsøk via 1-1 veiledning. De kan også være ansvarlig for jobbsøkerkurs og infokurs som holdes på NAV. Veilederne jobber tett opp mot markedskontaktene, og er et mellomledd mellom jobbsøker og markedskontakt.



MARKEDSKONTAKT

Markedskontaktene skal være et kontaktpunkt mellom arbeidsgiver og NAV. De skal representere NAV utad, bygge NAVs merkevare, og sikre flere arbeidsplasser til jobbsøkerne i NAVs systemer.

Markedskontaktene har ansvar for å finne kandidater til direkte meldte stillinger. Dette er ledige stillinger meldt inn fra arbeidsgiver som ikke lyses ut.



NYUTDANNEDE

Nyutdannede arbeidssøkere er en lite representert brukergruppe på publikumsmottakene i dagens NAV. De er usikker på hva NAV kan tilføye de av verdi, og ser ikke på NAV som et sted de hører hjemme.



ARBEIDSGIVERE

Arbeidsgivere får hjelp fra NAV på ulike områder som nedbemanning, permittering, sykemeldinger, og rekruttering. En analyse av Brukerundersøkelsen blant arbeidsgivere 2014⁽¹⁶⁾ viser at arbeidsgivere bruker NAV i mindre grad nå i forbindelse med å finne kandidater til ledige stillinger enn tidligere. HR leder ved Linjebygg forklarer fraværende bruk av NAVs tjenester til rekruttering: **“Vi er usikre på om ressursene vi søker etter ligger hos NAV”**.

⁽¹⁶⁾NAV (2014) *Brukerundersøkelsen blant arbeidsgivere 2014*. NAV-rapport s. 4. Tilgjengelig fra: <https://www.nav.no/no/NAV+og+samfunn/Kunnskap/Analyser+fra+NAV/NAV+rapportserie/NAV+rapporter/brukerunders%C3%B8kelse-blant-arbeidsgivere-2014>



A woman in a white sweater is standing and pointing at a large wooden board covered in numerous sticky notes. She is addressing a group of people seated around a dark table. The table has several water bottles and more sticky notes on it. The setting appears to be a meeting or workshop.

4.2 TJENESTETILBUD OG RELASJON

INTRODUKSJON

I dette delkapittelet vil forholdet mellom NAV og nyutdannede arbeidssøkere bli utredet.

STANDARD INNSATS

I møte med NAV blir de ulike brukerne av arbeidsrettede tjenester delt inn i det som kalles "Servicegrupper". Hvilken gruppe man havner i avhenger av veilederens vurdering rundt brukerens behov og arbeidsevne. Dersom NAV konkluderer med at det er rimelige muligheter for at arbeidssøker vil nå sitt mål om arbeid gjennom egenaktiviteter i løpet av relativt kort tid, vil arbeidssøkeren komme i servicegruppen "Standard innsats". Det er i denne gruppen de fleste nyutdannede vil havne. Grunnet begrensede ressurser hos NAV vil de som havner innenfor de andre servicegruppene med større behov for bistand bli prioritert for tjenester og oppfølging.

Brukeren vil få et vedtaksbrev i posten etter evaluering av tilstand. En bruker fortalte under intervju

om opplevelsen av å søke hjelp fra NAV som nyutdannet: **"Jeg fikk et vedtaksbrev hvor det sto at NAV vedtar at jeg kan klare meg selv. Det var det."**

Normalt sett vil ikke nyutdannede ha krav på ytelse fra NAV⁽¹⁷⁾, med mindre de har tjent 1,5G (135.102kr) i løpet av det siste året eller mer en 3G (270.000 kr) i løpet av de tre siste årene - hvilket gjelder de færreste heltidsstudenter.



**"Jeg fikk et vedtaksbrev
hvor det sto at NAV
vedtar at jeg kan klare
meg selv. Det var det."**

NAVs TILBUD TIL NYUTDANNEDE



Vi har fått en markeds konsulent som jobber tett opp mot arbeidsgivere. Vi får mange forespørsler fra han om arbeid som krever kompetanse

Nyutdannede jobbsøkere er ikke en høyt prioritert brukergruppe hos NAV - og de har ingen tjenester direkte rettet mot denne brukergruppens behov.

NAVs tjenestetilbud til nyutdannede jobbsøkere er primært mulighet til å registrere seg gjennom selvbetjeningsløsningen på nav.no. Registrering kan gi følgende verdi for brukergruppen:

- fryst rente på studielån
- mulighet til å motta jobbmatch
- mulighet til jobb via direkte meldte stillinger

En veileder ved NAV Ullern forklarer at et problem er at arbeidssøkerne ikke er klar over fordelene med å registrere seg hos NAV, eller hva NAV kan bidra med. Hun mener styrken til NAV hos nyutdannede ligger i markedskontaktene. **“Vi har fått en**

markeds konsulent som jobber tett opp mot arbeidsgivere. Vi får mange forespørsler fra han om arbeid som krever kompetanse”. Dette er noe de færreste nyutdannede er klar over. **“NAV assosieres med negativitet og passivitet. Mange tenker kanskje at arbeidsgivere ikke ansetter NAV-brukere”**

NAV tilbyr arbeidsrettede tiltak som langtidsledige kan søke på. Herunder samarbeider NAV med eksterne aktører som holder jobbsøkerkurs eller ulike kompetansebyggingskurs - i tillegg til at de holder egne kurs. Problemet er at tiltakene primært tilbys arbeidssøkere utenfor **“Standard innsats”**. Nyutdannede vil ikke prioriteres også siden de da har krav på å søke arbeidstiltakspenger fra NAV. **“Det har ikke NAV ressurser til”**, forteller en veileder hos NAV Ullern. Hun mener dette er synd, da



Svakheten vår er at vi ikke har noen mulighet for tiltak å tilby denne gruppen. Alt er veldig begrenset, det er mest tiltak til ufaglært ungdom

nyutdannede ofte er mer motiverte til å bygge opp kompetanse, eller har behov for hjelp til å uttrykke sine styrker som jobbsøker; **“Mange av de mindre ressurssterke som tilbys arbeidsrettede tiltak deltar ofte kun for pengenes skyld.”**

på å tilrettelegge for forebyggende tjenester for å hindre at de nyutdannede havner på sosialhjelp til syvende og sist.

Generelt sett mener veilederne på NAV Ullern at det er behov for arbeidsrettede tiltak tilgjengelige for nyutdannede. **“Svakheten vår er at vi ikke har noen mulighet for tiltak å tilby denne gruppen. Alt er veldig begrenset, det er mest tiltak til ufaglært ungdom.”** Ressurssterke jobbsøkere blir nedprioritert helt til det går så langt at de har krav på sosialhjelp. Hun fortsetter: **“Blir de satt på sosialhjelp så stopper alt opp. Selv om vi stiller krav om tiltak, passifiseres de på en måte. Er de i systemet blir de der!”** Dette kan tolkes som at NAV kunne tjent

RELASJON MELLOM NYUTDANNEDE OG NAV

“Det ligger ikke så mange relevante jobber der, og det var ikke så lett å finne min kompetanse i databasen ved registrering. Det ligger mye info om trygd og overgang til arbeidsliv fra stønad - ikke så mye for de i min situasjon”

- sitat arbeidssøker

NAV.NO

Ut i fra en spørreundersøkelse distribuert på facebook (se metodekapittelet side 40) i forbindelse med oppgaven, hvor 64 arbeidsledige med høyere utdanning deltok i alderen 21-32 år, viste det seg at 72% har benyttet seg av nav.no sin stillingsdatabase. Likevel velger betydelig færre å registrere seg.

NAV-MOTTAK

Få av arbeidssøkerne oppsøker et NAV-mottak. De fleste nyutdannede kommer til NAV når de har krav på ytelser eller sosialstønad, ikke for å få hjelp til å komme ut i jobb - da oppsøker de andre i stillingsbransjen. Dette ble bekreftet under observasjonsuka på NAV Ullern hvor nyutdannede arbeidssøkere var fraværende.

“Jeg har ikke kontaktet NAV personlig. Er ikke klar over at de kan hjelpe meg med noe”

- sitat arbeidssøker

MER TILLIT TIL ANDRE I STILLINGSBRANSJEN

Under observasjon hos Manpower's kontor på karrieresenteret på UiO forklarer en jobbsøker at hun oppsøkte Manpower fordi hun hadde hørt så mye bra om de fra medstudenter, i tillegg til at Manpower hadde vært synlig på universitetet gjennom studietiden. **“Jeg så at dere hadde skaffet jobb til andre fra samme utdannelsesbakgrunn som meg, og derfor er dere de første jeg oppsøker.”** I venterommet ligger det en mappe med suksesshistorier fra arbeidssøkere Manpower har skaffet jobb til, som tydelig motiverer andre arbeidssøkere til å ta kontakt.

Under intervjuer med nyutdannede jobbsøkere kom det klart frem at relasjonen brukergruppen har til NAV er svak eller ikke-eksisterende.

Dette kan skyldes at NAV ikke har vært synlig gjennom studietiden, og brukergruppen er dermed intetanede om hva NAV eventuelt kan tilby eller hvorfor de burde registrere seg som arbeidssøkere på nav.no. Få er klar over at for eksempel renten på studielånet blir fryst om man registrerer seg som arbeidssøker.

Den generelle oppfatningen brukergruppen har av NAV er at de hjelper de svakeste i samfunnet økonomisk. NAV vil dermed ofte ikke være det første stedet man oppsøker som nyutdannet og ressurssterk.

NYUTDANNEDES ASSOSIASJONER TIL NAV

Jeg assosierer NAV med begrepet "naver", stønad, snylting på systemet, negativ PR, arbeidsuføre, siste utvei



Jeg assosierer NAV med tiltaksløshet, komplisert, dårlig brukervennlighet, tungvint, tungrodd



Jeg assosierer NAV med trygd, mobbet, negativ, ingen alternativ, siste løsning



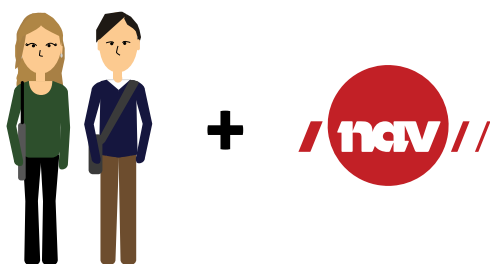
Komplisert, kategorisert, oppgitt, vanskelig, papirarbeid, hjelp, byråkrati, store ord, tidspress, upersonlig



Jeg tenker at man har tapt litt når man må til NAV og assosierer NAV med stigmatisering, kø, hummer & kanari, folk man ikke identifiserer seg med



HVORFOR ER DET VIKTIG AT NAV TILRETTELEGER BEDRE FOR NYUTDANNEDE JOBBSØKERE?



Ettersom situasjonen på jobbmarkedet har endret seg de siste årene og arbeidsledigheten øker (se *Figur 3*), er det sannsynlig at flere og flere nyutdannede vil ha vanskeligheter med å skaffe seg jobb. Dette kan medføre at flere vil ha behov for hjelp til ikke bare å komme inn på jobbmarkedet, men også til hvordan man takler livet som arbeidsledig. Her har NAV et samfunnsansvar med å hjelpe disse brukerne.

Det er flere fordeler med å bistå denne brukergruppen, og tilrettelegge for tjenester rettet mot de:

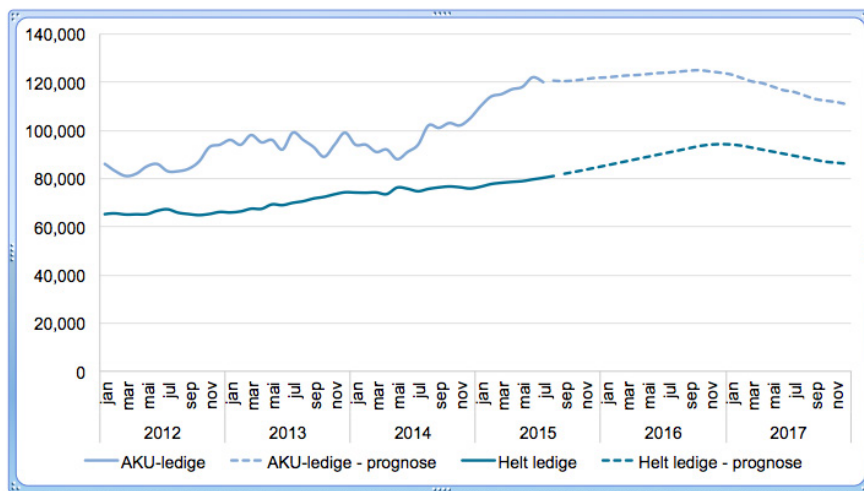
1) Nyutdannede er stort sett førstegangsbrukere hos NAV, og vil med stor sannsynlighet benytte seg av NAVs tjenester på et senere tidspunkt i livet. Dersom NAV klarer å

skape en god førstegangsopplevelse for disse brukerne kan det bidra til å bygge en god relasjon tidlig.

2) Merkevaren NAV blir sett på i et negativt lys av folk flest, og gode brukeropplevelser kan bidra til å snu inntrykket og skape mer velvilje fra brukernes side til NAV-systemene.

3) Informasjon lagret fra nye brukere kan senere benyttes når de henvender seg til NAV ved en annen anledning. Slik kan NAV tilrettelegge for fremtidig enklere tjenester ved at NAV kjenner brukerens historie, og ved at viktig informasjon om brukeren allerede ligger lagret og tilgjengelig.

4) Verdiskapende tjenester for nyutdannede hos NAV vil gjøre at arbeidssøkerne registrerer seg og bidrar til en mer realistisk



NAV, 14/12/15

Side 11

Figur 3: utviklingen på jobbmarkedet ⁽¹⁸⁾

ledighetstatistikk. Dette er viktig for å kunne utforme riktig politikk og riktige virkemidler for å møte situasjonen på arbeidsmarkedet.

5) At nyutdannede registrerer seg hos NAV, kan bidra til at arbeidsgivere ser et større potensiale i å benytte NAV til å finne arbeidskraft. Nye relasjoner til arbeidsmarkedet kan igjen hjelpe NAV med å etablere avtaler hos et bredere spekter av arbeidsgivere som kan gagne alle brukere i NAV.

⁽¹⁸⁾ Figur 3 er hentet fra NAV-presentasjonen: *Utviklingen på arbeidsmarkedet*, av Johannes Sørbo (2015)





4.3 BRUKEROPPLEVELSE

INTRODUKSJON

I dette delkapittelet vil de nyutdannede arbeidssøkernes opplevelse av NAVs tjenester utredes. Funnene har blitt kartlagt gjennom intervjuer, tjenestesafari med bruker på NAV mottak, samt tjenestesafari på nav.no

Å REGISTRERE SEG SOM ARBEIDSSØKER PÅ NAV

“Møte med NAV den første gangen krever at man setter seg inn i en del systemer. Til og med i dag har jeg ikke full oversikt”

- sitat fra tidligere arbeidssøker som var i kontakt med NAV

For å være tilgjengelig i NAVs database som arbeidssøker må man registrere seg via nav.no. Man må først logge inn ved hjelp av BankID, MinID, bypass eller Commfides, hvilket krever at en av disse hjelpemidlene er tilgjengelig for bruker. Andre stillingssider krever kun at man oppretter et brukernavn og passord.

Når man er innlogget må man velge “Registrer/oppdater CV” og man blir videresendt til en fire-steps registreringsprosess.

I første steg legges selve CV'en inn. Man blir bedt om å fylle ut alt tilbake til grunnskolen, som kan sees på som irrelevant for en potensiell arbeidsgiver. Registreringen oppfattes som vanskelig når man skal registrere utradisjonelle høyere utdannelse.

Dette er grunnet et hierarkisk mappesystem man må gjennom for å komme fram til sitt faktiske fagfelt og nøkkelkompetanse. Andre utdannelse som “Folkehøgskole” er det ikke lagt til rette for under registrering, og utvekslingsopphold blir ikke presentert i sammenheng med studiet man var på men blir uttrykt som en frittstående utdanning.

Steg to i registreringsprosessen er å sette opp jobbønsker. Her kan man benytte seg av et søkefelt for å finne frem til ønskede jobber. Igjen er det vanskelig å få treff om man ikke faller innenfor de tradisjonelle yrkene.

I steg tre: “Kartlegging for NAV” må man krysse av for spørsmål om arbeidstilværelse, samt om man ønsker å søke penger eller hjelp fra NAV.



Mye man må gå gjennom i hierarkiet for å finne det jeg ville. Veldig vanskelig å komme frem til riktig kompetanse. Jeg måtte innom mekanisk som ikke har noe med min kompetanse å gjøre. Lite intuitivt.

- arbeidssøker om registrering på nav.no

Steg fire er en "Bekreftelse" på at man har forstått sine rettigheter og plikter som arbeidssøker. Blant annet plikter man seg til å sende inn meldekort hver 14.dag om hva man har foretatt seg i jobbsøkningsperioden.

Etter innregistrering havner man tilbake på "Minside" og får beskjed om at det første meldekortet kan sendes inn. Man mottar deretter tre mail fra NAV. Den første omhandler "Viktig informasjon registreringen", den andre har tittelen "Skal du søke dagpenger?" og den tredje "Informasjon om meldekort". Brukeren blir her overlesset med mye informasjon på en gang.

Det oppleves som mer tidkrevende å registrere seg som arbeidssøker på nav.no enn hos lignende nettsjenester for arbeidsledige - hvilket bidrar

til å trekke ned brukeropplevelsen. En tungvindt registreringsprosess i kombinasjon med negative assosiasjoner og lite informasjon om fordeler med å registrere hos NAV er grunner til at flere velger å la være. Arbeidssøkerne uttrykker i tillegg at det ikke ligger like mange relevante jobber på nav.no som andre steder, og at jobbmatchene er av svært varierende relevans for brukeren.

Å REGISTRERE SEG SOM ARBEIDSSØKER PÅ NAV: OPPLEVELSEN AV MELDEKORT

I samtale med en arbeidssøker på Karrieresenteret ved UiO ble det fortalt at søkeren stoppet å registrere seg på NAV fordi hun ikke trodde tjenesten var for henne, da hun ikke søkte ytelser. **“Hvorfor skulle de da be meg om å sende meldekort?”**

Meldekortet har tre hovedformål:

- Bruker opprettholder statusen som arbeidssøker i NAVs arbeidssøkerregister
- Det gir grunnlag for beregning og løpende utbetaling av ytelsene som NAV forvalter
- Det sikrer riktige tall på arbeidsledigheten i Norge

Meldekortet inneholder spørsmål knyttet til ytelser som forvirrer arbeidssøkere som ikke mottar ytelser. En arbeidssøker forteller om å måtte krysse av for “å ikke å ha møtt opp på avtalt aktivitet” uten

noen aktivitet avtalt for å kunne sende inn meldekortet. Innsending av meldekort blir sett på som en undødvendig aktivitet og et stort painpoint for arbeidssøkerne som ikke søker ytelser.

Konsekvensen av å glemme eller å velge å ikke sende inn meldekort er å måtte registrere seg som arbeidssøker på nytt. Dette er en gjentakende hendelse som frustrerer flere av arbeidssøkere som har blitt intervjuet.

En NAV-veileder forklarer hensikten med meldekort med at veilederne skal ha oversikt over aktiviteter arbeidssøkeren har utført for å komme ut i jobb, hver 14.dag - satt i sammenheng med at dagpenger betales ut hver 14. dag. Å være arbeidssøker er “en heltidsjobb” og NAV må kartlegge at jobbsøkeren



Melder man seg som arbeidssøker får man opp meldekort osv. Så ikke helt vitsen med dette. Krysset bare av. Jeg glemte meg en gang og måtte da registrere meg på nytt. Føltes unødvendig – jeg får ingenting tilbake for dette

- arbeidssøker om registrering på nav.no

har gjort alt den skal for å komme ut i jobb for at arbeidssøkeren fortsatt skal ha krav på dagpenger.

En NAV medarbeider i Arbeids- og velferdsetaten forklarer at mye av verdien i meldekort for NAV sin del er at de får oppdatert statistikk over arbeidsledigheten i Norge. **“Å ha en god ledighetsstatistikk er svært viktig av mange grunner. For NAV og politikere er det viktig for å kunne utforme riktig politikk og riktige virkemiddel til å møte situasjonen på arbeidsmarkedet.”**

Å OPPSØKE VEILEDNING PÅ NAV MOTTAK

INTRODUKSJON

Via tjenestesafari med arbeidssøker Signe ble opplevelsen av å oppsøke et NAV mottak kartlagt. Signe hadde i forkant meldt seg som arbeidssøker på nav.no og mottok dagpenger i motsetning til de andre nyutdannede som har blitt intervjuet i oppgaven. Signe vil undersøke om hun kan få komme på kurs. I tillegg vil hun undersøke om det går an å spisse jobbmatchene så de passer bedre til hennes kompetanse.

NAV FROGNER

Dagen startet på NAV Frogner, hvor Signe stilte seg i kø for å få prate med en veileder. Veilederne var stasjonert synlig fra venteområdet og det var kun skillevegger som separerte de ulike veilederne i samtale med brukere.

FØRSTE VEILEDNING

Etter litt venting fikk hun komme "inn" til veiledning og ble bedt om å identifisere seg. Veilederen konkluderte raskt med at hun tilhørte et annet NAV-mottak på bakgrunn av hennes postadresse, og ba henne reise til NAV Tøyen. Signe var ikke klar over at hun ikke kunne oppsøke et hvilket som helst mottak, og ble overrasket over at hun ikke kunne få veiledning på stedet. **"Jeg synes det er kjipt å bli sendt videre. Hvorfor kunne jeg ikke fått hjelp her? Det er første gang jeg oppsøker et NAV kontor i Oslo så jeg føler ikke at jeg hører til noe sted akkurat."**

NAV TØYEN

Etter 20-30 minutter med reisetid ankom hun NAV Tøyen hvor hun måtte stå i ny kø. Mottaket var overrepresentert av flyktninger og trengende, og det var både

securitasvakt og mobilforbud på stedet. Atmosfæren var seriøs og tyngende, fremfor preget av muligheter og positivitet. Etter å ha ventet i 30 minutter kommer Signes kønummer på skjermen.

ANDRE VEILEDNING

Inne hos veileder på NAV Tøyen blir Signes CV vurdert og gjennomgått, og veilederen noterer at hun mottar dagpenger. Signe forteller at hun er interessert i kurs som kan gi henne mer kompetanse, og veilederen sier hun skal sjekke opp dette. Veilederen informerer Signe om mindre bymanningsbyråer som hun enda ikke har oppsøkt, og oppfordrer henne til å ta kontakt med de. På spørsmål om jobbmatch sier veilederen at det er lurt å søke bredt for å ikke gå glipp av en potensiell jobb. Jeg spør veilederen om det er mange nyutdannede som er innom

NAV, og hun svarer: "Nesten ingen".

VURDERING AV OPPLEVELSE

Det tok Signe over 2 timer å få snakket med riktig veileder, som opplevdes som unødvendig lenge. Signe fikk derimot utbytte av samtalen da hun mottok tilbud om deltakelse på kurs - som kan være forbundet med at hun går på dagpenger. Dette utfallet ble påpekt i samtale med NAV-veileder som mindre sannsynlig for en bruker i "Standard innsats".

Det var tydelig at nyutdannede jobbsøkere var underrepresentert på begge NAV mottakene. Dette ble også bekreftet under observasjonsuka på NAV Ullern.

Det er stor variasjon i omgivelsene på de ulike publikumsmottakene. NAV Frogner hadde veiledning i det

åpne ventelokalet, mens NAV Ullern og NAV Tøyen hadde veiledning inne på kontor med 4 vegger.

Det var også stor variasjon i antall brukere. På NAV Ullern var det stort sett rolig, mens publikumsmottaket på Tøyen var det stor pågang av flyktninger og trengende - og sikkerheten var tydelig skjerpet.

Amosfæren oppleves generelt sett ikke som innbydende sammenlignet med lokalene på Karrieresenteret ved UiO eller Manpower - hvor man får servert kaffe og er omringet av informasjon om jobbsøk.

Signe synes veiledningen var informativ og god. Veilederen skulle hjelpe henne et steg videre med tanke på kurs, og hun fikk informasjon om flere

bemanningsbyråer hun kunne kontakte.

Nyutdannede med spørsmål om hvor man burde henvende seg for hjelp til å komme ut i jobb - eller bare vil snakke med noen - kan få nytte av å oppsøke NAV. Har man mer konkrete spørsmål rundt marked og muligheter, CV og søknad, eller hvordan selge seg inn hos arbeidsgivere kan det være varierende hvor god veiledning man vil få.



**Mobiltelefon
forbudt**

993
707
992

VENTA

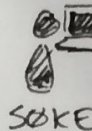
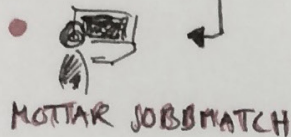
SERVICE B

→ arbeidssøker

PHYSICAL EVIDENCE



USER ACTIONS



Line of interaction

ONSTAGE CONTACT PERSON



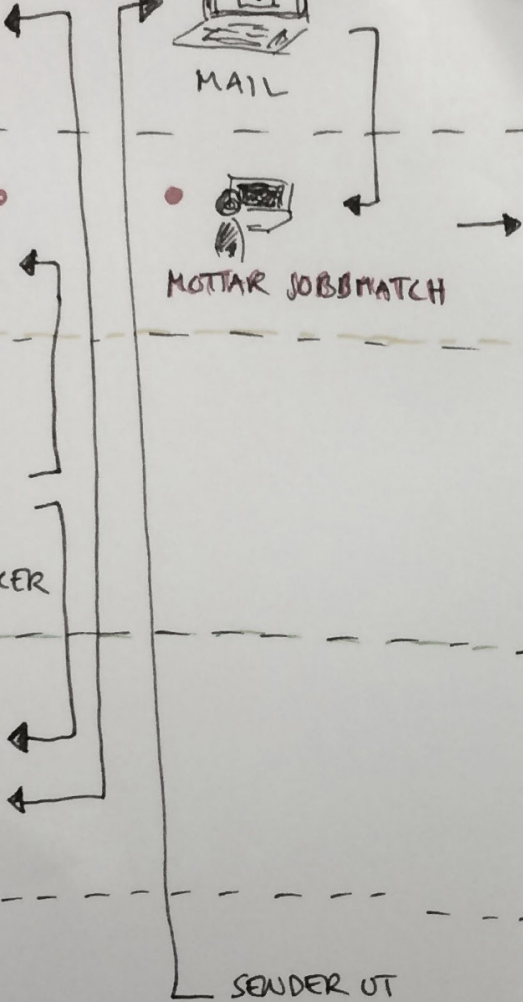
Line of visibility

BACKSTAGE CONTACT PERSON



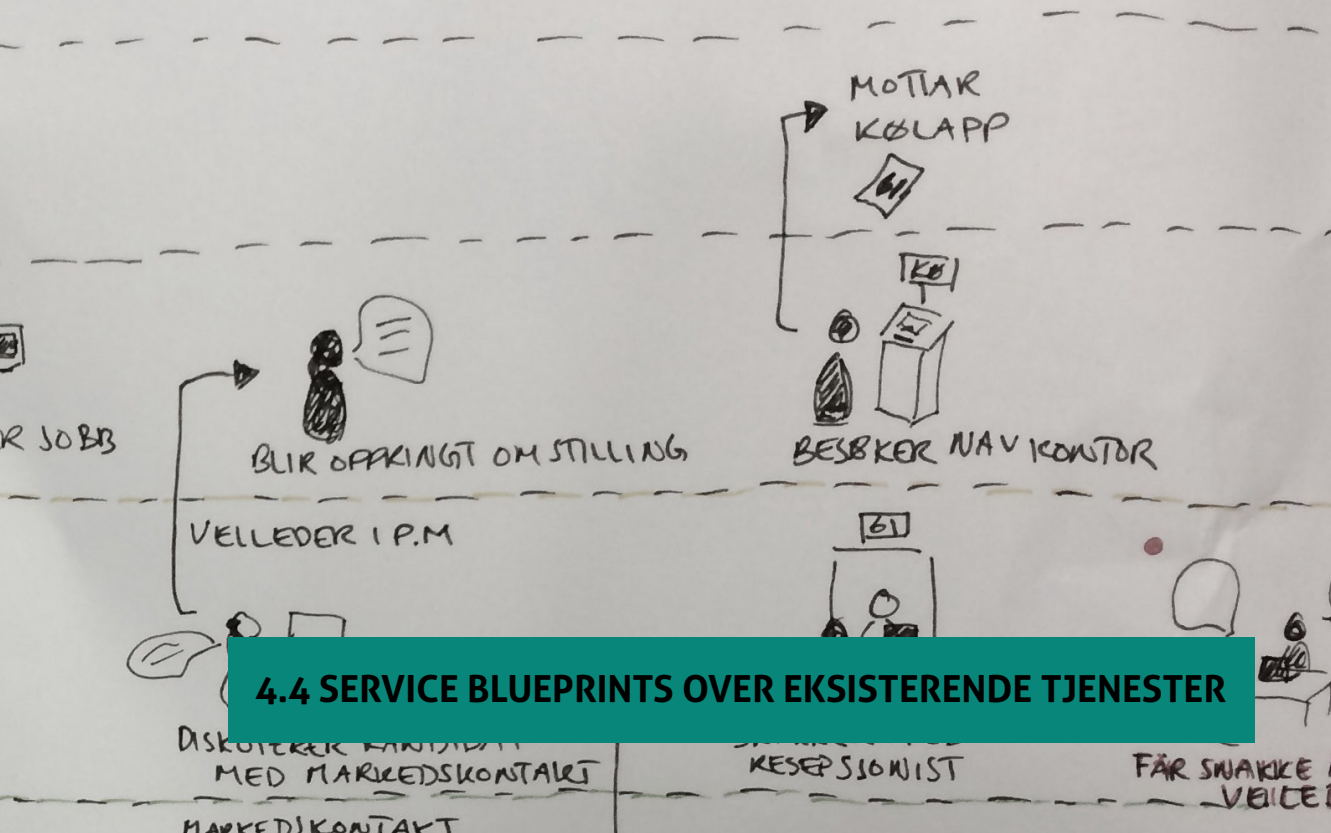
SUPPORT

SENDER UT JOBBMATCH



SERVICE BLUEPRINT

NAV



4.4 SERVICE BLUEPRINTS OVER EKSISTERENDE TJENESTER

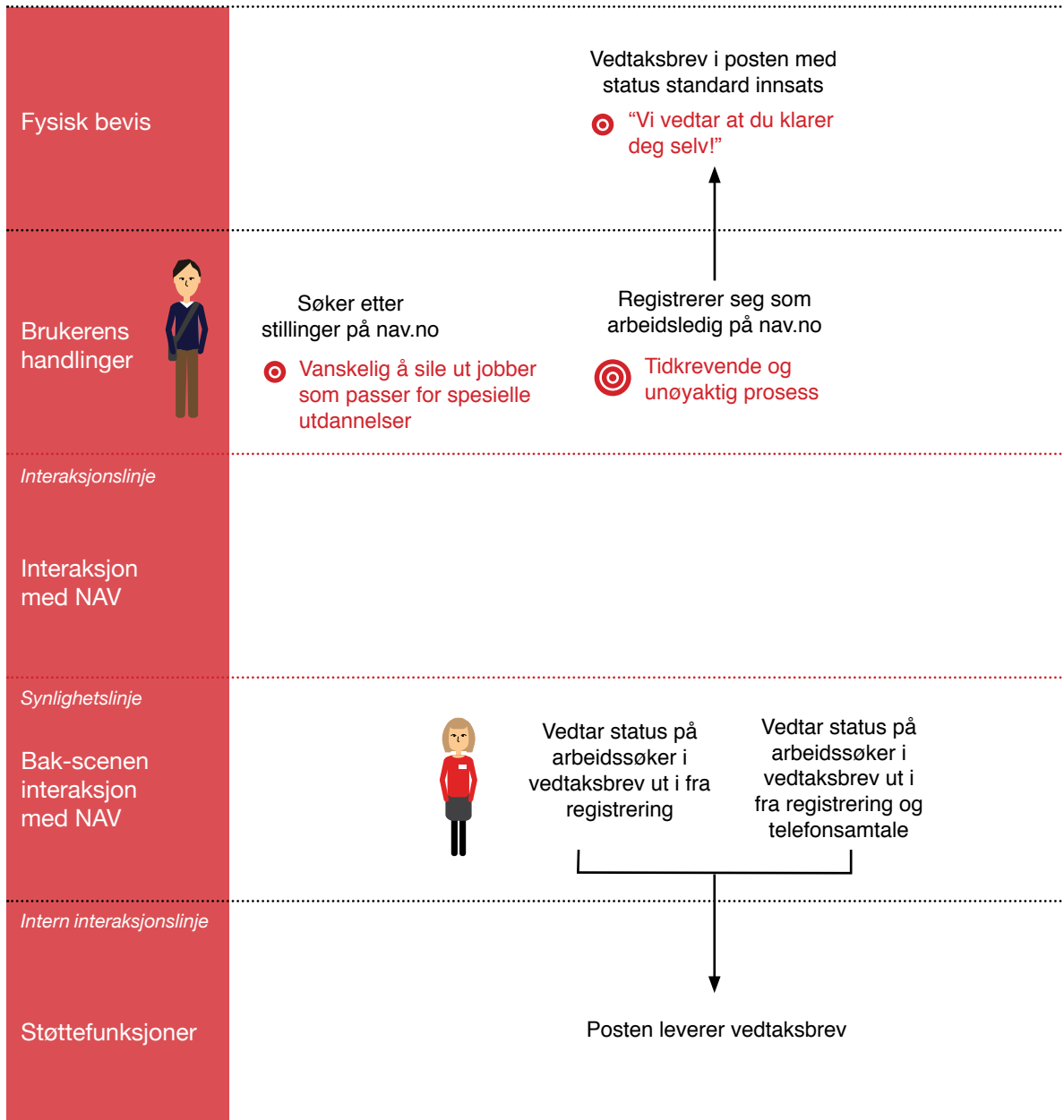
INTRODUKSJON

FIA PAS Dette delkapittelet vil vise service blueprints over NAVs eksisterende tjenester, kartlagt via tjenestesafari med nyutdannet jobbsøker på NAV, intervjuer med veiledere og markedskontakt i publikumsmottak på NAV Ullern, og intervjuer med nyutdannede jobbsøkere.

Service blueprint: NAV og nyutdannet arbeidssøker

- nav.no

- 🎯 Stor painpoint 🎯 Medium painpoint • Liten painpoint



Kvittering på Minside på at meldekort er levert

Sender inn meldekort ved å logge inn på nav.no

🎯 Ingen verdi for bruker å sende inn meldekort. "Dette er feil tjeneste for meg"

Arbeidssøker må registrere seg på nytt på nav.no

🎯 Gjenta tungvint prosess på ny. "Dette orker jeg ikke". Brukere faller fra.

Tar kontakt med arbeidssøker dersom det er store forsinkelser



Følger opp meldekort, og at de leveres i tide

🎯 Unødvendig resurssbruk når bruker ikke er på tiltak eller dagpenger

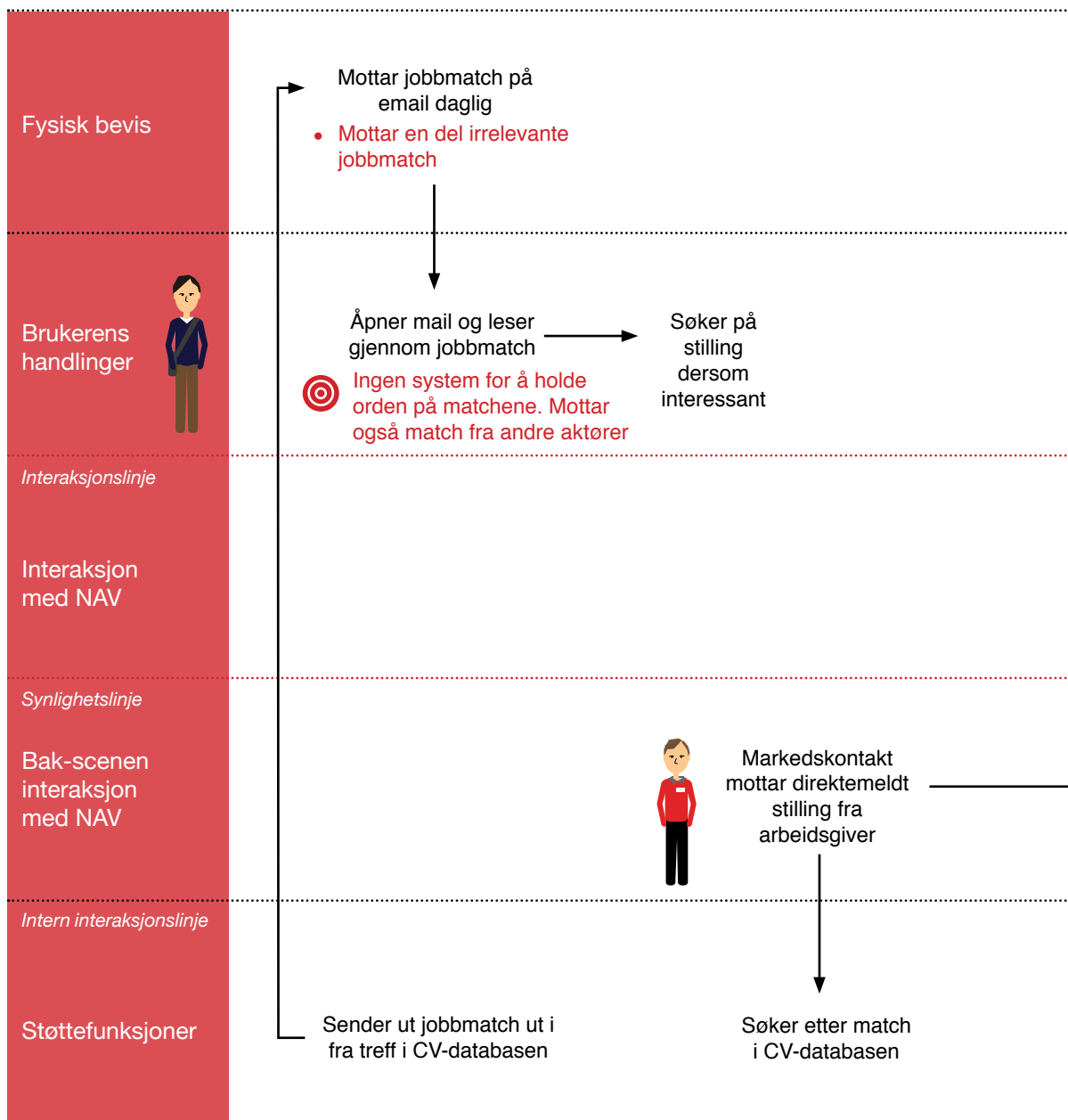
Arbeidssøker slettes fra NAVs database som konsekvens av uleverte meldekort

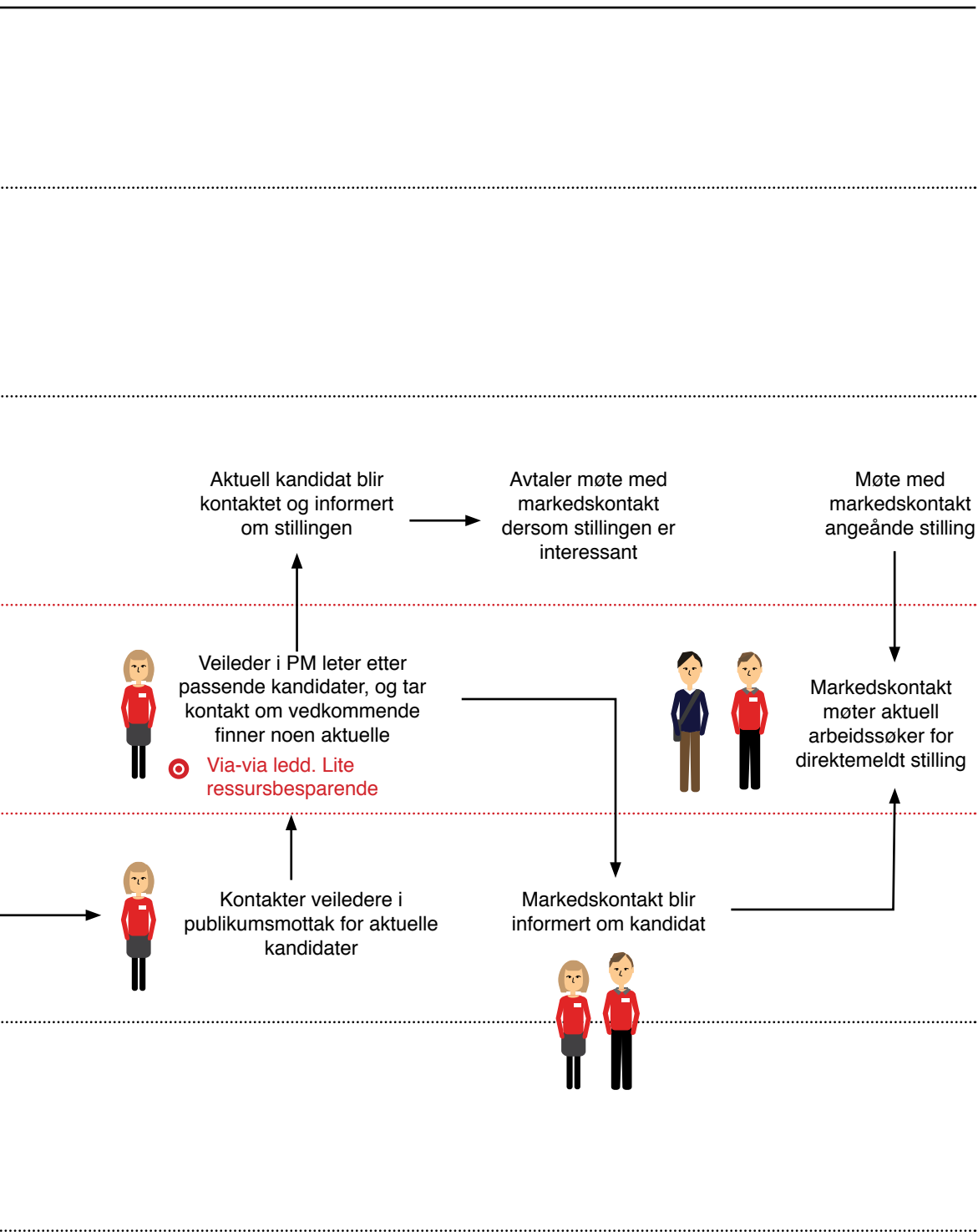
Ber arbeidssøker om å sende meldekort hver 14. dag. Den første kan sendes inn rett etter registrering.

Service blueprint: NAV og nyutdannet arbeidssøker

- Jobbmatch og oppfølging

🎯 Stor painpoint 🟡 Medium painpoint • Liten painpoint

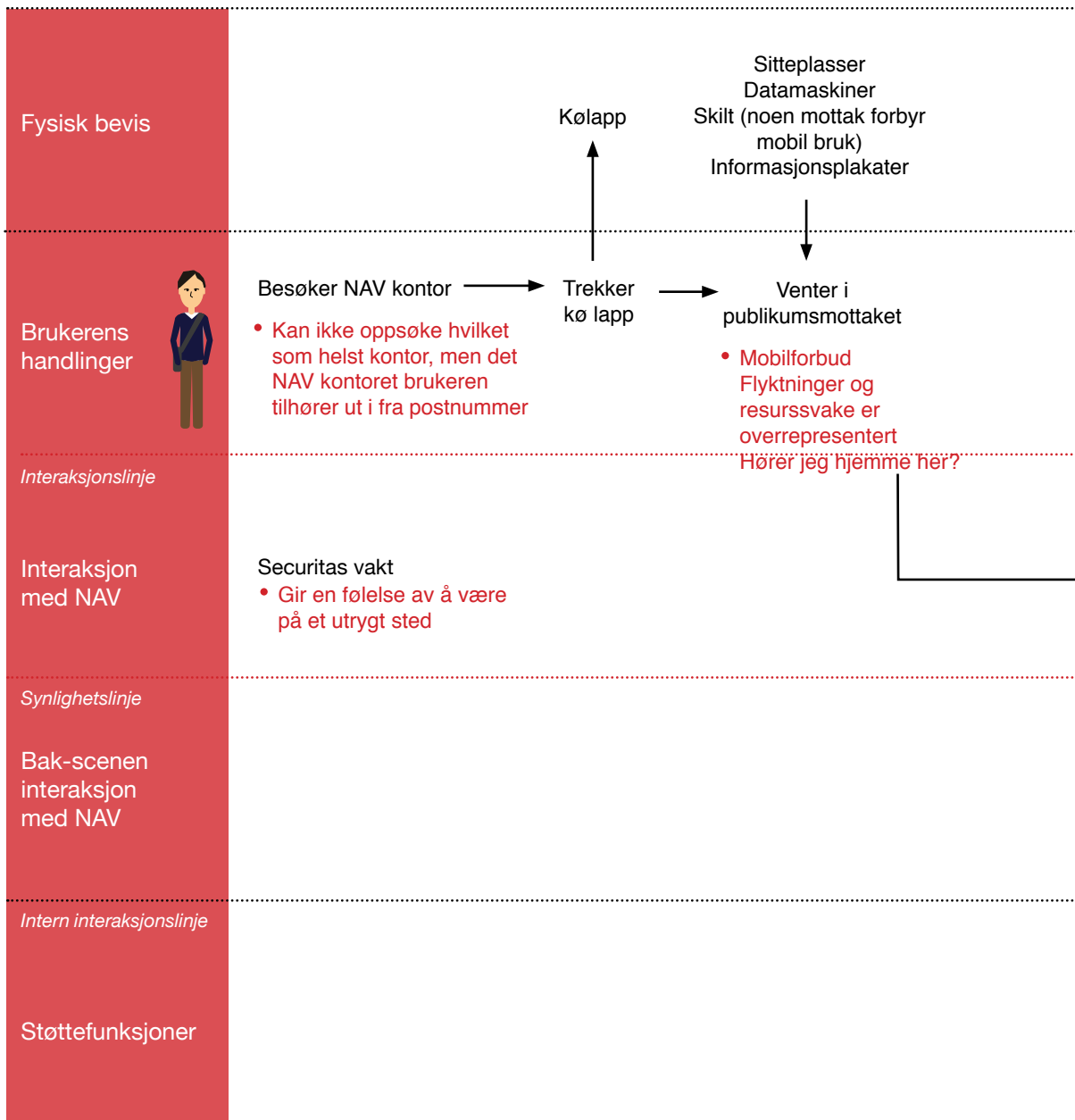




Service blueprint: NAV og nyutdannet arbeidssøker

- Publikumsmottak

◎ Stor painpoint
 ◉ Medium painpoint
 • Liten painpoint



Kønummer på skjerm

Kølapp

Kønummer på skjerm

Stå i ny kø for å komme inn til veileder

Går inn til veileder

⊙ Kan bli ventende en god stund dersom køen er lang

Bruker snakker med resepsjonist om hva besøket gjelder

Veileder tar i mot bruker

- Står i kø for å havne i ny kø



Lite hjelp å få med mindre man har krav på tiltak eller sosialhjelp. Varierende hjelp ut i fra hvilken mottaksarbeider man møter.



Henter ut informasjon om bruker dersom den har registrert seg som arbeidssøker





4.5 OPPSUMMERING AV PAINPOINTS

INTRODUKSJON

Dette delkapittelet vil oppsummere de største problemområdene (painpoints) arbeidssøkere møter på hos NAVs eksisterende tjenester.

OPPSUMMERING STØRSTE PAINPOINTS MELLOM NAV OG NYUTDANNEDE

FÅ INSENTIVER TIL Å REGISTRERE SEG

Nyutdannede arbeidssøkere har få eller ingen klare insentiver for å registrere seg hos NAV. Under intervjuer nevnte arbeidssøkerne at de enten har registrert seg "for å se om det var noen muligheter hos NAV" eller at de ikke har registrert seg som arbeidssøker fordi de ikke ser noen klar verdi i å bruke NAVs tjenester. NAV viser seg ikke å være en fremtredende aktør i stillingsbransjen hos studenter. Flere er ikke klar over at renten på studielånet fryses om man er registrert hos NAV, eller at NAV har markedskontakter som sitter på direkte meldte stillinger man kun har tilgang til som registrert arbeidssøker.

TUNGVINT REGISTRERING

Flere nyutdannede med utradisjonell eller tilspisset kompetansebakgrunn har problemer med å registrere seg som arbeidssøker hos NAV. Dette skyldes det strenge mappesystemet til NAV hvor man må lete gjennom flere nivåer for å finne frem til riktig beskrivelse av kompetanse - om man i det hele tatt finner den.

Prosessen oppleves som tungvint, og består av 4 steg man må gjennom. Dersom brukeren er usikker på verdien i å registrere seg, er det mindre sannsynlig at brukeren vil prioritere å ta seg tid til dette.

Registrering hos NAV krever en strengere innloggingssikkerhet (eks. BankID) enn andre nettsider med stillingssøk. Dette kan være en ekstra barriere for brukeren.

MELDEKORT

Verdien av innsending av meldekort for selvhjulpne jobbsøkere uten ytelse fra NAV har blitt diskutert med både brukere og NAV. I beste fall kan man konkludere med at verdien for brukeren ligger i at man får opprettholdt sin plass i NAVs stillingsdatabase. I realiteten er det et ekstra skjema man må huske på, og som potensielt kan hindre reelle jobbsøkere en plass i NAVs stillingsdatabase. For NAV-veilederen er meldekortet en unødvendig oppgave å bruke tiden på, som ikke hjelper jobbsøkeren et steg videre mot arbeidsmarkedet. Det er dermed både et hinder både for jobbsøkere uten ytelse, arbeidsgiver som søker nyutdannede (de faller ut), og veiledere i NAV.

velferdsetaten at alle arbeidssøkere sender inn meldekort av statistiske grunner for å sikre faktiske tall på arbeidsledigheten. Dette burde kunne løses på en bedre måte som ikke går ut over brukeropplevelsen til arbeidssøkerne.

Det er derimot viktig for Arbeids- og

OPPSUMMERING STØRSTE PAINPOINTS MELLOM NAV OG NYUTDANNEDE

TILLIT TIL NAV

NAV forbindes med trygd, byråkrati, og negativitet hos majoriteten av de nyutdannede som har blitt intervjuet i oppgaven. Det er ikke et sted de gleder seg til å oppsøke, og heller ikke et sted de føler de hører til. Mange er uvitende om hvilken hjelp de kan få eller har krav på hos NAV. Dette er mye av grunnen til at nyutdannede arbeidssøkere ikke oppsøker NAV for hjelp og veiledning før de må.

FÅ TJENESTER TILPASSET BRUKERE UTEN YTTELSE

Tjenestene NAV tilbyr er rettet mot ressursvake brukere med større behov for hjelp, eller brukere på ytelse. Dermed er veiledning og tjenester tilrettelagt og siktet mot disse brukerne med behov som ikke samsvarer i tilstrekkelig grad med nyutdannedes.

Tjenester som nyutdannede kunne hatt nytte av hos NAV er dessuten begrenset når man havner innenfor "Standard innsats". NAV har knapt med ressurser og må prioritere de som trenger mest hjelp.

5

MARKED

- 5.1) Tilgjengelige tjenester vs. behov
- 5.2) NAV og arbeidsgiver
- 5.3) Oppsummering av viktigste funn

INNLEDNING

Dette kapitlet vil gi leseren oversikt over arbeidssøkernes behov versus grad av dekning hos eksisterende tjenester hos NAV og det eksterne markedet. Det vil også beskrive NAVs tjenestetilbud og rolle for arbeidsgiveren.

PRODUKT TJENESTE

Handwritten note on a yellow sticky paper.

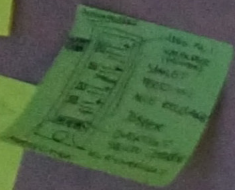
Handwritten notes on yellow sticky papers, including one mentioning "Tilby" and "nyudannede".

Handwritten notes on a white paper, including "CV-parsing & portable CV".

CV-parsing &
portable CV
CV &
tilingsmatch
=> relevante info
+ user-muligheder
+ gruppe-analyser

Arbejdsinformation
oplyst med
- baggrund
(aynklaend)
- geografisk
etc
Dialogplatform
- chat
- videomøde
- cafe
Karierevejledning
interstest
etc

Tilby
for nyudannede
(levende eller
dødt)



nav.no
med tjenester
tilpasset Man
Facilitator = NAV
=> transparent
marked
=> info ud og ind
fra NAV med
andre aktører
=> oprettet
initiativ

Tilbod
• HOEDNINGER
• HJULP OG
• ERSTATNING
• TILBUDS
• PROSJEKTER

Handwritten note on a yellow sticky paper.

ARBEJDSLEDER
• ...
• ...
• ...

Handwritten notes on yellow sticky papers, including "Tilby vejledning og mark" and "ar yalner".

Tilby
vejledning og
mark
ar yalner

CV
KONTAKT BOKS
Handwritten notes on a yellow sticky paper.

Vejledning
Handwritten notes on a yellow sticky paper.

Spørge om vejledning
Dette var ander
delt ud i
pa
Samtalen med
andere i
aktivitet

NETSKEM
- Side
- Side
- Side
- Side

Handwritten notes on a pink sticky paper.

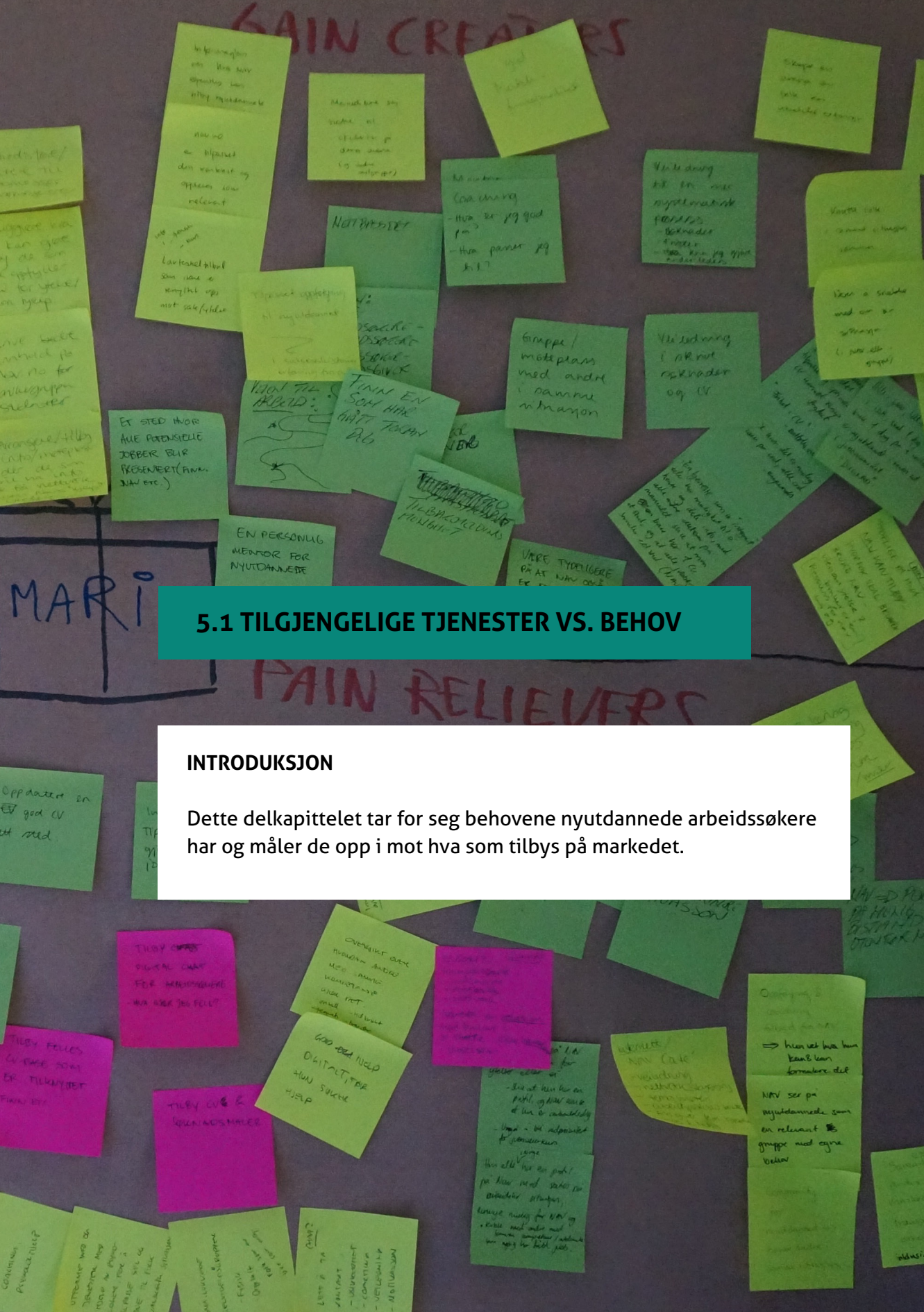
GAIN CREATORS

MARI

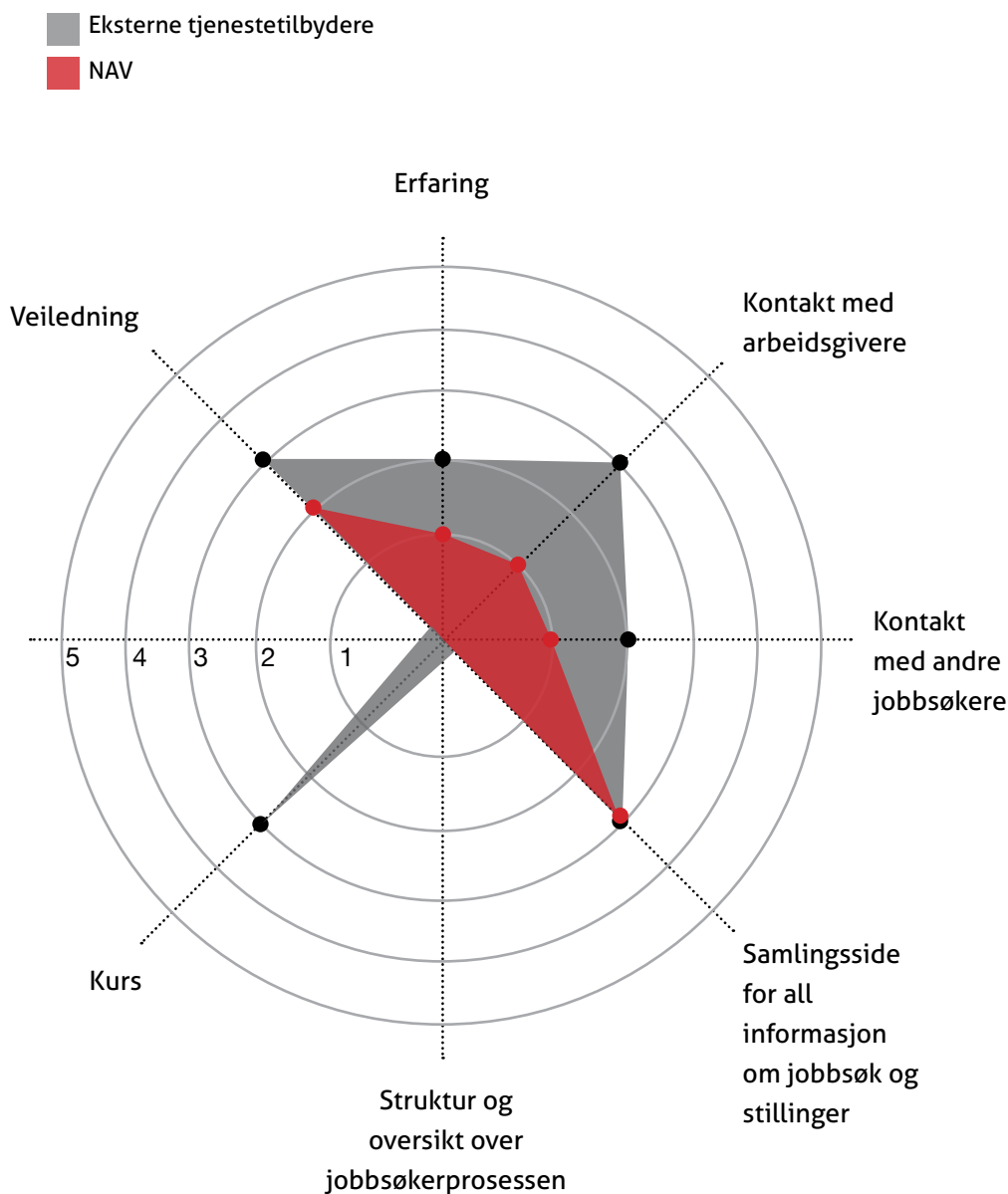
PAIN RELIEVERS

5.1 TILGJENGELIGE TJENESTER VS. BEHOV

INTRODUKSJON
 Dette delkapittelet tar for seg behovene nyutdannede arbeidssøkere har og måler de opp i mot hva som tilbys på markedet.



BEHOV VS. DEKNING PÅ MARKEDET



Figur 4: Visualisering av brukernes behov vs. dekning på markedet av NAV og eksterne tjenestetilbydere.

VEILEDNING

NAV og bemanningsbyråer tilbyr veiledning. Veiledningen blir som regel gjennomført kun én gang, og er ofte veldig generell. Bemanningsbyråene tar inn jobbsøkere til veiledning av rekrutteringsmessige grunner. NAV kaller som regel ikke inn nyutdannede til veiledning, men de kan oppsøke et NAV kontor på eget initiativ. Karrieresenteret på UiO tilbyr veiledning til CV og søknad for studenter fra UiO.

ERFARING

Enkelte utdanningsprogrammer har praksis inkludert i studieforløpet, andre har krav om praksis i løpet av studiet. Dette bidrar til at flere jobbsøkere kan oppnå en viss grad av erfaring før de er ferdigutdannet. NAV kan hjelpe nyutdannede med å få erfaring via arbeidsrettede tjenester dersom de har gått arbeidsledige over lengre tid. Samlet sett er det vanskelig for nyutdannede å opparbeide tilstrekkelig erfaring til å konkurrere med jobbskiftere. Bemanningsbyråer kan tilby kortere oppdrag, om man er heldig, hvor nyutdannede kan få mer eller mindre relevant erfaring.

KONTAKT MED ARBEIDSGIVERE

NAV avholder jobbmesser hvor de inviterer kandidater til speedintervju med ulike arbeidsgivere.

Jobbmessene holdes sporadisk og drives av markedskontaktene. Ofte er messene rettet mot et spesielt marked, som salg og service hvor det ofte trengs arbeidskraft, eller en bestemt aldersgruppe, Ingen nyutdannede intervjuet i oppgaven hadde deltatt eller hørt om jobbmesser i regi av NAV.

Universiteter og høyskoler skaper kontakt med arbeidsgivere og fremtidige jobbsøkere gjennom bedriftspresentasjoner og karrieredager. Få arbeidssøkere som ble intervjuet følte de oppnådde personlig kontakt via slike arrangementer, men ble oppmerksomme på hvilke muligheter de hadde ved fullført studie. Forutenom disse tilbudene er det få tjenester som legger opp til direkte kontakt med arbeidsgivere.

Arbeidsgivere er i en god posisjon med flere søkere på høyt utdannede stillinger, som gir mindre insentiver til å bruke ressurser på kontakt med arbeidssøkere etter endt studie.

BEHOV VS. DEKNING PÅ MARKEDET

KONTAKT MED ANDRE JOBBSØKERE

NAV tilbyr jobbsøkerkurs hvor man indirekte kan få kontakt med andre jobbsøkere. Nyutdannede som får tilgang til et slikt kurs havner med en gruppe deltakere de ofte ikke kan identifisere seg med, og får ikke særlig stort utbytte i form av kontakt med andre nyutdannede.

Karrieresenteret ved UiO tilbyr også lignende kurs mer rettet mot nyutdannede hvor man kan møte andre i samme situasjon indirekte. Det er derimot ingen direkte tjenester som sikter mot kollokvier og erfaringsutveksling mellom nyutdannede jobbsøkere.

SAMLINGSIDE FOR ALL INFORMASJON OM JOBBØK OG STILLINGER

Det finnes utallige sider på nett hvor man kan finne tips, triks og retningslinjer tilknyttet jobbsøk. Karrierestart.no, nav.no og ulike universitetssider er eksempler på disse. Det finnes også tilsvarende mange stillingsportaler som finn.no, nav.no, og academic work - som er en side spesielt rettet mot nyutdannede - hvor man kan registrere seg.

Brukerne etterlyser en plattform

som forbinder alle de ulike sidene, og som gjør det mulig å distribuere samme CV over alle kanalene. En slik tjeneste eksisterer ikke. Portable CV er et prosjekt som skal gjøre det mulig å eksportere samme CV inn på ulike jobbsøkersider. Tjenesten fungerer ikke optimalt per dags dato, da få tjenestetilbydere er med på løsningen samt at de ulike nettstedene har ulik oppsett av CV. I tillegg er det kronglete å laste ned og eksportere inn CV'en på sidene som er med i samarbeidsprosjektet. En arbeidssøker ved karrieresenteret forklarer: **"Jeg fikk til å laste CV'en ned, men ikke å eksportere den inn på den nye siden. Så da ga jeg opp."**

STRUKTUR OG OVERSIKT OVER JOBBSØKERPROSESSEN

Ingen av aktørene på stillingsmarkedet dekker behovet for å behandle stillinger og søknader på tvers av de ulike plattformene. Finn.no har lagrede søk og jobbmach i likhet med andre stillingsider, men disse tjenestene er kun knyttet opp mot jobber du søker på hos denne stillingsaktøren. Brukerne etterlyser varsler på søknadsfrister hos stillinger de er interessert, og så langt er det ingen som tilbyr dette.

KURS

Karrieresenteret ved UiO holder kurs for nyutdannede som har studert ved UiO. En av brukerne var på et slikt kurs, og syntes det var nyttig. Han mottok tips og triks om jobbsøkerprosessen og fikk diskutere problemer i grupper med andre i samme situasjon. Kurset ga han motivasjon til å fortsette jobbsøkerprosessen. NAV tilbyr også jobbsøkerkurs, men de er ikke tilpasset nyutdannedes behov i tilstrekkelig grad.

Relevante erfaringskurs er svært utilgjengelige for brukergruppen. Kompetansebyggingskurs er også ofte noe man må betale store summer for.



Foto: Marit Aschehoug

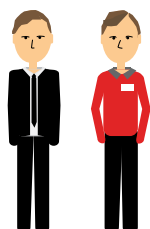
The background of the page features a large, stylized logo for NAV (Norwegian Labour and Welfare Administration). It consists of a large red oval shape on the left, and a dark grey/black shape on the right with white diagonal stripes. The letters 'NAV' are partially visible in white, overlapping the red oval.

5.2 NAV OG ARBEIDSGIVER

INTRODUKSJON

I dette delkapittelet vil forholdet mellom NAV og potensielle arbeidsgivere bli analysert.

NAVS ROLLE FOR ARBEIDSGIVER TIL STILLINGSUTLYSNING OG REKRUTTERING



NAV kan ha flere roller for arbeidsgiver. I denne rapporten vil fokuset være på NAV som bindeledd mellom arbeidsgiver og arbeidssøker i en rekrutteringsprosess.

Rekruttering skjer oftest via telefon - hvor det eksisterer en egen arbeidsgivertelefon for arbeidsgivere til NAV, bedriftsbesøk, eller nav.no.

Under intervju med markedskontakt Terje Rolén hos NAV Ullern ble det nevnt at det nå er spesielt fokus på rekruttering av arbeidsgivere, og at mye av jobben til markedskontaktene går ut på å informere arbeidsgiveren om fordelene av å bruke NAV til å finne aktuelle kandidater. Videre brukes det en del ressurser på å fremme NAV ute, og kvitte seg med negative assosiasjoner knyttet til NAV blant arbeidsgivere. **“Det er oftest vi som henvender oss til arbeidsgivere for oppdrag. Det er**

også noen som har hørt om oss som henvender seg - det er noe vi vil oppnå; at arbeidsgiverne tar kontakt med oss!”

Andelen av utlyste stillinger på nav.no utgjør i underkant av en tredjedel av stillingsmarkedet⁽¹⁹⁾. Arbeidsgivere kan selv velge å lyse ut stillinger via nav.no, samt søke i CV-databasen etter aktuelle kandidater.

Et annet tilbud til arbeidsgivere er å sende inn direktemeldte stillinger til markedskontaktene. Disse stillingene vil ikke bli lyst ut på nav.no, men bli brukt internt blant markedskontakter, og veiledere i PM, til å finne aktuelle kandidater til stillingen. Veilederne i PM har tilgang til disse direktemeldte stillingene og kan søke etter jobbmatch for brukere som har registrert seg som arbeidssøkere. Dersom en veileder får opp en god



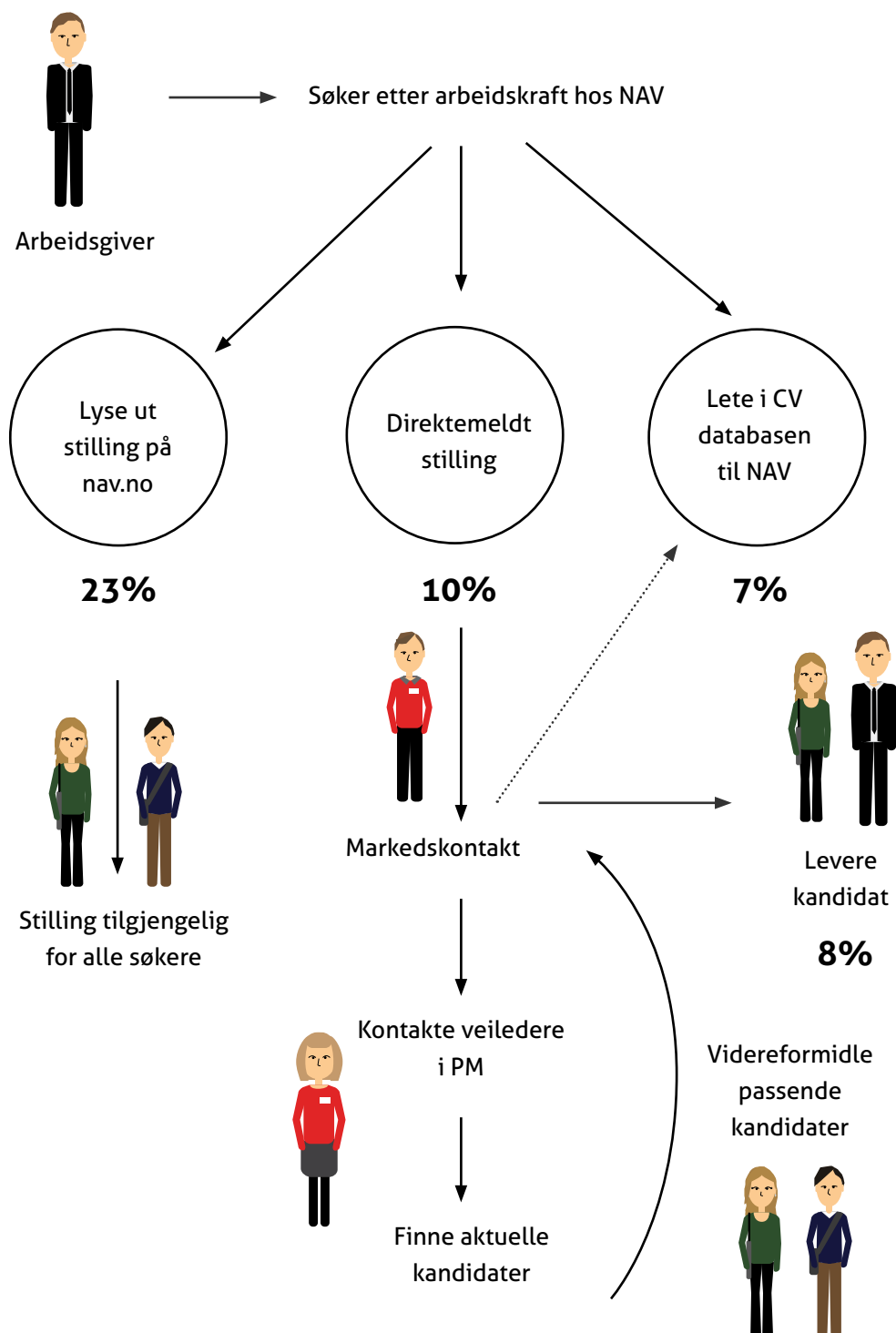
Vi er ute etter ordinære stillinger, og å få folk i ordinær jobb

match, vil dette videreformidles til den aktuelle markedskontakten for den direktemeldte stillingen. Kandidater for stillingen vil da kontaktes for videre samtale. Arbeidsgiver kan dermed via direktemeldte stillinger få arbeidet med rekruttering utført av NAV, og komme på banen mot sluttfasen av rekrutteringen. Rekrutteringsjobben gjøres av NAV uten kostnader til forskjell fra bemanningsbyråers tjenester.

Rapporten "Et NAV med muligheter" uttrykker at arbeidsgiveres bruk av NAVs tjenester til rekruttering av aktuelle kandidater til stillinger er synkende og befinner seg på et relativt lavt nivå.

⁽¹⁹⁾NAV (2015) *Et NAV med muligheter* - Sluttrapport fra Ekspertgruppen, April 2015, s. 30. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nav-ekspertgruppens-sluttrapport-et-nav-med-muligheter/id2405035/>

Figur 5 viser en visuell fremstilling av rekrutteringstjenester tilgjengelig for arbeidsgivere. Prosentandelene tilsvarer andelen arbeidsgivere i tilknytning til NAV som benyttet seg av de ulike tjenestene i 2014.



Figur 5: Visuell fremstilling av rekrutteringstjenester tilgjengelig for arbeidsgivere

ARBEIDSGIVERE BENYTTET SEG AV ANDRE KANALER



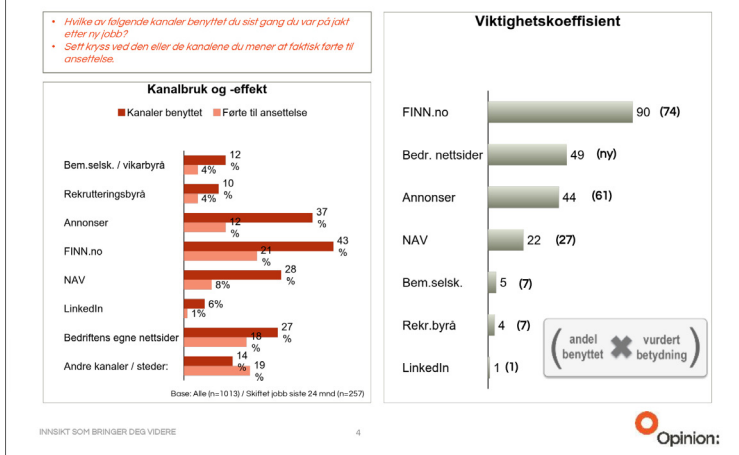
Vi er usikre på om
ressursene vi søker etter
ligger hos NAV

Som nevnt tidligere viser en analyse av "Brukerundersøkelsen for arbeidsgivere 2014" at arbeidsgivere bruker NAV i mindre grad nå i forbindelse med å finne kandidater til ledige stillinger enn tidligere. Mulige grunner kan være den stadige veksten av private og andre nettbaserte aktører for rekruttering, kombinert med NAVs omdømme som av mange assosieres med trygd og ressursmangler. I tillegg er det stor pågang av søkere som tar direkte kontakt med bedriften via bedriftsnettsider. Samtidig bruker statlige ansatte på NAV-kontor så lite som 2-3% av tiden på tjenester rettet mot arbeidsgivere⁽²⁰⁾, og kartlegger i liten grad arbeidsgivernes behov for arbeidskraft. Brukerundersøkelsen

for arbeidsgivere 2014 ble sendt ut til et utvalg av 6000 virksomheter registrert med tilknytning til NAV. I undersøkelsen svarte 23% at de hadde utlyst ledig(e) stilling(er) selv på nav.no, 7% sa de brukte CV databasen tilgjengelig på nav.no til å søke etter kandidater, 10% hadde meldt ledig(e) stilling(er) inn til et NAV-kontor, og kun 8% hadde fått bistand fra NAV til å finne aktuelle kandidater.

Under intervju med HR-ansvarlig hos Linjebygg ble fraværende bruk av NAVs tjenester til rekruttering begrunnet med usikkerhet på om ressursene de søker etter ligger der. **"Finn.no har et system som heter HR-manager som er linket opp mot vår hjemmeside, og vi bruker Finn**

FINN.no styrker sin relative viktighet som kanal – bedriftens egne nettsider direkte inn på 2. plass



Figur 6: Viser til venstre hvilke kanaler arbeidssøkere sist benyttet når de så etter jobb, samt hvilke kanaler brukerne mente førte til jobb. Til høyre vises viktighetskoeffisienten til samtlige jobbsøkerkanaler.

i hovedsak pga. dekning.” I tillegg ble det uttalt at de ikke trenger å bruke så mye ressurser som før på annonsering, da markedet nå gjør at etterspørselen for jobb er betydelig større enn behovet for ansettelse.

En undersøkelse⁽²¹⁾ finn.no distribuerte for arbeidssøkere viser at viktighetskoeffisienten (andel benyttet kanal * vurdert betydning) er høyest for finn.no og bedrifters egne nettsider. NAV havner derimot på en 4.plass (se Figur 6).

⁽²¹⁾Finn (2015) *Gull & Grønne Skoger: Arbeidsplassen - Ola & Karis Arcadia*. Interne dokumenter tilsendt etter forespørsel; omhandler arbeidssøkeres kanalbruk og preferanser.



A photograph of a modern office interior. The room features a grid ceiling with recessed circular lights. Large windows on the right side offer a view of green trees outside. In the foreground, there are several light-colored wooden chairs and a small round table. In the background, a person in a brown jacket is leaning over a table, possibly interacting with a child. A digital display on the ceiling shows red numbers. A teal banner with white text is overlaid on the image.

5.3 OPPSUMMERING AV VIKTIGSTE FUNN

INTRODUKSJON

Dette delkapittelet vil gi leseren en oversikt over de viktigste funnene i kapittel 5 "MARKED".

OPPSUMMERING AV VIKTIGSTE FUNN



ARBEIDSGIVERE OG NAV

Arbeidsgivere benytter seg i mindre grad av NAV og nav.no til rekruttering. En av grunnene til dette kan være at arbeidsgiverne ikke føler kompetansen de leter etter ligger hos NAV, i tillegg til stor pågang av søkere via egne hjemmesider versus ledige stillinger.

Arbeidsgivere kan finne aktuelle kandidater via NAV på 3 ulike måter:

- 1) ved å lete i CV databasen
- 2) ved å lyse ut ledig stilling
- 3) ved å sende inn direktemeldt stilling til nav.

Finn.no og egne bedriftsnettsider er den viktigste kilden til ansettelse i følge brukerundersøkelsen for arbeidssøkere til finn.no.



MARKEDSKONTAKTER

Markedskontaktene bistår arbeidsgivere til å finne riktig kompetanse til stillinger, men kun 10% av arbeidsgiverene i tilknytning til NAV benytter seg av denne tjenesten.

Markedskontaktene er de som jobber tettest på arbeidsgiverene, og kan være en ressursperson for nyutdannede. Dette vil da forutsette at nyutdannede registrerer seg som arbeidssøkere hos NAV ettersom markedskontaktene jobber med å skaffe arbeidsplasser til registrerte arbeidssøkere. Markedskontaktene jobber via NAV veilederene som finner passende kandidater til direktemeldte



stillinger. Ressurser i NAV kan spares ved å knytte en direkte link mellom markedskontaktene og arbeidssøkerene som ikke trenger å gå via veiledere i PM.

MARKED DEKKER IKKE BEHOV I TILSTREKkelig GRAD

Tjenestene som tilbys hos NAV og det eksterne markedet fyller ikke nyutdannedes behov i tilstrekkelig grad. Særlig er behovet for struktur og oversikt over jobbsøkerprosessen ikke dekket av markedet. NAV dekker generelt arbeidssøkernes behov i mindre grad enn det eksterne markedet utenom behovet "samlingside for informasjon".

Samarbeid mellom NAV og andre aktører på stillingsmarkedet kan bidra til å skape bedre tjenester hos NAV og dekke behovene i større grad.



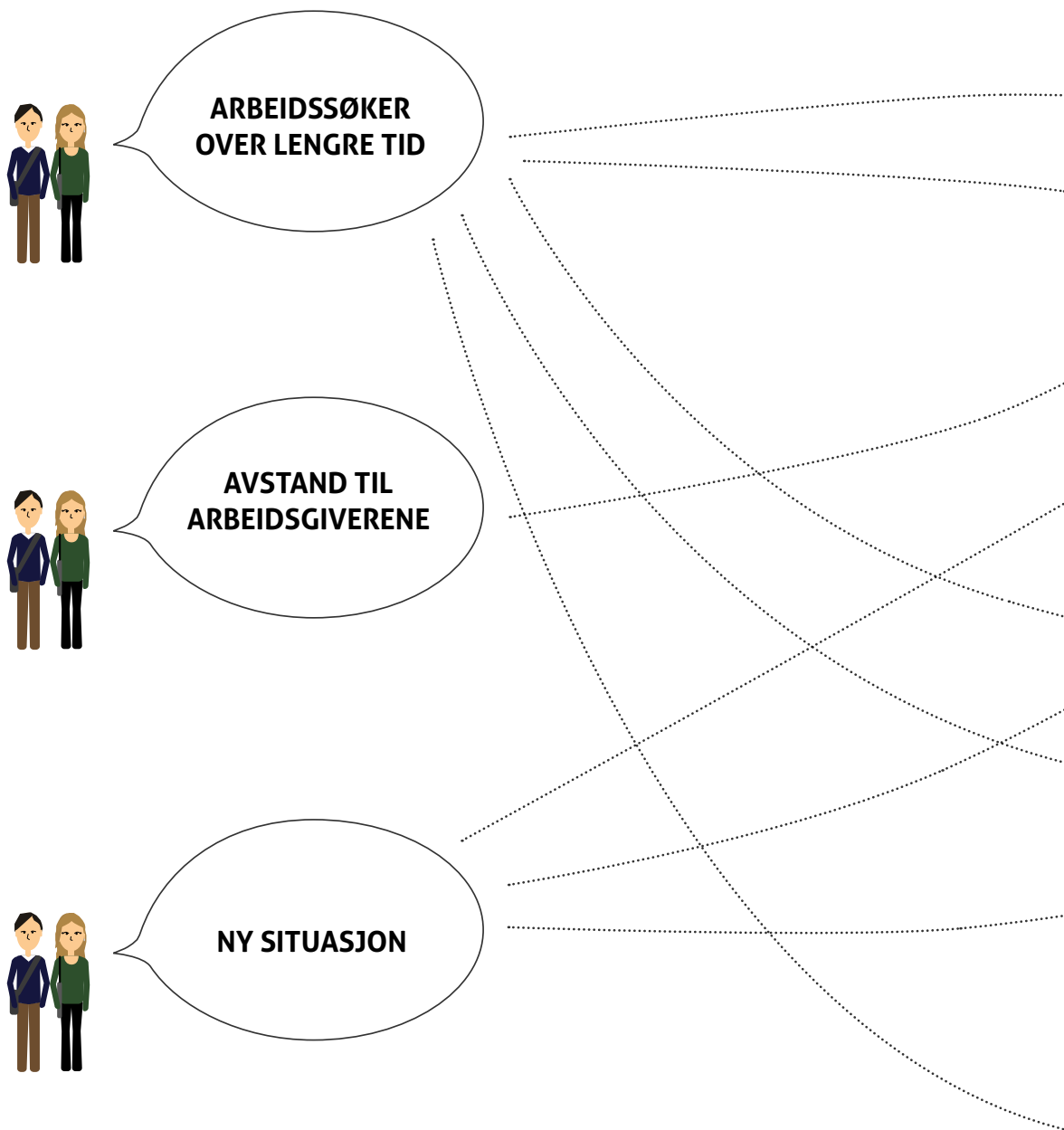


OPPSUMMERING AV DEL 1: FORSTÅ

INTRODUKSJON

Denne delen vil oppsummere den viktigste innsikten fra del 1: "FORSTÅ", heriblant arbeidssøkernes største problemområder og behov knyttet til situasjonen som nyutdannet jobbsøker, samt problemområder og muligheter mellom nyutdannede og NAV.

OVERSIKT OVER VIKTIGSTE PROBLEMMOMRÅDER OG BEHOV KNYTTET TIL SITUASJONEN SOM NYUTDANNET JOBBØKER





**ERFARING & KONTAKT
MED ARBEIDSGIVERE**



**KONTAKT MED ANDRE
I SAMME SITUASJON**



**KURS &
VEILEDNING**



**Å SAMLE ALT PÅ ETT
STED**



**INFORMASJON OM
MARKEDET OG
MULIGHETER**



**OVERSIKT OVER
SØKNADSPROSESSEN**

OVERSIKT OVER STØRSTE PROBLEMOMRÅDER KNYTTET TIL NAV OG NYUTDANNEDE ARBEIDSSØKERE

1

FÅ INSENTIVER FOR Å REGISTRERE SEG

“Det ligger ikke så mange relevante jobber der, og det var ikke så lett å finne min kompetanse i databasen ved registrering. Det ligger mye info om trygd og overgang til arbeidsliv fra stønad - ikke så mye for de i min situasjon”

- sitat arbeidssøker



De kommer ofte fordi de trenger penger, og at det er først da de kommer. Dette skjer gjerne på høsten når de ikke har flere midler.

Jeg fikk et vedtaksbrev hvor det sto at NAV vedtar at jeg kan klare meg selv. Det var det.



MULIGHETER:

- Informere nyutdannede om fordelene med å registrere seg hos NAV; tilgang til direktemeldte stillinger, tilgjengelighet for arbeidsgivere samt fryst rente på studielån.
- Utnytte markedskontaktene i større grad og skape en direkte link mellom markedskontakter og nyutdannede.
- Samle en kunnskapsdatabase innad i NAV som tilgjengeliggjøres for nyutdannede. Flere veiledere sitter på viktig kompetanse og synliggjøring av denne kompetansen kan gjøre det lettere for nyutdannede å finne riktig person for veiledning.
- Skape merverdi i form av nye tjenester for de registrerte.

2

TUNGVINT REGISTRERING

“Møte med Nav den første gangen krever at man setter seg inn i en del systemet. Til og med i dag har jeg ikke full oversikt” - *sitat arbeidssøker*



Mye man må gå gjennom i hierarkiet for å finne det jeg ville. Veldig vanskelig å komme frem til riktig kompetanse. Jeg måtte innom mekanisk som ikke har noe med min kompetanse å gjøre. Lite intuitivt

MULIGHETER:

- Benytte statistikk tilgjengelig hos NAV fra tidligere arbeidsgivere til enklere utfylling av brukers CV, ved at NAV forhåndsutfyller informasjonen om tidligere arbeidsforhold.
- Innlogging via LinkedIn som de fleste nyutdannede benytter seg av fra før. Det vil gi en enklere innlogging, og NAV kan hente ut informasjon om skolegang og verv fra brukers LinkedIn profil.
- Kutte irrelevant registrering som “grunnskoleutdanning”, og bruke søkefelt fremfor mappe-hieraki til å finne riktig utdanning og kompetanse.
- Gjøre det mulig å importere CV fra andre databaser som finn.no hvor de fleste allerede er registrert.
- Samarbeid med andre stillingsdatabaser som gjør at brukeren kun trenger å registrere seg ett sted, men at CV distribueres over flere registreringsplattformer.

OVERSIKT OVER STØRSTE PROBLEMOMRÅDER KNYTTET TIL NAV OG NYUTDANNEDE ARBEIDSSØKERE

3

MELDEKORT



Melder man seg som arbeidssøker får man opp meldekort osv. Så ikke helt vitsen med dette. Krysset bare av. Jeg glemte meg en gang og måtte da registrere meg på nytt. Føltes unødvendig – jeg får ingenting tilbake for dette.

MULIGHETER:

- Fjerne meldekortet for søkere uten ytelser.
- Tilpasse meldekortet for søkere uten ytelser.

4

TILLIT TIL NAV

“Jeg har ikke kontaktet NAV personlig. Er ikke klar over at de kan hjelpe meg med noe”

- sitat arbeidssøker



Vi er usikre på om ressursene vi søker etter ligger hos NAV

NAV assosieres med negativitet og passivitet. Mange tenker kanskje at arbeidsgivere ikke ansetter NAV-brukere




MULIGHETER:

- Gjøre NAV synlig på universiteter og høyskoler. Markedsføre NAV hos studenter.
- Jobbe med å rekruttere arbeidsgivere som søker høyere utdanning.
- Tilby tjenester rettet mot ressurssterke arbeidssøkere.
- Skape en mer innbydende møteplass mellom NAV og nyutdannede enn NAV-mottakene slik de er i dag.


OVERSIKT OVER STØRSTE PROBLEMOMRÅDER KNYTTET TIL NAV OG NYUTDANNEDE ARBEIDSSØKERE

6

FÅ RESSURSER OG TJENESTER TIL BRUKERE UTEN YTELSER



“Blir de satt på sosialhjep så stopper alt opp. Selv om vi stiller krav og tiltak, passifiseres de på en måte. Er de i systemet blir de der!”



“Jeg kunne ønske det var noe som ikke var ytelsesbasert som vi kunne tilby.”

MULIGHETER:

- Skape tjenester som ikke krever for mye resursser fra NAV og fortsatt skaper verdi for nyutdannede.
- Utvikle tjenester som gjør NAV til et “verktøy” for nyutdannede, med andre i stillingsbransjen som medspillere.

DESIGNBRIEF

Designbriefen skal konkretisere mål for en fremtidig tjeneste fra NAV rettet mot nyutdannede arbeidssøkere. Målene er basert på funn i innsiktsfasen "FORSTÅ".

MÅL FOR TJENESTE

FOR NYUTDANNEDE ABRIEDSSØKERE

Å skape en verdifull tjeneste som svarer til behov som ikke blir møtt i stor nok grad av NAV eller andre aktører på stillingsmarkedet. Tjenesten designes for brukeren primært, selv om den måtte motstride NAVs behov og ønsker for tjenesten. Tjenesten kan derfor bryte ut av NAVs tradisjonelle tjenester, og involvere andre aktører i stillingsmarkedet som kan være verdifulle for nyutdannede.

FOR NAV

Tjenesten skal skape en god relasjon mellom nyutdannede arbeidssøkere, som er førstegangsbrukere av NAVs tjenester, og NAV. Tjenesten skal bidra til at flere abriedssøkere vil registrere seg hos NAV, og sikre et mer attraktivt kontaktpunkt mellom NAV og arbeidssøkere.

TJENESTEN BØR:

- Skape en god brukeropplevelse for nyutdannede arbeidssøkere
- Gjøre NAV til et attraktivt kontaktpunkt for nyutdannede
- Gjøre det verdifullt for målgruppen å registrere seg hos NAV
- Tilrettelegge for en bedre jobbsøkerhverdag
- Helst sikre stor grad av selvhjelp og ikke kreve store ressurser fra NAV sin side

TJENESTEN KAN:

- Tilrettelegge for tilgjengelighet av informasjon om markedet og jobbsøking
- Være motiverende
- Tilgjegeliggjøre kurs og veiledning i regi av NAV
- Bidra til samarbeid mellom ulike aktører på stillingsmarkedet
- Skape et bindeledd mellom arbeidssøkere og markedskontakter
- Bedre NAVs merkevare utad
- Bidra til en mer oversiktlig jobbsøkerprosess
- Skape kontakt mellom arbeidssøkere

TJENESTEN SKAL IKKE:

- Bidra til at NAV mottar en strøm av nyutdannede arbeidssøkere på NAV-mottakene
- Utkonkurrere andre aktører på stillingsmarkedet som finn.no, og bemanningsbyråer
- Kreve stor ressursbruk fra NAVs side som går utover hjelpemidlene til de mer trengende i samfunnet

PLATTFORM OG LEVERANSE

PLATTFORM

Den helhetlige tjenesten burde bestå både av en digital og fysisk del.

En digital del fordi brukerne bruker digitale verktøy frekvent i jobbsøkerhverdagen, og fordi jobbsøkerne i stor grad er selvhjulpne brukere. Det er også en fordel for NAV om tjenesten er digital og ikke krever for store menneskelige ressurser.

En fysisk del fordi arbeidssøkerne har en svak relasjon til NAV, og dermed få insentiver til å benytte seg av NAVs digitale tjenester. NAV trenger å møte de nyutdannede arbeidssøkerne for å bygge tillit hos og bli kjent med

brukergruppen og deres behov.

Gjennom et fysisk og digitalt konsept kan NAV gi nyutdannede brukere en helhetlig tjeneste som kan bidra til å gjøre NAV til en viktig og tillitsfull aktør for nyutdannede jobbsøkere i fremtiden.

LEVERANSE

- Gjennomført og utarbeidet tjenestesignkonsept
- Vurdering av verdigrunnlag for konsept
- Krav og begrensninger for konsept
- Muligheter for videreutvikling av konsept
- Generelle anbefalinger til NAV for å bedre eksisterende tjenester

Del 2

SKAPE

6

IDEGENERERING

- 6.1) Idégenerering med arbeidssøkerne
- 6.2) Idégenerering med NAV
- 6.3) Konseptretninger
- 6.4) Konseptvalg

INNLEDNING

Dette kapitlet vil gi leseren et overblikk over idéer og konsepter som ble utforsket i løpet av Del 2: SKAPE. Leseren vil oppnå en forståelse for valg av konseptretninger som ble viderutviklet i oppgaven, og hvorfor andre konsept ble forkastet.



Webb 2.0

KURS FOR TRYKSK ERFARING

KURS FOR TRYKSK ERFARING

KURS FOR TRYKSK ERFARING

KURS FOR TRYKSK ERFARING

KURS FOR TRYKSK ERFARING

KURS FOR TRYKSK ERFARING

KURS FOR TRYKSK ERFARING

KURS FOR TRYKSK ERFARING

KURS FOR TRYKSK ERFARING



6.1 IDÈGENERERING MED ARBEIDSSØKERNE

INTRODUKSJON

Dette delkapittelet vil oppsummere de viktigste funnene fra workshop med arbeidssøkerne. Workshopen ble holdt for å få et innblikk i ønsker og idéer arbeidssøkerne har for en bedre jobbsøkerhverdag. Workshopmetoden kan leses om i metodekapittelet på side 46.

PERSONLIG
VEILEDER

EG. ERKJENNET
VEILEDER
NAV

Egen forside for
↳ En mer personlig
erovler over din
↳ Gi kake ved
↳ Kommer på baren
seg

OPPSUMMERING AV FUNN: DEN IDÈELLE JOBBSØKERHVERDAGEN (HVA OM..?)

GRØNN HATT

- drømmesituasjon, et helt fantastisk og gjerne urealistisk jobbsøkerhverdag

**“Hva om jobbsøkere kunne snakke sammen om
hvor hardt jobbsøking suger!”**

“Hva om
man hadde
en personlig
veileder”

KONTAKT

“Hva om alle jobbsøkere
kunne møtes”

“Hva om NAV kunne motivere og
hjelpe nyutdannede”

“Hva om NAV tok kontakt litt tidligere i søknadsprosessen og mer
oppdatert på dine behov og markedet”

“Hva om NAV hadde en mer åpen dør”

“Hva om det fantes tusenvis av jobber for nyutdannede”

JOB

“Hva om arbeidsgiverne sloss om deg!”

“Hva om NAV kunne love alle jobb”

**“Hva om det var en person som kunne fortelle meg om alle jobbene jeg
hadde sjans på”**

“Hva om man alltid ble innkalt til
intervju”

“Hva om man hadde sin egen
personlige jobbhunter”

“Hva om det å skrive den perfekte søknad var kjempelett”

“Hva om det kun fantes én
jobbsøkerkanal”

**“Hva om man kunne registrere CV ett sted
og så var alle bemanningsbyråer koblet
dit”**

CV OG SØKNAD

“Hva om det fantes et perfekt
retningsprogram for jobbsøking”

“Hva om jeg elsket å søke på jobber”

“Hva om andre solgte deg inn til
stillingene”

“Hva om arbeidsgiver faktisk ga
tilbakemelding på søknad”

“Hva om bedrifter ga gratis kurs som gjorde deg kompetent”

KOMPETANSE

**“Hva om man fikk betalt for å fylle inn
hull i kompetansen”**

“Hva om man kunne få opparbeide kompetanse ved å være
lærling”

OPPSUMMERING AV FUNN: DEN IDÈELLE JOBBSØKERHVERDAGEN (HVA OM..?)

GUL HATT

- drømmesituasjon men med et mer realistisk løsningsrom for en bedre jobbsøkerhverdag

“Hva om det var en egen gruppe i NAV som jobbet med nyutdannede”

“Hva om det fantes et forum for unge jobbsøkere”

KONTAKT

“Hva om man inviterte arbeidssøkere til NAV for å dele erfaringer”

“Hva om man hadde en fast gruppe hvor man ble kjent med andre arbeidssøkere”

“Hva om det fantes et nettverk av arbeidssøkere hvor man kunne lese over hverandres søknader”

“Hva om det fantes en portal hvor arbeidsgiverene finner deg”

JOB

“Hva om det fantes ett sted hvor små og mellomstore bedrifter kunne legge ut stillinger rettet mot nyutdannede”

“Hva om flere arbeidsgivere brukte flere portaler som linkedin og aktivt søkte etter kompetanse for å rekruttere”

“Hva om NAV kontakter arbeidsgivere for deg”

“Hva om arbeidsgivere kunne teste ut arbeidssøkerene via små oppdrag”

“Hva om det fantes et forum for tips og triks om jobbsøkerprosessen”

CV OG SØKNAD

“Hva om det fantes en jobbsøkerside med all informasjon man trengte”

“Hva om det fantes en side man kunne legge inn CV der alle bedrifter kunne hente fra”

“Hva om det fantes en motivasjonsapp for jobbesøker prosessen ala “Slutta” for de som slutter å røyke/snuse”

“Hva om det fantes et sted å behandle, registrere og oppdatere alle søknader”

“Hva om det fantes en CV portal så man kun trenger å fylle inn én gang”

“Hva om det fantes flere muligheter for praksisplasser og internships”

KOMPETANSE

“Hva om det arrangeres kurskvelder + noe gøy”

“Hva om skoler/NAV tilbydde kurs om ting som brukes i arbeidslivet”

OPPSUMMERING AV FUNN: DEN IDÈELLE JOBBSØKERHVERDAGEN (HVA OM..?)

RØD HATT

- realistiske og konkrete løsninger for en bedre jobbsøkerhverdag

"Hva om nyutdannede fikk innpass i NAV og ble tatt på alvor"

KONTAKT

"Hva om det fantes et forum hvor man kan komme i kontakt med arbeidsgivere"

"Hva om man hadde en personlig engasjert veileder som passer på å holde deg i gang"

"Hva om man hadde en egen veileder som fulgte deg opp hele veien helt til du fikk jobb"

JOB

"Hva om det fantes en motsatt side av nav.no hvor arbeidsgivere kan finne deg - ønsker jobb side"

"Hva om utdanningsinstitusjon og NAV kan samarbeide under studietiden for å hjelpe nyutdannede ut i jobb før man er ferdig"

“Hva om man kunne opprette en nasjonal CV-portal”

CV OG SØKNAD

“Hva om det var pålagt tilbakemelding fra arbeidsgiver for hvorfor man ikke ble valgt”

“Forum hvor man kan komme i kontakt med arbeidsgivere”

“Hva om det fantes et verktøy for å holde oversikt over alle jobbene gjennom samarbeid med flere stillingsportaler. Holde orden på søknadene, få varsel om frister etc.”

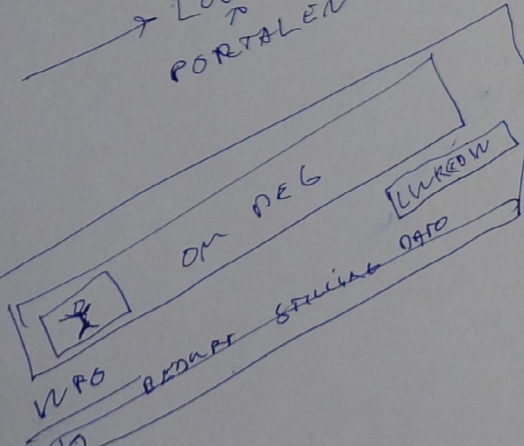
“Hva om man kunne få kurs dekket via alumni/skoler dersom det kan gi utslag for jobbtilbud”

KOMPETANSE

“Hva om NAV kan tilby kurs tilpasset nyutdannede”

SELVEN PORTAL

LOGG
LÖGGER
PORTALEN



SEARCH
MATCH
VIRK
TASTEN
TASTEN

ANSTILLING
DIA LOGG
KOMMUNIKASJON
↳ MÅNEDS
↳ SVAR
↳ MÅNEDS

HVA om det
FANTER ET
REKVERT GTD
PROGRAM FOR

SPERMATISJELLEN
↳ REGISTRERE
↳ BEHÅNDE
↳ OPPSTILLE

↳ LETT
↳ M
↳ R

En side for
oppfølging
(uten
adgang)

SETTET FOR
GUL/HELVINGE
SPERTE FOR
FOR ETTER
MÅNEDS

Lage arbeidsplasse
"arbeidsplasse" hver
men kan for
41 a for
erfaring.

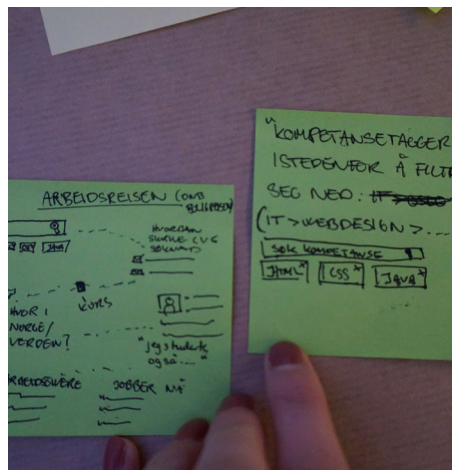
Et fantes
100000 av
jobber for
nyttede.

No
M
M

30

MIKS

RESULTATER



92 idéer til tjenester eller løsninger på problemområder ble generert i løpet av workshopen. Et utdrag av idéene som ble foreslått vil bli presentert på de neste sidene.

■ **PROBLEMRÅDE**

■ **TJENESTE**

Møte folk med samme bakgrunn og kompetanse

Fagmiljøer: spesialister eller interesseorganisasjoner innenfor felt, fagforeninger

Fast møteplass hvor man kan dele erfaringer



Registrering for de som ikke mottar ytelser. Alle i Norge har en profil. Koble brukere med andre med samme kompetanse. Få vite om de som har kommet i jobb og hvordan de gikk frem.

Areana for erfaringsutveksling: Fysisk og digitalt. NAV knytter brukere sammen via informasjon de har tilgjengelig om brukeren.

Små lukkede communities med like brukere.

Digital chat på nav.no

NAV må vise kompetanse på hvor man burde henvende seg

Veiledning til søknad og CV



Coaching

Videolæring

Tilby jobbsøkerkurs enten i gruppe eller personlige jobbsøkerkurs

Bedre informasjon på nav.no Linke ut til andre men være kritiske til hvilken informasjon og hvem vi linker ut til.

Markedsføre NAV der brukerne oppholder seg. Delingskultur. Content marketing.

Presentasjon av jobber

Samarbeid med andre innen sysselsetting. NAV driver de gjennom og hever de andre.



TILLIT TIL NAV

Flere lavterskeltilbud

Info på studiesteder

Gratis kurs

Være tilstede på karrieremesser og nettstedet utover nav.no

Samarbeid med studiesteder, hva må man tenke på underveis. Hjelp til selvhjelp.

Gjøre arbeidssøker trygg. Tilbakemelding fra arbeidsgivere og andre som har kommet ut i jobb.

Forventningsavklaringer: Hva er NAV god på, hva er NAV ikke god på.

Psykologi i NAV. Tilpasse stil, tone og materiale. Hindre at folk lukker seg.

Tema kvelder. Arbeidsgivere kan komme innom å holde foredrag.



NAV KAFÈ

NAV kafé med veiledere.

Et samlingssted utenfor NAV.

Arbeidspraksis som barista for arbeidssøkere.

Jobbmatch på tvers av ulike stillingsider.

Gi arbeidssøkere et ansikt på nav.no. Solskinshistorier.

Kompetanse-tagger. Filtre på denne måten. Søke på tagger og treffe bedre relevante jobber

FÅ INSENTIVER TIL Å REGISTRERE SEG

Involvere arbeidssøkere i mer informasjon NAV har – koble til fagområde

Felles CV base som kan knyttes opp mot andre stillingssider

Tilpasset informasjon for bruker på NAV. Spesialisert på fagområde. Generere andre muligheter. Utvikling og statistikk innenfor område. Geografisk info om yrke. Dynamisk informasjon.

Lagrer søk og får opp søknadsfrister i Nav kalender

Som "DNB boligreisen"

REISEN TIL ARBEIDSLIVET

Bedre innsikt i prosessen som arbeidssøker.

Få konkret feedback på prosess, og hva som skjer i en arbeidssøkerprosess. Hvordan mestre avslag. NAV sitter på mye forskningsbasert kompetanse på dette.

6.3 KONSEPTRETNINGER

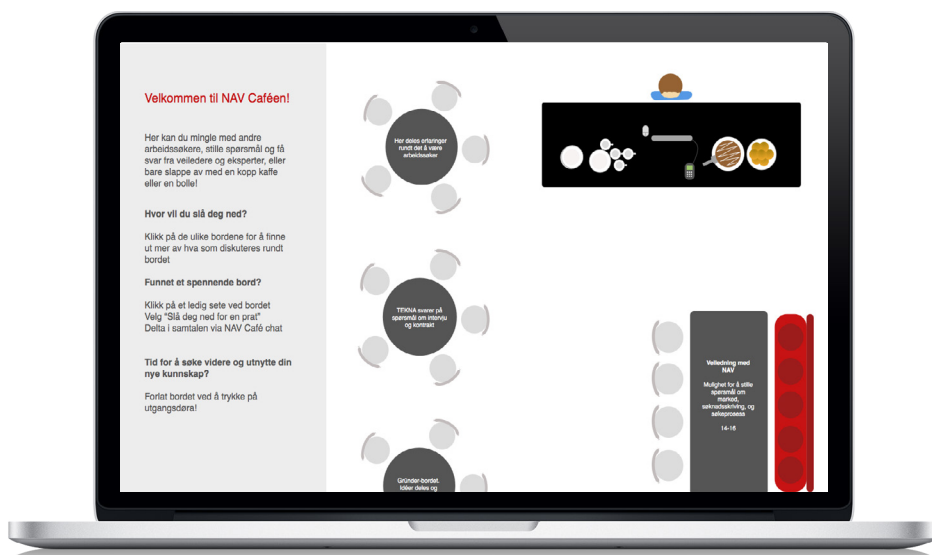
INTRODUKSJON

I dette delkapittelet vil fire konseptretninger basert på funn i "FORSTÅ" og idégenerering i "SKAPE" fasen presenteres. De fire konseptretningene ble senere evaluert av brukere i målgruppen for tjenestene.

KONSEPT 1: DIGITAL KAFÈ PÅ NAV.NO

INTRODUKSJON TIL KONSEPT:

Konseptet går ut på å lage en digital kafé på nav.no hvor brukerne kan utveksle erfaringer og knytte kontakt. Til forskjell fra et chatte forum skal kafé -konseptet gjøre at gruppechattene blir avgrenset til et viss antall deltakere rundt et bord med x antall ledige plasser. Dette for å sikre gode samtaler og deltagelse av de involverte - som ofte kan være vanskelig i for store nettforum. "Bordene" skal være merket med et tema relatert til jobbsøk så man enkelt kan vurdere interessen for å bli med i samtalen. Veiledere fra NAV skal også kunne være involvert i samtalene, og dermed ha mulighet til å veilede flere brukere samtidig. Det skal i tillegg være mulig å booke et privat bord med en veileder for 1-1 veiledning. Brukerene skal kunne velge å være anonyme inne på chat-kaféen, og man skal kunne opprette en egen "avatar" som profil om man ønsker en mer personlig tilpassning.



VERDISKAPNING:

- Konseptet fyller et hull i markedet. Ingen andre på markedet tilbyr en tjeneste hvor jobbsøkere kan komme i kontakt med hverandre på nett og motta veiledning. Dette kan potensielt gjøre at flere nyutdannede vil registrere seg hos NAV.
- Det er et behov for nyutdannede å komme i kontakt med andre i samme situasjon. Et nettbasert kontaktpunkt kan være et lavterskeltilbud som tilrettelegger for dette.
- Veiledning fra NAV via nett vil i dette konseptet tilrettelegge for at veiledning kan skje med flere brukere samtidig. I innsiktsfasen ble det avdekket at de nyutdannede brukerne har sammenfallende behov og lurer på mye av det samme. Gjennom tjenesten kan NAV effektivisere veiledningen og nå ut til flere brukere samtidig - hvilket vil være ressursbesparende.
- Konseptet legger til rette for kontakt med NAV via nett, og kan dermed senke terskelen for at brukerne velger å oppsøke veiledning.

KONSEPT 2: FYSISK NAV KAFÈ

INTRODUKSJON TIL KONSEPT:

Konseptet går ut på å skape en fysisk møteplass mellom arbeidssøkere seg i mellom, samt arbeidssøkere og NAV.

- Et sted man kan komme til for å jobbe selvstendig med jobbsøk, fremfor å bli sittende isolert hjemme.
- Et sted man kan utveksle erfaring med andre i samme situasjon.
- Et sted hvor man kan bli kjent med NAV og motta veiledning.
- Et potensielt møtested for andre i stillingsbransjen hvor de kan få kontakt med jobbsøkere.
- Et potensielt sted hvor arbeidssøkere kan komme i kontakt med jobbsøkere, holde foredrag og speedintervju.



VERDISKAPNING:

- Konseptet vil skape en arena for jobbsøkere å komme i kontakt med hverandre, og dele erfaringer rundt jobbsøk. De fleste nyutdannede blir etterhvert som tiden går eksperter på jobbsøkerprosessen, og kan komme langt med å hjelpe hverandre med tips og triks.
- Konseptet kan danne en hyggelig og innbydende møteplass mellom nyutdannede og NAV, og dermed treffe målgruppen bedre enn hva NAV-mottakene gjør i dag.
- Konseptet kan være en god arena for å skape samarbeid mellom NAV og andre i stillingsbransjen, inkludert arbeidsgiverne. Dette kan gagne NAV på sikt gjennom nye kontakter på arbeidsmarkedet, og samarbeid med stillingsbransjen som kan skape bedre tjenester.
- Konseptet kan bidra til å gi jobbsøkere registrert hos NAV arbeidserfaring mens de søker jobber ved å ansette arbeidssøkere til å drive kaféen.
- Konseptet kan være med å løfte NAVs merkevare via et innovativt initiativ rettet mot unge jobbsøkere.

KONSEPT 3: MITT NAV

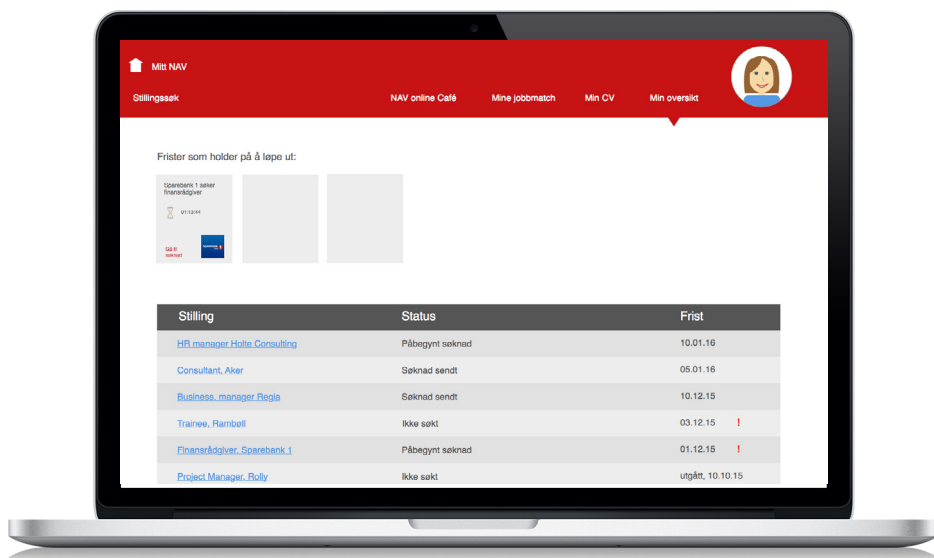
INTRODUKSJON TIL KONSEPT:

Konseptet går ut på å skape et digitalt verktøy for nyutdannede jobbsøkere.

“Mitt NAV” skal hjelpe jobbsøkerne med å få oversikt over stillinger de skal søke og stillinger de har søkt. Det skal være mulig å legge inn stillinger fra andre stillingsportaler på en enkel måte så jobbsøkerne får en helhetlig samlingside for jobbsøkerprosessen. Siden vil hjelpe jobbsøkerne å holde oversikt over frister via påminnelser, og det skal være mulig å laste opp søknader man har startet på eller sendt inn så man raskt kan finne igjen søknaden ved f.eks innkallelse til intervju. Siden skal kunne filtrere på statuser som “kort frist” eller “ikke søkt” slik at man enkelt kan få et overblikk over fremgang. I tillegg skal det være mulig å legge inn egne gjøremål for dagen i en liste som kan motivere jobbsøkerne i søknadsprosessen.

Siden kan fornye “Mitt NAV” slik den er i dag, og gjøre det enklere for jobbsøkere som ikke søker ytelse å få tilpasset informasjon. I tillegg kan registreringsdelen forenkles ved innlogging via f.eks LinkedIn. CV registrering kan gjøres enklere via bruk av søkefelt fremfor mapper, tags for kompetanse for bedre tilpasset jobbmatch og pre-utfylt informasjon fra tidligere arbeidsgivere som NAV besitter.

Siden skal tilrettelegge bedre for jobbsøkere uten ytelse og fjerne behovet for innsendelse av meldekort hver 14.dag



VERDISKAPNING:

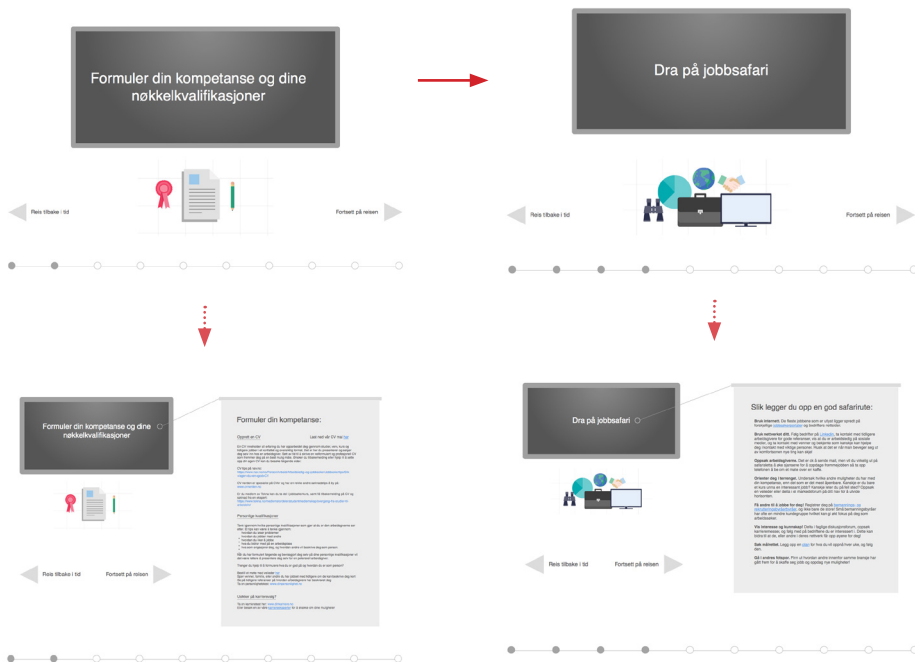
- Konseptet vil tilby et verktøy for å holde oversikt over jobbsøkerprosessen som er svært etterlenget hos brukerne.
- Konseptet kan skape merverdi for brukeren som dagens registrering ikke tilbyr, og kan dermed øke sjansene for at nyutdannede vil registrere seg hos NAV.
- Konseptet vil fjerne behovet for innsendelse av meldekort som er et stort painpoint hos målgruppen.
- Nettsiden vil ikke kreve store menneskelige ressurser fra NAV foruten utvikling og vedlikehold av siden, da konseptet vil fungere som et verktøy for selvhjulpne jobbsøkere.
- Bruk av kompetansetags kan gjøre det enklere for markedskontaktene, så vel som arbeidsgivere, å finne de riktige kandidatene. I tillegg kan det tilrettelegge for mer relevante jobbmatch for arbeidssøkerne.
- Utnyttelse av NAVs informasjon om tidligere arbeidsgivere vil minske registreringsarbeidet for brukerne, og gjøre registreringsprosessen mindre tidkrevende.
- Siden kan være motiverende for arbeidssøkere da søkeprosessen blir satt i system og setter brukeren i kontroll.

KONSEPT 4: NAV JOBBSØKERREISEN

INTRODUKSJON TIL KONSEPT:

Konseptet vil gi nyutdannede en guide til alle steg i jobbsøkerreisen fra start til slutt. Arbeidssøkeren vil selv kunne klikke seg gjennom alle stegene, og velge å lese mer informasjon om den delen i prosessen de er usikker på.

Gjennom dette konseptet kan brukeren finne informasjonen de leter etter på ett sted og bruke siden som en guide gjennom jobbsøkertiden. Konseptet kan skape trygghet for jobbsøkerne og gi relevant og god informasjon på det stadiet jobbsøkeren er i enten det gjelder intervju, avslag eller CV skriving uten å overlesse søkeren med for mye informasjon.



VERDISKAPNING:

- Konseptet kan skape trygghet for jobbsøkere i en ny situasjon
- Konseptet gir arbeidssøkerne en interaktivt informasjonsside om jobbsøking uten å kreve for store menneskelige ressurser fra NAV
- Konseptet samler all informasjon NAV besitter om jobbsøking, og kan gjøre det lettere for arbeidssøker å finne riktig informasjon på nav.no

Må STANDARDISERE
CV-ER FRA
ALLE PORTALER

Må integreres
med alle
andre sider?

SAVNER:

#VA SER
BEDRIFTEN
PÅ DIN PROFIL?

VIKTIG AT
DEN SAMKØRES
MED ALLE
ANDRE PORTALER

BENYTTET?

JA

😊
Jeppe
kth 😊

• Det
• Ulla
• V

1

1

7

1

Ingenting, føler
dette er en
positiv oppgradering
av dagens

+ Jobbeskretips
lett tilgjengelig

"Chat med oss"?
- Høstet vårt Fjell
med direkte kontakt
med en veileder

Input fra
din NAV-
kontakt på
siden?
Help?

6.4 KONSEPTVALG

Forslag:
NAV-app og
dette kon

Samarbeid
den med
andre i

INTRODUKSJON

En workshop med 4 nyutdannede jobbsøkere ble holdt for co-designing og evaluering av de ulike konseptretningene. I etterkant ble resultatene analysert og konseptretning ble valgt. Metoden som ble brukt kan leses om i metodekapittelet på side 50.

erklær på
noe nytt

Ja, et nytt
organisasjons
program er
etableringst.

EVALUERING AV KONSEPT 1: DIGITAL KAFÈ PÅ NAV.NO

- Les om konseptet på side 200-201

Poengsum: 12 (2,3,3,4) Tredje beste rangerte konsept

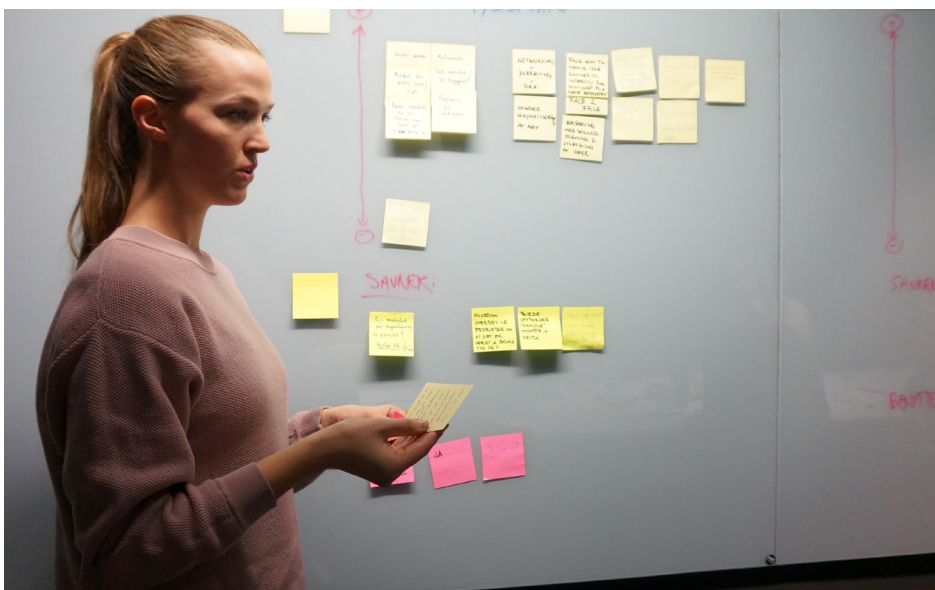
OPPSUMMERING

Kommentarer til hva de likte med konseptet/verdiskapning:

- Lavere terskel for å delta
- Lekent
- Morsomt konsept med en faktisk visuell digital kafé
- Lettere tilgang til de man faktisk søker ved at man kan se hva det prates om rundt bordet
- Lett tilgjengelig
- Lavterskel for å bli med i en samtale når det er litt "anonymt"
- Informasjon fra chattene kan legges tilgjengelig (NAV/ arbeidsgivere etc.)
- Mulig å danne grupper som senere kan møtes i den ekte kaféen.
- Man er litt mer anonyme - ikke like "dumt" å delta på NAV

Problemer eller forslag til forbedringer:

- Litt upersonlig



- I de gale hender kan det bli useriøst
- Man kan involvere jobbsøkere med IT-bakgrunn i utviklingen (få erfaring)
- Tror ikke det vil skape så mye større nettverk
- Åpningstider? er det åpent 24/7 eller kun på jobbtid? Kan være vanskelig å få NAV ansatte til å være tilgjengelig døgnet rundt for chat
- Enklere tilgang til misbruk når det er digitalt
- Egen portal der man kan tipse om ledige jobber!
- Digitale presentasjoner eller kurs hadde vært kult!

Om deltakerne ville benyttet seg av tjenesten:

- Jeg er fan av forum så dette hadde vært kult å teste!
- Jeg hadde tatt det i bruk dersom det var enkelt å melde seg på/ få varsel om aktuelle tema
- Kanskje
- Mulig

EVALUERING AV KONSEPT 2: FYSISK NAV KAFÈ

- Les om konseptet på side 202-203

Poengsum: 9 (2,2,2,3) Nest høyest rangerte konsept

OPPSUMMERING

Kommentarer til hva de likte med konseptet/verdiskapning:

- Positivt med sosialt samvær med andre i samme situasjon
- Åpner for muligheter og tilgjengelighet for gratis kurs/tips
- Få raskt svar på stillinger eller ting man lurer på ved "drop-inn" og slippe køen på NAV.
- Tror det vil hjelpe unge/nyutdannede søkere til å ta i bruk NAV
- Åpner for profilering av bedrifter på kaféen
- Fast møtested - trygghet?
- Motiverende
- Networking + jobbsøking = bra
- Mindre stigmatisering av NAV
- Godt å ha et sted å møte folk i lik situasjon
- Folk som sliter med å komme seg til intervju via CV og søknad kan få en mulighet til å møte arbeidsgiverne først face to face
- Dele erfaring med søknadsskriving og utveksling av idéer skaper mer positivitet i tilværelsen
- Lettere tilgang til ressurser
- Mer åpenhet
- Lavere terskel for å kontakte NAV

EVALUERING AV KONSEPT 3: MITT NAV

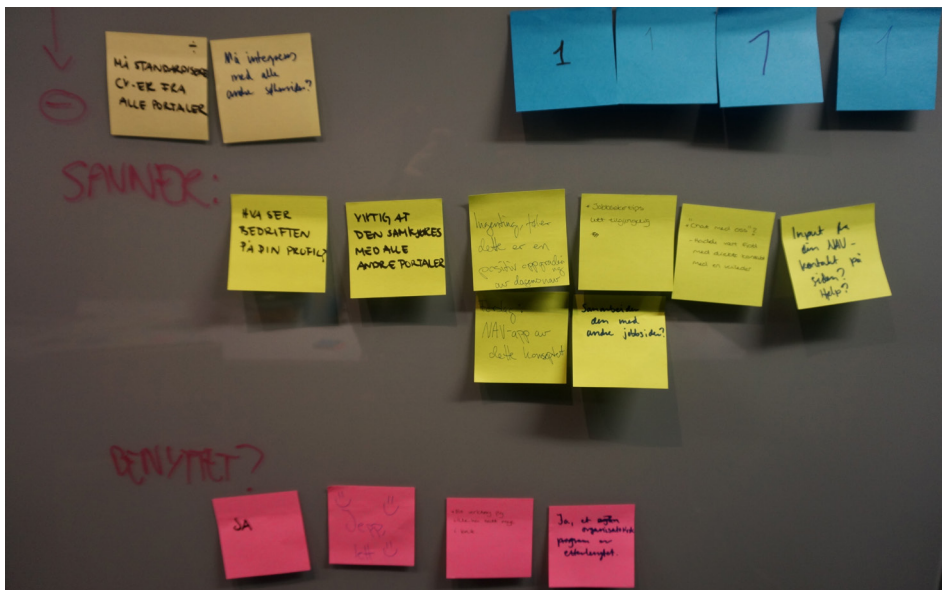
- Les om konseptet på side 204-205

Poengsum: 4 (1,1,1,1) Høyest rangerte konsept

OPPSUMMERING

Kommentarer til hva de likte med konseptet/verdiskapning:

- Flott med et verktøy som strukturerer søknadsprosessene
- Må standardisere CV-er fra alle portaler. Skjønner ikke hvorfor dette ikke blir gjort - alle arbeidsgivere vil jo ha den samme informasjonen.
- Mer kontroll
- Lavere terskel for å påbegynne søknad - man må ikke ferdigstille den med en gang og kan komme tilbake til den
- Lett å overholde frister
- Kontroll over hva som ble skrevet i søknaden til ulike bedrifter. Kommentar: fint å se tilbake på hva man skrev før et intervju
- føles som flere konsept på et sted (finn, nav.no & linkedin +)
- Synliggjør de små tingene en gjør i en jobbsøker prosess. Kommentar: man kan ofte bruke lang tid på en oppgave, og da er det fint å se at man har gjort noe og fullført målet man satt seg for dagen/uken
- Innarbeidet i NAV - alt er samlet på ett sted. Kommentar: man vet at det ligger mye på NAV, men det er stress å søke opp alt.
- Liker at det gir god oversikt
- Ved bruk av tags så gjøres det lettere å få tilgang til relevante stillinger og firmaer
- Vil gjør NAV litt mer personlig
- Lettere å forholde seg til enn mange andre nettsider



Problemer eller forslag til forbedringer:

- Integring med andre jobbsøkersider
- NAV-app til dette konseptet
- "Chat med oss"? - Hadde vært flott med direkte kontakt med veileder
- Input fra din NAV-kontakt på siden? Hjelp? Kommentar: noen som følger med på og kommenterer det du foretar deg
- Savner ingenting - føler dette er en positiv oppgradering av dagens NAV
- Jobbsøkertips lett tilgjengelig på siden
- Viktig at den samkjøres med andre portaler

Om deltakerne ville benyttet seg av tjenesten:

- Jepp, lett!
- Ja, et organisatorisk program er etterlengtet
- JA
- Ja, et verktøy jeg ville tatt mye i bruk

EVALUERING AV KONSEPT 4: NAV JOBBSØKERREISEN

- Les om konseptet på side 206-207

Poengsum: 15 (3,4,4,4) lavest rangerte konsept

OPPSUMMERING

Kommentarer til hva de likte med konseptet/verdiskapning:

- Dette passer som en del av "Mitt NAV" konseptet
- Fint som del av "Mitt NAV" - kanskje som en animasjon på forsiden
- God og informerende oversikt
- Et bra verktøy for å lære om jobbsøkerprosessen - spesielt i startfasen
- Lettere å forholde seg til en stegvis prosess
- lett å navigere for informasjon
- En morsommere måte å gjøre unna søkingen
- Gøy
- Bør oppdateres jevnlig for å bevare interesse hos brukerne
- Veldig bra for de som er i startfasen, kanskje ikke for de som har holdt på en stund
- Enkelt og oversiktlig
- Gode råd og mye nødvendig info samlet



Problemer eller forslag til forbedringer:

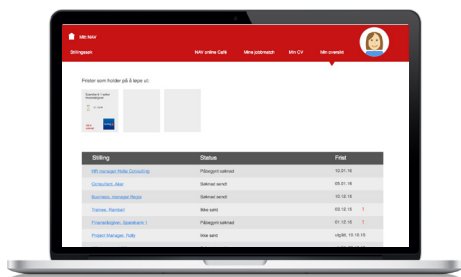
- Kan bli lettere å glemme å ta i bruk
- Hadde muligens gått fort lei av å trykke meg rundt der
- Rettes mer mot nye brukere
- Noe for å spe på motivasjon?
- Interaktive spørsmål til refleksjon (hva ville du sett etter?)
- "Prøv deg på intervju!" Vanlige spørsmål med tidsbegrensning

Om deltakerne ville benyttet seg av tjenesten:

- Én gang
- Hadde hatt stor glede og nytte av det i en startfase, og lurt å sjekke innimellom
- Ja, nyttige linker
- Jeg ville brukt det, men kanskje ikke like aktivt som "Mitt NAV"

VALG AV KONSEPTRETNINGER

På bakgrunn av innsiktsarbeidet og workshopen med nyutdannede arbeidssøkere, ble de to høyest rangerte konseptene valgt ut til videreutvikling.



KONSEPT 1

Det digitale konseptet "Mitt NAV" som ble rangert som det mest verdifulle konseptet

KONSEPT 2

Det fysiske konseptet "NAV kafé" som ble rangert som nest mest verdifulle konseptet.

Del 3

BYGGE

7

VIDEREUTVIKLING

7.1) Konsept 1: Mitt NAV

**7.2) Konsept 2: NAV
Jobbsøkerkafé**

INNLEDNING

Dette kapitlet vil vise videreutviklingen av konseptvalgene fra "Del 2: SKAPE"

KONCEPT 1

FYSISK CAFÉ

+



Social ansvar
Motivande
Målsat for
spørgsmål
11/15
Elevs mulighed
for at
vælge
hvornår
man
går
→ 2000 km

Motivande
Fod motiveret
by trykhold?
Profiling
der
bedreplan

NETVORKING
+
JOBBERING
+
BKA

MINDE
SIGNALISERING
AV NAV

FOLK SOM TIL
VANDIG ILES
KOMMETIL
INTRODUKTION
MULTIPLIPLA
MERE BEKENDT
FACE 2
FACE

ERBJUDNING
MED SELVANS-
SERVING I
UDVÆKSEL
AV IBER

...
...
...

...
...
...

...
...
...

...
...
...

...
...
...

...
...
...

...
...
...

2

2

3

3

SAVNER:

Er
mulighed
for
organisering
i
samlet?
11/15/16

HVORNÅR
OVERSEVISE
TEDEFTER OM
AT OBT DE
VÆST A DEKKE
TIO 14 C

TJERDE
OPFOLDE
"VANDIG"
MÅTTE A
DETA

...
...
...

...
...
...

BENYTTET?

Ja, gik det
et par år
det var en
det havde
højeste
1/16

JA

...
...
...

...
...
...

KO

+



...
...
...

...
...
...

SAVNER:

...
...
...

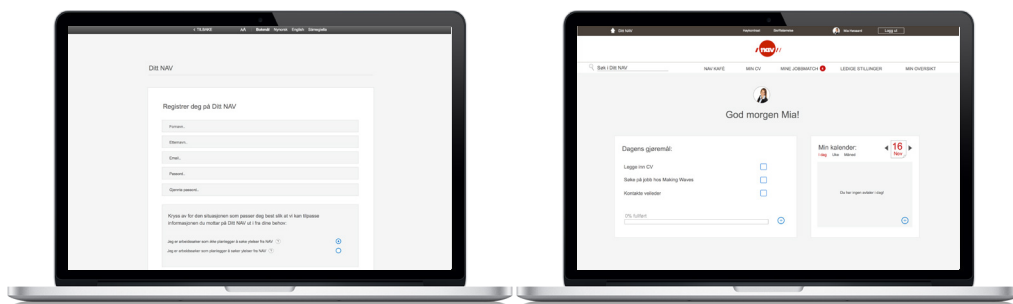
BENYTTET?

...
...
...

...
...
...

MITT NAV: Klikkbar prototype 1, Desktop

Les om brukertesting av prototypen på side 258-263



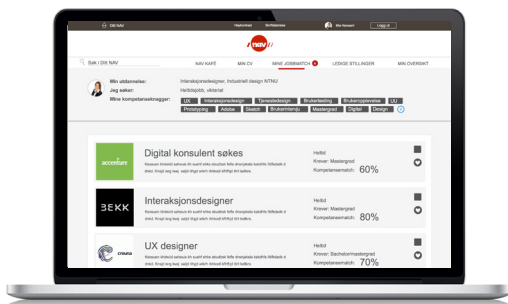
ENKEL REGISTRERING

Registrering krever kun elementær nøkkelinformasjon, og kan gjøres uten strenge verifiseringsmetoder som kreves av dagens registrering. Brukeren får mulighet for å krysse for om hun/han skal søke ytelser fra NAV. Dersom brukeren ikke skal søke ytelser vil det ikke være nødvendig med innsending av meldekort.

Rask registrering vil gjøre terskelen lavere for å bli bruker hos NAV. Utfyllende informasjon kan fylles inn ved senere anledning.

PERSONLIG STARTSIDE

Brukeren vil bli møtt med en personlig velkomst, og kan på startsidene legge inn avtaler og gjøremål for dagen. Gjøremålene kan strykes ut etterhvert som man utfører de, og brukeren kan følge med på egen progresjon. Denne funksjonen er ment som en motivator.

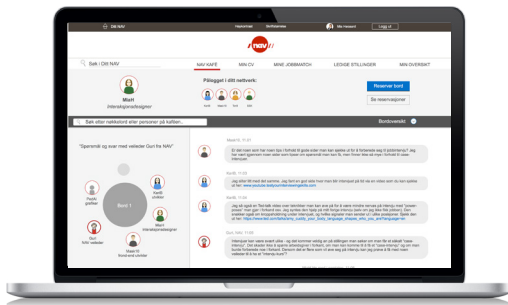


JOBBMATCH

Ved å legge inn utdanning og kompetansetagger kan bruker raskt få jobbmatch uten å ha måttet fullføre hele CV registreringen. Dagens jobbmatch er basert kun på utdanning. Mange opplever å ha kompetanse som passer inn hos stillinger lagt under andre utdannelser - og kompetansetagger kan da gjøre disse stillingene mer synlige.

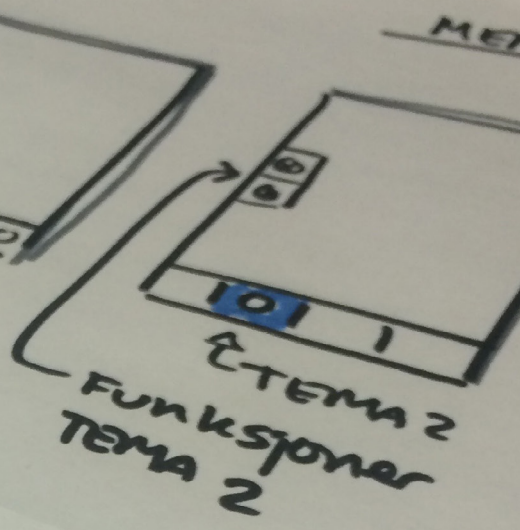
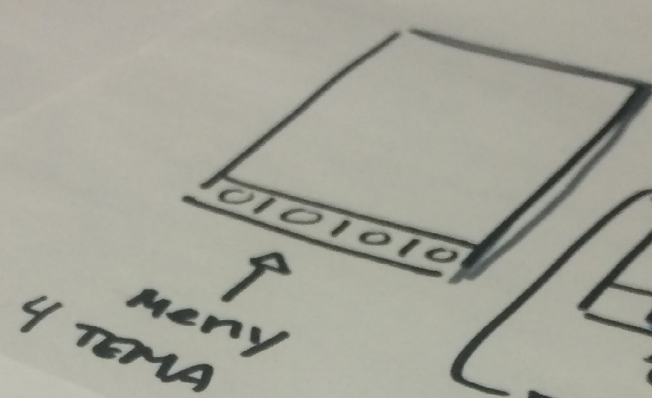
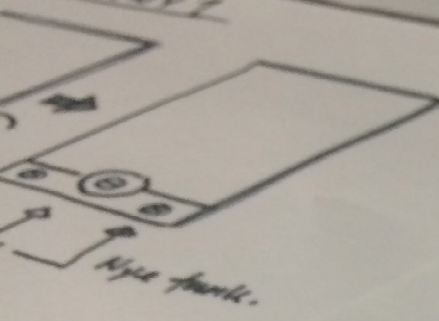
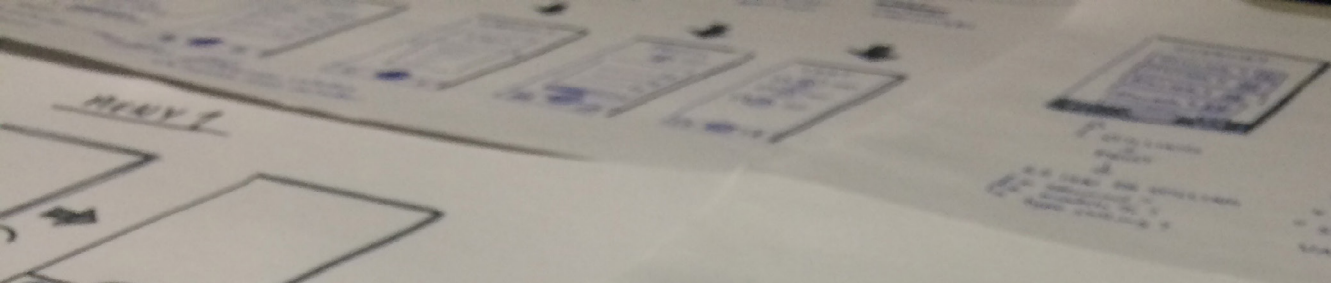
Bruker skal kunne sortere jobbmatch etter interesse ved å legge inn interessante jobbmatch og fjerne uinteressante. På denne måten vil brukeren få en mer oversiktlig og kontrollert jobbsøkerprosess. Stillinger brukeren velger å lagre vil

bli lagt inn i brukerens "oversikt" på siden.

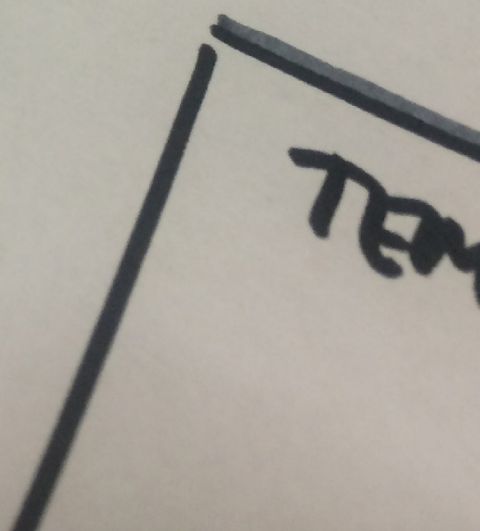


NAV KAFÉ

NAV kafé på nett ble valgt å legges ved konseptet etter diskusjoner med NAV. Brukeren skal kunne lage sin egen avatar og besøke kaféen med egendefinert brukernavn. På kaféen skal brukere kunne sette seg ned ved bord hvor ulike tema diskuteres med og uten veileder fra NAV.



MENY 4



VIDERUTVIKLING

1 Fjerne funksjoner som ikke er en del av MVP

Chatte funksjonen "NAV kafé" ble fjernet fra konseptet, for å fokusere det som ga mest verdi for brukerne - et verktøy for å holde oversikt over jobbsøkerprosessen. NAV kafé er et konsept i seg selv som kan utforskes videre av NAV, men det blir ikke tatt med videre i oppgaven.

Kalender og gjøremål ble fjernet fra konseptet da brukerne allerede har eksisterende løsninger som dekker disse behovene, eller ikke føler funksjonene dekker et stort behov.

2 Utvikle en mobilapplikasjon til konseptet

Brukerne etterlyste en mobilapplikasjon til konseptet som kan gi de varsler og oversikt når de ikke sitter ved PC. Prototype 3: NAV karrierestart applikasjonen ble dermed utviklet.

3 Finne enklere metoder for å samle inn stillinger fra andre stillingsportaler

Dersom NAV får til et samarbeid med andre nettportaler innenfor stillingsbransjen kan man bruke samme teknologi som "Pinterest"⁽²²⁾, og lagre stillinger fra ulike stillingsider inn i oversikten på "NAV karrierestart" direkte. Denne løsningen ble lagt til i de neste prototypene for å teste om det kunne være en enklere løsning, enn å lagre stillinger manuelt.

⁽²²⁾Pinterest sin nettside, *Lag en Pin it- knapp for nettstedet ditt*. Tilgjengelig på: <https://help.pinterest.com/nb/articles/build-pin-it-button-your-site>

4 Finne en løsning for å kunne fjerne meldekort for selvhjulpne arbeidssøkere

Etter dialog med NAV medarbeidere som mente det ville være problematisk å fjerne meldekortet grunnet mulig feil i ledighetsstatistikk, ble det sett på alternative løsninger. Første alternativ var å tilpasse meldekortet til arbeidssøkerne uten ytelse med ett spørsmål: "Er du fortsatt arbeidssøker?" med mulighet til å krysse av for "JA" eller "NEI". Denne løsningen vil være mindre tidkrevende men vil fortsatt kreve en handling som ikke gir brukeren merverdi - og derfor bli sett på som unødvendig fra et brukerperspektiv. Alternativ to var å finne en mulighet for å fjerne meldekortet og fortsatt opprettholde ledighetstatistikken. Dette er mulig siden arbeidsgivere melder inn ansettelser til NAV. NAV kan dermed sørge for at registrerte arbeidssøkere som ikke lenger er ledige vil bli automatisk avregistrert ut i fra melding om ansettelse fra arbeidsgiverne. Hvordan dette eventuelt blir løst i NAVs interne systemer vil ikke bli utforsket videre i oppgaven.

5 Andre endringer

Navnet "Mitt NAV" ble byttet ut med "NAV karrierestart" for å i større grad appellere til målgruppen.

MVP KONSEPT DITT NAV

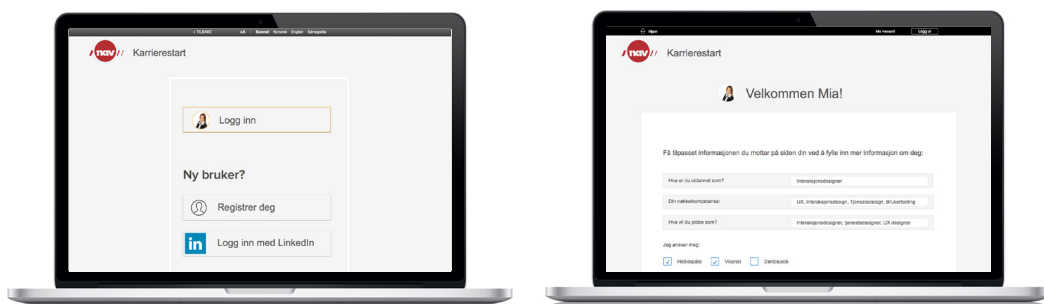
- Konseptet må gjøre det mulig å samle aktuelle stillinger fra andre stillingsportaler inn i et oversiktssystem
- Konseptet må kunne gi brukeren beskjed om søknadsfrister som holder på å gå ut
- Konseptet må sikre en enkel registreringsprosess
- Konseptet må fjerne behovet for innsending av meldekort for brukere som ikke søker ytelser
- Konseptet må gi en god brukeropplevelse
- Konseptet må være et godt verktøy for søkerprosessen

MLP KONSEPT DITT NAV

- Konseptet kan være knyttet opp mot en mobilapplikasjon slik at det er tilgjengelig på flere plattformer
- Mulighet til rask tilgang på veiledning via chat

NAV KARRIERESTART: Klikkbar prototype 2, Desktop

Les om brukertesting av prototypen på side 266-271



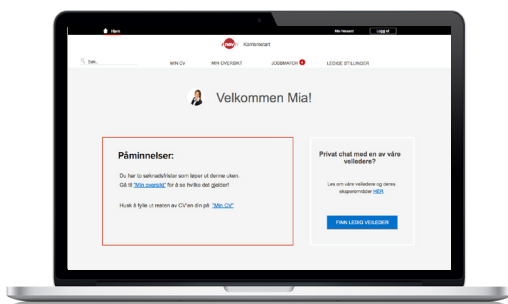
ENKEL REGISTRERING

Registrering kan gjøres via LinkedIn eller manuelt ved å opprette brukernavn og passord. Dette erstatter dagens registreringsløsning på "Mitt NAV" som krever verifiseringsmetoder som MinID.

Rask registrering vil gjøre terskelen lavere for å bli bruker hos NAV. Utfyllende informasjon som CV kan fylles inn ved senere anledning.

Brukeren får mulighet for å krysse av for om hun/han skal søke ytelser fra NAV. Dersom brukeren ikke skal søke ytelser vil det ikke være nødvendig med innsending av meldekort.

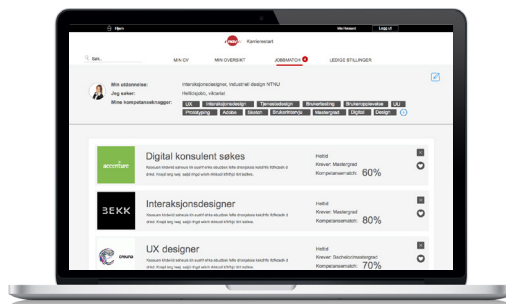
Istedenfor å fylle ut hele CV'en under registrering kan brukeren motta jobbmatch raskt ved kun å fylle inn høyeste oppnådde grad, kompetansetagger og jobbønsker.



PERSONLIG STARTSIDE

Brukeren vil bli møtt med en personlig velkomst, og kan på startsidene få oversikt over hva som skjer på NAV jobbsøkerkaféen, samt påminnelser fra NAV om søknadsfrister.

Brukeren vil også ha mulighet til å chatte med veiledere og markedscontakter på denne siden. Her er det tenkt at NAV kan opprette en database med oversikt over de ulike veilederenes kompetanse så brukeren lett kan finne frem til riktig veileder.

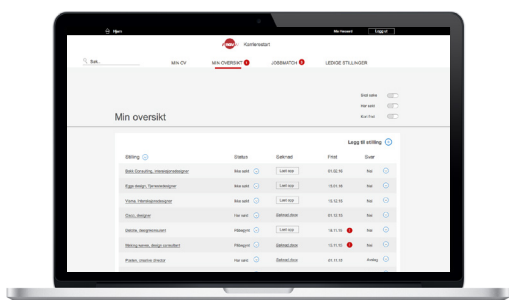


JOBBMATCH

Basert på informasjonen om kompetanse og jobbønsker registrert under registreringen vil brukeren motta jobbmatch.

Inne på "Jobbmatch" skal brukeren kunne sortere jobbmatchene ved å lagre interessante jobbmatch og fjerne de uinteressante. Stillinger brukeren velger å lagre vil bli lagt inn i brukerens "Min oversikt" på nettsiden.

NAV KARRIERESTART: Klikkbar prototype 2, Desktop



MIN OVERSIKT

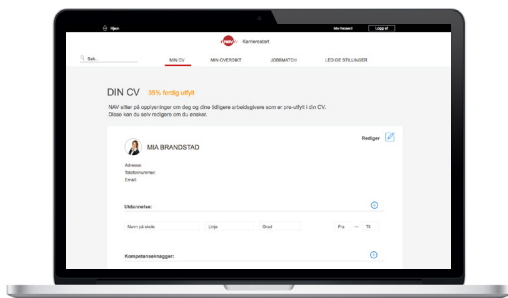
Under "Min oversikt" skal brukeren kunne filtrere på statusene "har søkt" "skal søke" og "kort frist" for å raskt kunne få oversikt. Stillinger som har søkefrist innen en uke skal få et varselsymbol. Oversikten vil vise en klikkbar stillingstittel som lenker til den aktuelle stillingen enten den ligger hos NAV eller en annen stillingsportal. I tillegg vil oversikten vise status på stilling (har søkt, påbegynt, eller skal søke), og man skal ha mulighet til å laste opp søknaden til tilhørende stilling.

Brukeren skal kunne legge inn stillinger fra andre stillingsportaler. Dette gjøres ved å klikke på "legg til stilling" og kopiere inn lenken til

siden, eller ved å "pinne" en stilling fra en samarbeidende stillingsportal. Pinning fungerer på samme måte som på Pinterest hvor man kan hente ut informasjon fra en ekstern side og legge det inn i egen side på Pinterest. Denne løsningen forutsetter at NAV får til et samarbeid med eksterne aktører i bransjen.

Stillinger fra nav.no kan enkelt lagres i brukerens oversikt ved å trykke lagre på ønsket stilling i stillingsdatabasen.

Frister som holder på å løpe ut vil varsles om til brukeren.



CV

Informasjon NAV sitter på om tidligere arbeidsgivere skal automatisk ligge inne i brukerens CV. Dette vil gjøre registreringen raskere for brukeren. Oppsettet på CV er mer moderne og brukervennlig enn den eksisterende løsningen hvor mange sliter med å finne riktig kompetanse i databasen. Løsningen gjør det mulig å fylle ut informasjon i fritekst fremfor å søke seg gjennom et mappehieraki. Det er også tilrettelagt bedre for registrering av utvekslingsopphold og folkehøgskole.

Dersom NAV får til et samarbeid med LinkedIn kan mye informasjon om CV eksporteres fra LinkedIn profilen til

brukeren, blant annet utdanning og kompetansetagger.

NAV KARRIERESTART: Klikkbar prototype 3, mobil applikasjon

Les om brukertesting av prototypen på side 266-271

SYNKRONISERER MED NETTSIDE

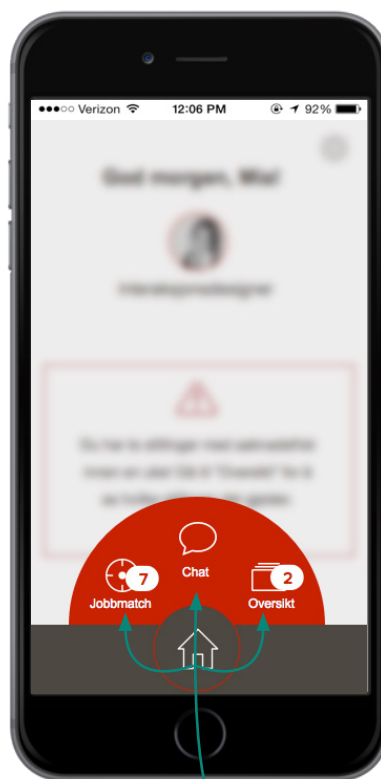
Informasjon lagret på "NAV karrierestart" på nav.no vil synkroniseres med applikasjonen og vice versa.

NAVIGERING

Hovedmenyen består av 4 elementer: Hjem, jobbmatch, chat og oversikt. Man navigerer seg rundt de ulike elementene via å åpne hovedmenyen og velge ønsket destinasjon.



Åpne navigeringsmeny

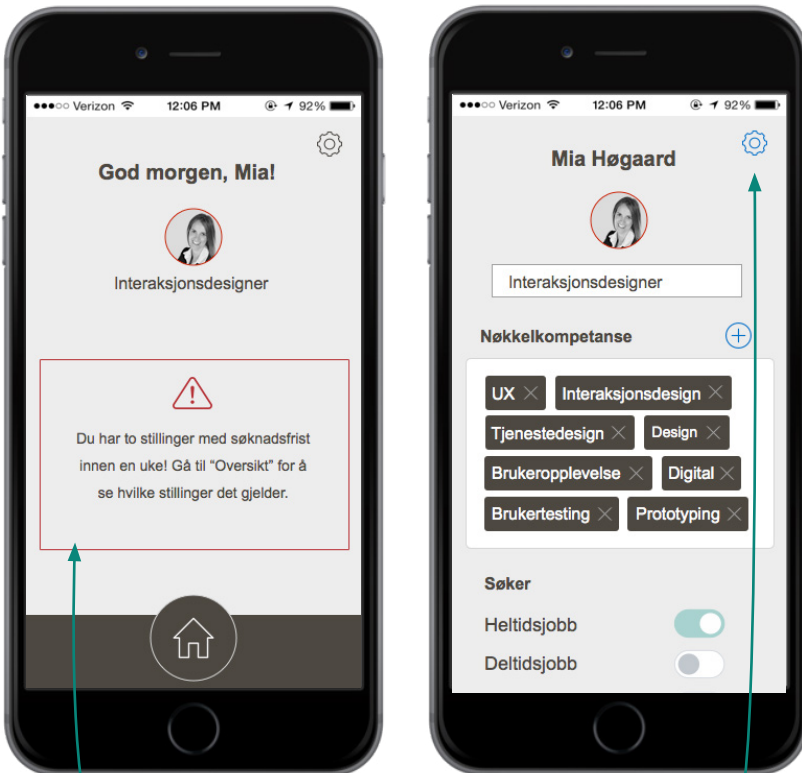


Trykk på ønsket destinasjon



HJEM

Dette vil være brukers startside når hun/han åpner applikasjonen. Her vil brukeren finne tilsvarende informasjon som på startside til NAV karrierestart på nav.no. Brukeren vil få opp varslere om søknadsfrister, og informasjon om hva som skjer på NAV jobbsøkerkafe denne uken. Brukeren vil også kunne redigere informasjon om seg selv ved å klikke på verktøysymbolet.



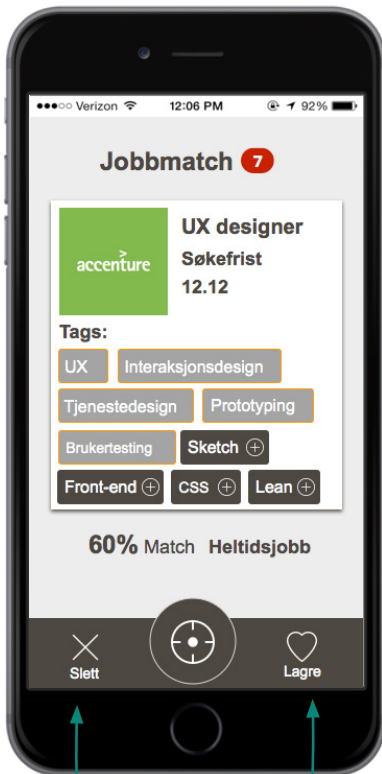
Nøkkelinformasjon

Rediger personlige innstillinger

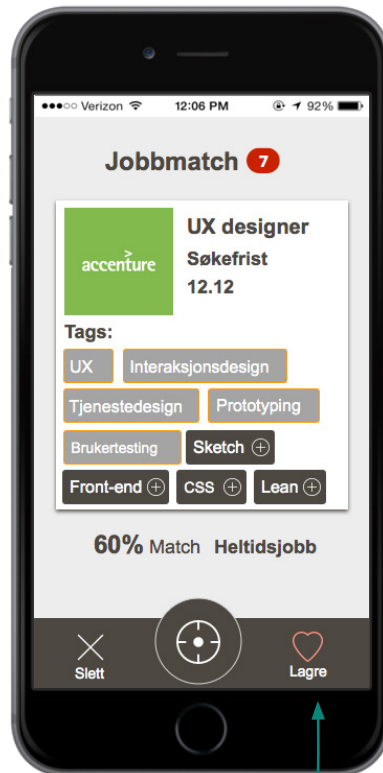


JOBBMATCH

Inne på jobbmatch kan brukeren sortere ut interessante stillinger og kvitte seg med uinteressante stillinger på samme måte som på "Min karrierestart" på nav.no. Brukeren blir presentert med nøkkelinformasjon om stillingen, og kan trykke seg inn på stillingen for å få mer utfyllende informasjon.



Lagre stilling
Slett stilling

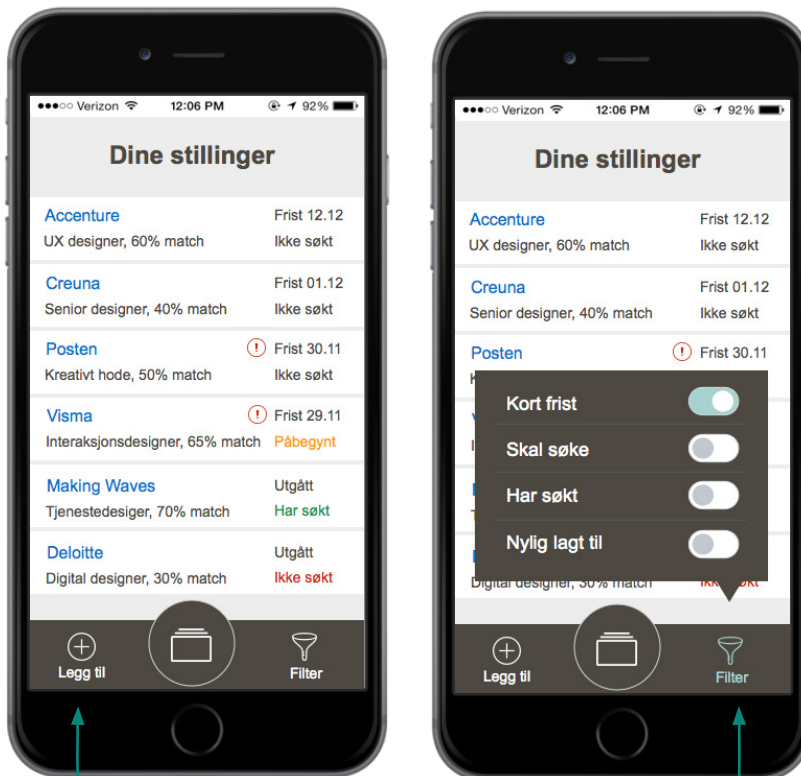


Stilling lagres i oversikt



OVERSIKT

Inne på oversikt kan brukeren på samme måte som på "NAV karrierestart" på nav.no få oversikt over brukerens aktuelle stillinger. Stillinger med søknadsfrist innen en uke merkes med et varselsymbol i tillegg til at man kan filtrere på ønsket informasjon. Her kan også stillinger fra andre stillingsportaler legges inn i oversikten, som vil vises på neste side.



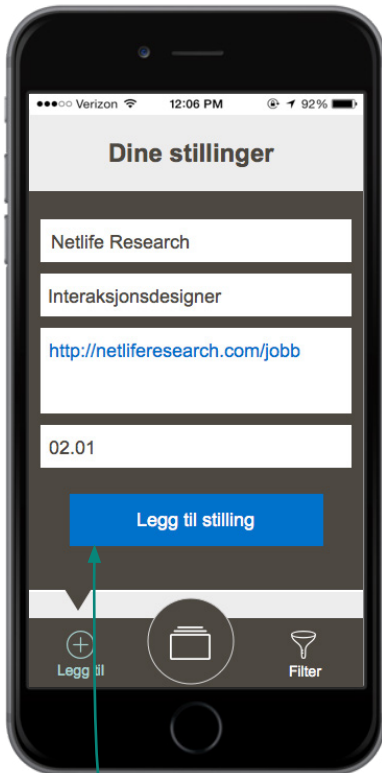
Mulighet for å legge til stillinger fra andre stillingsportaler

Filter for rask oversikt



OVERSIKT

Stillinger legges inn ved å kopiere inn lenke fra den eksterne stillingsportalen og fylle inn nøkkelinformasjon om stillingen, eller ved å lagre stilling direkte inn i applikasjonen for eksterne sider NAV samarbeider med.



Kopier inn lenke fra eksternt nettsted, fyll inn tekst og legg til stilling.

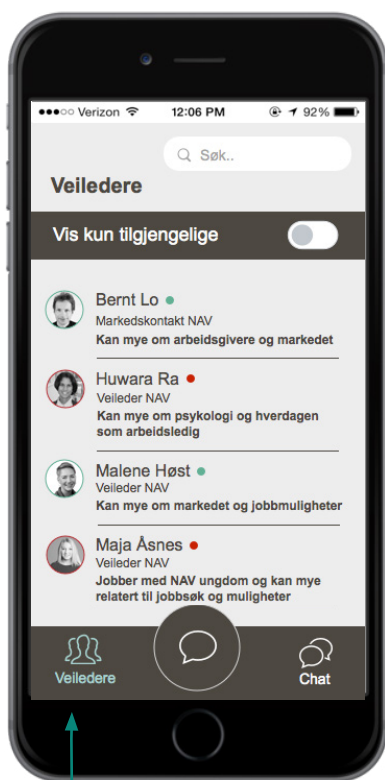


Klikk på symbolet inne på stillingen på eksternt nettsted for å legge stillingen inn i oversikten.

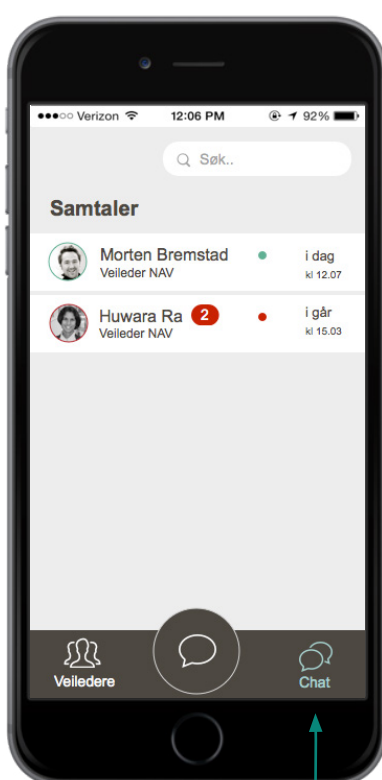


CHAT

Inne på chat kan brukeren kommunisere med veiledere og markedskontakter hos NAV. Brukeren kan finne informasjon om de ulike veilederenes ekspertområder inne på mobilapplikasjonen og se hvilke veiledere som er tilgjengelig. Slik kan brukeren raskt nå ut til riktig person.



Les om veilederene og trykk på ønsket veileder for å starte samtale



Oversikt over dine samtaler



7 23

TA
30



7.2 NAV JOBBSØKERKAFÈ

INTRODUKSJON

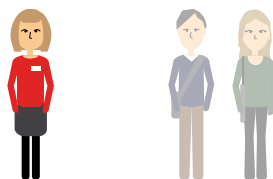
Dette delkapittelet vil vise viderutviklingen av konsept 2: NAV jobbsøkerkafé.

NAV JOBBSØKERKAFÈ - NAVS FYSISKE KONTAKTPUNKT TIL BRUKERGRUPPEN

Konseptet ble utviklet på bakgrunn av behov kartlagt hos nyutdannede arbeidssøkere, samt NAVs manglende kontakt med brukergruppen. Et av behovene hos arbeidssøkerne er å komme i kontakt med andre i samme situasjon og dele erfaringer. Et annet behov er å få veiledning og informasjon om jobbsøkerprosessen. Et viktig behov hos NAV er å oppnå kontakt og tillit hos målgruppen. Tjenesten sikter dermed mot å tilrettelegge for arbeidssøkernes behov gjennom en attraktiv møteplass mellom NAV og nyutdannede.

Konseptet har potensiale til å videreutvikles ved å involvere flere aktører på stillingsmarkedet og åpne

opp for samarbeid med NAV og andre i stillingsbransjen som kan gagne NAV og brukerne på sikt. Dette kan ha videre positiv innvirkning på arbeidsgivere og deres holdning til NAV som rekrutteringskanal, ved at ressurssterke arbeidssøkere benytter seg av NAVs tjenester.



NAV mottak

Tjeneste som ikke appellerer til brukergruppen.
Liten kontakt mellom nyutdannede og NAV.



NAV jobbsøkerkafé

Tjeneste som appellerer til brukergruppen.
Muligheter for å knytte kontakt.

Mulighet for å holde jobbmesser og speedintervjuer på kafé.

Tettere kontakt mellom markedskontakt og arbeidssøker.



Tjeneste som appellerer til arbeidssøkere med høy kompetanse tiltrekker potensielle arbeidsgivere.



Arbeidssøkere registrerer seg på NAV.

Figur 7: Visuell fremstilling av konseptet "NAV jobbsøkerkafé"

TJENESTEPROTOTYPE



INTRODUKSJON

Det kan være vanskelig å vurdere brukeropplevelsen og verdien av et tjenstedesignkonsept uten en reell opplevelse av tjenesten. Behovene eksisterer, og tjenesten er ønsket av målgruppen - men disse faktorene er ingen garanti for at tjenesten vil oppleves som vellykket i praksis. Tekstlige og visuelle fremstillinger av tjenesten kan gi brukeren og tjenestetilbyderen en forståelse av tjenesten, men brukeropplevelsen og påvirkningen tjenesten vil ha kan vanskelig måles uten en reell prototype.

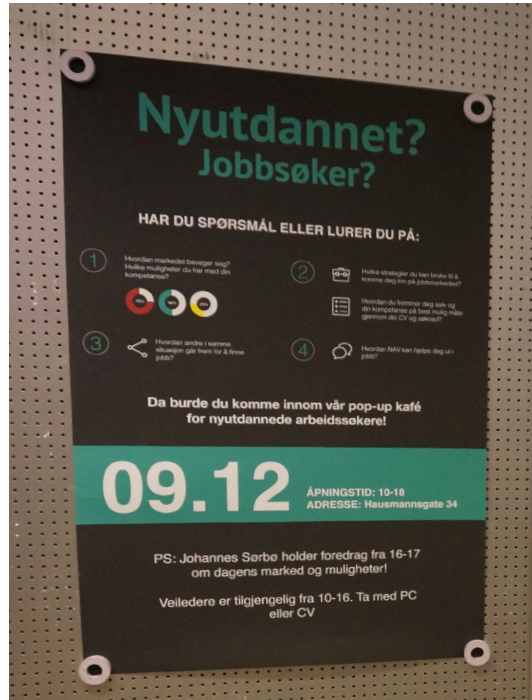
TJENESTEPROTOTYPE

For å kunne vurdere potensiale i tjenstedesignkonseptet for

videreutvikling ble det dermed besluttet å utvikle en mest mulig reell tjenesteprototype av jobbsøkerkaféen.

FORBEREDELSE

For å muliggjøre testing av tjenesteprototypen ble det lagt ned en del forarbeid. Å skaffe et tomt lokale var mest tidkrevende, og det var først i desember at det åpnet seg en mulighet gjennom Hausmania i Oslo sentrum. Lokalet hadde ingen tilknytning til noen annen kommersiell merkevare, hvilket var viktig for å gjøre det til "NAV's" jobbsøkerkafé. Møbler ble hentet inn fra privatpersoner som ga bort møbler gratis på finn.no, og en barflate ble satt inn i lokalet



som serveringsdisk. Det ble kjøpt inn kaffe og enkel servering til åpningsdagen og trådløst nettverk ble installert.

Lokalet ble godkjent til utleie en uke før testingen fant sted. Rekruttering av arbeidssøkere måtte dermed skje over en uke. Markedsføring ble gjort via facebook hvor det ble laget en åpen event. I tillegg ble det hengt opp en plakate på karrieresenteret ved UiO.

MVP

Konseptet har potensiale til å romme flere aktiviteter som vil gi mer verdi for brukergruppen. For å teste om konseptet var levedyktig i seg selv uten for mange tilleggstjenester

ble det valgt å begrense prototypen til kun å involvere NAV ansatte og arbeidssøkere. Dersom denne tjenesten ville gi verdi for brukergruppen og NAV ville det være en tilstrekkelig proof of concept for tjenesten.





Del 4

TESTE

8

BRUKERTESTING

8.1) **Konsept 1: NAV Karrierestart**

8.2) **Konsept 2: NAV jobbsøkerkafé**

INNLEDNING

Dette kapitlet vil vise testingen og evalueringen av tjenestekonseptene "NAV karrierestart" og "NAV jobbsøkerkafé".



8.1 NAV KARRIERESTART

INTRODUKSJON

Dette kapitlet vil vise testing og evaluering av tjenestekonseptet "NAV Karrierestart".

BRUKERTEST 1: KLIKKBAR PROTOTYPE 1, NAV KARRIERESTART NETTSIDE

HVA BLE TESTET?

- Om brukeren ville tatt i bruk tjenesten
- Om tjenesten dekker store behov hos nyutdannede
- Om tjenesten inneholder nødvendige funksjoner
- Hvilken verdi tjenesten har for brukergruppen
- Om brukeren savner noe i tjenesten
- Den helhetlige opplevelsen av tjenesten

HVORDAN BLE TJENESTEN TESTET?

Tjenesten ble testet på nyutdannede jobbsøkere som vil være potensielle brukere av tjenesten og kjenner godt til situasjonen som jobbsøker.

Testpersonene fikk klikke seg gjennom prototypen på en laptop, og ble bedt om å tenke høyt, evaluere

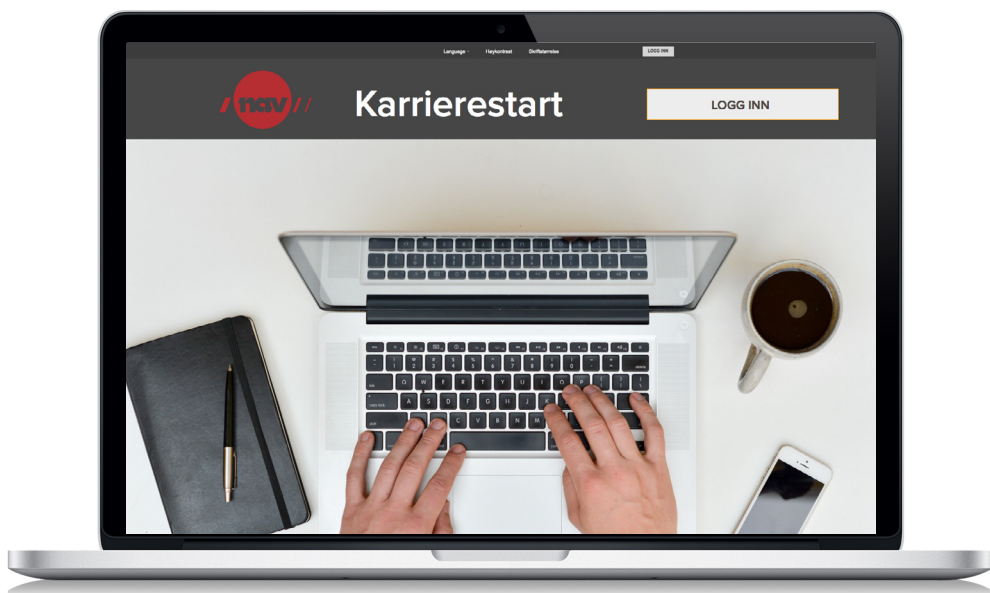
og kommentere underveis. Det ble stilt spørsmål til brukeren på de ulike sidene rundt verdi, funksjonalitet og innhold.

Dersom brukeren stod fast eller hadde spørsmål fikk den en forklaring eller hjelp til å komme seg videre. Dette fordi det var tjenestekonseptet som ble testet, ikke interaksjonsdesignet.

Testpersonene gjennomførte brukertesten hver for seg så de ikke skulle bli farget av hverandres innspill. I alt 3 nyutdannede utførte brukertesten under observasjon.

Prototypen ble i tillegg sendt ut til 6 arbeidssøkere på nett, hvor de kunne gå gjennom prototypen på egenhånd og legge igjen kommentarer. Dette ble gjort for å få innspill fra flere potensielle brukere av tjenesten.

Tjenesteprototypen ble i tillegg fremstilt og diskutert i møte med NAV for å få tilbakemeldinger fra de som potensiell tjenestetilbyder.



TILBAKEMELDINGER PÅ KLIKKBAR PROTOTYPE 1

Tilbakemeldingene har blitt motatt via møte med NAV, brukertesting av innhold med arbeidssøkere via distribusjon av prototype på nett og brukertesting sammen med arbeidssøkere.

Interessant løsning å bruke NAV som et verktøy for jobbsøkerprosessen. Kanskje gi konseptet et annet navn?



Er det mulig å knytte dette opp mot en applikasjon?



Alt samlet på ett sted er fint. Jo mindre sider man må inn på jo bedre!



Jeg ville tatt i bruk jobbmatch & oversikt, definitivt. Litt usikker på chat kaféen.



Veldig fin side! Traust de sidene som er på nav nå. Fint med logo på bedrift - noe visuelt, og større tekst. Får mer lyst å gå inn. Bra med matchprosent!



Veldig greit å ha søknadene lett tilgjengelig. Kan bli mye rot etterhvert som man søker. Liker varsel i forhold til frist!



Arbeidssøker om oversiktssiden

Flott om denne kunne enten hentet ut kontaktinformasjon automatisk, eller om det var mulig å legge inn navn, epost og telefonnummer



Arbeidssøker om å legge inn stilling fra andre stillingsportaler

Denne bør være knyttet opp mot en tjeneste som leverer varsel på mobilen. Evt bør den kunne eksporteres til et kalendeforamt med mulighet for å legge inn eget varsel.



Arbeidssøker om varsel på kort frist

OPPSUMMERING AV FUNN: KLIKKBAR PROTOTYPE 1, NAV KARRIERESTART NETTSIDE

Den største verdien tjenesten gir er oversikt over stillinger og søknader i jobbsøkerprosessen. Dette innebærer muligheten til å lagre stillinger fra ulike stillingsider, mulighet til å laste opp søknader inn i oversikten og muligheten til å få påminnelser om søknadsfrister.

Kalender og gjøremål kan kuttes fra løsningen. De fleste opererer med egne kalendere, og det er delte meninger om brukerne vil ta seg bryet med å sette opp gjøremål.

Arbeidssøkerne liker bruk av kompetansetagger for bedre matching med stillinger, og enklere registrering av kompetanse. Det beskrives som nyttig å kunne sortere

jobbmatch med en gang, og dette er det flere som gjerne kunne tenke seg å gjøre via en app. Løsningen ville vært desto mer verdifull om jobbmatch fra andre stillingsportaler kunne blitt sendt til applikasjonen.

NAV kafé på nett er det splittede meninger om, og vanskelig å teste reelt. De fleste ser verdien i å kunne chatte med andre om jobbsøk, men er usikker på hvor ofte de ville tatt det i bruk. Alle synes det er positivt å kunne kontakte veiledere fra NAV på nett via chat. Det er en rask og effektiv inngang til informasjon og veiledning.

Avskaffelse av meldekort blant nyutdannede arbeidssøkerne er



utelukkende positivt hos brukerne. Under dialog med ansatte i arbeids- og velferdsetaten var reaksjonen negativ. Meldekort er nødvendig for deres statistikk. For å sikre denne statistikken mener de det er nødvendig å beholde meldekortet.

En effektiv og enklere registrering hvor informasjon kan etterfylles ble godt motatt av jobbsøkerne. Flere påpekte at den eksisterende registreringen var altfor tungvint og tidkrevende til at det var verdt å registrere seg.

Arbeidssøkerne etterlyste mulighet til å laste opp ferdig utfylt CV fra andre stillingsportaler. De hadde også et ønske om en

mobilapplikasjon i tillegg til desktop versjonen som de kunne benytte når de ikke har datamaskin tilgjengelig.

BRUKERTEST 2: KLIKKBAR PROTOTYPE 2&3, NAV KARRIERESTART NETTSIDE OG MOBILAPPLIKASJON

HVA BLE TESTET?

- Om brukeren ville tatt i bruk tjenesten
- Om tjenesten dekker store behov hos nyutdannede
- Om tjenesten inneholder nødvendige funksjoner
- Hvilken verdi tjenesten har for brukergruppen
- Om brukeren savner noe i tjenesten
- Den helhetlige opplevelsen av tjenesten

SUKSESSKRITERIER

- Tjenesten er en suksess dersom brukerne ville benyttet seg av den
- Tjenesten er en suksess dersom brukerne føler tjenesten vil gi de en bedre opplevelse som jobbsøker
- Tjenesten er en suksess dersom den dekker store behov hos

brukergruppen

- Tjenesten er en suksess dersom den gjør det mer attraktivt å registrere seg på NAV

HVORDAN BLE TJENESTEN TESTEN?

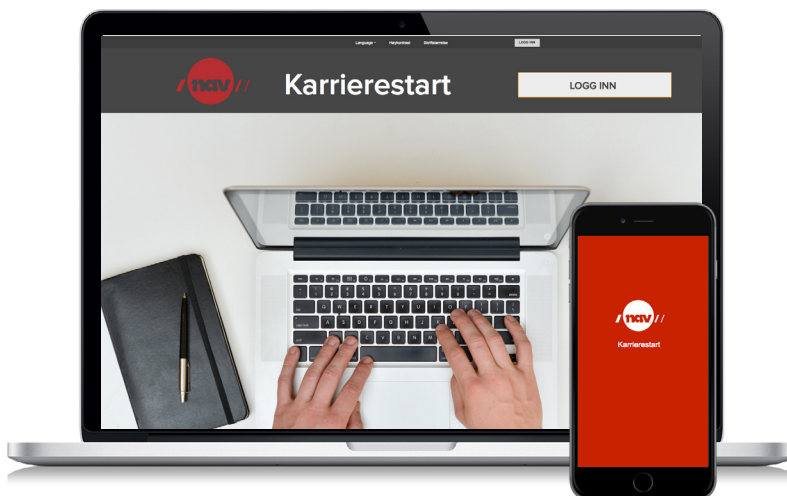
Tjenesten ble testet på nyutdannede jobbsøkere som vil være potensielle brukere av tjenesten og kjenner godt til situasjonen som jobbsøker.

Testpersonene fikk klikke seg gjennom nettside prototypen og applikasjonsprototypen, og ble bedt om å tenke høyt, evaluere og kommentere underveis. Det ble stilt spørsmål til brukeren på de ulike sidene rundt verdi, funksjonalitet og innhold.

Dersom brukeren stod fast eller hadde spørsmål fikk han/hun en forklaring eller hjelp til å komme seg videre. Dette fordi det var selve

tjenestekonseptet som ble testet,
ikke interaksjonsdesignet.

Testpersonene gjennomførte
brukertesten hver for seg så de
ikke skulle bli farget av hverandres
innspill. 4 arbeidssøkere deltok i
brukertesting.



TILBAKEMELDINGER PÅ KLIKKBAR PROTOTYPE 2&3

Tilbakemeldingene har blitt mottatt via brukertesting av prototypene med arbeidssøkere.

Veldig fint å kunne laste opp søkader til stillingene i et oversiktlig system. Har ofte prøvd å lete opp igjen gamle søknader for å se hva jeg skrev dersom jeg skal søke på en ny lignende stilling.



Jeg bruker mange forskjellige nettsider for å se etter stillinger, og mister oversikten over hvor jeg fant hvilken stilling. Jeg lurer på hvor fort du kan få dette i gang? Jeg trenger dette nå!



Det hadde vært fint å kunne kommentere inn i oversikten så man vet hvem og når man sist kontaktet bedriften!



Kjempefint at informasjon NAV har om tidligere arbeidsgivere bli pre-utfylt. Jo mindre man slipper å fylle inn jo bedre!



Ryddig og oversiktlig startside - ikke for mye informasjon. Navnet Karrierestart er greit og enkelt - man skjønner hva som er meningen og føler det sikter mot folk med utdanning og ambisjoner!



Veldig positivt å ikke måtte fylle inn alt på en gang i registrering, men fortsatt kunne få jobbmatch. Det er alltid stress å måtte fylle inn CV - man blir lei!



Veldig positivt å kunne chatte med veiledere. Det er tiltak å dra helt ned på NAV for å få svar på et spørsmål. Jeg tror flere ville benyttet seg av dette!



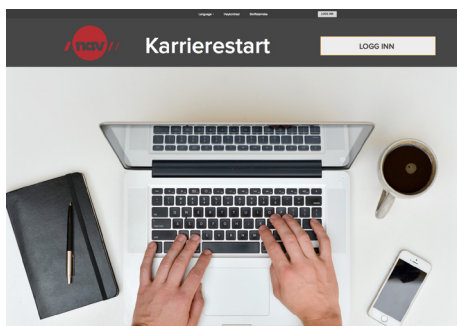
Jeg hadde brukt applikasjonen mye! Den er lett tilgjengelig for eksempel når man sitter på bussen og går gjennom stillinger eller jobbmatch.



OPPSUMMERING AV FUNN: KLIKKBAR PROTOTYPE 2&3, NAV KARRIERESTART NETTSIDE OG APPLIKASJON

“Jeg liker konseptet! Dette er noe jeg savner i hverdagen. Noe som gjør alt mye enklere og oversiktlig - jeg føler jeg ville fått kontroll. Jeg ville brukt dette med en gang om det fantes. Skikkelig, skikkelig bra!” - *sitat jobbsøker*

Overordnet synes arbeidssøkerne tjenesten svarer på viktige behov og problemområder de selv er godt kjent med. De synes navnet “NAV karrierestart” appellerer til de som ressurssterke jobbsøkere, og flere kommenterte at startsiden på nettversjonen var “to-the-point” og inspirerende. **“Førstesiden ser bra ut! Den er ryddig og tydelig uten masse informasjon. Jeg liker bakgrunnsbildet veldig godt - føler jeg kan kjenne meg igjen”.**



Arbeidssøkerne er positive til å slippe å registrere for mye informasjon for å få tilgang til tjenesten. Her nevner de spesielt det med at CV kan registreres i etterkant. Da kan de først vurdere tjenesten å se om det er hensiktsmessig å registrere hele CV'en hos NAV. I tillegg nevner de det som positivt å kunne motta jobbmatch kun ved å fylle ut grad, jobbønsker og kvalifikasjoner. **“Bra at registreringen er så kjapp og at man kommer raskt i gang. Jeg ville registrert meg tidligere på NAV hvis det var slik - kanskje allerede under studietiden. Det er langdrygt å registrere mye informasjon om man ikke er sikker på hvor mye man vil bruke NAV”.**

Filtrering av jobbmatch blir nevnt som viktig på samme måte som i tidligere brukertest. Flere nevner at de ville brukt mobilapplikasjonen

“Det føles ikke som man melder seg inn i NAV på samme måten. Jeg føler dette er noe folk som normalt ikke melder seg inn i NAV ville brukt. Et tilbud som mange jobbsøkere trenger”

- *sitat jobbsøker*

“Det har skjedd så mange ganger at jeg bare har mistet en jobb fordi jeg ikke husker hvor jeg fant stillingen. Jeg har hundre faner åpne i nettleseren min for at jeg ikke skal glemme stillinger. Jeg trenger et slikt system!”

- *sitat jobbsøker*

mest til å gjøre dette hvor som helst og når som helst når man mottar jobbmatch. Det er ønskelig at jobbmatch fra andre stillingsaktører også kan mottas i tjenesten. Dette er mulig å utforske videre dersom NAV får til et samarbeid med eksterne stillingsportaler. **“Veldig ålreit å kunne fjerne jobbmatch man ikke er interessert i med en gang så slipper jeg å se de igjen! Fint at de jeg vil beholde lagres i oversikten så jeg vet hvor jeg finner de eller blir påminnet om de. Akkurat det jeg trenger!”**.

Oversikten er fremdeles den delen av tjenesten arbeidssøkerne synes gir mest verdi. **“Det viktigste for meg er å få oversikt. Jeg kjenner veldig på at alt er et kaos nå og det stresser meg. Jeg tror jeg kunne vært arbeidsledig i kortere tid dersom jeg hadde hatt et slikt system,**

fordi jeg føler sjanser har gått fra meg.” Noen nevner at de savner et kommentarfelt for hver av stillingene så de kan notere egne notater angående stillingen eller hvem de har kontaktet; **“Kjempebra oversikt! Denne gir veldig stor verdi for meg og vil gjøre det enklere å holde styr på tidsfrister og status på stillinger. Det kan også være nyttig med et felt hvor man kan kommentere når og hvem man har mast på.”**

Det er viktig for arbeidssøkerne at man kan legge inn stillinger fra eksterne stillingssider inn i oversikten. De fleste finner flest stillinger de er interessert i på finn.no. Dersom NAV får til et samarbeid med Finn som legger tilrette for importering av stillinger inn i oversikten kun ved å trykke på en knapp, vil det gi stor verdi for brukerne og en økt brukervennlighet.

“Hvis NAV hadde klart å opplyse om denne tjenesten ville nok NAV blitt mer attraktivt. Tjenesten får meg til å tenke at nå skal jeg starte karrieren min, og at NAV kan hjelpe meg med dette og ikke lenger bare blir siste utvei” - *sitat jobbsøker*

Likevel er brukerne svært positive til løsningen med å legge inn stillinger manuelt, så et samarbeid med Finn er ikke avgjørende for at de vil ta i bruk tjenesten. **“Det er greit å ha mulighet til å legge inn stillinger manuelt også. Jeg får ofte tips om stillinger på mail fra andre, og da er det greit å kunne legge inn dette selv i oversikten så jeg ikke glemmer de! Helt supert!”**

At CV kan registreres i etterkant har blitt nevnt som en god brukeropplevelse for arbeidssøkerne tidligere. Her nevner de også at det er fint at NAV har pre-utfylt informasjonen de sitter på om tidligere arbeidsgivere. Brukerne vil helst fylle inn så lite som mulig - særlig om de har registrert seg flere steder tidligere og er lei av å fylle ut samme informasjon om og om igjen. Dersom NAV er det første stedet

de registrerer seg opplever de det også som særlig nyttig at tidligere jobberfaring er utfylt, da det ofte tar mye tid å finne frem til riktige datoer for ansettelse om de har hatt flere jobber over de siste årene. Aller helst ville arbeidssøkerne sett at man kunne eksportere inn CV fra linked inn eller laste opp fra andre steder. **“Jeg har allerede brukt mye tid på LinkedIn profilen min så det hadde vært genialt om man kunne bruke den her”.**

Å kunne nå NAV-veiledere via chat vurderer arbeidssøkerne som et lavterskeltilbud som gjør det enklere å kontakte NAV. **“Ofte er det enkle tigg man lurer på og trenger svar på kjapt. Da er det veldig greit å kunne nå de via appen og få rask tilgang til veiledere.”**

At brukerne slipper å forholde seg til

“Denne tjenesten ville hjulpet utrolig mange. Den er lett å ta i bruk og vil hjelpe folk å pushe seg selv i jobbsøkerprosessen når de ser hva som må gjøres”

- *sitat jobbsøker*

“Jeg ville brukt denne tjenesten og har savnet dette veldig! Viktig at NAV får dette til”

- *sitat jobbsøker*

meldekort ble bekreftet som høyst positivt også i denne brukertesten: **“Veldig greit å slippe å sende inn meldekort. Det føles poengløst når man ikke får penger. Jeg skjønner at NAV vil ha informasjon om hvem arbeidssøkerne er, men jeg vil heller avregistrere meg når jeg ikke lenger er arbeidssøker. Jeg har jo ikke lyst å fortsette å motta jobbmatch da - det er jo bare forstyrrende.”**

Resultatene fra brukertesten viser at tjenesten svarer på suksesskriteriene listet opp tidligere. Arbeidssøkerne synes det er fint at tjenesten inneholder en mobilapplikasjon hvor de kan motta varsler, jobbmatch, kontakte NAV og holde oversikt der de befinner seg. De ville brukt tjenesten på PC først når de skal sette seg ned og jobbe med søknadsprosessen eller lete aktivt etter nye stillinger. En arbeidssøker

oppsummerer den helhetlige opplevelse av tjenesten:

“Jeg synes dette er SÅ bra! Oversiktlig og enkelt. NAV ser veldig ryddig ut, men når man først går inn har man uendelig mange alternativer og blir bombadert med informasjon. Med denne tjenesten slipper jeg å forholde meg til ting som ikke angår meg og jeg kan komme raskt i gang uten å bruke masse tid på å skrive en dødsbra CV. Jeg ville registrert meg tidligere og vært aktiv i god tid i forveien før jeg hadde kniven på strupen om denne tjenesten fantes.”





8.2 NAV JOBBSØKERKAFÈ

INTRODUKSJON

Dette delkapittelet vil ta for seg testing, resultater og evaluering av tjenestekonseptet "NAV Jobbsøkerkafè".

BRUKERTEST AV TJENESTEPROTOTYPEN "NAV JOBBSØKERKAFÈ"

HVA BLE TESTET?

- Om det er interesse for en slik tjeneste hos brukergruppen
- Om arbeidssøkere kom i kontakt med hverandre via tjenesten
- Om arbeidssøkerene kom i kontakt med NAV via tjenesten
- Om arbeidssøkerene fikk økt tillit til NAV via tjenesten
- Den helhetlige brukeropplevelsen av tjenesten både fra NAV og arbeidssøkers side

SUKSESSKRITERIER

For å danne et grunnlag for å måle verdien av tjenesten ble noen suksesskriterier satt:

- Tjenesten er en suksess dersom den bidrar til at nyutdannede jobbsøkere får en positiv relasjon til NAV
- Tjenesten er en suksess dersom brukerne føler de får informasjon og veiledning tilpasset deres behov som jobbsøkere
- Tjenesten er en suksess dersom den bidrar til økt motivasjon og en god opplevelse i jobbsøkerhverdagen
- Tjenesten er en suksess dersom arbeidssøkerene kommer i kontakt med hverandre
- Tjenesten er en suksess dersom flere enn 10 jobbsøkere møter opp



MÅLING AV SUKSESS

Suksessen til tjenesten ble målt ut i fra observasjoner under prototypetesten, samt skriftlig tilbakemelding fra brukere som var innom kaféen. En debrief med NAV arbeiderene tilstede under testing ble utført i etterkant med fokus på deres opplevelse av tjenesten.

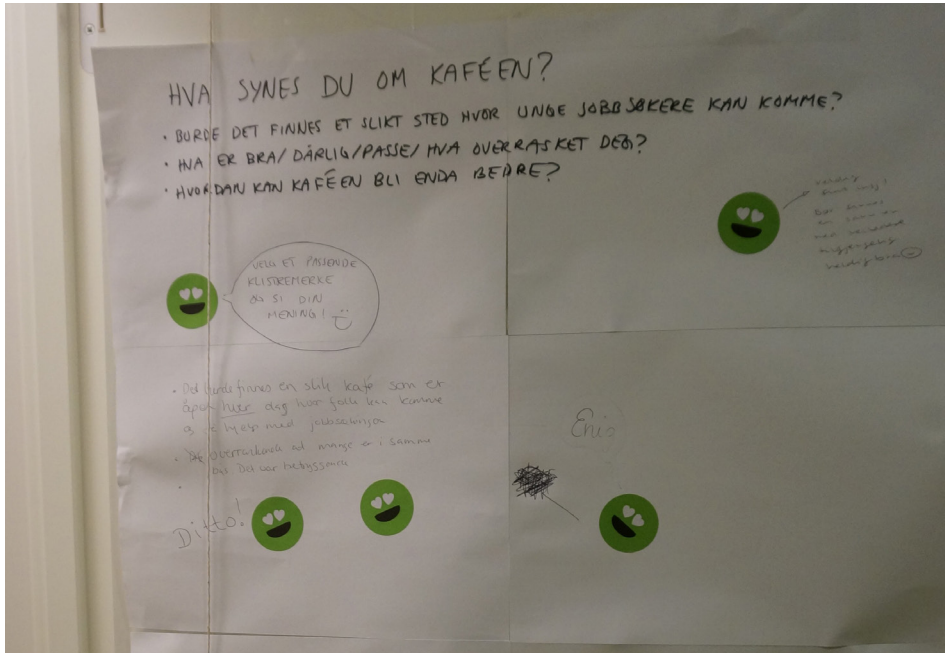
GJENNOMFØRING OG OBSERVASJONER

Testing av prototypen ble gjennomført over én dag med rundt 20-25 arbeidssøkere innom. Lokalet var innredet med flere sittegrupper, og to bærbare datamaskiner var til disposisjon. Internett var tilgjengelig i lokalet.

Det ble servert gratis kaffe, saft og bakst i bytte mot svar på spørreundersøkelsen utdelt før arbeidssøkerene forlot lokalet. Det var i tillegg hengt opp en blank plakat inne på toalett dørene hvor arbeidssøkerene kunne skrive ned anonyme kommentarer til tjenesten. I alt 16 arbeidssøkere la igjen skriftlig tilbakemelding på tjenesteprototypen via spørreskjemaet.

Brukerne fikk ingen innføring i masterprosjektet, og det ble markedsført som en reell pop-up kafé for nyutdannede. Dette var viktig for å få en mest mulig virkelighetsnær opplevelse av tjenesten. Som fasilitator inntok jeg rollen som kaféarbeider og observerte og snakket om løst og fast med arbeidssøkerne som var innom. Flere uttrykte stor begeistring for arrangementet, og dette skapte en god og delende atmosfære blant de oppmøtte.

Kaféen var åpen fra kl 10-18, med NAV veileder Ann Hilde Warvik tilgjengelig for veiledning fra 10-16 og markedsforedrag av Johannes Sørbø fra 17-17.30.



Fra 10-12 var det kun 3 arbeidssøkere innom, mens fra 12 og utover var det en jevn strøm. På det meste var det 18 arbeidssøkere tilstede samtidig. Ann Hilde fra NAV veiledet rundt de ulike bordene i grupper, og flere av arbeidssøkerne hadde enten med egen printet CV eller PC. Enkelte var en kort tur innom og stilte konkrete spørsmål, mens andre ble sittende i flere timer å jobbe med jobbsøk.

Omtrent like mange jobbsøkere kom alene som i par, og flere satte seg ned på bord med fremmede. Ann Hilde var ofte en katalysator for at ukjente delte bord via veiledning på bordet. Dette ledet til at arbeidssøkerne diskuterte med hverandre, og hjalp

hverandre med CV og søknad.

Et fåtall av arbeidssøkerne som besøkte kaféen hadde deltidsjobber, eller påbegynt nytt studie og kom innom rett fra jobb eller eksamen. Dermed var det noen få som kun fikk med seg foredraget og ikke veiledning. Foredraget ble godt mottatt av arbeidssøkerne, og inneholdt mye informasjon spesielt rettet mot sivil ingeniører innen oljebransjen - hvilket gjaldt flere av arbeidssøkerne til stede. Etter foredraget ble Johannes værende og diskutere om markedet og NAV med de gjenværende arbeidssøkerne til kaféen stengte klokken 18.





Framtidens arbeidsmarked

- Eldrealdagen gir økt behov innen pleie og omsorg
- Stort erstatningsbehov neste 10 år
- Befolkningsvekst:
Dri behov for bolig, ve, jernbane osv.

FRAMTIDENS ARBEIDSMARKED
10. APRIL / 19. APRIL
KONFERANSE
KLOTT. NØYER, 18.00
FOR ÅRSFØRTEKKE

RESULTATER

INTRODUKSJON

Tilbakemeldingene fra arbeidssøkerne var utelukkende positive. Både skriftlige tilbakemeldinger, observasjoner under testing og muntlige tilbakemeldinger uttrykte tydelig at en slik tjeneste er verdifull for målgruppen. Tilbakemeldinger fra NAV-arbeiderene var også positive; **“Det var skikkelig bra stemning, og folk var gira. Det var gøy!”** Ann Hilde mente det var fremtredende at arbeidssøkerne var sulten på å prate med noen, og at det var mye spørsmål rundt innsalg i CV. **“De jobbet mye med salgstriksene. Om man skal gjøre noe sånt senere, så kunne man tatt inn noen som jobber med marketing. Den jevne veileder i NAV er kanskje ikke like god på å veilede på hvordan man gjør dette. Ikke sikkert at de hadde trengt akkurat meg. Det var viktig å**

sette i gang noen tankeprosesser, så brakte de mye videre til hverandre.”

Johannes syntes det var gøy å møte brukerne å gjøre kvalitativt arbeid - og påpekte at publikumet var anderledes enn de han er vant til. **“Jeg ser at et slikt tilbud er bra for denne gruppen. Alltid bra å kunne møtes - masse positivt å si om dette. Om NAV skal ta på seg dette går mer på ressurspørsmål”.**

Det som overrasket mest under prototypetestingen var hvor åpne og imøtekommende arbeidssøkerne var seg i mellom. Spesielt i Norge, er terskelen for å dele åpent med fremmede forholdsvis høy. Selv om flere arbeidssøkere hadde uttrykt i innsiktsfasen at det var et behov for å møte andre i samme situasjon, var det ikke gitt at arbeidssøkerne ville innlede samtaler med hverandre uoppfordret. Ann Hilde

“Slike møteplasser vil bidra til å gi et mer positivt bilde av NAV. En åpen og lettbeint arena for å møte andre i samme situasjon” - *sitat jobbsøker*

var en god katalysator for å bringe arbeidssøkerne sammen i diskusjonen det var likevel flere som møtte opp på kaféen alene og satte seg ned med ukjente uoppfordret.

RESULTATER MÅLT OPP MOT SUKSESSKRITERIER

- Tjenesten er en suksess dersom den bidrar til at nyutdannede jobbsøkere får en positiv relasjon til NAV

Gjennom prototypetjenesten fikk arbeidssøkerne veiledning og informasjon om markedet og muligheter. Arbeidssøkerne ble informert om hva NAV kan hjelpe de med, og fordelene med å registrere seg hos NAV. Det ble observert arbeidssøkere i samtale med Ann Hilde og Johannes som ønsket å registrere seg i etterkant. Mange av arbeidssøkerne hadde liten eller ingen kjennskap til NAV og fordelene med å registrere seg. Kaféen skapte

en trygg og innbydende atmosfære hvor arbeidssøkerne fikk et positivt inntrykk av NAV; **“Fantastisk idé! Nyutdannede blir ofte oversett av NAV. Det vil bedre mitt inntrykk av NAV”**. I tilbakemeldingene fra arbeidssøkerne ble det blant annet nevnt at kaféen fungerte som en mer lettbeint arena å møte NAV på. I tillegg nevnte flere at dette ville være en god måte for NAV å vise at de også bryr seg om nyutdannede.

- Tjenesten er en suksess dersom brukerne føler de får informasjon og veiledning tilpasset deres behov som jobbsøkere

Under observasjon av veiledning var det tydelig at flere fikk stort utbytte, spesielt i forhold til CV- og søknadsskriving. Veiledningen bidro og til diskusjoner blant arbeidssøkerne i mellom, og flere gikk over hverandres CV'er og kom

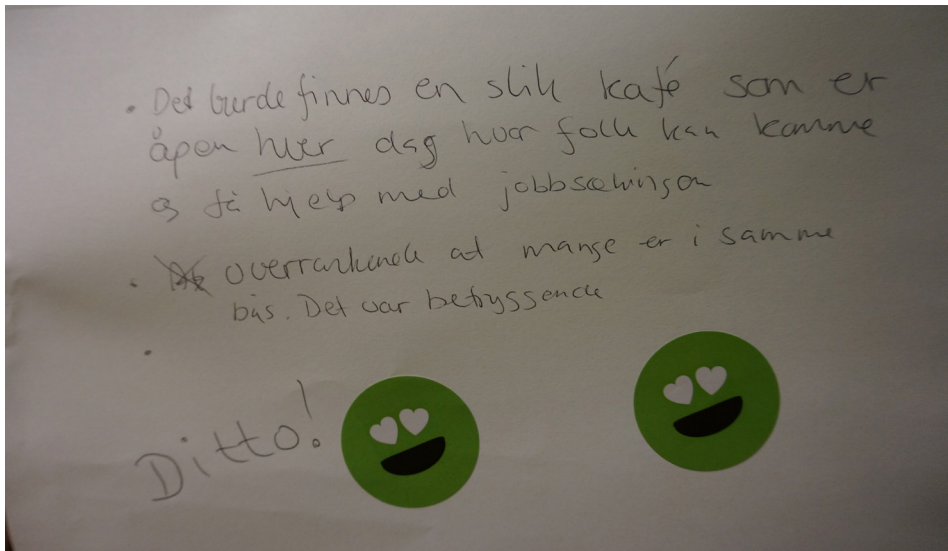
“Det motiverer mye mer å få veiledning og tips i personlige samtaler. Mindre formelt. En tjeneste som tiltrekker bedre unge mennesker.” - sitat jobbsøker

med konstruktive tilbakemeldinger. Det var tydelig at mange av jobbsøkerne som hadde vært ledig over lengre tid hadde blitt eksperter selv på hva man burde og ikke burde skrive i en søknad. Arbeidssøkerne var dermed godt utstyrt til også å veilede hverandre. En jobbsøker skrev i sin tilbakemelding: **“Jeg ble positivt overrasket over at det var så mange unge og oppegående folk som meg som også var i samme situasjon. Jobbsøking er jo en kjedelig greie, men å komme hit og gjøre det i felleskap gjorde det jo mye morsommere. Og jeg ble mer bevisst på søknad- og CV-skriving”**. En annen jobbsøker skrev følgende: **“Det var veldig motiverende og hyggelig. Jeg fikk gode råd og føler meg lettet ettersom det er flere som er i samme situasjon”**. Man kan konkludere med at tjenesten bidro til veiledning tilpasset de

nyutdannede arbeidssøkernes behov både gjennom veiledning fra NAV og veiledning arbeidssøkerne i mellom.

- Tjenesten er en suksess dersom den bidrar til økt motivasjon og en god opplevelse i jobbsøkerhverdagen

Flere av arbeidssøkerne opplevde tjenesten som en positiv og morsom opplevelse. Det var tydelig både gjennom at de takket for seg og roset initiativet når de dro, og gjennom den gode stemningen i lokalet dagen gjennom. På tilbakemeldingsveggen inne på toalettet var det kun brukt glade-emoji's og det stod blant annet skrevet: **“Det burde finnes en slik kafé som er åpen hver dag hvor folk kan komme og få hjelp med jobbsøkinga. Overraskende at så mange var i samme bås. Det var betryggende!”** Det var tydelig at jobbsøkerne savnet et sted å gå til, og satte pris på å være sammen



med andre i samme situasjon. Flere nevnte i tilbakemeldingskjemaet at det var motiverende å komme hit, og et positivt innspill i hverdagen deres. **"Veldig bra og hjelpsomt. Veldig hyggelig å dele erfaringer med andre. Mange gode tips til CV og søknad. Skulle bare bli her litt, men ble her i mange timer!"**

- Tjenesten er en suksess dersom arbeidssøkerne kommer i kontakt med hverandre

10 av de 16 brukerne som la igjen tilbakemeldingskjema svarte at de hadde kommet i kontakt med andre jobbsøkere de ikke kjente fra før. De resterende svarte enten nei, eller at de kom med/pratet med noen de kjente fra før. Som nevnt tidligere var det overraskende å observere hvor delende og åpne jobbsøkerne var. Tjenesten la i større grad til rette for kontakt og erfaringsutveksling blant

jobbsøkerne enn antatt.

-Tjenesten er en suksess dersom flere enn 10 jobbsøkere møter opp

Rundt 20-25 brukere kom innom kaféen i løpet av testdagen, som var flere enn antatt med tanke på tidspunktet den ble holdt (desember) og begrenset markedsføring. Det var til tider ganske fullt i kaféen og noen av brukerne har nevnt på tilbakemeldingskjemaet at det kunne ha vært en ekstra veileder til stede.

Oppslutningen var det dobbelte av suksesskriteriet og ga et godt grunnlag for å vurdere konseptets verdi gjennom flere observasjoner og tilbakemeldinger. Påmeldingen på facebook viste at 22 arbeidssøkere skulle delta, og i tillegg at 55 arbeidssøkere stod som "interessert". Dette indikerer en stor interesse for konseptet generelt, og er en

“Veldig hyggelig å kunne komme sammen med folk i lik situasjon, men er fra andre fagmiljø” - *sitat jobbsøker*

positiv indikator for tjenestens verdiskapning.



KONKLUSJON

Observasjoner og tilbakemeldinger fra brukere og NAV viser til at tjenesten dekker store behov hos brukergruppen. Tjenesten opplevdes som utelukkende positiv, og er ønsket som en permanent tjeneste hos brukerne. Testing av prototypen viste at tjenesten bestod suksesskriteriene.

Tjenesten ga:

- En god brukeropplevelse
- Økt motivasjon hos brukerne
- Økt tillit til NAV hos brukerne og en arena for kontakt med brukergruppen
- Positive emosjoner hos brukerne via samhold og erfaringsutveksling med andre i samme situasjon
- God veiledning og informasjon om jobbsøking, markedet og NAV

Basert på resultatet fra tjenesteprototypen er det sannsynlig at NAV vil kunne oppnå kontakt og tillit hos unge brukere via tjenesten. Det er videre sannsynlig at tjenesten vil bidra til en mer positiv og motiverende jobbsøkerhverdag for målgruppen. Sekundært kan tjenesten bidra til å forebygge tiltaksløshet, ved økt motivasjon og samhold gjennom tjenesten.

Tjenesten konkluderes med å være en god inngang for NAV å nå ut til brukergruppen og bygge opp en arbeidsrettet merkevare. For brukeren dekker tjenesten flere behov som veiledning, informasjon, kontakt, motivasjon og det å ha et sted å gå til.

“Dette trengs! Kan ikke presisere nok hvor nødvendig dette er. Jeg har hatt kjempestor nytte av å være her i dag” - *sitat jobbsøker*



“Det var skikkelig bra stemning - og folk var gira! Det var gøy liksom!” - *sitat NAV veileder*



“Har lite erfaring med NAV fra før, men tror det ville vært veldig positivt om NAV hadde et slikt tilbud hvor flere jobbsøkere kan møtes. Både for dialog med fagpersonell, eller dele erfaringer med hverandre” - *sitat jobbsøker*

“Veldig bra med kaféstemning.. blir mer motivert til å søke jobber fremfor å sitte hjemme alene. Mulighet til å møte andre i samme situasjon, samt lære av hverandre” - *sitat jobbsøker*





Bryt alle sociale normer!

Gåx en lapp og start en samtale med en ukjent



Del 5

LEVERANSE

9

LEVERANSE

- 9.1) Tjenestekonsept 1: NAV karrierestart
- 9.2) Tjenestekonsept 2: NAV jobbsøkerkafé
- 9.3) Helhetlig tjeneste
- 9.4) Forslag til forbedringer i NAVs eksisterende tjenester

INNLEDNING

Leveransen består av 2 tjenestekonseppter som sammen vil svare på problemområder og behov hos nyutdannede jobbsøkere, og tilrettelegge for oppbygging av tillit og kontakt mellom NAV og brukergruppen.

Leveransen vil i tillegg gi anbefalinger til tiltak NAV kan iverksette for å forbedre brukeropplevelsen av eksisterende tjenester, en vurdering av verdigrunnlag og begrensninger tilknyttet til de nye tjenestene som presenteres, samt forslag til videreutvikling av tjenestene.





9.1 TJENESTEKONSEPT 1: NAV KARRIERESTART

INTRODUKSJON

Dette delkapittelet vil presentere tjenestekonsept 1: NAV karrierestart. Leseren vil få en introduksjon og gjennomgang av konseptet, samt en vurdering av konseptets verdiskaping, krav og begrensninger, og muligheter for videreutvikling.

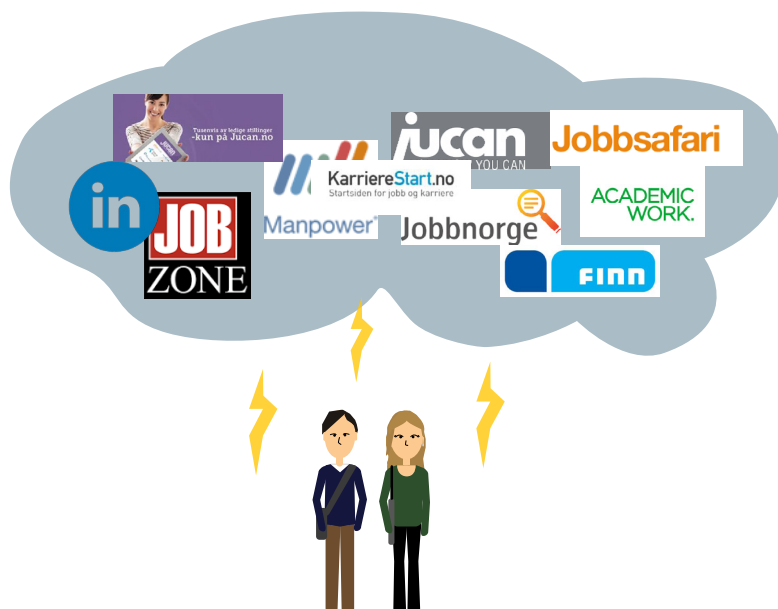
INTRODUKSJON: NAV KARRIERESTART

NAV Karrierestart er en digital tjeneste som tilrettelegger for kontroll og oversikt over jobbsøkerprosessen for arbeidssøkere.

Tjenesten tilbyr et verktøy for å systematisere jobbmatch og interessante stillinger fra flere aktører på stillingsmarkedet på én oversikt. Brukeren vil få varsel om søknadsfrister, og mulighet til å lagre søknader til tilhørende stillinger. Gjennom tjenesten kan brukeren kontakte NAV via chat for spørsmål knyttet til jobbsøk eller stillinger - og markedskontakter kan kontakte jobbsøkere direkte for direkte meldte stillinger. Brukeren vil i tillegg bli informert om aktuelle kurs og arrangementer som skjer via NAV.

Konseptet tar utgangspunkt i at "NAV karrierestart" er tilgjengelig som en del av tjenesten man mottar om man registrerer seg som arbeidssøker på nav.no.

TJENESTEKONSEPT I KONTEKST

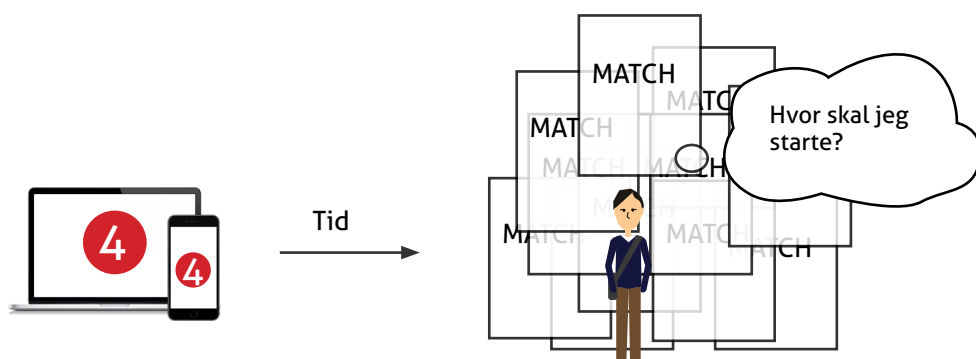


INTRODUKSJON

Nyutdannede arbeidssøkere benytter seg av flere ulike nettsider for å finne tak i aktuelle stillinger. Over tid blir de overlesset av jobbmatch og stillinger fra flere hold og de ulike jobbmulighetene kan bli vanskelig å holde styr på. De må ha oversikt over hvor de fant jobbene, hvilke som er aktuelle, hvilke frister som gjelder, og hvilken søknad som tilhører hvilken stilling. Spørsmål som: "Var det denne jobben jeg skulle søke på?" "Hvilke søknadsfrister nærmer seg?" "Har jeg sett på denne stillingen tidligere?" og "Har jeg kontaktet denne bedriften?" dukker ofte opp. Flere av arbeidssøkerne har forsøkt å lage egne systemer, men det blir fort uoversiktlig over tid. Gjennom NAV karrierestart kan NAV hjelpe brukerne med å få kontroll og oversikt over jobbsøkerprosessen.

FILTRERING AV JOBBMATCH

PROBLEMRÅDE



Over tid kan mengden jobbmacth føles uoverkommelig å sortere om de ikke behandles fortløpende. Flere av jobbmacthene er stillinger som etterspør kompetanse eller erfaring arbeidssøkerne ikke har. Interessante stillinger kan dermed forsvinne i mengden av informasjon som sendes brukeren daglig. Arbeidssøkerne trenger et system for å sortere ut stillinger av interesse og stillinger som kan oversees.

FILTRERING AV JOBBMATCH

LØSNING

MOBILLØSNING



Fjerne stilling fra
jobbmatch

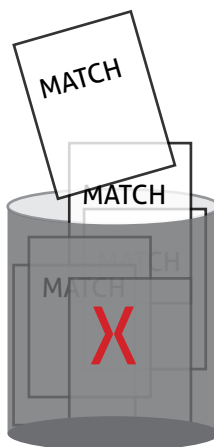
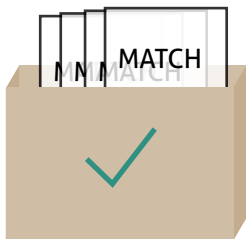


Lagre stilling i oversikt
over aktuelle stillinger

Ved å swipe til høyre eller trykke på hjertet vil stillingen lagres i brukerens oversikt over aktuelle jobber. Ved å swipe til venstre eller å trykke på X vil stillingen fjernes.

Klikk på stillingen for å
lese mer

Nå har jeg oversikt
over hvilke stillinger
jeg skal søke på!



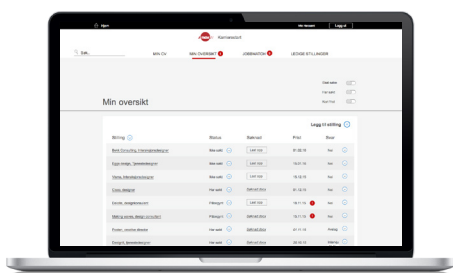
OVERSIKT OVER STILLINGER FRA FLERE PLATTFORMER

PROBLEMMOMRÅDE

Arbeidssøkerne søker på stillinger fra flere ulike stillingssider, bedriftsnettsider, rekrutterings- og bemanningsbyråers nettsider etc. Det blir til slutt veldig mange nettsider å besøke, med ulik grad av mulighet til å lagre stillinger man er interessert i på sidene. Arbeidssøkerne har behov for et samlenende system hvor man kan lagre alle stillinger man skal søke på inn i et oversiktlig system.

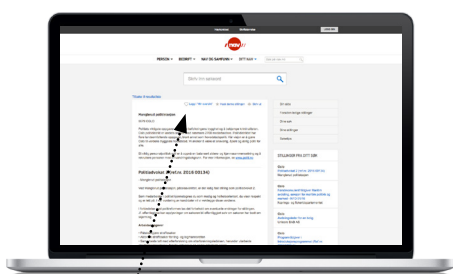


LØSNING



Via tjenesten NAV karrierestart kan arbeidssøkerne lagre alle stillinger de skal søke på eller har søkt på i ett system. Oversikten vil vise frister, gi mulighet til å laste opp søknad til tilhørende stilling, og legge inn kommentarer på hver enkelt stilling og på denne måten holde oversikt over kontaktpersoner og status.

LAGRE STILLINGER FRA NAV



Stillinger fra NAV kan enten lagres i brukerens oversikt på "NAV karrierestart" via jobbmatch eller fra NAVs stillingsdatabase. Brukeren lagrer en stilling ved å klikke på hjertesymbolet på toppen av stillingsutlysningen - på samme måte som med jobbmatch.

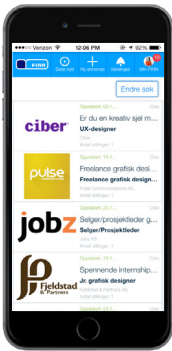
♥ Legg i "Min oversikt"

Klikk på hjertesymbolet for å legge til stilling i "Min oversikt" over aktuelle stillinger

LØSNING

LAGRE STILLINGER FRA ANDRE NETTSIDER ENN NAV.NO

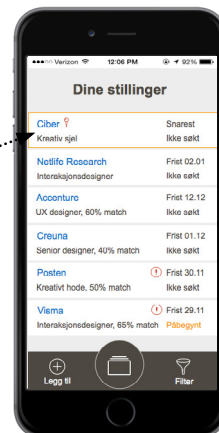
ALTERNATIV 1



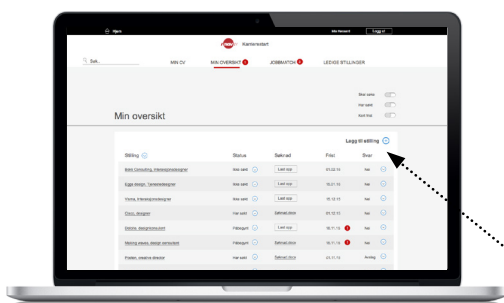
Ved å ta i bruk samme teknologi som Pinterest skal det være mulig å samle stillinger fra ulike nettsider på ett sted, - forutsatt et samarbeid med de eksterne nettsidene. På denne måten kan brukerne lagre stillinger inn i sitt oversiktssystem på "Min karrierestart" ved et tastetrykk på mobilapplikasjonen eller nettsiden.



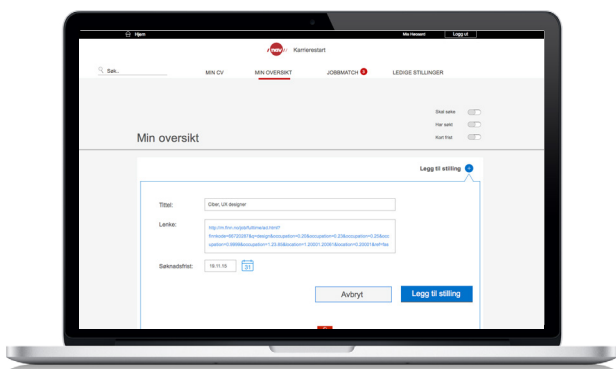
Ved å klikke på symbolet inne på stillingen vil den lagres med tittel, søknadsfrist og link til stilling inne i brukerens oversikt på "NAV karrierestart".



ALTERNATIV 2



Dersom NAV ikke har et samarbeid med nettsiden som gjør det mulig å lagre stilling direkte, kan stillingen legges inn manuelt i tjenesten "NAV karrierestart".



Brukeren legger inn tittel, lenke og søknadsfrist til stillingen manuelt. Deretter lagres den inn i brukerens oversikt ved å trykke "Lagre stilling".

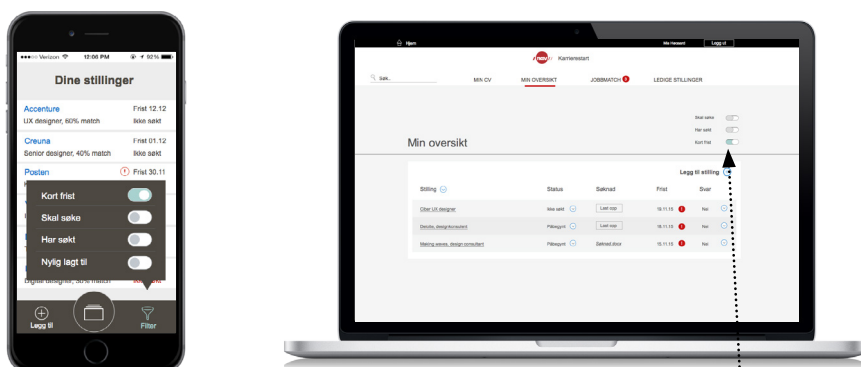
OVERHOLDE SØKNADSFRISTER

PROBLEMOMRÅDE

Arbeidssøkerne søker på de fleste relevante jobber de kommer over. Når man har en stor mengde jobber man skal søke på, kan det være vanskelig å holde orden på søknadsfristene. Arbeidssøkerne har et behov for å få oversikt over søknadsfristene, og påminnelse på hvilke frister som nærmer seg.

LØSNING

FILTRERING I OVERSIKT

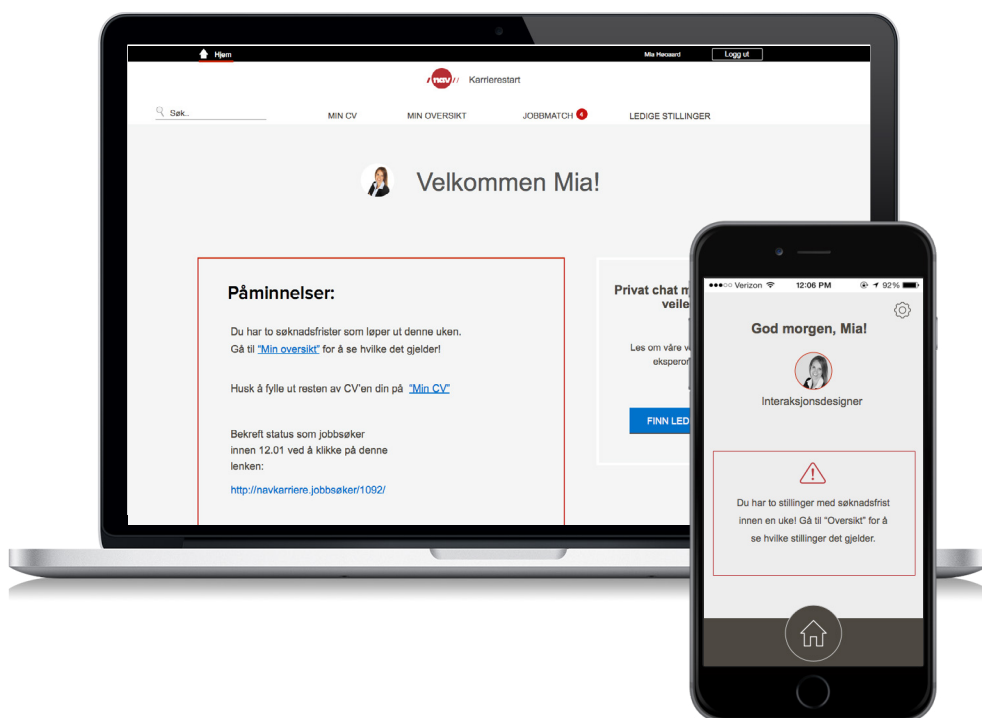


Brukeren kan få et raskt overblikk over frister som nærmer seg ved å gå inn på "Min oversikt" via mobil eller desktop og slå på filteret "kort frist". Oversikten vil da filtrere ut stillinger med frist innen én uke.



LØSNING

PÅMINNELSER VED INNLOGGING



LØSNING

VARSEL FOR FRISTER SOM NÆRMER SEG



Brukeren vil kunne motta push-varsel på mobil for søknadsfrister som nærmer seg.



Applikasjonssymbolet vil signalisere at brukeren har frister som løper ut

RASK TILGANG PÅ VEILEDNING

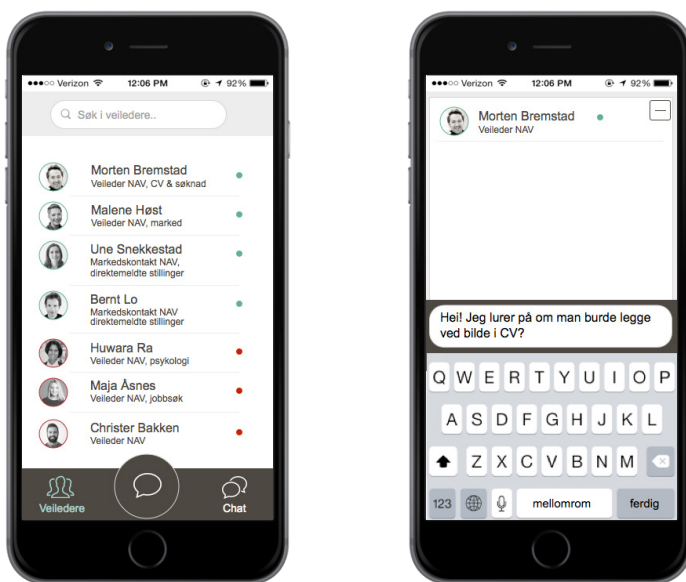
PROBLEMMOMRÅDE

Arbeidssøkerne har behov for veiledning underveis i søknadsprosessen, men vegrer seg for å oppsøke et NAV-mottak. Ofte kan det være konkrete spørsmål de lurer på, som for eksempel om man burde legge ved bilde i CV, om man er kvalifisert nok til stillingen, eller hvor man kan henvende seg for personlig veiledning eller jobbsøkerkurs.



LØSNING

KONTAKT VIA CHAT



Via NAV karrierestart kan brukeren nå tak i NAV-veiledere uten å måtte oppsøke et NAV-mottak. Chaten er tilgjengelig også på mobilapplikasjonen så brukeren kan nå ut til NAV der de befinner seg.

Mobilapplikasjonen vil vise en oversikt over hvilke veiledere og som er tilgjengelige, samt hvilke felt veilederne anser som sine ekspertområder. Slik kan brukeren enklere finne frem til riktig kontaktperson ut i fra hva den har spørsmål om.

OPPSUMMERING AV KONSEPT

Konseptet "NAV karrierestart" er en tjeneste som skal hjelpe nyutdannede jobbsøkere å få kontroll og oversikt over jobbsøkerprosessen. Tjenesten er ment til å være integrert del av nav.no rettet mot nyutdannede jobbsøkere som ikke søker ytelser. En mobilapplikasjon som inneholder kjernefunksjonalitetene rettet mot jobbsøkerprosessen er laget for å gjøre tjenesten mer tilgjengelig. Mobilapplikasjonen inneholder for eksempel ikke "CV" eller "Stillinger" fra nav.no som "NAV karrierestart" integrert i nav.no vil inneholde.

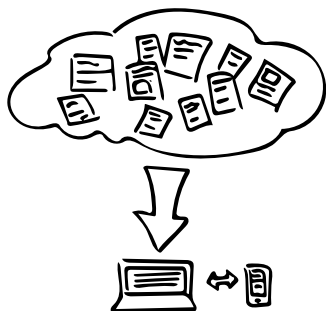
TILGANG PÅ TJENESTEN VIA ENKEL REGISTRERING



Man får tilgang til tjenesten ved å registrere seg på nav.no eller i applikasjonen. Registreringen krever minimalt med utfylling av informasjon for å få tilgang til tjenesten sammenlignet med dagens løsning. Slik kan brukeren ta tjenesten raskt i bruk og registrere CV ved en senere anledning. Ved å krysse av for at man ikke mottar/ønsker å søke ytelser slipper brukeren å sende inn meldekort, og et stort painpoint elimineres.

- ♥ Raskere registrering
- ♥ Brukernavn & passord/innlogging via LinkedIn fremfor MinID/ bankbrikke
- ♥ Motta jobbmatch ved kun å fylle inn kompetansetagger, jobbønsker og høyeste utdanning, fremfor hele CV'en
- ♥ Bruker slipper å sende inn meldekort og kan konsentrere seg utelukkende om jobbsøk

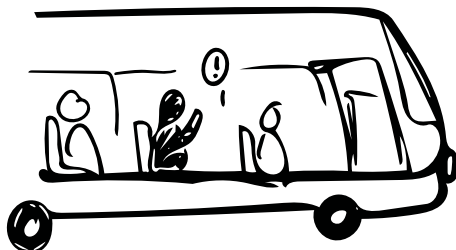
KONTROLL OG OVERSIKT OVER JOBBSØKERPROSESSEN



Tjenesten lar brukeren samle aktuelle stillinger fra ulike nettsider inn i ett oversiktlig system. Nettsiden og mobilapplikasjonen vil synkroniseres med hverandre så det spiller ingen rolle hvor brukeren legger inn stillingen.

- ♥ Kontroll over alle aktuelle utlyste stillinger på ett sted
- ♥ Mulighet for å laste opp søknader og lagre de til tilhørende stilling
- ♥ Filter som hjelper brukeren å finne frem blant stillingene

PÅMINNELSER



Tjenesten varsler brukeren om frister som nærmer seg så brukeren i god tid kan forberede søknader.

- ♥ Kontroll over søknadfrister
- ♥ Push til å komme i gang

OPPSUMMERING AV KONSEPT

FILTRERING AV JOBBMATCH



Brukeren kan håndtere jobbmatch fortløpende ved å eliminere stillinger som ikke er interessante og lagre de aktuelle

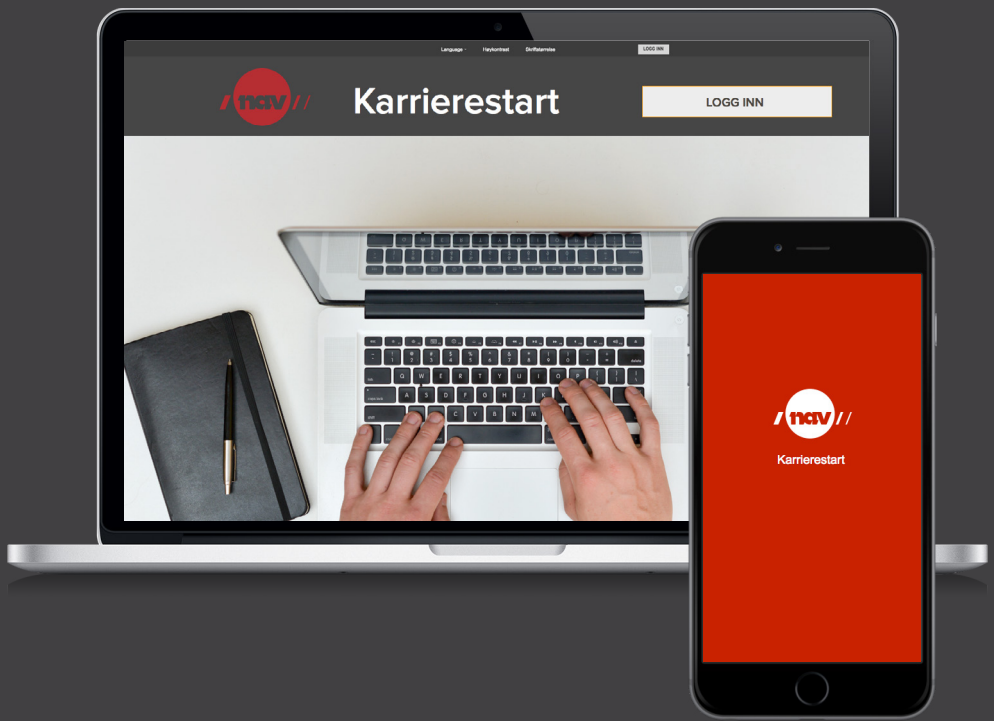
- ♥ Gir brukeren et verktøy for effektiv sortering der og da
- ♥ Legger aktuelle stillinger inn i oversikten med en gang så brukeren har kontroll og ikke glemmer den
- ♥ Hindrer at det hoper seg opp med jobbmatch og brukeren blir demotivert

KONTAKT MED VEILEDERE



Gjennom tjenesten kan brukeren lett komme i kontakt med NAV via chat på nettside eller mobilapplikasjon

- ♥ Rask tilgang på veiledning
- ♥ Oversikt over kompetansen til de ulike veilederene så brukeren kan finne frem til riktig person
- ♥ Lavere terskel for å komme i dialog med NAV



VERDISKAPING

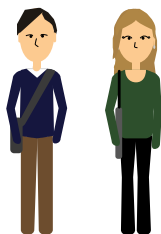
1 Tjenesten fyller behov hos nyutdannede arbeidssøkere som ikke dekkes i tilstrekkelig grad av NAV eller eksterne aktører:

- Tjenesten gir brukerne et verktøy som tilrettelegger for en oversiktlig og kontrollert søknadsprosess
- Tjenesten gir brukerne et lavterskel kontaktpunkt til NAV via chat
- Tjenesten kan gi brukerne økt motivasjon via en strukturert jobbsøkerprosess

"Det vil skape et mer oversiktlig bilde av den administrative prosessen til å søke jobb og gjøre det tilgjengelig for flere. Man slipper å lage egne systemer - du har et godt verktøy. Skader ikke at ting er mer interaktivt og du får en mer moderne følelse på det hele. Det vil hjelpe NAV å ha tjenester som dette som shaver det ned til det du trenger hjelp til"

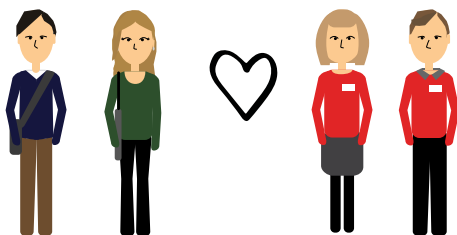
"Jeg bruker mange forskjellige nettsider for å se etter stillinger, og mister oversikten over hvor jeg fant hvilken stilling. Jeg lurer på hvor fort du kan få dette i gang? Jeg trenger dette nå!"

"Hvis NAV hadde klart å opplyse om denne tjenesten ville nok NAV blitt mer attraktivt. Tjenesten får meg til å tenke at nå skal jeg starte karrieren min, og at NAV kan hjelpe meg med dette og ikke lenger bare blir "siste utvei"



2 Tjenesten vil gjøre det mer attraktivt for nyutdannede arbeidssøkere å registrere seg som arbeidssøker på NAV:

- Siden tjenesten blir en del av den helhetlige tjenesten man mottar ved å registrere seg som arbeidssøker på nav.no vil den gi brukeren flere insentiver til å registrere seg
- Tjenesten har et navn som appellerer til målgruppen
- Tjenesten skiller denne målgruppen ut fra de andre målgruppene til NAV, og tilbyr en tjeneste direkte rettet mot deres behov uten informasjon om ytelser



3 Tjenesten fjerner flere painpoints i NAVs eksisterende tjenester:

- Tjenesten legger til rette for en enklere og betydelig raskere registreringsprosess
- Tjenesten gjør terskelen lavere for kontakt med NAV veiledere gjennom en digital chat
- Tjenesten fjerner behovet for innsendelse av meldekort. Dette kan medvirke til at færre blir ufrivillig avregistrert som arbeidssøker.
- Tjenesten tilrettelegger for direkte kontakt mellom markedskontakt og arbeidssøker via chat som sparer ressurser internt i NAV da kontakten tidligere gikk via veilederne i publikumsmottak

4

At arbeidssøkere registrerer seg som arbeidssøker på NAV via tjenesten skaper verdi for flere:

- Man kan sikre en bedre ledighetsstatistikk som vil være grunnlaget for riktige politiske tiltak ut i fra situasjonen på arbeidsmarkedet. Dersom flere nyutdannede arbeidssøkere uten krav på ytelser registrerer seg kan behovet for tiltak for denne brukergruppen bli synligere
- Arbeidsgivere bruker i mindre grad NAV til rekruttering enn tidligere. Dersom flere nyutdannede med høy kompetanse registrerer seg hos NAV, kan NAV bli en viktig kanal for flere arbeidsgivere når det kommer til rekruttering
- Flere nyutdannede arbeidssøkere registrert hos NAV vil gi markedskontaktene insentiver til å knytte kontakt med en bredere gruppe arbeidsgivere som kan gi verdi for flere brukere av NAV.
- Informasjonen som registreres av førstegangsbrukeren kan lagres og tilrettelegge for bedre fremtidige tjenester. Å skape gode tjenester tilpasset brukeren vil bygge opp tilliten til NAV blant brukerne og kan bidra til å minske de negative assosiasjonene mange har til NAV

KRAV & BEGRENSNINGER

Tjenesten krever integrasjon i nav.no og utvikling av en mobilapplikasjon. Begrunnelsen for at valget falt på å lage en mobilapplikasjon er at tjenesten skal kunne være lett tilgjengelig på mobil uten å måtte logge inn og finne frem i nav.no-universet. En annen viktig grunn er at det er viktig for brukerne å motta push varslinger for frister og jobbmatch. Dette ville ikke vært mulig om løsningen kun bestod av en responsiv nettside.

For at automatisk lagring av stillinger skal kunne realiseres må NAV inngå samarbeid med eksterne tjenestetilbydere på stillingsmarkedet.

Chat-delen av tjenesten krever at NAV har ressurser til å være tilgjengelig på nett.

VIDEREUTVIKLING

Tjenesten er kun et konsept som har blitt testet for verdi og innhold. Det gjenstår et stort arbeid med videreutvikling av tekniske løsninger og integrasjon på nav.no, samt brukertesting av interaksjonsdesignet. For videre arbeid kreves det at det settes i gang et prosjekt dedikert til å utvikle og implementere løsningene i nav.no.

NAV kan inngå et samarbeid med de store stillingsportalene og finne et system for å lage en felles CV mal som kan distribueres på tvers av de ulike tjenestene. Dersom brukeren kan distribuere sin CV fra NAV karrierestart til andre kanaler som finn.no og Manpower vil det gi brukeren enda større verdi.

NAV må inngå et samarbeid med eksterne stillingsportaler for å kunne realisere muligheten for direkte lagring av stillinger fra eksterne sider inn i oversikten på NAV karrierestart. Her vurderes finn.no som en viktig samarbeidspartner ettersom det er denne kanalen arbeidssøkerne nevner at de benytter mest til stillingssøk. Løsningen med å kopiere inn lenke og skrive inn stillingstittel og dato for å lagre stillingen i oversikten fungerer som et MVP, men om brukeren kan lagre stillinger direkte ved å trykke på en knapp vil løsningen øke brukervennligheten.

Dersom NAV inngår et samarbeid med finn.no med tanke på jobbmatch vil tjenesten få ytterligere økt verdi for brukeren. Finn.no har en betaversjon ute for arbeidssøkere hvor de tar i bruk kompetansetags for matching. Om NAV innfører samme jobbmatch-system og tar i bruk kompetansetags som vist i konseptet kan det være mulig å matche stillinger fra finn.no i tjenesten. De fleste av arbeidssøkerne har finn.no som primærkanal for jobbsøk, så å kunne motta jobbmatch fra Finn gjennom NAV karrierestart ville gitt en ytterligere positiv brukeropplevelse.





9.2 TJENESTEKONSEPT 2: NAV JOBBSØKERKAFÈ

INTRODUKSJON

Dette delkapittelet vil presentere tjenestekonsept 2: NAV Jobbsøkerkafé. Leseren vil få en introduksjon og gjennomgang av konseptet, samt en vurdering av konseptets verdiskaping, krav og begrensninger og muligheter for videreutvikling.

INTRODUKSJON: NAV JOBBSØKERKAFÈ

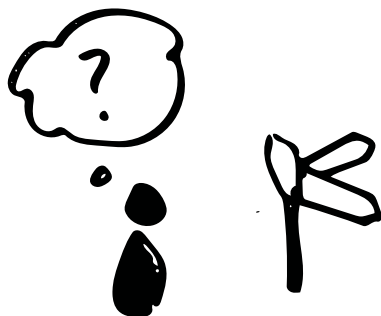
Tjenesten kan føre NAV tettere på målgruppen, og hjelpe brukerne å opparbeide tillit til NAV gjennom et attraktivt fysisk kontaktpunkt; "NAV jobbsøkerkafé". Tjenesten dekker flere behov hos arbeidssøkerne blant annet behovet for å møte andre i samme situasjon for erfaringsutveksling og økt motivasjon, og behovet for veiledning. For NAV vil tjenesten kunne bedre NAVs merkevare utad blant flere potensielle og eksisterende brukere, og være en inngang til registrering på nav.no og bruk av de digitale tjenestene.

TJENESTEKONSEPT I KONTEKST

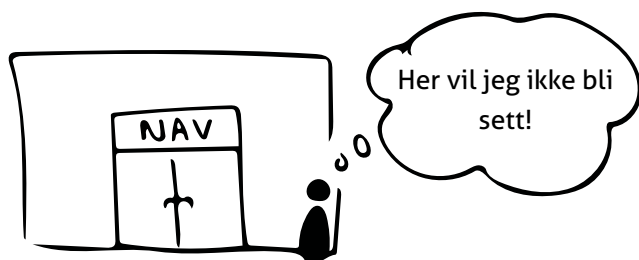
- FØR TJENESTEN



Sandra Kvam ble presentert i kapittel 3 "Brukerne" på side 72-73. Hun har kun vært arbeidsledig i to måneder, og nå som sommeren er over vil hun sette i gang med jobbsøkerprosessen på alvor. Men det er ikke like lett som hun hadde tenkt.



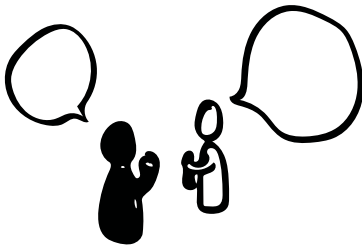
Sandra lurer på hvor man egentlig starter? Hvordan skriver jeg en god CV? Hvor finner jeg de beste tipsene? Hva har jeg gjort feil hittil siden jeg ikke har fått jobb i løpet av ferien?



Sandra er klar over at det finnes veiledere på NAV, men det er det siste stedet hun vil oppsøke!



Hun blir sittendes mye hjemme å søke på nett etter stillinger og tips til CV. Det er ikke alltid like effektivt - særlig ikke når en ny sesong av New Girl er sluppet på Netflix.



Uka er over og helgen er endelig her. Sandra går på fest til Anne og kommer i prat med hennes venninne som også er arbeidsledig. Hun forteller Sandra om en jobbsøkerkafé hun har vært på hvor hun fikk mange gode tips til jobbsøknad. De avtaler å møtes der på mandag.



Sandra er veldig overrasket over at NAV har en jobbsøkerkafé for nyutdannede, og er litt skeptisk. Det er iallefall ikke et NAV kontor! Hun er litt forsinket siden hun forsov seg og håper Anne fortsatt er der.

TJENESTEKONSEPT I KONTEKST

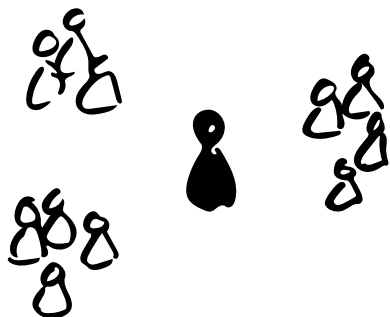
- FØR TJENESTEN



Knut Åland ble presentert i kapittel 3 "Brukerne" på side 70-71. Han er i samme situasjon som Sandra - arbeidsledig - men har i motsetning til Sandra vært arbeidsledig i ganske lang tid; snart et halvt år.



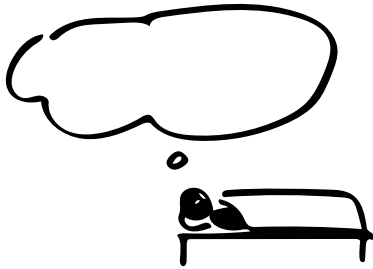
Knut har hatt mye tid til å tenke på dette halvåret. Han startet på et årsstudium, men det har han nå hoppet av grunnet mangel på motivasjon. Han hadde regnet med å hoppe av studiet grunnet et jobbtilbud, men han hadde ikke regnet med å hoppe av studiet uten å ha noe å gå til.



Han føler seg som i et ensomt vakuum hvor alle andre går videre med livet sitt mens han står på stedet hvil. Han føler seg mislykket og føler nesten ikke det er noe vits i å søke på flere jobber. Det er jo ingen som vil ansette han.



Knut gleder seg ikke til det, men han tenker det er på tide å oppsøke et NAV kontor. Han har snart ikke mer penger igjen, og det kan jo hende de kan hjelpe han med noe. Han går inn på nav.no for å se hvor nærmeste NAV-kontor er, og kommer over et oppslag om NAV jobbsøkerkafé for nyutdannede. Han leser mer om dette tilbudet, og blir nysgjerrig. Han bestemmer seg for å sjekke det ut mandag morgen - og føler seg med ett litt lettet!



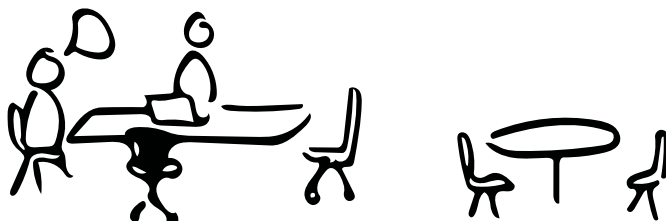
Knut legger seg og tenker på hvordan morgendagen blir. Kanskje han møter andre som han? Han har iallefall et sted å gå til.



Mandag formiddag møter han opp utenfor jobbsøkerkaféen. Han har med seg PC så han kan ha noe å holde på med dersom det blir kleint å sitte der alene. Men han håper selvfølgelig at han kommer i kontakt med andre, eller i det minste får litt veiledning.

TJENESTEKONSEPT I KONTEKST

- UNDER TJENESTEN



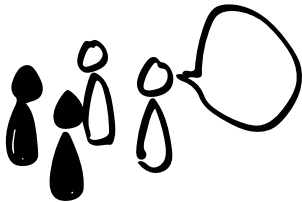
Knut ankommer jobbsøker kaféen i elevetiden. Det er ikke så mange tilstede, men han ser at en NAV veileder sitter med ei jente ved et bord. Han går bort og spør hvordan dette fungerer. Veilederen sier han godt kan slå deg ned ved bordet om han vil. De sitter og diskuterer hvordan man skriver en god søknad. Knut er glad for å slippe å sitte alene. Han hilser på hun som sitter på andre siden og setter seg ned.



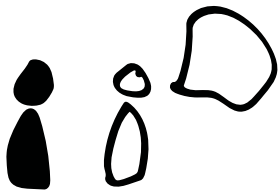
Sandra ser Anne på et bord med en av NAV veilederene og en annen fyr. Hun går bort til bordet og slår seg ned. De er i full diskusjon om hva som burde være med på en CV. Det virker som om han som sitter der har ganske mange gode tips og har skrevet en del søknader. Kanskje hun kan plukke opp noen tips her? Hun går å kjøper seg en kaffe for å få litt energi før hun slår seg ned.



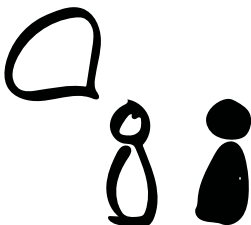
Veilederen forlater bordet for å veilede andre og arbeidssøkerne blir sittende å jobbe sammen. De utveksler erfaringer og ser over hverandres søknader. Flere andre kommer etterhvert bort til bordet og blir med i samtalen.



I ett tiden kommer en av markedskontaktene til NAV innom. Verken Sandra eller Knut vet helt hva markedskontaktene gjør og han forteller de at han jobber med arbeidsgiverne og tar i mot stillinger som ikke blir utlyst. Han spør om noen av arbeidssøkerne er registrert hos NAV, og forteller at man kan bli kandidat for disse direktemeldte stillingene dersom man er registrert.



Knut blir stående å prate med markedskontakten og forteller han om bakgrunnen sin. Markedskontakten sier han muligens vet om en stilling Knut kan passe til og ber han registrere seg hos NAV. Han noterer deretter ned Knuts navn og telefonnummer.



Sandra prater med en av veilederene om hva det vil si å registrere seg hos NAV. Hun får blant annet vite at renten på studielånet blir fryst dersom man registrerer seg.

TJENESTEKONSEPT I KONTEKST

- ETTER TJENESTEN



“Jeg ble positivt overrasket over at det var så mange unge og oppegående folk som meg der som også var i samme situasjon. Jeg fikk gode tips fra veilederene og andre og ble mer bevisst på søknad- og CV-skriving”

Sandra forlater kaféen i tretiden etter å ha vært der i over 3 timer! Hun hadde egentlig bare tenkt å gå innom for å møte Anne og se hva som var greia, men ble positivt overrasket. Bildet hun har av NAV er totalt anderledes enn hva hun hadde før hun kom. Det virker som om NAV faktisk bryr seg om nyutdannede. Hun fikk mange gode tips fra de andre jobbsøkerne som var innom, og det var fint å få hjelp fra noen som er i akkurat samme situasjon. Hun tenker å registrere seg på NAV når hun kommer hjem. Hun vil tilbake i morgen og ta med seg PC så hun kan jobbe med søknadsprosessen der, fremfor å sitte hjemme å kaste bort tiden på Netflix.





*“Dette tilbudet er akkurat det jeg trengte!
Tommel opp for NAV - dette skal jeg fortelle
om til alle arbeidssøkere jeg kommer over”*

Knut forlater kaféen i 4 tiden, etter å ha tilbrakt nesten hele dagen der. Han føler seg lettet og motivert når han går hjemover. I forkant av dagen hadde han vært spent og usikker på hvordan dagen ville bli. Kafébesøket har gitt han en ny giv, og en følelse over å være viktig. Han hjalp flere andre arbeidssøkere med søknadsskriving - han har jo lang erfaring selv etter å ha vært arbeidsledig i snart et halvår. I tillegg ble han kjent med flere andre hyggelige og oppegående mennesker med høy utdanning som også var arbeidsledige. Det er ikke bare han! Det var også et veldig fint og anderledes møte med NAV - og kanskje det er en jobbmulighet for han gjennom markedskontakten han pratet med. Det er lenge siden Knut har følt seg så positiv til tilværelsen. Han tenker å søke jobb på jobbsøkerkaféen for å ha noe å gjøre mens han er arbeidssøker, og tror han kan ha mye å tilføye andre i samme situasjon.



VERDISKAPNING

1 Tjenesten fyller behov hos nyutdannede arbeidssøkere som ikke dekkes i tilstrekkelig grad av NAV eller eksterne aktører på markedet

- Tjenesten gir brukerne en plass å komme til for å få veiledning og hjelp til søknadsprosessen.
- Tjenesten gir brukerne en plass å møte andre i samme situasjon for erfaringsutveksling og motivasjon.
- Tjenesten gir brukerne et sted å gå til for å jobbe med jobbsøk.

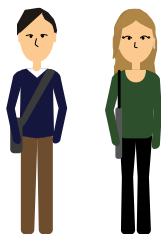
"Dette trengs! Kan ikke presisere nok hvor nødvendig dette er. Jeg har hatt kjempestor nytte av å være her i dag"

"Fantastisk idé! Nyutdannede blir ofte oversett av NAV. Det vil bedre mitt inntrykk av NAV"

"Veldig ålreit med en uformell situasjon hvor man kan møte "likesinnede" og også få hjelp med CV/søknad av flinke folk."

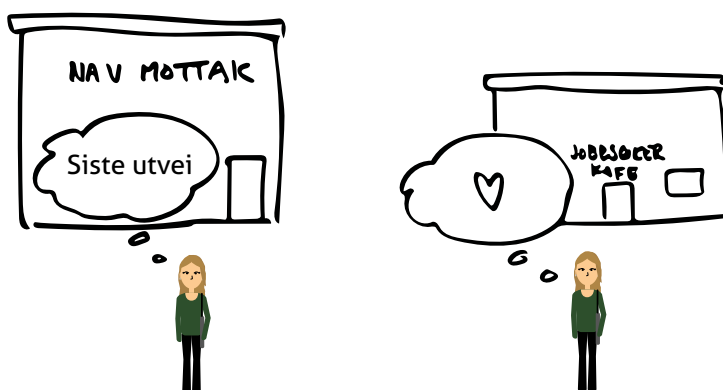
"Det motiverer mye mer å få veiledning og tips i personlige samtaler. Mindre formelt. En tjeneste som tiltrekker bedre unge mennesker."

"Det burde finnes en slik kafé som er åpen hver dag hvor folk kan komme og få hjelp med jobbsøkinga. Overraskende at så mange var i samme bås. Det var betryggende!"



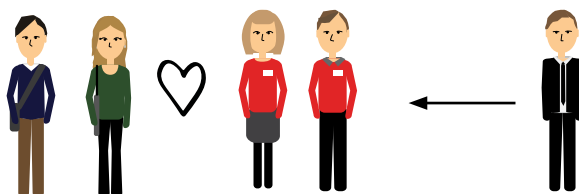
2 Tjenesten vil skape en attraktiv inngang for arbeidssøkere til NAV

- Tjenesten vil skape en lavterskel møteplass mellom NAV og nyutdannede arbeidssøkere og bidra til økt tillit og kontakt hos målgruppen. Gjennom tjenesten kan brukerne bli kjent med NAVs digitale tjenestetilbud og bidra til at de velger å registrere seg som arbeidssøkere hos NAV.



3 Tjenesten kan gi NAV en bedre merkevare utad

- Brukertesten av tjenesteprototypen viste at brukergruppen fikk en mer positiv holdning til NAV. En god førstegangsopplevelse kan bidra til en positiv innstilling ved bruk av nye tjenester ved en senere anledning. At nyutdannede jobbsøkere får et godt forhold til NAV kan ha innvirkning på potensielle arbeidsgivere NAV ønsker å knytte kontakt med. Dersom arbeidsgiverene ser at NAV har kontakt med høyt utdannede jobbsøkere vil de sannsynligvis være mer interessert i å ta i bruk NAV som rekrutteringskanal.



KRAV OG BEGRENSNINGER

Tjenesten krever at NAV har ressurser til å investere i et kafélokale og drive det fremover. De må finne riktige veiledere til å møte og veilede målgruppen på kaféen, og finne andre ressurser til å erstatte deres tidligere arbeidsoppgaver hos NAV. I tillegg må de ansette folk til å ta seg av regnskap, innkjøp og salg i kaféen.

Tjenesten krever markedsføring ut til målgruppen. Nyutdannede arbeidssøkere har et veldig distansert forhold til NAV, og vil mest sannsynlig ikke benytte seg av tjenesten uoppfordret.

Det er usikkert om tjenesten vil fungere på mindre steder i Norge hvor brukergruppen ikke er like høyt representert eller det er store avstander mellom bebyggelse og sentrum. Tjenesten burde dermed bli begrenset til de største byene i Norge hvor kaféen er lett tilgjengelig og målgruppen er sterkt representert.

Beliggenhet kan ha innvirkning på hvorvidt brukergruppen vil benytte seg av tjenesten. Lang reisetid kan begrense villigheten til bruk av tjenesten.

Tjenesten krever at veilederene og markedskontaktene som er medvirkende i tjenesten er oppdatert på jobbmarkedet, flinke til å veilede til søknad og CV og er gode samtalepartnere som kan skape tillit hos målgruppen.

VIDEREUTVIKLING

Tjenesten har stort potensiale for å videreutvikles til å inkludere flere aktører på stillingsmarkedet som både brukergruppen og NAV kan dra fordeler av. De etterlyser for eksempel tilgang til kurs og foredrag rundt jobbsøking og kompetansebygging. Ved å invitere eksterne aktører på markedet som er flinke på dette området til kaféen kan tjenesten gi enda større verdi for brukergruppen. Aktørerne vil gjennom deltakelse i tjenesten dra fordel av kontakt med målgruppen hvor de kan finne kompetanse til stillinger de selv sitter på.

Kaféen kan være en fin plass for markedskontaktene å arrangere jobbmessene sine, hvor arbeidsgivere kan møte potensielle kandidater for utlyste stillinger. Slik kan arbeidsgiverene få en introduksjon til tjenesten og det kan skape en inngang til å involvere de i tjenesten gjennom bedriftspresentasjoner og speedintervjuer som vil føre brukergruppen nærmere arbeidsgiverne.

Tjenesten kan utvides til å la arbeidssøkere hos NAV være involvert i drift av kaféen, og på denne måten opparbeide erfaring og kompetanse som kan gjøre de mer attraktive for arbeidsgiverne. Dette er et behov hos målgruppen som kan gi tjenesten ytterligere verdi. Målgruppen sitter på høyere utdanning som eksempelvis kan brukes til innkjøp, regnskapsføring, eller posisjoner som daglig leder og kafémedarbeidere. En mulighet er å sette opp vikariat eller arbeidsperioder der arbeidssøkerne kan rotere innenfor de ulike stillingene for å opparbeide erfaring på flere områder.



Foto: Dag G. Nordsveen

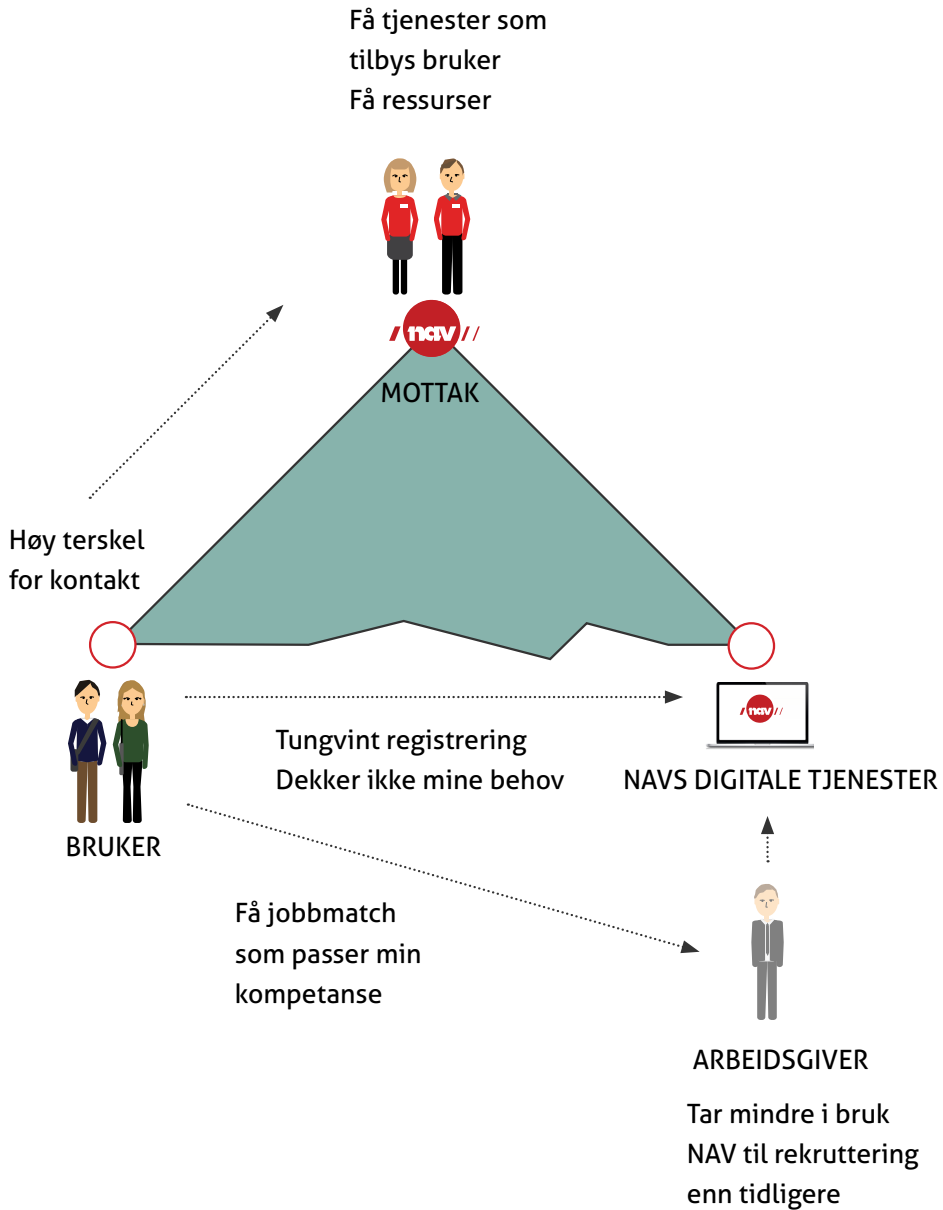


9.3 HELHETLIG TJENESTE

INTRODUKSJON

De to tjenestekonseptene som har blitt presentert kan realiseres hver for seg, men kan sammen skape en helhetlig god brukeropplevelse for målgruppen i både det fysiske og digitale møtet med NAV.

DAGENS SITUASJON

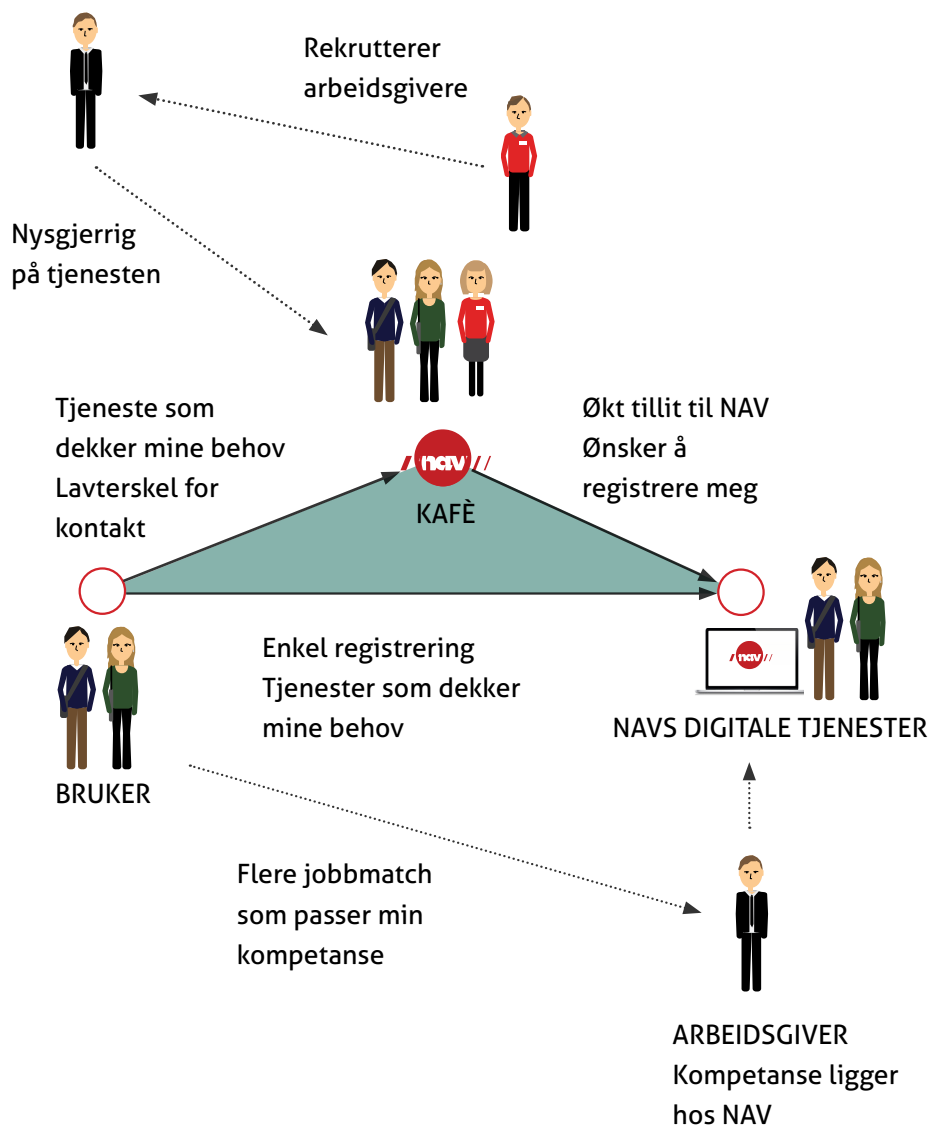


Figur 8: Forenklet visuell modell av dagens situasjon mellom NAV, målgruppe og arbeidsgiver

Figur 8 viser en illustrasjon av dagens situasjon mellom NAV, nyutdannede arbeidssøkere og arbeidsgiver. For brukergruppen er terskelen høy for å oppsøke fysisk kontakt med NAV. Brukeren omtaler NAV-kontoret som et sted man oppsøker som siste utvei, og de vil helst ikke identifisere seg med merkevaren. Generelt sett er det liten eller ingen fysisk kontakt med NAV og målgruppen det har blitt jobbet med i oppgaven. Uten et attraktivt kontaktpunkt kan det være vanskelig for NAV å opparbeide tillit hos brukergruppen. Uten tillit til NAV er det mindre sannsynlig at arbeidssøkerne vil benytte seg av NAVs digitale tjenester og registrere seg som arbeidssøkere.

Flere av de nyutdannede arbeidssøkerne har vært innom nav.no og benyttet seg av stillingsportalen. Noen av de har også registrert seg som arbeidssøker på nav.no. De aller fleste opplever at stillingene de søker etter ikke ligger på nav.no, at registreringen er for tungvint og at de ender opp som avregistrerte arbeidssøkere fordi de glemmer å sende inn meldekortet. NAVs digitale tjeneste for arbeidssøkere er i større grad tilrettelagt for arbeidssøkere på ytelse enn ressurssterke arbeidssøkeres behov. NAV burde tilrettelegge for tjenester som i større grad appellerer og svarer til brukergruppens behov, dersom de ønsker å nå ut til denne målgruppen.

INNØRING AV TJENESTEKONSEPTER



Figur 9: Forenklet visuell modell av mulig endring av situasjon mellom NAV, målgruppe og arbeidsgiver ved innføring av tjenestekonseptene i leveransen.

Figur 9 viser en illustrasjon for mulig endring i dagens situasjon mellom NAV, nyutdannede arbeidssøkere og arbeidsgivere ved innføring av tjenestekonseptene presentert i leveransen.

Gjennom NAV jobbsøkerkafé kan NAV opparbeide tillit hos brukergruppen via en attraktiv tjeneste. Brukertesting av tjenesteprototypen viste en positiv endring i målgruppens innstilling til NAV og en større villighet til å registrere seg som arbeidssøker på nav.no. Uten et attraktivt kontaktpunkt er det mindre sannsynlig at brukergruppen vil registrere seg hos NAV eller få kjennskap til eventuelle nye digitale tjenester NAV lanserer rettet mot målgruppen.

Gjennom tjenesten NAV karrierestart kan NAV tilby en digital tjeneste som kan gi stor verdi for målgruppen. Tjenesten kan gjøre det mer attraktivt å registrere seg som arbeidssøker hos NAV gjennom tilgang til et søknadsverktøy som gir kontroll og oversikt over jobbsøkerprosessen.

Sammen vil konseptene danne en helhetlig fysisk og digital tjeneste fra NAV rettet mot målgruppen som kan bidra til økt kontakt og tillit til NAV og en bedre jobbsøkerhverdag for sluttbrukeren.

The background of the slide shows an office environment. On the left, there is a desk with a computer monitor and keyboard. In the center, a glass partition with horizontal frosted stripes is visible. Behind the glass, a corkboard is mounted on the wall, with a small digital display showing the number '105' and the word 'vakter' (shifts) below it. To the left of the corkboard is a white door with a window.

9.4 FORSLAG TIL FORBEDRINGER I NAVs EKSISTERENDE TJENESTER

INTRODUKSJON

10 forslag til forbedringer i NAVs eksisterende tjenester. Forslagene er mer "lavthengende frukt" som ikke krever like store ressurser til utvikling som tjenestekonseptene presentert i leveransen.

FORSLAG TIL FORBEDRINGER I EKSISTERENDE TJENESTER

1. Fjerne behovet for innsending av meldekort for arbeidssøkere som registrerer seg på NAV som ikke mottar ytelser. Her kan NAV vurdere å bruke informasjonen de mottar fra arbeidsgivere ved ansettelse til å deaktivere brukere som ikke lenger er arbeidssøkere. Alternativt kan de tilpasse meldekortet til brukere uten ytelser med kun ett spørsmål; om de fortsatt er arbeidssøkere eller ikke. Dette spørsmålet burde kunne fjernes enkelt ved eksempelvis å trykke på en "bekreft" knapp inne på Minside eller via mail.
2. Skape en direkte kontakt mellom arbeidssøkere og markedskontakter. Markedskontaktene jobber tett på arbeidsgiverne og leter etter kompetanse til direktemeldte stillinger fra CV-databasen til NAV. Dersom det er en direkte kontakt mellom markedskontakter og arbeidssøkerne, kan markedskontaktene raskere kontakte aktuelle kandidater og bli bedre kjent med kompetansen som ligger hos arbeidssøkerne i NAV. Dette kan effektivisere rekrutteringsprosessen ved at kontakten ikke lenger trenger å gå via veilederne i publikumsmottaket som har knapt med tid og ressurser.
3. La arbeidssøkerne registrere seg hos NAV uten å måtte registrere hele CV'en med en gang. Dette vil senke terskelen for registrering gjennom en mer effektiv registreringsprosess. I tillegg vil brukerne kunne utforske tjenesten, bestemme selv om de ønsker å ta den i bruk, og så velge å registrere hele CV'en.
4. Dersom NAV inngår et samarbeid med eksterne stillingsportaler for en felles CV mal som kan importeres inn direkte ved registrering hos de ulike tjenestetilbyderne, vil det ha stor verdi for jobbsøkerne. Dette kan ha innvirkning på brukerne ved at de registrerer seg hos flere kanaler og kan øke sjansene deres for ansettelse.

5. NAV burde opprette en egen innlogging for ressurssterke arbeidssøkere på nav.no som ikke inneholder informasjon om ytelser. Målgruppen vil da sippe å lete seg gjennom informasjon som ikke angår de.
6. NAV burde ta i bruk visuelle elementer som tiltrekker målgruppen på nav.no. Under brukertesting ble det brukt et bakrunnsbilde på startsidene av en pult med en mac, en mobil, en skriveblokk og en kaffekopp. Flere brukere kommenterte at de kjente seg igjen i bildet, og at det appellerte til de som målgruppe.
7. NAV burde tilrettelegge for bedre jobbmatch. Flere brukere opplever å motta jobbmatch som de ikke er kvalifisert til, og dette nevnes som et irritasjonsmoment.
8. NAV burde jobbe aktivt med å være mer synlig for studenter gjennom studietiden for å bygge opp en relasjon til målgruppen. Dette kan for eksempel gjøres via tilstedeværelse på karrieredager på universiteter og høyskoler.
9. NAV burde markedsføre verdien i å registrere seg hos NAV på en tydeligere måte til målgruppen. At renten på studielånet blir fryst om man er registrert som arbeidssøker hos NAV er noe de færreste nyutdannede er klar over. I tillegg er det viktig å få frem at NAV sitter på flere stillinger enn hva som vises på nav.no gjennom direktemeldte stillinger som nyutdannede kan være potensielle kandidater for.
10. NAV burde tilrettelegge for veiledning til nyutdannede. Her kan for eksempel enkelte veiledere spesialisere seg på veiledning av arbeidssøkere med høyere utdanning for å øke kvaliteten på veiledningen. Her er det særlig veiledning til en tilspisset CV og søknad, samt informasjon om muligheter og arbeidsmarkedet som er viktige områder for målgruppen.

EVALUERING

EVALUERING

EGEN INNSATS

Gjennom masteroppgaven har jeg jobbet mer strukturert enn noen gang - som har vært en positiv opplevelse for min egen del. Dette tror jeg har mye med å gjøre med to faktorer. Den ene er at jeg har sittet i lokalene til BEKK consulting dag ut og dag inn sammen med inspirerende og flinke mennesker. Den andre faktoren er at denne oppgaven har vært givende og motiverende å jobbe med. Jeg har kommet tett på brukergruppen jeg utforsket i oppgaven hvor flere av de velvillig har stilt opp på intervjuer, workshops, evalueringer og brukertester med stor glede. I tillegg har jeg fått testet en fysisk tjenesteprototype (NAV jobbsøkerkafé). Gjennom studiet har jeg opplevd at det ofte stopper opp ved konseptene, så å få tatt det et skritt lenger gjennom testing av tjenesteprototypen var en utrolig

morsom og lærerik erfaring! Jeg har fått til mye og lært mye gjennom oppgaven og er godt fornøyd med egen innsats og leveranse.

PROSESS

Ut i fra min egen erfaring som designer er en designprosess sjeldent ryddig og oversiktlig før man ser tilbake på den. Man har et utgangspunkt man jobber ut i fra - et problem, et behov, et ønske om å skape noe med verdi - og så starter man der. Man har en tanke om hvordan prosessen vil være, og velger en overordnet tilnærming. For mitt tilfelle var tilnærmingen fra et tjeneste- og brukerorientert perspektiv. Jeg startet med å legge opp en tidsplan med oversikt over hva jeg skulle gjøre og når jeg skulle være i mål med ulike oppgaver - og fant raskt ut (også denne gangen) at dette var helt meningsløst. Isteden

satte jeg meg mål underveis i prosessen for hva jeg ville oppnå i neste steg videre.

Jeg har jobbet iterativt med idéer og konsepter og har hatt en smidig prosess med fokus på å løse de viktigste behovene hos arbeidssøkerne med NAV som utgangspunkt. Dette har fungert godt og hjulpet meg med å disponere tiden min på en effektiv måte.

Overordnet har prosessen vært drevet av å utforske, evaluere, analysere og ta valg. Tett kontakt med målgruppen og NAV har bidratt til en god forståelse av oppgavens omfang og problemstilling og vært sentral for å sikre en verdifull leveranse.

Jeg opprettet en masterlogg hvor jeg loggførte hva jeg hadde utført,

og hovedfunnene. Denne loggen ble delt med veiledere og kontaktperson i NAV så de kunne følge med på prosessen og diskusjoner jeg hadde rundt ulike funn. Dette bidro til å effektivisere veiledningssamtalene.

EVALUERING

LEVERANSE

Tjenestene som blir presentert i leveransen er gjennomarbeidede tjenestekonsept som har blitt testet over flere runder på målgruppen. Begge tjenestene vurderes å gi verdi både for målgruppen og NAV dersom de videreutvikles til reelle tjenester.

Dersom NAV velger å utvikle egne tjenester for målgruppen som har blitt utforsket gjennom oppgaven, vil rapporten og arbeidet nedlagt gi et solid innsiktsgrunnlag.

HVA KUNNE JEG HA GJORT ANDERLEDES?

Dersom jeg skulle startet på nytt ville jeg planlagt testingen av de endelige tjenesteprototypene på et tidligere tidspunkt. Det tok lenger tid enn forventet å finne et lokale for testing av jobbsøkerkaféen, og mye tid gikk med til forberedelse av tjenesteprototypen. Dette gikk ut over testingen av den endelige prototypen for NAV Karrierestart som gjorde at jeg kun fikk testet den siste interaktive prototypen med mobilapplikasjonen på 4 brukere.

Jeg ville vært flinkere til å bearbeide materiale til rapporten på en mer kortfattet og oversiktlig måte tidlig, så det ikke ble for mye materiale å gå gjennom og renskrive mot slutten.

I workshopen jeg holdt hos NAV brukte jeg en metode jeg aldri hadde

brukt tidligere. Metoden viste seg å være mer avansert og tidkrevende enn anntatt, så i etterkant tenker jeg at jeg enten kunne brukt en "safere" metode, eller undersøkt i forkant om workshopdeltakerene kjente til metoden som ville gjort gjennomføringen mer effektiv. Likevel synes jeg det var en god erfaring å teste en ny metode, i tillegg til å måtte tilpasse workshopen på sparket da den ikke fungerte i tilstrekkelig grad.

Det ble nedlagt en del tid på skjermbildene i de klikkbare prototypene. Den første klikkbare prototypen kunne vært mindre detaljert for å spare tid, uten at det ville gått ut over brukertesting av innhold og verdi.

Jeg skulle ønske flere i NAV hadde vært med på prosessen. Trude

Hole er den som engasjerte meg i oppgaven, og som har fulgt meg opp gjennom møter underveis. Siden hun sluttet i NAV i desember hadde det vært en fordel om flere i NAV følte et visst "eierskap" til prosjektet for å sørge for at det jeg leverer faktisk blir fulgt opp og vurdert videre i NAV. Skulle jeg startet på nytt nå, ville jeg bedt om møter med flere innflytelsesrike personer i NAV for å skape mer engasjement og oppmerksomhet rundt oppgaven.

EVALUERING

NESTE STEG

For den digitale tjenesten NAV

karrierestart: Dersom jeg skulle jobbet videre med tjenesten ville jeg har rådført meg med utviklere og undersøkt de tekniske aspektene som integrering av tjenesten på nav.no, og funksjonaliteter som kompetanseknagger for jobbmatch og direkteimportering av stillinger fra eksterne nettsider. Jeg ville deretter jobbet videre med interaksjonsdesignet og utarbeidet og testet mer detaljerte prototyper.

For den fysiske tjenesten NAV

jobbsøkerkafé: Dersom jeg skulle jobbet videre med denne tjenesten ville jeg ha testet tjenesteprototypen over en lengre periode og forsøkt å få med andre aktører på stillingsmarkedet for å utforske potensialet diskutert i "Videreutvikling" på side 339.

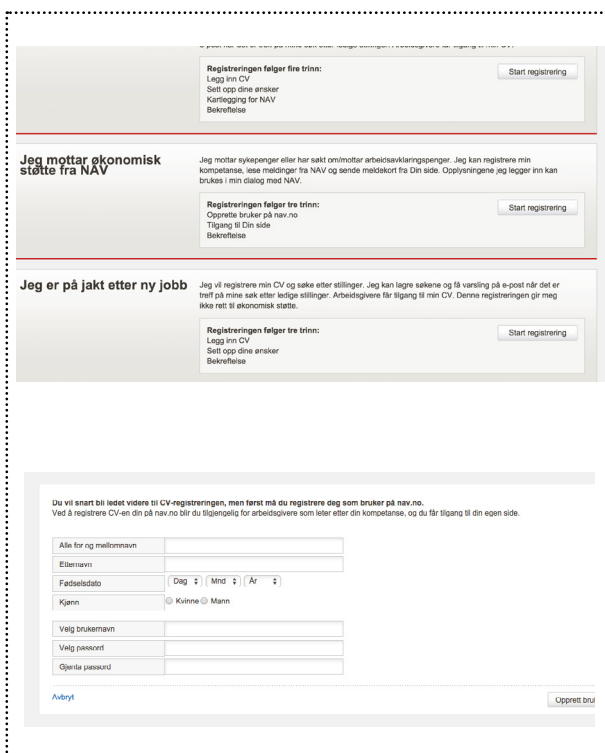
Jeg ville kontaktet arbeidssøkere registrert hos NAV og fått de med på prosjektet som "ansatte" i kaféen for å teste om tjenesten kan bidra til økt erfaring for arbeidssøkerne, som da vil dekke et ytterligere behov. I tillegg ville jeg analysert hvilke byer det ville vært mest hensiktsmessig å tilby tjenesten, og et anslag på hvor mye tjenesten vil koste NAV av tid og ressurser.

ANDRE KOMMENTARER

TIDLIGERE REGISTRERING:



NY REGISTRERING:



ENDRINGER PÅ NAV.NO

Nav.no har nylig endret registreringstjenesten på nav.no for arbeidssøkere.

Dette vil si at funnene i oppgaven er basert på den tidligere registreringsprosessen. Endringer inkluderer blant annet en egen innlogging for arbeidssøkere som ikke mottar eller skal søke ytelser hvor de kan logge inn med brukernavn og passord fremfor høyere sikkerhet som MinID. Egen innlogging for arbeidssøkere uten ytelser er noe som har blitt anbefalt og diskutert i oppgaven og i møter med NAV i innsiktsfasen. Om jeg ikke har hatt en direkte innvirkning på endringer, viser det i det minste at jeg har kommet frem til viktige funn og analyser som NAV selv har vært oppmerksom på.

LITTERATURLISTE

- Litteratur lest under prosjektet som har bidratt til økt forståelse og/eller blitt anvendt i masterrapporten.

Finn (2015) *Gull & Grønne Skoger: Arbeidsplassen - Ola & Karis Arcadia*. Interne dokumenter tilsendt etter forespørsel; omhandler arbeidssøkeres kanalbruk og preferanser.

Hall, E. (2013) *Just enough research*. New York: A book apart

Mamelund, S.-E., og Widding, S. (2014) *NAVs formidlings- og rekrutteringstjenester*. AFI-rapport 14/2014

Martin, B. og Hanington, B. (2012) *Universal methods of design*. Beverly: Rockport Publishers

NAV (2015) *NAVs brukermøter i 2020 - kanalstrategi for personbrukere for perioden 2014-2020*. Interne dokumenter NAV.

NAV (2015) *Et NAV med muligheter* - Sluttrapport fra Ekspertgruppen, April 2015. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nav-ekspertgruppens-sluttrapport-et-nav-med-muligheter/id2405035/>

NAV (2007) *Strategi for oppfølging av brukere i NAV*. Arbeids- og Velferdsdirektoratet Sosial- og Helsedirektoratet, rapport 15.3.2007

NAV (2015) *Utviklingen på arbeidsmarkedet*. NAVs arbeidsmarkedsprognose. Tilgjengelig fra: <https://www.nav.no/no/NAV+og+samfunn/Kunnskap/Analyser+fra+NAV/Arbeid+og+velferd/Arbeid+og+velferd/utviklingen-p%C3%A5-arbeidsmarkedet>

NAV (2014) *Brukerundersøkelsen blant arbeidsgivere 2014*. Tilgjengelig fra: <https://www.nav.no/no/NAV+og+samfunn/Kunnskap/Analyser+fra+NAV/NAV+rapportserie/NAV+rapporter/brukerunders%C3%B8kelse-blant-arbeidsgivere-2014>

NAV (2015) *Utviklingen på arbeidsmarkedet*. Interne dokumenter: PowerPoint presentasjon, Johannes Sørbø

NAV (2014) *NAV i tall og fakta*. Intern tilsendt presentasjon 01.09.2015

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernada, G. og Smith, A. (2014) *Value Proposition Design*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc

Rogstad, J. og Sterri, E. B. (2014) *Kulturelt betinget naturlig beskjedenhet*. En studie av jobbintervjuets muligheter og begrensninger. Fafo-rapport.

Stickdorn, M. og Schneider, J. (2011) *This is service design thinking*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc

Støren, L.A., Næss, T., Reiling, R. og Wiers-Jenssen, J. (2014) *Får nyutdannede med høyere grad arbeid i samsvar med sitt utdanningsnivå?* NIFU, Rapport 53/2014

