

Bilag 2: SDSR-modellen

Hvad er Soft DSR?

Soft DSR er en metode til udvikling af produkter. Modellen er opdelt i 8 punkter (Pries-heje, et al, 2014) SDSR-modellen er vedhæftet (SE BLIAG X):

1. *Learn about a specific problem*

Modellens første trin er, at vi lære om og udforske et nyt og relevant emne. Vi skal finde inspiration, som skal give os en bredere forståelse af en række problemer vores emne repræsenterer. Vi gør dette i vores projekt igennem videnssøgning af klimakompleksiteten, den viden forbrugere i forvejen har og hvorfor mennesker handler som de gør.

2. *Inspire and create the general problem and general requirements*

I dette trin opsummeres det generelle problem, og de generelle krav, der følger med problemet. I vores opgave sker dette igennem vores analysefase, hvor vi igennem sammenfatning af Risikosamfundet og System 1 og 2 forsøger at skabe en opsummering af, hvad de generelle problemer for mennesker der gerne vil handle klimavenligt er.

3. *Intuite and abduce the general problem*

I dette trin vil vi begynde at forstå den generelle løsning på vores problem, vi vil altså begynde at tænke designløsning, men det er også i dette trin at formulering af klimakompleksitet og klimaformidling kommer på banen. Dette leder til starten af vores produktafsnit, hvor vi opsummerer hvad vores produkt skal kunne, og forsøger at komme med løsninger til, hvordan disse problemer kan løses (Produktforslag 1).

4. *Ex ante evaluation (general)*

Vi begynder her at evaluere på den designløsning vi er kommet frem til. Det er også i dette afsnit, at vi ser nærmere på eksisterende løsninger på markedet.

5. *Design specific solution for specific problem Ex ante evaluation (specific)*

Vores proces flyttes nu ud i den virkelige verden også kaldet "the real world thinking". I denne fase skal vi finde de elementer vi senere i processen skal bruge til at konstruere vores design.

Vi er i dette trin nået til at skulle lave vores specifikke løsning. Vi går fra tænkt produkt imod at lave et reelt produkt der udfylder vores målgruppes observerede behov. Dette trin er en sammensmeltning af vores markedsanalyse og 'produktforslag 2' hvor vi konkret forsøger at fremstille prototyper og udkast af vores løsning.

6. *Ex ante evaluation (specific)*

Vi er nu nået til at skulle evaluere på vores specifikke løsning til vores specifikke problem i den virkelige verden. Dette trin er opsummeringen på vores produktforslag 2, og er en vurdering af, hvordan vores produkt udfylder de krav vi gennem vores analyse har opstillet til produktets funktion.

7. *Construct specific solution*

På dette trin konstrueres en løsning, der søger at løse de problemer vi igennem processen har observeret. Dette trin er vi i rapporten reelt set ikke nået til endnu, men det ville være her, at vi konstruerede vores måltidskasse, printede vores foldere, kampagner og implementerede en betaversion af vores løsning på Coops hjemmeside eller lign. til endelige brugertests.

8. *Ex post evaluation*

Denne evaluering finder sted efter vores designløsning er institueret. Hvis vores design opfylder vores krav tilfredsstillende, så er vi nået til at konkludere på vores forskning.

I dette trin vil vi foretage f.eks. receptionsanalyser for at forstå, om vores produkt virkelig kommunikerer det vi ønsker.

