

Fremtidens smarte vandmålere

Et brugerperspektiv

Mia Kruse Rasmussen, antropolog

Alexandra Instituttet A/S

Smarte målere til kunderne

- **En måler der kan kommunikere live data til kunden**
- Sætte fokus på vandforbruget for herigennem at reducere dette
- Minimere risikoen for vandskader.

Hvorfor?

- Ønsker forbrugerne viden om deres forbrug?
- Får data (viden om forbrug) folk til at ændre adfærd?



- Forbrugeren som rationel “ressource manager”?

Hvilken værdi giver det kunden?

- Hvordan ser hverdagen ud hos forbrugeren? og hvordan passer vand ind i det?
- Hvad tænker folk om vand i dagligdagen?
- Vand er et medieret forbrug – ikke noget vi tænker over i dagligdagen.







Ihre Heizkosten
Ihre Kaltwasserkosten
Ihre Betriebskosten
Ihr Anteil an den Gesamtkosten
Ihre Vorauszahlung
Ihre Nachzahlung

888,98 EUR
543,64 EUR
776,82 EUR

2.209,44 EUR
-1.680,00 EUR

529,44 EUR

(2) = Preis je Einheit x Ihre Einheiten
113,170
000

= Ihre Kosten
in EUR
241,60
647,38

888,98

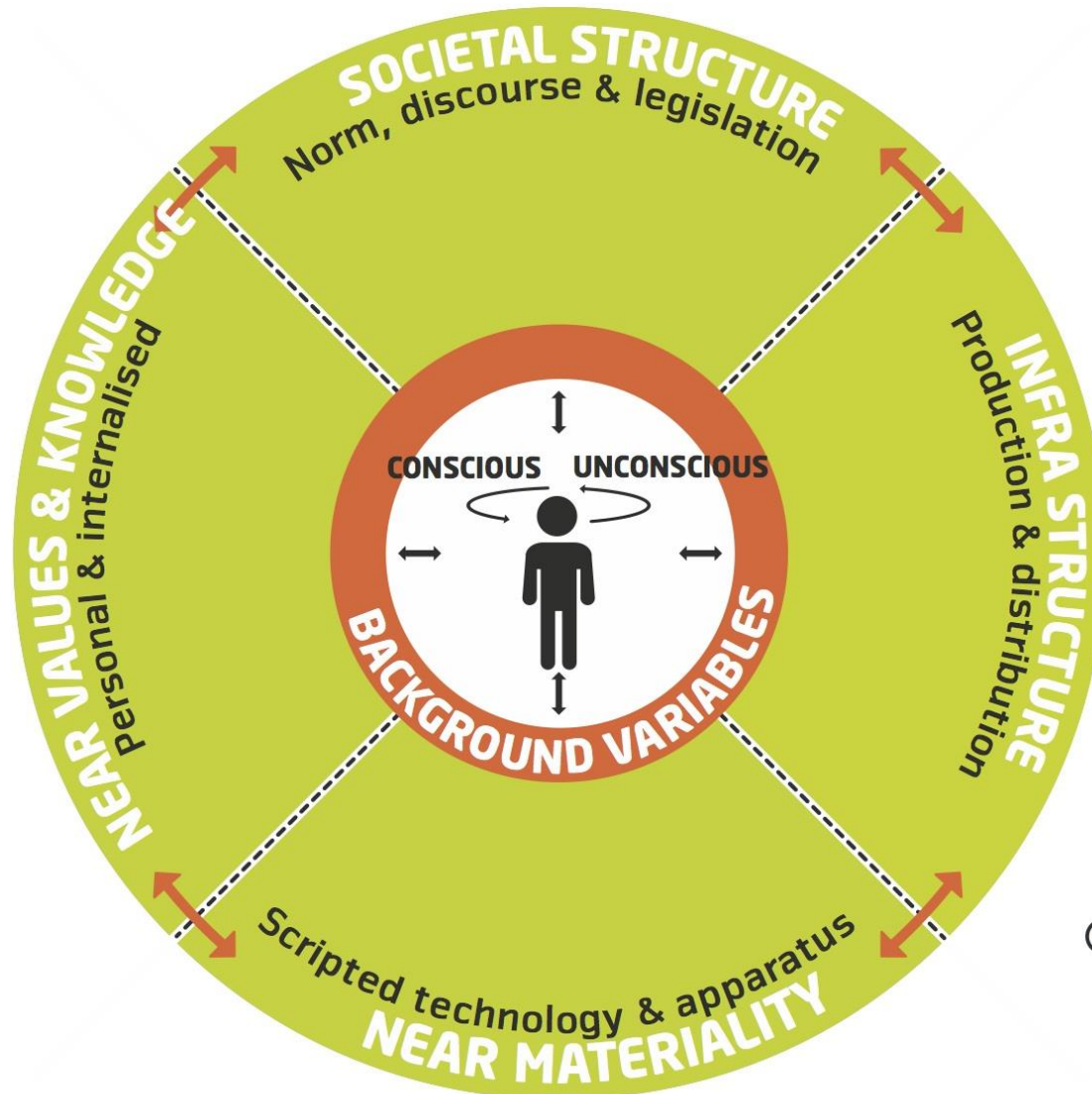
Hvad får folk til at ændre adfærd?



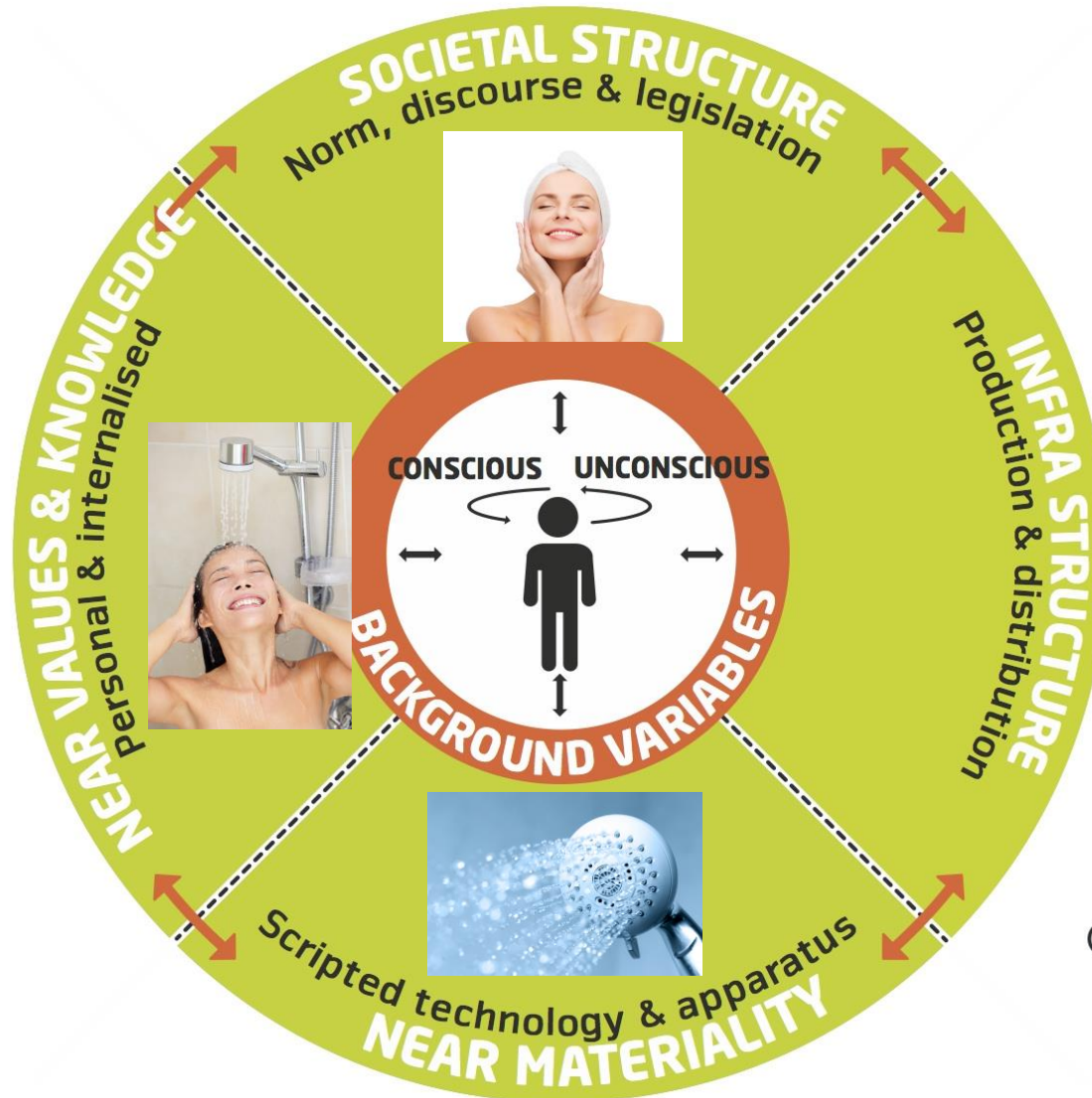
Familedynamik

- Feed back i hjemmet skal kommunikere til en gruppe af mennesker.
- Mest interesseret i feed back teknologi => mænd og børn.
- Størst forbrug af vand => kvinder og teenagere.

Faktorer, der påvirker adfærd



Badet som praksis



Design guidelines til feed back

- Informationen skal være letforståelig
- Relater information til praksis
- Mulighed for sammenligning
- Mulighed for tilpasning

Tak for opmærksomheden 😊

Mia Kruse Rasmussen

Antropolog, Business and Processes

Mia.kruse@alexandra.dk



Fokusområder

- Hvilke fordele for kunden, ser du ved at introducere en digital måler?
- Hvilke barrierer ser du ved at skulle tilbyde en måler der kan kommunikere data direkte til kunden?

Plan for 1. brainstorm

- **1. runde:** List fordele for kunden (20 min).
- **2.runde:** List barrierer/udfordringer (15 min).
- **3. runde:** Prioriter og udvælg tre-fem vigtigste fordele og barrierer (15 min).

1. runde - 10.25 - 10.45

Fokus på fordele for kunderne. List så mange som muligt!!

- Hvad er det for tekniske muligheder kunden får?
- Hvilken værdi skaber det for kunden?

2. Runde – 10.45 – 11.00

- List barrierer i forhold til at kommunikere data direkte til kunderne.
- Hvad er udfordringerne?
- Fokus på både tekniske- og ikke-tekniske udfordringer.

3. Runde - 11.00 - 11.15

- Kategoriser, prioriter og udvælg de tre – fem vigtigste.
- Hvad handler fordele og barrierer om?
- Hvilke ses som de største/vigtigste?