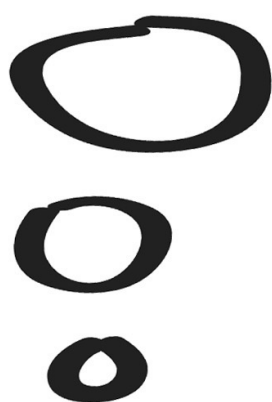


T!NG

Idékatalog for
personaliseringsfunktioner



Indledning

Dette inspirationskatalog udspringer af projekt X, der er igangsat af København og Aarhus Kommunes Biblioteker. Projekt X er en del af ding.TING, der har til formål er at udvikle nye funktionaliteter på bibliotekernes hjemmesider.

På en workshop afholdt i Aarhus i 18. maj 2011 idégenererede 23 personer om personaliserede funktioner til på bibliotekernes hjemmesider. Idéerne blev efterfølgende lagt på ting.dk, så alle i communityet kunne bidrage med meninger og ideer. Andreas Johannsen fra Klean har derefter uddybet og beriget idéerne med eksempler.

Det er med øje for følgende målsætninger vi har arbejdet videre med idéerne:

- give mere relevant tilbud til brugerne
- lade brugere berige eksisterende data
- lade biblioteket blive en del af brugernes netværk (social graph)

Det er projektets håb at idéerne kan danne grundlag for konkrete personaliseringstiltag.

Tak til Andreas Johannsen fra Klean samt til workshopdeltagerne og ding.TING communityet for idéerne.

Indhold

Personaliseringsidé 1: Min Reol	2
Personaliseringsidé 2: Anbefalinger fra biblioteket	4
Personaliseringsidé 3: Samspil med Facebook	6
Personaliseringsidé 4: Brugere skaber relationer mellem poster i Brønden	8
Personaliseringsidé 5: Brugernes ratings og likes udløser en gevinst	10
Personaliseringsidé 6: Interessegrupper/diskussionsgrupper	12
Personaliseringsidé 7: Intelligent søgning	14
Personaliseringsidé 8: Personaliseret Min Side	15
Personaliseringsidé 9: Mine værker	17
Personaliseringsidé 10: Mit eget bibliotek	19
Personaliseringsidé 11: Anbefalinger baseret på geolokation	21
Personaliseringsidé 12: Familieprofil	23

Klean

Vestergade 3B
8000 Århus C

Frederiksborggade 22
1360 København K

Telefon 70 202 797
www.klean.dk

Personaliseringsidé 1: Min Reol

Navn til service

Min Reol (var: Min virtuelle bogreol)

Målsætning

Personalisering skal give mulighed for at give mere målrettede, mere relevante tilbud og anbefalinger til brugerne.

Beskrivelse/Funktion

Brugerhandlinger

A. Brugeren får mulighed for at gemme tidligere lån (Lånehistorik).

B. Brugeren har mulighed for at tilføje titler, vedkommende i andre sammenhænge har læst/lyttet til/set, downloaded til denne liste. Titlerne skal kunne tilføjes på den nemmest tænkelige måde for at sikre, at det sker. Det kan fx være ved udpegning på lister, i søgeresultater, ved værkvisning etc, eller ved import af lister fra andre tjenester (last.fm eller lignende) eller strukturerede datafiler (fx Excel, CSV eller Access eller lignende).

C. Brugeren får mulighed for at lave lister over "måske interessante", dvs. titler, jeg på et tidspunkt/måske gerne vil låne. (Huskeliste) Funktionen bør hænge sammen med eller være en udvidelse/forbedring af kurvfunktionen.

D. Brugeren kan redigere og sortere i litteraturlisten, dele den op efter forskellige kriterier eller i flere forskellige lister, samt give listerne overskrifter. Endvidere kan brugeren fjerne titler fra listen eller slette listen/listerne.

E. Brugeren kan rate titlerne, skrive noter m.m.

Deling

Brugeren kan vælge dele listerne med andre brugere.

Visning

Når brugeren er logget ind, kan systemet på baggrund af brugerens personlige bogreol markere titler i en søgeresultatoversigt som "allerede læst/lånt"; man kan endvidere forestille sig, at det kan danne grundlag for en sortering/filtrering af et søgeresultat: "vis mig dem jeg ikke allerede har lånt/læst/lyttet".

Formål med idéen

Ud over at brugerne allerede efterspørger at kunne gemme tidligere lån, kan brugernes egne virtuelle reoler danne grundlag for en række andre personlige services, biblioteket kan tilbyde brugerne, f.eks. anbefalinger. Det kan også danne grundlag for sociale services, hvor brugere kan trække sin bogreol over på Facebook eller dele den med andre brugere.

Værdi for brugeren

Mulighed for at have sin egen reol på biblioteket. At kunne huske hvad man tidligere har lånt/læst lyttet til. På denne baggrund dele med andre, sortere/filtrere søgninger. Man kan også skabe værdi for andre ved at publicere lister, som kan give inspiration.

Information fra brugeren

Tilsagn om at gemme tidligere lån. Brugeren skal eksplicit give tilsagn til, at vi kan gemme information om tidligere lån. Desuden skal brugeren også eksplicit spørges, når der deles information med andre.

Tekniske overvejelser

Funktionen bør hænge sammen med kurv-funktionen samt VoxB-servicen.

Det bør overvejes, om der skal tilbydes en kobling til eksterne systemer for eksport hertil. En mulighed kan være LibraryThing, men der bør være flere for ikke at begrænse anvendeligheden til kun at dække bøger.

Inspiration

The screenshot shows an Amazon Listmania page. At the top, the Amazon.com header is visible with a personalized greeting: "Hello, Andreas Johansson. We have recommendations for you. (Not Andreas?)". Navigation links include "Andreas's Amazon.com", "Today's Deals", "Gifts & Wish Lists", and "Gift Cards". A search bar contains the text "Listmania!". On the right, there are links for "FREE 2-Day Shipping: See details", "Your Digital Items", "Your Account", and "Help". Below the header, the page title is "My Marathon goodies list." by S. Doga "sdl" (Austin, TX United States). A quote from the list author says: "This is the stuff I acquired in my first attempt at running a marathon." The list contains three items:

- 1. The Original Shoe Pouch for Nike + iPod, Assorted Colors** by Grantwood Technology. The author says: "You need this shoe pouch for the Nike+Ipod kit if you don't have Nike shoes." It has a price of \$2.99 - \$6.99, 341 customer reviews, and 1 customer discussion. Buttons for "See all buying options" and "Add to Wish List" are present.
- 2. Apple Nike + iPod Sport Kit for iPod nano 1G, 2G (Old Version)** by Apple. The author says: "Great accessory for your ipod nano. Keeps track of your workouts, calories, distance and pace. Can also be uploaded to nikeplus.com and shared with other runners." It has a price of \$29.00, used & new from \$27.59, 80 customer reviews, and 3 customer discussions. Buttons for "Add to Cart" and "Add to Wish List" are present.
- 3. Apple iPod nano 4 GB Blue (2nd Generation) OLD MODEL** by Apple. The author says: "My Ipod Nano second generation." It has a price of \$47.99, used & new from \$47.99, 1,437 customer reviews, and 71 customer discussions. Buttons for "See all buying options" and "Add to Wish List" are present.

On the right side, there is an "About this Listmania!" section with the author's name "S. Doga 'sdl' (Austin, TX United States)" and a "Last updated: 11/13/07" date. Below this is a "More Listmania!" section with links to other lists: "Belly Fat Cure Ingredients: A list of 40 items by Jennifer Cormier" and "expiata.com: A list of 16 items by gabvqbomu".

Amazon's Listmania — http://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=cm_lm_create_help?ie=UTF8&nodeId=14279651 — lader brugeren lave lister, som kan publiceres til andre brugere.

Personaliseringsidé 2: anbefalinger fra biblioteket

Navn til service

Anbefalinger fra biblioteket (Alternativt: "Bibliotekets anbefalinger")

Målsætning

Personalisering-funktionen skal give mulighed for mere målrettede, mere relevante tilbud og anbefalinger til brugerne. På den måde vil brugerene opleve en større værdi ved biblioteket.

Beskrivelse/Funktion

A. Automatiske (systemgenererede) anbefalinger af arrangementer og materialer på baggrund af brugerens aktuelle og tidligere lån, downloads, læste/lyttede bøger, musik m.v., browseradfærd, ratings, likes/shares.

B. Det skal være muligt for brugeren at smide en anbefaling væk via en "foreslå mig ikke denne igen"- eller "dislike-funktion. Dermed kan systemet blive bedre til at forelå relevant indhold over tid. (samme metode som et spam-filter, der lærer mere og mere)

C. Funktion der gør brugeren opmærksom på, når der kommer et nyt værk, som brugeren kunne være interesseret i ud fra det, som systemet ved om brugeren (Min bogagent).

Formål med idéen

Give brugeren inspiration til lån og lytning. Gøre brugeren opmærksom på relevante arrangementer og events.

Værdi for brugeren

Inspiration og relevans. "Det vidste du ikke du havde brug for"; "Hvis du kan lide denne kan du måske også lide xx". Princippet kendes også fra Amazon, hvor man som bruger ofte foreslås andre, relevante produkter — med det resultat, at man altid får købt mere, end man havde planlagt.

Information fra brugeren

Opsamling af adfærd på websitet. Opsamling af oplysninger i brugerens profil om aktuelle og tidligere lån og downloads, læste/lyttede bøger, musik m.v.

Tekniske overvejelser

Det afgørende for funktionens succes er, at algoritmen bag anbefalingerne kommer til at opleves som relevant for brugerne.

Brugeren bør kunne indstille, hvordan anbefalinger skal ankomme. Det kan fx være pr. mail eller på bibliotekssitet, når der logges ind. Anbefalinger kan også optræde i kontekst af anden omtale af værker.

Inspiration

amazon.com Hello, Andreas Johansen. We have [recommendations](#) for you. (Not Andreas?) **FREE 2-Day Shipping: See details**

Andreas's Amazon.com | [Today's Deals](#) | [Gifts & Wish Lists](#) | [Gift Cards](#) Your Digital Items | Your Account | Help

[Shop All Departments](#) Search All Departments [Cart](#) [Your Lists](#)

[Your Amazon.com](#) | [Your Browsing History](#) | [Recommended For You](#) | [Amazon Betterizer](#) | [Improve Your Recommendations](#) | [Your Profile](#) | [Learn More](#)

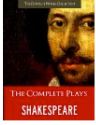
[Andreas's Amazon.com](#) > **Recommended for You**
(If you're not Andreas Johansen, [click here](#).)

Just For Today
[Browse Recommended](#)

Recommendations
[All Electronics](#)
[Appstore for Android](#)
[Baby](#)
[Beauty](#)
[Books](#)
[Books on Kindle](#)
[Camera & Photo](#)
[Clothing & Accessories](#)
[Computers & Accessories](#)
[Grocery & Gourmet Food](#)
[Health & Personal Care](#)
[Home Improvement](#)
[Industrial & Scientific](#)
[Jewelry](#)
[Kitchen & Dining](#)
[MP3 Downloads](#)
[Magazine Subscriptions](#)

These recommendations are based on [items you own](#) and more.

view: [All](#) | [New Releases](#) | [Coming Soon](#) [More results](#)

- 

THE COMPLETE PLAYS OF SHAKESPEARE (Special Kindle Illustrated and Commented Edition) All of William Shakespeare's Unabridged Plays AND Yale Critical Analysis ... (The Complete Works of Shakespeare)
by William Shakespeare (February 17, 2011)
Average Customer Review: ★★★★★ (4)
Auto-delivered wirelessly
Kindle Price: \$5.74

☐ I own it ☐ Not interested Rate this item

Recommended because you purchased [Walden and Civil Disobedience](#) (Fix this)
- 

Amazon Kindle 2 (2nd Generation) USB Car Charger, USB Wall / Travel Charger, ...
by Case (March 3, 2009)
Average Customer Review: ★★★★★ (204)
In Stock
Price: \$6.21
[9 new](#) from \$3.23

Offered by [iShoppingdeals](#)
[Add to Cart](#) [Add to Wish List](#)

☐ I own it ☐ Not interested Rate this item

Recommended because you added [Kindle Wireless Reading Device, Free 3G, 6" Display, Whit...](#) to your Wish List (Fix this)

Når man som bruger/kunde logger på Amazon — <http://www.amazon.com/> — får man anbefalinger af produkter på baggrund af, hvad man tidligere har købt. Amazon forklarer, hvorfor anbefalingen dukker op, og man kan markere, at man allerede ejer produktet eller, at man ikke er interesseret. Begge dele forfiner anbefalinger fremover.

Personaliseringsidé 3: Samspil med Facebook

Navn til service

Samspil med Facebook

Målsætning

Personalisering og personaliserede tilbud skal forsøge at gøre biblioteket og bibliotekets tilbud til en del af brugerens social graph. Det betyder, at biblioteket skal have en ambition om at fylde i brugernes Facebook-stream.

Beskrivelse/Funktion

A. Brugeren kan logge ind med sin Facebook-profil til ding. Brugers biblioteksprofil i ding dannes/opdateres så på baggrund af data fra Facebook, så interesser m.m. herfra trækkes over i biblioteksbrugerprofilen à la <http://mashable.com/2010/07/27/amazon-facebook-recommendations/>

B. Brugeren kan vise sine lån og læste (virtuelle bogreoler) på Facebook (forudsætter at det er muligt at have oversigter over tidligere lån, dvs. lånehistorik, i sin biblioteksprofil, samt mulighed for at tilføje bøger, man har lyttet/læst, musik m.v.)

C. Brugeren kan like og share på materialer i Brønden à la <http://blog.bibliotek.dk/archive/2011/05/17/del-bibliotek.dk-med-andre> og brugeren kan like og share bibliotekswebsites øvrige indhold så som blogindlæg, nyheder, arrangementer m.v.

Formål med idéen

Det brugeren har vist på Facebook, det får man vist på bibliotekets side. Biblioteket bliver en del af brugerens sociale profil.

Værdi for brugeren

Der skabes en relation mellem biblioteksmaterialer og biblioteksproduceret indhold med det, man kan lide på Facebook.

Information fra brugeren

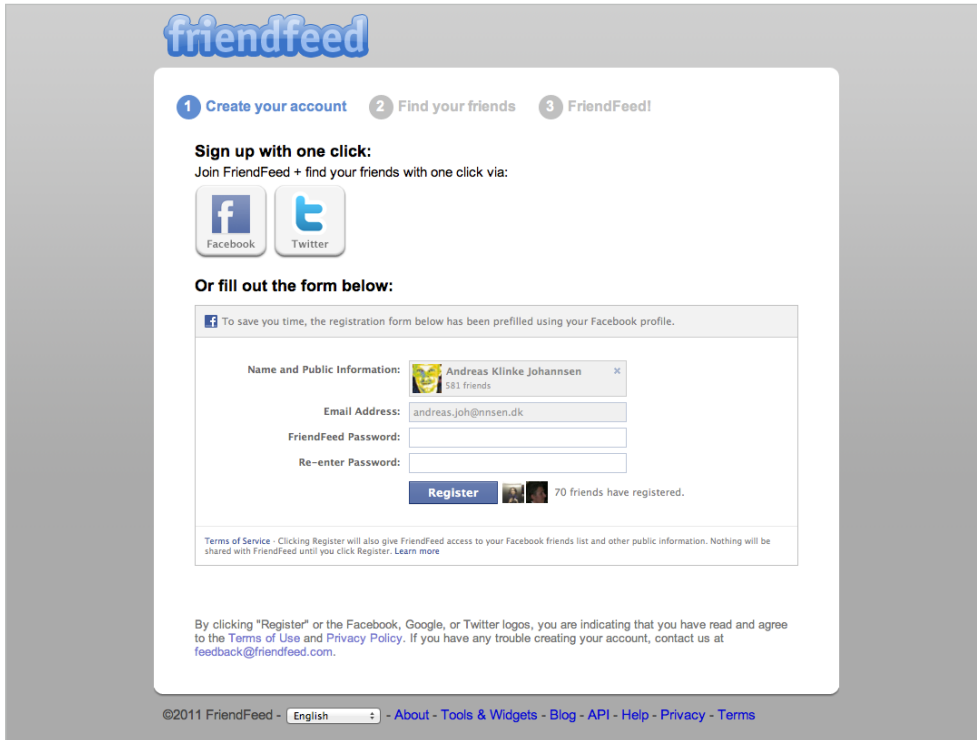
Brugeren skal acceptere at forbinde sin konto på bibliotekets site med sin Facebook-profil.

Tekniske overvejelser

Der skal en del undersøgelse til i forbindelse med at anvende Facebook Connect. I og med det drejer sig om personfølsomme oplysninger tillader Datatilsynet højst sandsynligt ikke, at denne service anvendes til at authenticere med. Det kunne dog deles op, så DING-profil og DING-låner profil er separate. Ergo kan man logge ind i DING med Facebook Connect, men man er nødt til at "logge ind" igen - hvis man vil interagere med basen (gennem ALMA/OpenRuth) (hvilket muligvis ikke er hensigtsmæssigt).

Der er også den mulighed, at brugeren ikke autentificer sig via Facebooks API, men blot forbinder sin Facebook-konto én gang med sin lånerprofil, så biblioteket får de nødvendige tillader hos FB (efter indlogging), og derefter forsætter med at logge ind som normalt.

Inspiration



friendfeed

1 Create your account 2 Find your friends 3 FriendFeed!

Sign up with one click:
Join FriendFeed + find your friends with one click via:

Facebook Twitter

Or fill out the form below:

 To save you time, the registration form below has been prefilled using your Facebook profile.

Name and Public Information:  Andreas Klinke Johannsen  581 friends

Email Address: andreas.joh@nnsen.dk

FriendFeed Password:

Re-enter Password:

Register  70 friends have registered.

Terms of Service · Clicking Register will also give FriendFeed access to your Facebook friends list and other public information. Nothing will be shared with FriendFeed until you click Register. [Learn more](#)

By clicking "Register" or the Facebook, Google, or Twitter logos, you are indicating that you have read and agree to the [Terms of Use](#) and [Privacy Policy](#). If you have any trouble creating your account, contact us at feedback@friendfeed.com.

©2011 FriendFeed - English - [About](#) - [Tools & Widgets](#) - [Blog](#) - [API](#) - [Help](#) - [Privacy](#) - [Terms](#)

Med FriendFeed — <http://friendfeed.com/> — kan bruger oprette en konto gennem deres Facebook-konto. Det er hurtigt, og man slipper for at udfylde den information, som FriendFeed selv kan hente hos Facebook.

Personaliseringsidé 4: Brugerne skaber relationer mellem poster i Brønden

Navn til service

Brugerne skaber relationer mellem poster i Brønden: crowdsourcing (noget, der ligner..).

Målsætning

Personalisering skal være med til at få brugerne til at bidrage med berigende informationer og data, som kan inddrages i bibliotekets tilbud og materialer.

Beskrivelse/Funktion

Via en speciel related-tag-funktion kan brugerne skabe relationer mellem posterne i Brønden, og dermed litteraturlister/tematiske lister. F.eks. "noget der ligner ..", "bøger for drengerøve", "sjove bøger m.v.

Formål med idéen

Brugerne bidrager med deres viden til den matrix, der allerede findes i form af relationer i Brønden; Koble den "menneskelige intelligens" sammen med den maskinelle.

Værdi for brugeren

For de brugere, som bidrager med berigning, kan der ligge en værdi i at være med til at skabe værdi for andre. Vi kan eventuelt tilføje et status-system, hvor brugere kan præmieres med rang eller points, alt efter hvor meget, de bidrager. For de brugere som konsumerer, ligger der en værdi i at finde nyt materialet, som er relateret til det, man oprindeligt fandt.

Det er vigtigt for at få dette til at ske, at der er en tilstrækkelig høj værdi for brugeren. Ellers kommer det ikke til at ske. I det videre arbejde skal der fokuseres meget på motivationsfaktorer for berigende brugere.

Information fra brugeren

Brugeren skal via tagging skabe relationer/lister.

Tekniske overvejelser

Snitflader til h.h.v. VøxB-servicen og Open Search Admin skal afklares.

Når OpenSearchAdmin bliver nævnt, antages det at meningen er at disse relationer skal i brønden. Er brønden klar til dette?

Inspiration

The screenshot shows a Flickr page for a photo of Roslyn Layton at a whiteboard. The whiteboard has 'Google', 'AddWords', 'Amazon', 'Facebook', and 'Apple' written on it. The Flickr interface includes a top navigation bar, a search bar, and a right sidebar with metadata and interactive options. Several elements in the sidebar are highlighted with red boxes:

- Metadata:** A box containing the text 'This photo was taken on August 1, 2011 using a Nikon D700.' and a map with the button 'Add this photo to your map!' and '33 views'.
- People:** A box titled 'People in this photo' with a link to 'add a person' and the text 'Adding people will share who is in this photo'.
- Tags:** A box titled 'Tags' with the tag 'RoslynLayton', an 'ADD' button, and a link to 'Choose from your tags'.

Below the photo, there is a caption 'Roslyn Layton at the whiteboard', a description field, and a comments section with the username 'Klean'.

Flickr — <http://flickr.com/> — giver mulighed for, at brugere kan berige materiale med geografisk placering, tags og angivelse af personer på billeder. Som ejer af en konto kan man selv bestemme, i hvor høj grad man vil lade andre brugere berige ens eget indhold.

Personaliseringsidé 5: Brugernes ratings og likes udløser en gevinst

Navn til service

Brugernes ratings og likes udløser en gevinst ("Gameification")

Målsætning

Berigende data Personalisering skal være med til at få brugerne til at bidrage med berigende informationer og data som kan inddrages i bibliotekets tilbud og materialer. Pointe: "Det må godt være sjovt."

Beskrivelse/Funktion

Hvordan får vi brugerne tilbage til sitet/hvordan får vi dem til at bidrage? Bragging rights er et begreb der benyttes indenfor computerspilforskning – bl.a. i forbindelse med online computerspil.

Basalt set går det ud på, at folk gerne vil kunne prale overfor hinanden og vise hvor seje de er. Hvis folk får forskellige belønninger baseret på deres handlinger, så vil de være mere villige til at udføre disse handlinger, hvis andre personer får indblik i dette.

Folk kan eksempelvis få achievements/belønninger. Det kan eks. være målt i forhold til:

- Antal lånte romaner
- Antal lånt faglitteratur.
- Antal anmeldelser, som brugeren har skrevet
- Antal kommentarer, som brugeren har skrevet
- Antal arrangementer, som brugeren har deltaget i
- Osv.

Kan også sammenkøres med læsekredse/lyttekredse. De kan åbenlyst "dyste" med hinanden (antal læste romaner, hørt musik, antal skrevne anmeldelser etc. som deres medlemmer har lavet).

Der bør være en decideret oversigt over de romaner, som de har læst + link videre til basen.

A. Når en bruger liker, rater, anbefaler materialer på bibliotekets website, samler brugeren point sammen. Når der er anbefalet et vist antal, får brugeren et badge eller et sign på sin profil. Brugeren kan yderligere samle og få point/credit alt efter hvor mange badges, man har. Hermed kan brugeren til sidst opnå "ekspert" eller "lead user" prædikat, når man anbefaler, rater m.m.

B. Kan følges op med at invitere lead-users til gathering på biblioteket: "kom og mød bibliotekets lead-usere" til en snak om xx-emne; Eller lead-usere kan få lov at præge indkøb af nye materialer til biblioteket eller lead-usere inviteres til gæste-blogging på bibliotekets website.

Eksempel: En bruger liker fantasy-bøger meget ofte; derfor får vedkommende et "fantasy-nerd" badge/sign på sin profil. Næste gang samme bruger liker et materiale, vises dette lille badge sammen med brugeren navn, så andre brugere kan se, at det er en "fantasy-nerd" der har anbefalet.

C. Payoffs: Forlænge lånetid

Mulighed for at få forlænge lånetiden på pt. lånte materialer ved at rate eller anmelde dem - fx via brugerens lånestatusside. Fx 3 dage ekstra lånetid for at rate en bog, eller en uge ekstra for at skrive en anmeldelse.

Alternativt kan man få permanente fordele ved at rate eller anmelde. Således at man får ekstra dage til sin lånetid, for at skrive anmeldelser som andre brugere finder nyttige.

Formål med idéen

Give brugeren credit for at være aktiv på websitet, og derved anspore til yderligere aktivitet. Synliggøre brugeraktivitet.

Værdi for brugeren

Få credit for at være aktiv. Give merværdi til de bruger-generede anbefalinger. Introducerer et element af leg i interaktionen med biblioteket

Information fra brugeren

Opsamling af adfærd på websitet.

Tekniske overvejelser

Det er vigtigt, at belønningssystemet designes sådan, at brugerne ikke oplever det for fjollet, og det er vigtigt, at vi i designet også indtænker forsøg på misbrug.

Inspiration

The screenshot shows the Eksperten.DK website. At the top, there is a navigation bar with links like 'Avanceret søgning', 'Få hjælp til Eksperten.dk', 'FAQ', 'E-blog', 'Spørgsmål & Svar', 'Nyheder', 'Guides', 'Toplister', 'Job', and 'Kurser'. The main content area features a user profile for 'Jens Peter Jørgensen' (Olleogarthur) with 245 points and a membership duration of 15 hours and 42 minutes. Below the profile, there are sections for 'Info' (creation and last activity dates), 'Olleogarthur's aktiviteter' (active questions, answered questions, guides), and 'Kontaktoplysninger' (contact details). On the right side, there is a 'Log ind' section with fields for email and password, and a 'Seneste indlæg af Olleogarthur' section showing a recent post about 'Security Shield Pro 2011 virus'. At the bottom right, there is a promotional banner for an event on September 28th.

Eksperten — <http://eksperten.dk/> — er bygget op omkring et system med tildeling af points for bidrag til at besvare andre brugeres spørgsmål.

Personaliseringsidé 6: Interessegrupper/ diskussionsgrupper

Navn til service

Interessegrupper/diskussionsgrupper (Eller bare: "Grupper")

Målsætning

Biblioteket skal skabe ramme om, at brugere mødes om fælles interesser.

Beskrivelse/Funktion

Der kan tænkes flere forskellige typer af grupper:

A. Læseklubber: Skabe læseklubber baseret på fælles valg/interesser.

B. Fællesskaber/Netværk brugerne imellem: fx læse-, filmklubber/netværk.

Mulighed for at indgå i fællesskaber – eksempelvis baseret på interesser man har defineret i sin profil, baseret på tidligere lån, interesser man har tilkendegivet på andre sites (eks. Facebook).

C. Find brugere med samme læsevaner: På baggrund af listen med tidligere lån — eller andre præferencer — kan systemet foreslå andre brugere (incl bibliotekarere) med lignende profiler, så der kan opstå interessefællesskaber.

Grupper kan enten oprettes manuelt af brugerne eller ansatte, og brugere kan melde sig ind. I grupperne kan bibliotekarere og brugerne bidrage med tips, forslag, holdninger, spørgsmål og så videre. Bibliotekaren kan eventuelt ses som "moderator" i gruppen, men det er ikke tanken, at bibliotekarere skal melde brugere ind i grupper. Brugere bør selv opsøge disse som et aktivt tilvalg.

Formål med idéen

Formålet er at (gen-)skabe de fællesskaber, som det fysiske bibliotek har været rammen om, bare på nettet. Biblioteket kan dermed gøre sig mere relevant som socialt mødested. For nærmest alle store, sociale tjenester er grupper en central del af funktionaliteten. Facebook har grupper (og pages), og der er gruppefunktionalitet i Flickr, Yahoo, Google...

Værdi for brugeren

Brugeren har værdi i at møde ligesindede med samme interesser. Den konkrete værdi afhænger helt af interessen og motivet for brugeren. Det kan være det sociale behov for at møde ligesindede og føle samvær om en fælles interesse, behovet for at møde andre som arbejder for samme sag (idealisme), behovet for at kunne arbejde sammen med andre og så videre.

Information fra brugeren

Brugerens selvoplyste præferencer, interesser, søgninger, lån.

Tekniske overvejelser

Det skal overvejes, hvordan medlemmerne skal kunne kommunikere med hinanden. Forum, beskeder, chat?

Inspiration

The screenshot shows a LinkedIn profile for 'Andreas Johannsen' with 'Account Type: Basic'. The navigation bar includes links for Home, Profile, Contacts, Groups, Jobs, Inbox (71), Companies, News, and More. A search bar is present with a 'People' dropdown and an 'Advanced' search option.

A banner at the top reads: **Hjælp kunder til at finde dig ved annoncering på Google. Vi giver dig 400 kr.**

The main content area is divided into several sections:

- Update Section:** A box for 'Share an update' with an 'Attach a link' button and a 'Share' button.
- LinkedIn Today:** A section titled 'See all Top Headlines for You' featuring three articles: 'Songza Mobile Apps Socializes the Digital Mix Tape', 'How Sharing Will Transform Online Advertising', and 'Walmart Acquires Mobile And Social Ad Targeting Startup'.
- People You May Know:** A sidebar section with a red border, listing three potential connections: Alexander Kjerulf (Chief Happiness Officer), Johannes Findorf (Frontend Developer), and Bettina Sherain (Managing Director).
- All Updates:** A section showing recent activity, including a connection update for 'Tine Rugaard Møller' and a birthday update for 'Morten Oure'.
- Be Inspired:** A section with tabs for 'YouTube' and 'Twitter', featuring a 'Videography' article about film makers using Sony.

LinkedIn — <http://linkedin.com/> foreslår brugere, der kan være relevante for mig på baggrund af mine egne informationer og relationer.

Personaliseringsidé 7: Intelligent søgning

Navn til service:

Intelligent søgning (eller "Smart søgning" — intelligent kan være lidt misvisende)

Målsætning:

Mere relevante søgeresultater for brugere, som anvender søgefunktionen.

Beskrivelse/Funktion

A. Systemet kan på baggrund af brugerens adfærd (søgning, browsing, ratings/likes, lån, læste) placere låneren i nogle kategorier. Ud fra dette påvirkes rankingen af poster i søgeresultatet. Alternativt kan man forestille sig at der dannes en form for 'logisk base', altså en del-mængde af poster i Brønden, så brugeren kun søger blandt materialer/kilder, der er relevante for vedkommende.

Eksempel: En bruger søger på, låner eller reserverer altid eller næsten altid fysisk materiale, og interesserer sig aldrig for det digitale biblioteksudbud (netmusik, e-bøger m.v.). Det lærer systemet og kan derfor foreslå fysisk materiale som det første når brugeren søger. Eller omvendt: en bruger viser gennem sin adfærd (søgning, browsing) meget stor interesse for de digitale tilbud, hvilket systemet kan lære om brugeren og dermed foreslå først.

Der skal så altid være en knap, så brugeren til enhver tid kan udvide ding søgning.

B. Ranking påvirkes af dine venners adfærd. À la Google +1 – funktion. Du har givet adgang til dine oplysninger om dit netværks adfærd på forskellige tjenester f.eks. Facebook. Så kan ding-søgefunktionen læse at af én af dine venner har søgt på, liked eller lånt et materiale. Dette vises i søgeresultat-oversigten.

Funktionen kan sammenlignes med de algoritmer, som Google (også) bruger til at gøre søgeresultater mere relevante for den enkelte bruger (både vedr A og B).

Formål med idéen

Når Brønden vokser og kommer til at indeholde millioner af poster fra forskellige kilder, skal systemet støtte brugeren i udvælgelsen af kilder og dermed give kortere vej til relevante materialer.

Værdi for brugeren

Lettere udvælgelse af relevante materialer. Større følelse hos brugeren af, at bibliotekets site kan levere relevant materiale.

Information fra brugeren

Opsamling af adfærd på websitet.

Tekniske overvejelser

Det er ikke nødvendigvis helt simpelt at konstruere en algoritme, som kan bruges til ranking af søgeresultater, men den kan bygges gradvis og fx først bare anvende de mest basale informationer om brugerens adfærd.

Inspiration

Google-søgnings resultatside — <http://google.com/> — er begyndt at tilpasse sig, hvad brugerens netværk foretager sig samt hvordan brugeren tidligere har søgt.

Personaliseringsidé 8: Personaliseret Min Side

Navn til service

Personaliseret Min Side

Målsætning

Tilbyde mere relevant indhold på Min Side

Beskrivelse/Funktion

På "Min side" kan brugeren kan vælge feeds fra flere forskellige eksterne kilder på baggrund af brugerens profil (fx hvis man f.eks. interesserer sig for musik, hentes feeds ind fra BibZoom). Feeds vises for brugeren på Min Side.

A. Sociale netværk integreres (fx Librarything, last.fm), og vises på en simpel måde – evt. hændelsesbaseret visning efter brugerlogin. Der vises indhold fra brugerens netværk.

B. Automatiseret tilpasning af sitet: Tilpasning baseret på profil (køn, alder). Hele sitet ændrer form, struktur og indhold alt efter, hvem der logger sig ind.

C. En køns- og aldersbestemt tag-cloud. Hvad har andre på med samme køn/alder søgt på/ efter?

D. Mere inspiration: Få vist de nyeste materialer indenfor interesse-områderne i små indholdsbokse/inspirationsbokse i højre side

Det skal nok overvejes, om det feedede indhold ikke skal have en forholdsvis tæt relation til biblioteket og biblioteksemner for at undgå for meget "forurening" af uvedkommende information.

Formål med idéen

At formidle og dermed promovere bibliotekernes nationale formidlings kanaler. Desuden indhold fra lokal biblioteksside.

Det skal overvejes (eventuelt testes) om brugere vil anvende en Min Side. En anden form for implementering kan være via den eksisterende brugerprofilside (eller evt bare den side brugeren får efter logon), som kan udvides med det her beskrevne.

Værdi for brugeren

Det indhold der bliver vist for brugeren har brugeren tilkendegivet interesse for – indholdet er mere vedkommende for brugeren, og det vil give en masse inspiration.

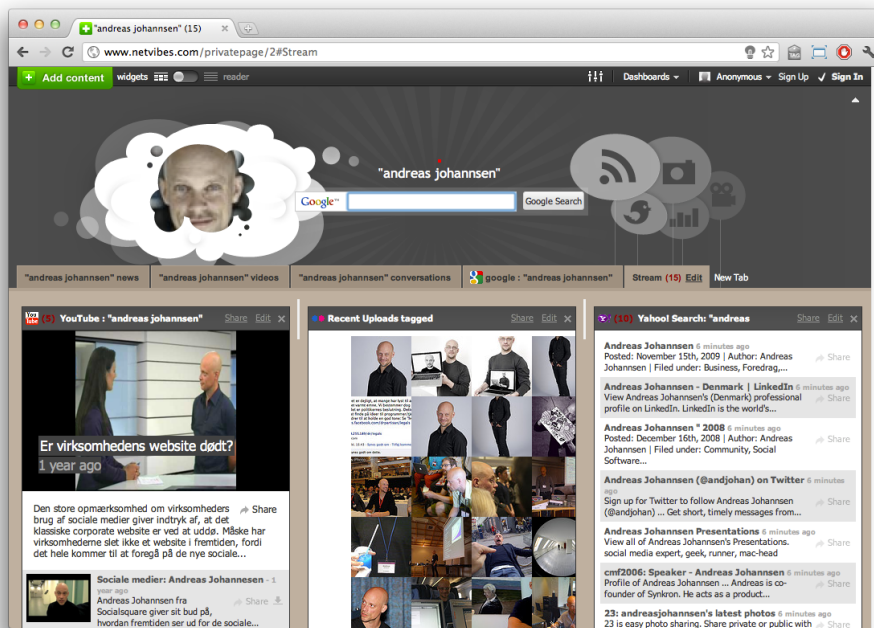
Information fra brugeren

Brugeren 'klikker af' hvilke kategorier vedkommende er interesseret i (fx musik, krimi, arrangementer, film osv.). Ander informationer kan tages fra det, vi i forvejen ved om brugeren (fx køn og alder).

Tekniske overvejelser

Indholdet kan pushes pga. match mellem 'tags' og de kategorier brugeren har valgt.

Inspiration



Netvibes — <http://netvibes.com/> — giver mulighed for at samle feeds baseret på nøgleord, man er interesseret i.

Personaliseringsidé 9: Mine værker

Navn til service

Mine værker (alternativt skal det vendes, så det er modtagerens perspektiv, der bruges i navngivningen, fx "lånernes værker").

Målsætning

Brugeren kan uploade egne værker: digte, noveller, u-publicerede værker. Det kunne også være andre medieformater som video, lyd eller billede.

Beskrivelse/Funktion

Funktionaliteten kan sammenlignes med Demoteket, bortset fra, at vi nok bør gøre det 100 % digitalt (hvorfor indsende en fysisk bog, når den alligevel er skrevet digitalt og lettest distribueres digital. Brugere kan uploade indholdet og selv styre adgangen til det. Brugere kan også selv bestemme licensform (klassisk copyright eller en variant af Creative Commons).

Formål med idéen

Formålet er udnytte den "lange hale". At gøre det muligt for spirende talenter at udgive værker direkte uden at skulle investere en masse i markedsføring eller en vanskelig proces med udgivere.

Værdi for brugeren

Brugerne bliver producenter og ikke kun konsumenter.

Information fra brugeren

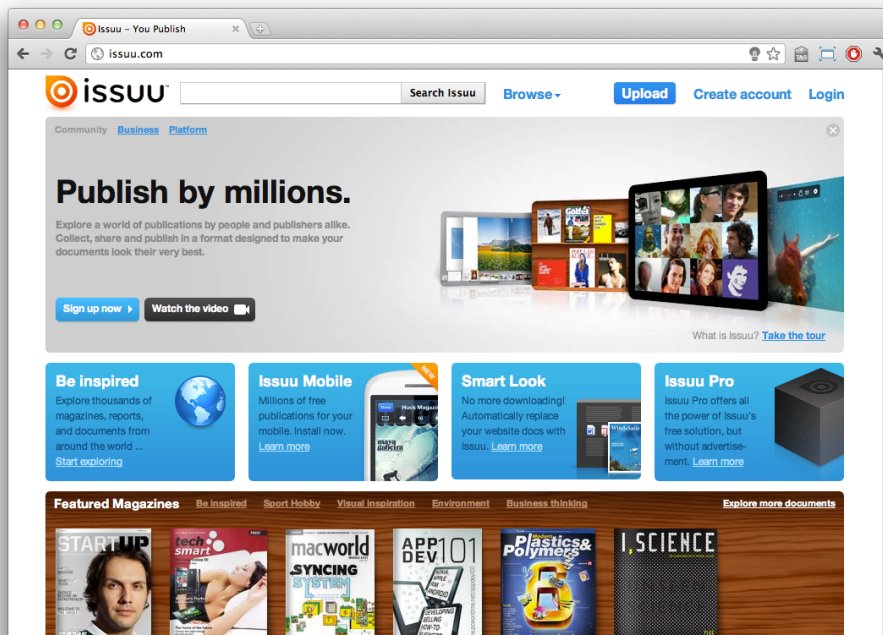
Brugeren skal bidrage med værket og en beslutning om licensering.

Tekniske overvejelser

Det skal overvejes, hvordan det uploadede materiale kan indgå i bibliotekets øvrige materialesamling. Kan det fx findes ved søgning og gøres tilgængeligt på lige fod med alt andet.

Det bør også overvejes, om materiale overhovedet skal uploades til biblioteket. En nemmere løsning er, at systemet interfacer med andre tjenester, hvor brugeren har uploadet materialet, fx Issuu, blurb.com, Slideshare, Flickr, YouTube etc. Dermed skal biblioteket kun formidle og ikke også håndtere lagring.

Inspiration



Issuu — <http://issuu.com/> — er en publiceringsplatform, hvor brugere selv kan udgive værker.

Personaliseringsidé 10: Mit eget bibliotek

Navn til service

Mit eget bibliotek

Målsætning

Forfine systemets evne til at komme med anbefalinger på baggrund af bedre indsigt i brugerens præferencer — samt etablere et netværk for distribueret udlån mellem brugere uden om biblioteket.

Beskrivelse/Funktion

Brugeren kan angive, hvad han/hun selv har af værker derhjemme. Det er også muligt at udpege værker på bibliotekets site og tilføje i stedet for at skrive ind selv. Brugeren kan også markere, om den er villig til at låne værket ud til andre. Selve udlånet foregår uden om biblioteket og er alene en sag mellem de to brugere. Alternativt kan biblioteket fungere som et sted, hvor værker afleveres og hentes.

Formål med idéen

At gøre det lettere for brugere at få fat i en bog, som de kan have interesse i ved at virtuelt at udvide samlingen til også at omfatte private bøger, som brugere er villige til at udlåne.

Værdi for brugeren

Brugeren, som låner en bog fra en anden bruger, oplever at det er lettere at komme til at låne en specifik bog, der kan være vanskelige at komme i nærheden af på biblioteket, fordi der er stor efterspørgsel eller fordi de slet og ret ikke findes i bibliotekernes samlinger. En bruger, som alene angiver egne bøger men ikke vil udlåne, oplever værdi i, at anbefalinger bliver mere præcise.

Information fra brugeren

Bruger angiver bøger, som den pågældende bruger ejer.

Tekniske overvejelser

Det er vigtigt, at det gøres nemt at angive, hvilke bøger der ejes. Er det besværligt, kommer det ikke til at ske.

Personaliseringsidé 11: Anbefalinger baseret på geolokation

Navn til service

Anbefalinger baseret på geolokation (Alternativt: "Bookmaps" eller lignende)

Målsætning

Give et geografisk lag på litteratur.

Beskrivelse/Funktion

Alle værker, som har metadata om geolokation, kan anbefales til brugeren ud fra dennes position, som kan gives til telefon eller computer. Dette kan evt visualiseres som kort med overlay af titler, begivenheder fra værker eller forfatteres biografier.

Formål med idéen

At give en alternativ, inspirerende indgang til værker.

Værdi for brugeren

Brugeren kan opleve anbefalinger af værker med geografisk lokation i nærheden som spændende inspiration. Hvis man fx er på rejse i Danmark, kan det være interessant at få overblik over, hvilke bøger som handler om det specifikke område.

Information fra brugeren

Brugeren skal kunne afgive geolokation

Tekniske overvejelser

Det kan overvejes også at være muligt for brugere uden geolokation at slå et bestemt lokation op og på samme måde for overblik over værker i det område.

En anden udfordring skal også løses: Vi har meget lidt metadata om geolokation på værker.

Inspiration



Spott — <http://itunes.apple.com/us/app/spott/id441935989?mt=8?partnerId=30&siteID=V6hog7mhleM-XpdSBsu5uTHRkGfSQmpLCA> — er en applikation til iPhone, hvor brugeren kan finde steder, som indgår i film og bøger ud fra deres geografiske lokation.

Personaliseringsidé 12: Familieprofil

Navn til service

Familieprofil

Målsætning

At løse det evige problem, at familier ofte handler som en enhed — eller på vegne af hinanden. Ofte låner fx en forældre værker på vegne af børnene. Desuden har familien også interesser som en enhed, fx i forbindelse med ferievalg.

Beskrivelse/Funktion

Hvad kendetegner en familie? Kunne det være interessant at give familien som helhed tilbud. En feriepakke med materialer til hele familien, eller et arrangement der henvender sig til alle i familien.

Der skal etableres en familie-bruger, og denne kan modtager anbefalinger og forslag til materiale. Man kan herigennem også se lånerstatus for de enkelte medlemmer i familien, hvis de har oprettet egen profil.

Formål med idéen

At tilbyde værker og information, som kan være relevant for familien som enhed.

Værdi for brugeren

At kunne agere på vegne af de andre familiemedlemmer, fx forny lån for børnene. At modtage tilbud for hele familien.

Information fra brugeren

Angivelse af relationer til andre brugere, som udgør familien.

Tekniske overvejelser

Det afgørende er, hvordan man i praksis konstruerer "familie-brugeren", og hvordan denne relaterer sig til individuelle brugere.

Hvis familiebrugeren består af forskellige individuelle brugere, skal det afklares, om det er juridisk i orden, at man får adgang til hinandens data.