

Nyhedsbrev nr. 1, november 2008

Velkommen til DESINOVA projektets første nyhedsbrev. Du kan i dette nummer læse om:

- Status for DESINOVA
- Brugerworkshop hos Spejdersport
- Eksperten om strategisk innovation og design
- Cases fra DESINOVA ; CSC Danmark og PFA

Status for DESINOVA

Siden DESINOVA blev skudt i gang i december 2007 har der været gennemført en lang række aktiviteter inden for:

- Kompetenceudvikling i brugerdreven innovation, service design, antropologi mm.
- Ni innovationsforløb, der forventes færdige i marts måned 2009.
- Koncept- og metodeudvikling

Fællesaktiviteter efteråret 2008

- 8/10: Kursus i antropologi, Sct. Petri kl. 9-16
- 31/10: Seminar om strategi- og business-case, Børsen kl. 9-16
- 25/11: Tværgående DESINOVA-workshop, Stenstruplund, Fyn, kl. 10-21

Om DESINOVA

DESINOVA har til formål at udvikle innovation i service- og handelsvirksomheder ved brug af metoder fra brugerdreven innovation og service-design. Desuden skal DESINOVA udvikle kompetencer for brugerdreven innovation i såvel handels- og servicevirksomheder som designvirksomheder. Der deltager mere end 25 virksomheder og organisationer i DESINOVA, under ledelse af Dansk Erhverv v. Forskningspolitisk chef Jannik Schack Linnemann. Du kan læse mere på www.desinova.dk. DESINOVA er medfinansieret af Erhvervs- og Byggestyrelsen under programmet for brugerdreven innovation.

Brugerne udfordrer Spejdersport

Administrerende direktør John Lange og hans team fra Spejdersport måtte stå model til rå og usødet kritik, da de mødtes med en gruppe brugere til den afsluttende workshop i deres DESINOVA-projekt, sat i scene af Eye-D GRAMSTRUP. John måtte bide sig i læben, da ord som uprofessionel betjening, lagerhal og komisk indretning blev anvendt om en af hans butikker.

"Naturligvis er det barskt at få hårde ord fra folk, der ikke kender til konceptet i sin helhed og de nye tiltag, som vi har på tegnebrættet i den pågældende butik. Men jeg var forberedt på kritikken og briefet om min rolle som især lyttende deltager på workshoppen. Man kan vel sige, vi var elever i brugernes skole", smiler John Lange.



Bruger versus ikke-bruger

For at skabe rum for innovation havde Eye-D GRAMSTRUP valgt at invitere fem *ikke-brugere* af Spejdersports produkter til at deltage i dybdeinterviews, videooptaget butiksshopping samt en brugerworkshop. Ved at invitere åbenlyse kritikere med til idégenereringsbordet, var der lagt i ovnen til aha-oplevelser.

Video satte brugeroplevelsen på spidsen

Alle deltagere fik syn for sagen, da de klip efter klip kunne følge brugernes gang rundt i en af Spejdersports butikker. Hver bruger havde haft til opgave at købe en vare i butikken med sigte på at

kunne synliggøre butikkens styrker og behov i en konkret købsituation. Efter hvert klip forklarede brugerne til resten af deltagerne årsagen til deres adfærd i butikken. I kraft af den fælles visuelle indgangsvinkel til butiksoplevelsen, kunne brugere huske bevæggrundene for deres valg og de resterende deltagere kunne spørge ind til, for dem, ulogiske sammenhænge. Forud for videooptagelserne havde GEMBA Innovation foretaget dybdeinterviews med alle brugerne for at få indsigt i deres generelle holdninger til friluftsliv, Spejdersport og udvalgte produktkategorier. På den måde kunne man sidestille før- og efteropfattelser af Spejdersport.



Hvad nu ...?

Tavlen var fuld, efter at projektleder og grafisk designer, Lene Ryssel, havde listet alle forbedringsmuligheder op ud fra brugernes inputs. Herefter prioriterede brugerne inputs i forhold til, hvor der først burde ske ændringer.

Claus Gramstrup siger *"Man skal ikke lade sig overvælde af de mange inputs. Der bør udarbejdes en effektiv aktionsplan som opprioriterer de mange "lavthængende frugter", men som også holder fast i de mere resourcekrævede og langsigtede indsatsområder. Det er ikke en "overnight-operation".*

Hvordan Spejdersport vil bruge deres nye indsigter, tages op i Spejdersports bestyrelse. *"Et ligger dog sikkert: der vil ske ændringer med spejdersport baggrund af den nye viden om brugerne",* fastslår John.

Eksperten: Strategi og design – har det noget med hinanden at gøre?



Af Anders Drejer, Strategy-Lab, Aarhus Universitet

Strategi handler om at skabe handleberedskab for organisationen, så den kan agere i forhold til forandringer i omgivelserne i stedet for at reagere. Som Jack Welch skal have sagt det – hvis der sker mere udenfor vinduerne på direktionsgangen end indenfor, så har organisationen et problem. Det stiller krav til ledere om at kende organisationens omgivelser og få den til at handle på det rette tidspunkt i forhold til forandringer i omgivelserne.

Her i 2008 er vi begyndt at erkende, at det ikke er nemt. Langt de fleste fine strategiske planer fejler – fordi der sker noget i omgivelserne, som gør planen irrelevant, fx en finanskriser – som gør at planen må revurderes. Eller der sker ingen handling i organisationen og strategien ender med at samle støv på hylden. Der synes at være noget galt med den traditionelle strategiske arbejdsform – strategisk planlægning – som i sin natur er analytisk, lineær, topstyret og forsøger at forudse fremtiden. Denne arbejdsform kan ikke indfange dynamiske omgivelseres pludselige forandringer eller skabe mening og ejerskab hos medarbejderne, så de faktisk føler et ansvar for at gennemføre strategien.

Fokus for at være forandringsparat kalder vi i denne sammenhæng for strategisk innovation. Det er når en organisation magter at ændre spillereglerne i branchen ved at tilbyde nye, unikke kundeværdier i et innovativt forretningskoncept.

Strategisk innovation er langt bredere end produktudvikling – det kan være nye måder at henvende sig til kunderne på, nye måder at organisere værdiskabelsen på, services, oplevelser, branding og meget andet. Blot er det tænkt i en forretningsmæssig sammenhæng, hvor kundegrupper, kundekrav og kompetencer ses i en sammenhæng.

For mig er det her at begrebet design er relevant. Design som arbejdsform rummer, efter mine begreber, både analyserende og synteseskabende elementer. Både det rationelle og analyserende og det kreative og det legende. På en gang. Og det er netop hvad der er behov for indenfor strategi.

Pointen er at i 2008 bør strategisk ledelse være en endog særdeles dynamisk og kontinuerlig læreproces, som naturligvis også bør indeholde alle de analytiske elementer. Og som bør være en læreproces med masser af kreative elementer.

Blandt alle de fagligheder, jeg har mødt i mit liv – og der er efterhånden mange – er designere dem, der synes at have det bedste bud på den nødvendige arbejdsform. Så det er på høje tid at vi får koblet designere og strateger.

Cases fra DESINOVA

CSC Danmark

CSC Danmark udvikler og leverer IT-løsninger til private og offentlige kunder.

CSC Danmark har i samarbejde med designvirksomheden Knud Holscher Design udviklet et nyt koncept for digital byggesagshåndtering for 4 kommuner.

Konceptet er nyt på to måder. Det digitale koncept muliggør, at borgeren via en interaktiv IT-brugergrænseflade selv kan deltage i fremstillingen af sin byggesag. Dernæst er konceptet nyt, fordi den digitale løsning er ikonbaseret. Det gør det muligt for borgeren intuitivt at finde vej i de procedurer, der indadtil i kommunens administration skal overholdes af formelle grunde. Samlet giver det ny koncept borgeren en positiv brugeroplevelse.

Innovationsprojektet er gennemført vha. følgende aktiviteter og arbejdsdeling:

1. Interviews med sagsbehandlere og ledere i kommunerne, v/tekniske direktører, ledere af byggesagsafdelinger, sagsbehandlere, en de-

signer og udvalgte medarbejdere fra CSC Danmark

2. En workshop med fokus på nutid og fremtid vha. af storytelling-metoden, v/tekniske direktører, ledere af byggesagsafdelinger, sagsbehandlere, en designer og udvalgte medarbejdere fra CSC Danmark
3. 5 ugers iteration om udvikling og test af konceptet på workshops samt skitsering af business case, v/ledere af byggesagsafdelinger, sagsbehandlere, borgere, en designer og udvalgte medarbejdere fra CSC Danmark
4. En efterfølgende workshop med præsentation af en prototype på konceptet samt en business case på konceptet (bl.a. med en simpel tegnefilm der illustrerer det forretningsmæssige potentiale i konceptet), v/tekniske direktører, ledere af byggesagsafdelinger, sagsbehandlere og udvalgte medarbejdere fra CSC Danmark

Designvirksomheden Knud Holscher Designs rolle har især været at fastholde fokus på at være ambassadør for brugerne samt at arbejde med visualisering af brugergrænsefladen på en måde, så den blev ikonbaseret og intuitiv let at anvende.

Co-creation workshops har været anvendt, hvor der er sket afdækning af interessenters, brugeres (borgeres) og sagsbehandlers behov samt udviklet og testet idéer til prototyper og til koncept. Ejerskab hos topledelsen (de tekniske direktører) til projektet er sikret gennem deres deltagelse.

For yderligere informationer om projektet kontakt: Head of Nordic Innovation Inge Speiermann, CSC Danmark (tlf. 2923 5004/e-mail: ispeiermann@csc.com) eller arkitekt Jette Banke, Knud Holscher Design (tlf. 2830 3700/e-mail: banke@knudholscher.dk).

PFA

PFA sælger og administrerer pensionsporteføljer for virksomheders kunder.

PFA har i samarbejde med designvirksomhederne live|work, MOVE Integrated Design og People &

Product lagt grundstenen til at forbedre kundeoplevelsen fra første til sidste touchpoint i forbindelse med gennemførelsen af et stort IT- og servicedesignprojekt.

Samarbejdet har sat sig varige spor i PFA. For det første er der udviklet en mere visuel og intuitiv måde at indarbejde kundeoplevelser på i udviklingsprojekter. For det andet har det betydet større fælles forståelse af projektets udfordringer på tværs af de i PFA internt involverede medarbejdere. For det tredje har PFA for første gang organiseret udviklingsarbejdet, så brugerarkitekter fra den tidligere projektstart er en integreret del af projektgruppen.

Det har betydet, at de "bløde" dimensioner af kundeoplevelsen fået mere plads i forhold til IT-tekniske dimensioner af kundeoplevelsen, som hidtil har præget de fleste udviklingsprojekter.

Innovationsprojektet er udført vha. følgende aktiviteter og arbejdsdeling:

1. Definere, hvordan projektet bedst understøttede den definerede strategi for PFA, v/programledelse, projektleder
2. Udvalgte medarbejdere med direkte kunde-kontakt og eksterne specialister i kundeoplevelse til at varetage rollen som brugerarkitekt på delprojekterne i programmet, v/programledelse og projektleder
3. Gennemføre tre brugerworkshops om brugerens faktiske serviceoplevelse: i) Beslutningstager fra kundevirksomheder, People & Product og MOVE Integrated Design, ii): Nyansatte medarbejdere i kundevirksomheder og iii): PFA-medarbejdere med ansvar kunde-touchpoints, brugerarkitekter (som observatør), live|work, projektleder
4. Dokumentere de processer, der var omfattet af programmet, med forbedret kundeoplevelse som et centralt element, v/brugerarkitekter og procesarkitekter

5. Service blueprinting: Udvikling af idé til nye services og tilhørende touchpoints, v/MOVE og live|work
6. Test af idé til nye services og tilhørende touchpoints, v/nyansatte medarbejdere i kundevirksomheder, brugerarkitekter (observatør), procesarkitekter (observatør), designere (observatører), People & Product, projektleder
7. Udvikling af prototype på service og tilhørende touchpoint (på papirform), v/MOVE, interaktionsdesignere tilknyttet projektet og brugerarkitekter



Herfra overtager et iterativt designforløb, hvor prototyper bliver udviklet og testet, udviklet og testet, indtil de prioriterede services er klar til kodning.

Co-creation workshops med brugere er anvendt som metode, hvor brugerne aktivt medvirkede til at kortlægge deres faktiske serviceoplevelse og identificere indsatsområder til forbedring af den samlede serviceoplevelse.

For yderligere informationer kontakt: Ansvarlig for kundeoplevelse, Lene Byskov, PFA (leb@pfa.dk), partner Bo Borbye Pedersen, MOVE Integrated Design (bo@integrateddesign.dk) eller designer Sofie Widding Hartwig, People & Product (sofie@peopleandproduct.com).

Mere information om DESINOVA

Se www.desinova.dk eller kontakt projektleder: Jannik Schack Linnemann, Dansk Erhverv (jsl@danskerhverv.com) eller redaktørerne:

Tomas Vedsmann, GEMBA Innovation, tv@gemba.dk og Mads H. Odgaard, ODGAARD Consult, madsodgaard@mail.dk

Deltagere i DESINOVA

- Dansk Erhverv, www.danskerhverv.com
- Dansk Designere, www.danishdesigners.com
- Strategy-Lab, www.strategy-lab.dk
- GEMBA Innovation, www.gemba.dk
- Odgaard Consult, www.odgaard.biz
- CSC Denmark, www.csc.com/dk
- PFA, www.pfa.dk
- DSB, www.dsb.dk
- Spejdersport, www.spejdersport.dk
- BabySam, www.babysam.dk
- Merlin, www.merlin.dk
- Bahne, www.bahne.dk
- Danske Privathospitaler, www.daph.dk
- Cabinn, www.cabinn.dk
- MOVE, www.integrateddesign.dk
- DesignNord, www.designnord.dk
- DesignConcern, www.designconcern.dk
- DesignIt, www.designit.dk
- Eye-D Gramstrup, www.gramstrup.dk
- Factor-3, www.factor3.dk
- Grønlund Design, www.groenlund-design.dk
- Knud Holscher Design, www.knudholscher.dk
- Kontrapunkt, www.kontrapunkt.dk
- LiveWork, www.livework.co.uk
- People & Product, www.peopleandproduct.dk
- Storm Design, www.storm-design.dk
- Triagonal, www.triagonal.dk
- Wauhaus, www.wauhaus.dk

Sponsor



DESINOVA er medfinansieret af Erhvervs- og Byggestyrelsen (www.ebst.dk) under programmet for brugerdreven innovation, se www.brugerdreveninnovation.dk.