



Forretningsdesign: Keiserens nye klær, hype eller smart?

Ingunn Aursnes og Marianne Tuen Smedås
NOKIOS 24.10.2022

Agenda

- *Kort introduksjon til Forretningsdesign*
- *Minikurs i Designrevet Strategiutvikling og eksperimentering av forretningsmodeller*
- *Erfaringer fra Stortinget*





MARIANNE

Tuen Smedås

*Leder
Forretningsdesign, Bouvet*



INGUNN

Aursnes

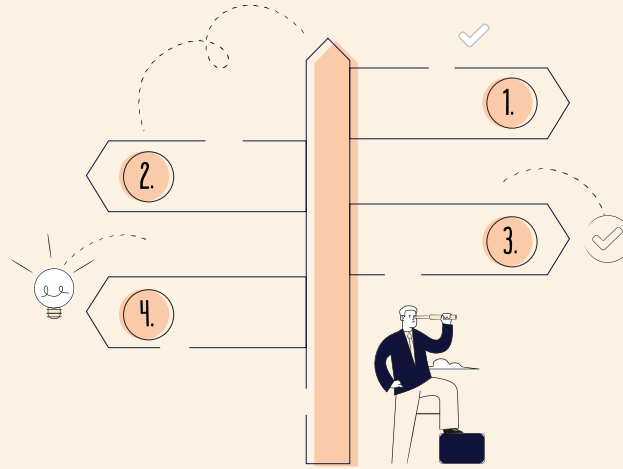
*Strategisk rådgiver
Forretningsdesign, Bouvet*

**Dette er
BOUVET**

*Vi er et norsk
konsulentselskap, med
15 kontorer i Norge og
Sverige med over 1800
ansatte. Vi er også notert
på Oslo børs.*

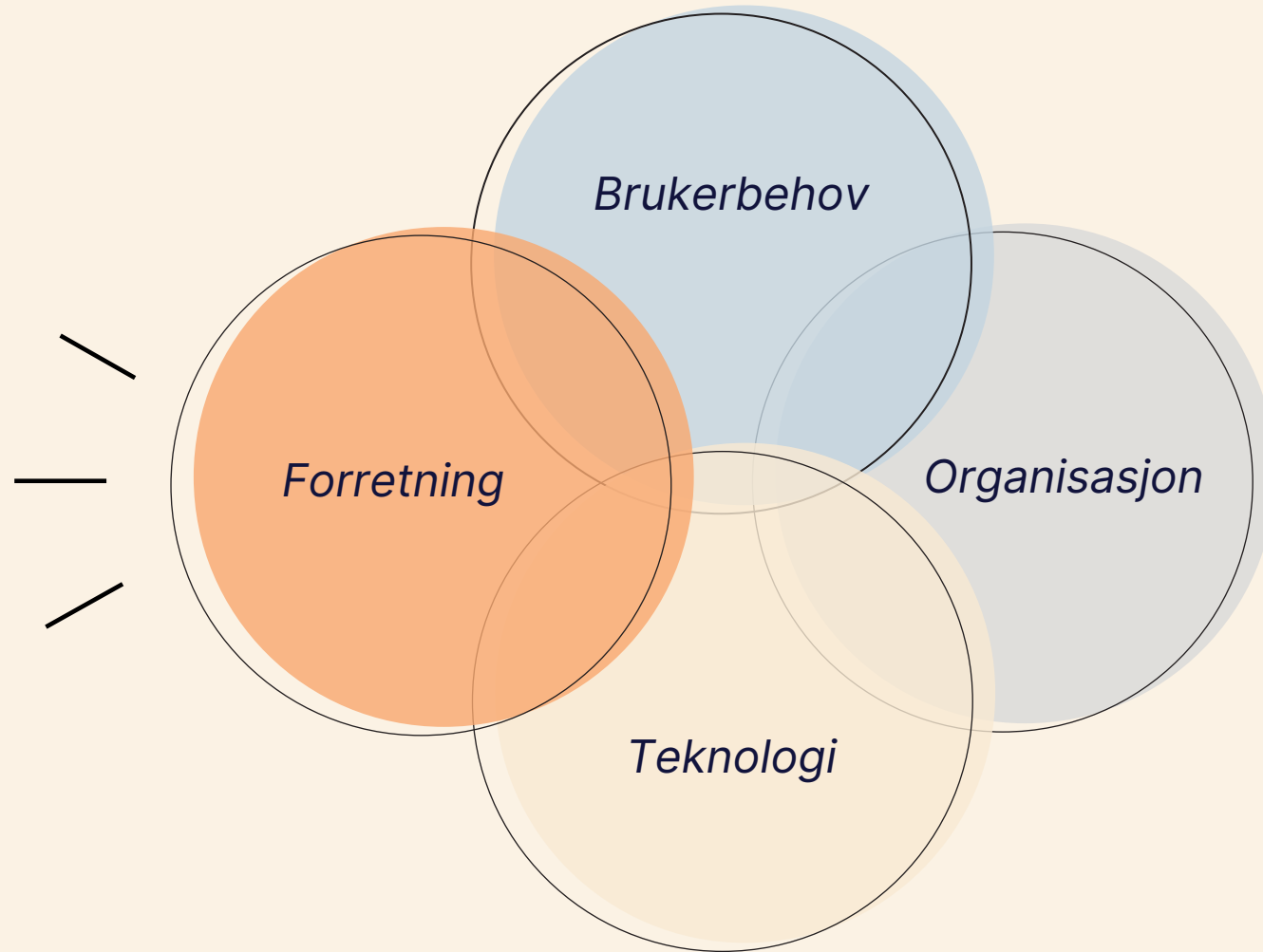
*Vi bistår
virksomheter med
å utvikle effektive og
brukerorienterte
løsninger*

*Vi leverer
tjenester innen
**teknologi, rådgivning,
design og
kommunikasjon.***



Dagens samfunn er i kontinuerlig endring.

Det påvirker hvordan vi jobber, hvilke ferdigheter vi må opparbeide, krav til systemer og dataflyt, og ikke minst hvordan vi kan jobbe bedre sammen for å løse komplekse utfordringer på en smartere og riktigere måte.

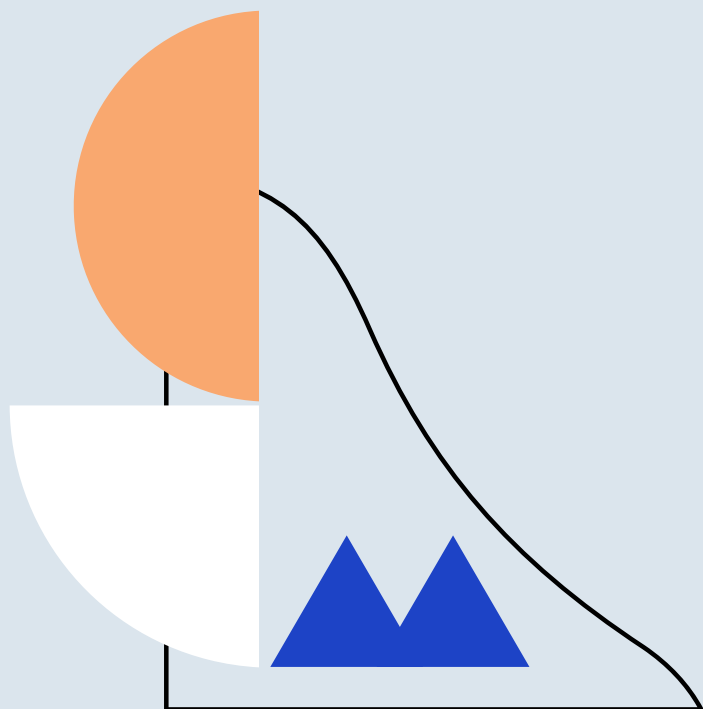


Magien i spennet mellom kundebehov, forretning, organisasjon og teknologi.

”

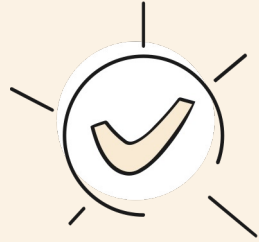
*Ved å kombinere det beste fra metoder innen **design, strategi** og **forretningsutvikling** fungerer **forretningsdesign** som en katalysator for at virksomheter skal kunne takle nåværende og fremtidige utfordringer.*

– Bouvet Forretningsdesign



DESIGNDREVENET STRATEGIUTVIKLING

Strategi



«A set of choices that you can make today, in the face of uncertainty, in order to increase the likelihood that you will win now, and into the future.»

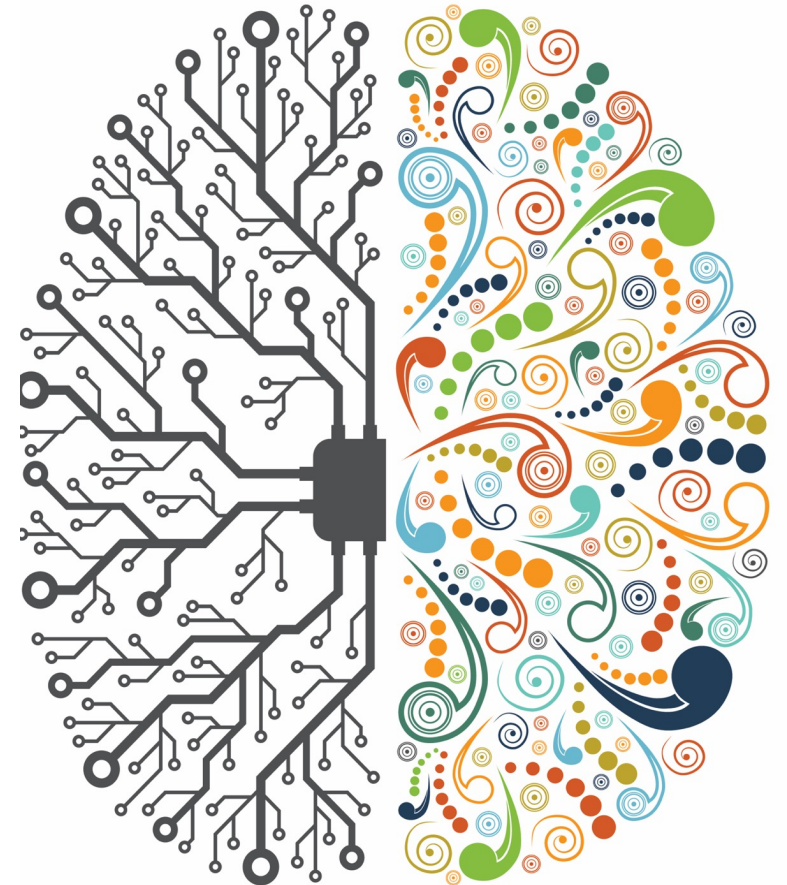
*Roger Martin, writer, strategy advisor and
named #1 management thinker in the world (2017)*

....er noe av dette kjent?

- *Strategier blir kopiert fra tidligere år*
- *Strategiarbeidet blir en «skrivebordsøvelse» som i liten grad er knyttet opp mot virkeligheten*
- *Blir styrt fra toppen. Ledelsen setter strategien, og resten av organisasjonen må utføre den*
- *Strategiarbeidet handler mest om å minimere risiko - ikke å skape vekst og innovasjon*
- *Ord og formuleringer blir viktigere en handling og retning.*
 - *Feks: Skal vi være «ledende» eller «fremoverlente»?*
- *«Et fancy dokument i en skuff»*

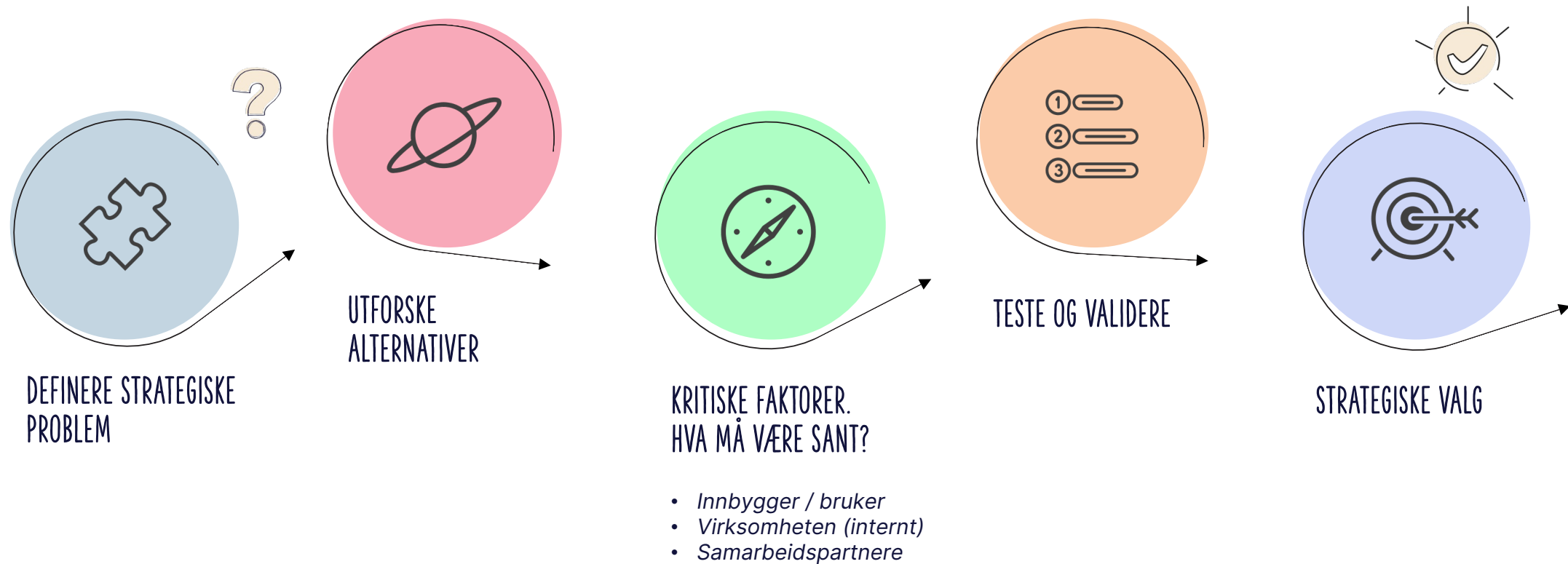
Designrevet strategiutvikling

- *Bruker- og forretningsfokusert*
- *Kreativ og analytisk*
- *Prototyping og testing for å lære og minimere risiko ved viktige strategiske valg*
- *Bygger både på dagens kapabiliteter og nye muligheter*
- *Basert på anerkjent metoder og verktøy*



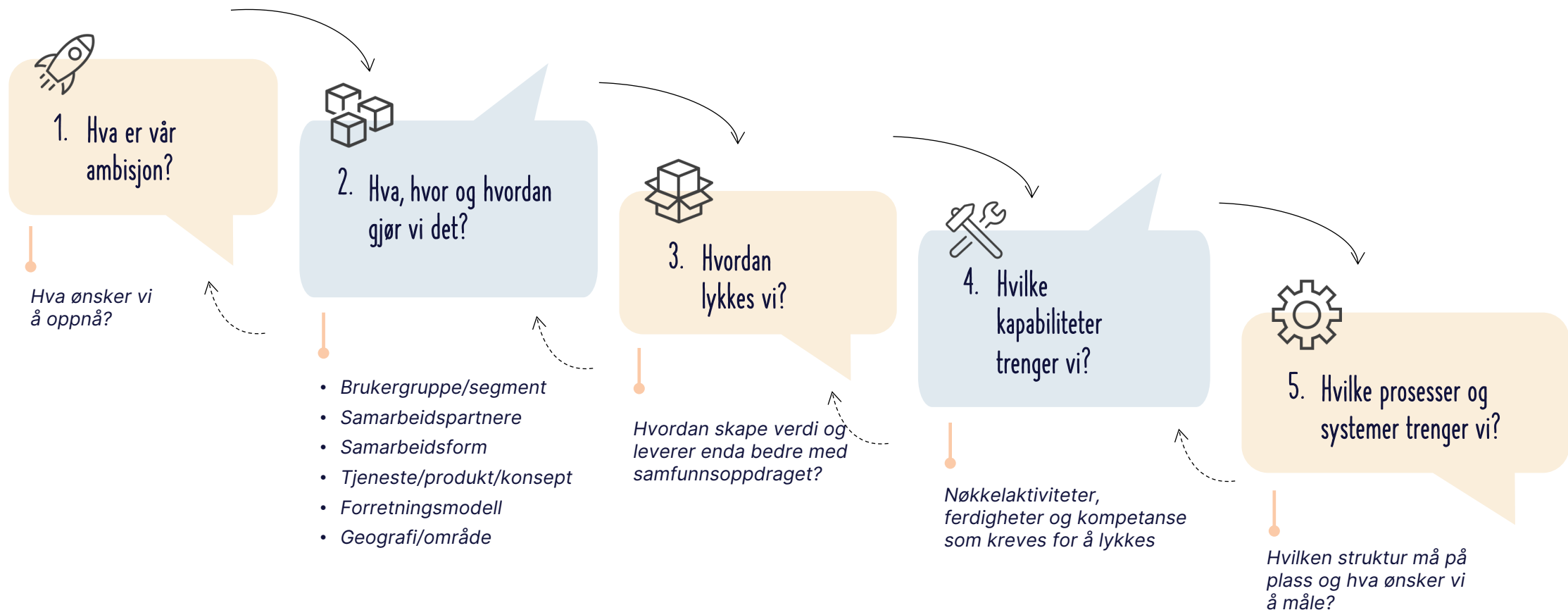
Designrevet strategiutvikling

En prosess som kombinerer det kreative og analytiske



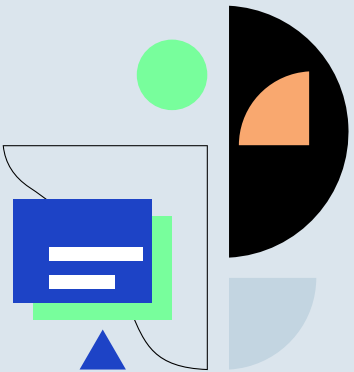
Fem spørsmål

For å konkretisere og tydeliggjøre strategien



EN SMAKEBIT.....

- på under to timer 😊



FJORDGLØTT KOMMUNE

.... i dag er dere alle
Fjordgløtt kommune ♥

Fjordgløtt kommune

25.000 innbyggere

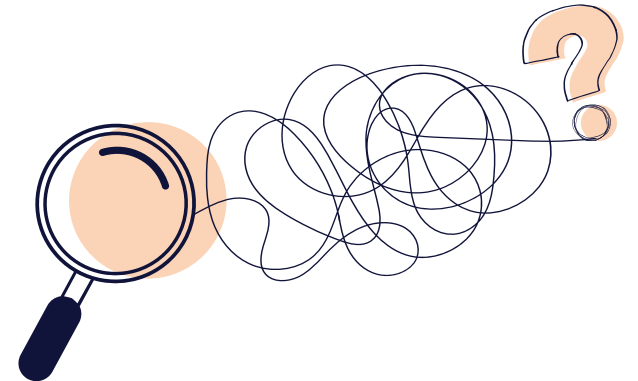


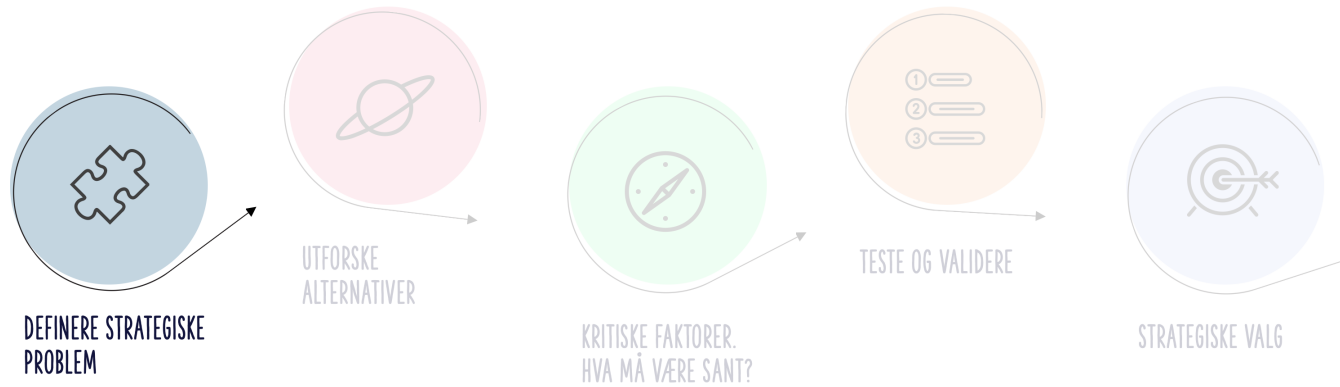
Overordnet ambisjon:

- *Være nytenkende og innovativ*
- *Smartere kommune gjennom tilgjengeliggjøring og deling av data*
- *Være et attraktivt sted å bo og drive næringsvirksomhet*
- *Bidra til bærekraftsmål gjennom å stimulere til grønnere og mer bærekraftige bomiljø*

Har gjennomført en innsiktsfase

- *Det lokale kollektivtilbudet dekker ikke behovene i kommunene*
- *Bruken av privatbiler har hatt en voldsom økning.*
- *Viktig å stimulere til økt næringsvirksomhet i kommunen.*
- *Mange jobber i andre kommuner og bruker bil til og fra jobb*
- *Mye kø i rushtiden*
- *Fritidsaktiviteter er på steder hvor kollektivtilbudet er dårlig*
- *Mange pendler til og fra jobb, henter/leverer barn og handler på veien*
- *Innbyggerne har en aktiv livsstil*
- *Vanskelig å finne parkeringsplasser*





Definere strategisk problem

Tydeliggjør utfordringen som strategien skal adressere.

Definer en strategisk problemstilling som setter rammene for utforskning av muligheter, og som skal besvares gjennom prosessen.



Diskuter utfordringen

Alle i gruppen deler erfaringer og refleksjoner. Vi bygger felles forståelse for problemstillingen og utforsker ulike perspektiv.

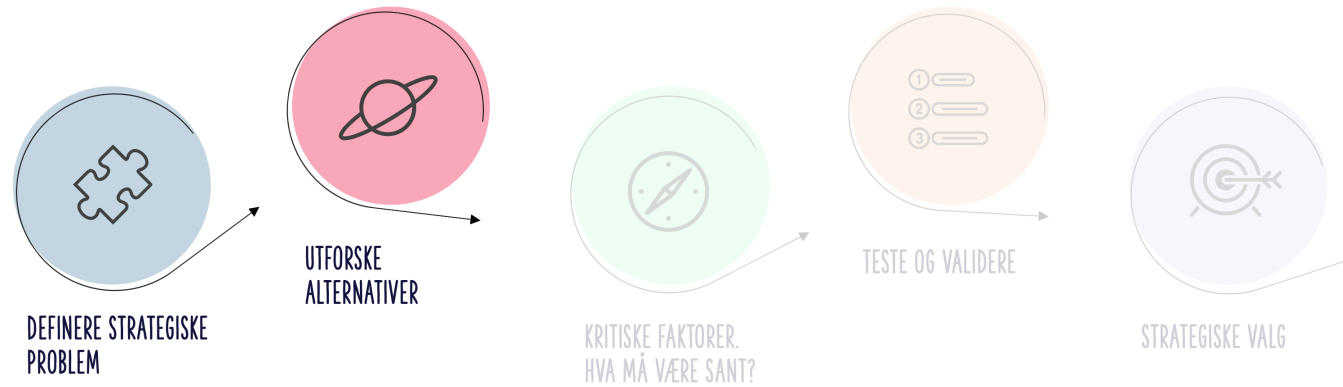
I gruppen:

- Etter tur deler alle rundt bordet sine erfaringer, tanker, utfordringer og refleksjoner knyttet til økt bruk av privatbiler (2 min per person)*
- De andre lytter og noterer*
- Roter til alle har fortalt om sine erfaringer. Jeg passer tiden.*

Strategisk problemstilling

«Hvordan kan vi få ned bruken av privatbiler i kommunen gjennom tilgjengeliggjøring og deling av data?»

- *Smartere kommune og et attraktivt sted å bo og drive næringsvirksomhet*



Utforske alternativer

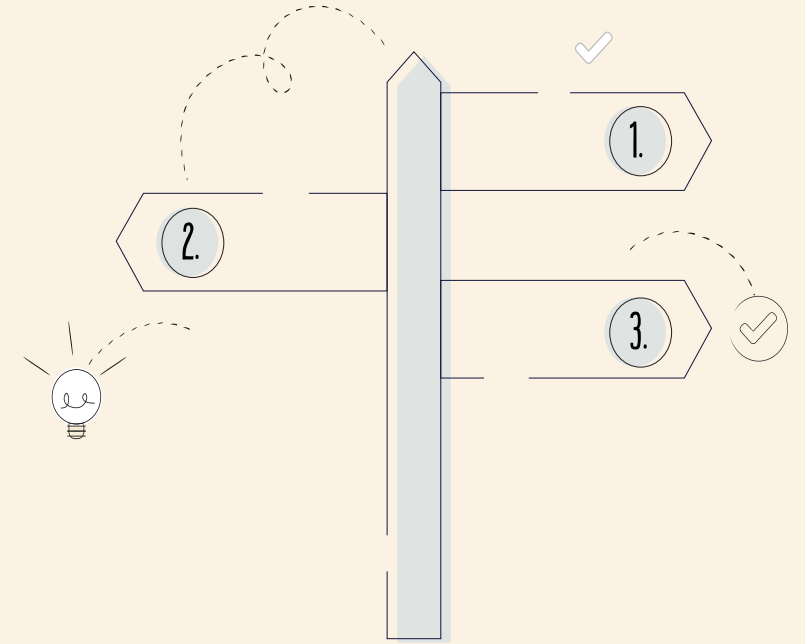
Åpne opp for et større mulighetsrom og identifisere ulike strategiske alternativer.

Bruke kreativitet for å tenke nytt og innovativt. Tørre å utforske og utfordre for å komme lengre enn kun de mest innlysende alternativene.

En strategiprosess skal være engasjerende og inspirerende

Dere har jobbet dere frem til tre strategiske alternativer

- 1. Forbedre dagens tjenester (kollektivtilbud)*
- 2. Mer bevegelse og fysisk mobilitet (folkehelse)*
- 3. Åpne opp for nye samarbeidsformer og partnerskap*

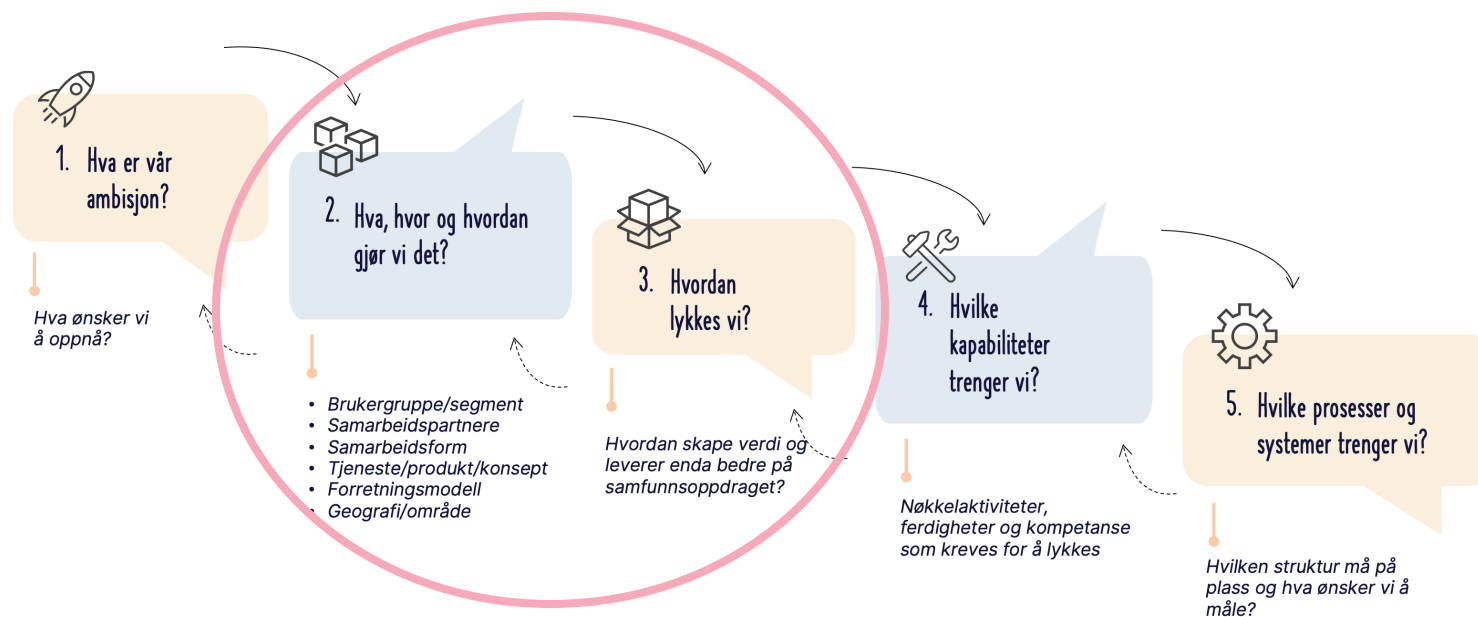




Konkretisering av alternativene

Bruker de strategiske spørsmålene som støtte og inspirasjon

- *Hva, Hvor og Hvordan gjør vi det?*
- *Hvordan lykkes vi?*





Utforske forretningsmodeller

- Eksperimentere med nye muligheter
- Utforske ulike måter å levere og motta verdi
- Aktører og partnere
- Nye samarbeidsformer og forretningsmuligheter
- Tenk økosystem



Alternativ 1

Forbedre dagens tjenester

- ✓ Være nytenkende og innovativ
- ✓ Smartere kommune
- ✓ Bærekraftsmål

- Bedre og utvidet rutetilbud
- Bruke skolebussen til fritidstilbud
- Selvkjørende el-minibusser
- Radikale tanker

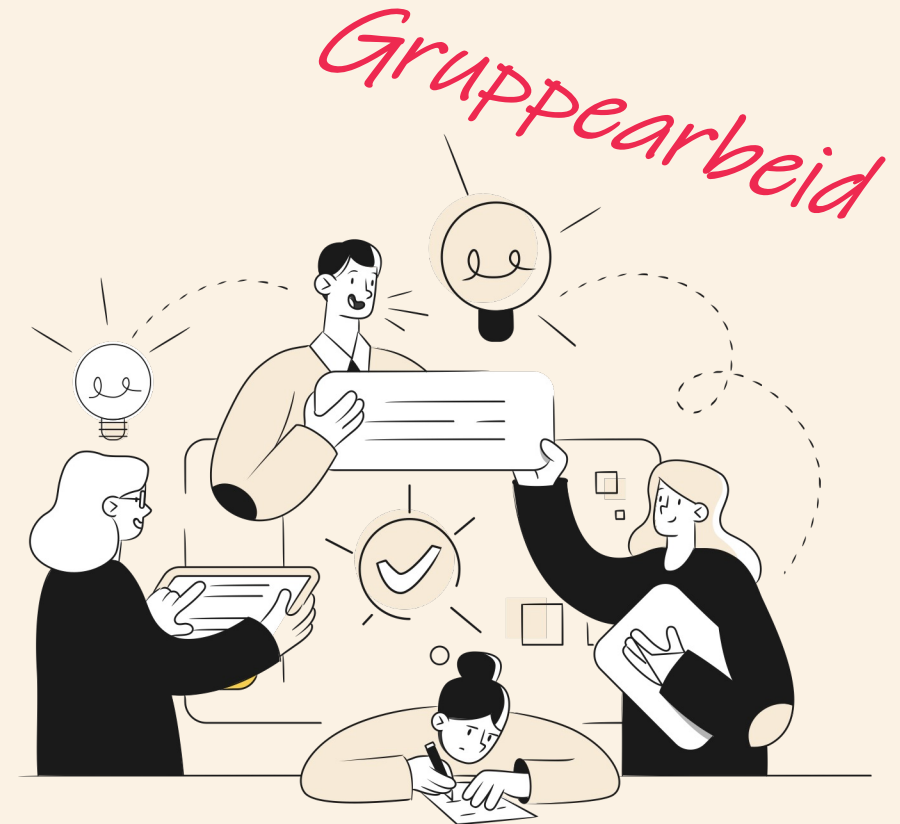


Alternativ 3

Nye samarbeidsformer og partnerskap

- ✓ Være nytenkende og innovativ
- ✓ Smartere kommune
- ✓ Stimulere næringsvirksomhet
- ✓ Bærekraftsmål

- Sammenhengende tjenester
- Stimulere økosystemet i kommunen
- Effektiv deling av data





Strategisk retning nr. 3:

Nye samarbeidspartnere og samarbeidsformer

I gruppen:

- Dere skal nå utforske mulighetene som ligger i alternativ 3
- Tenk nytt og ekspansivt
- Bruk arbeidsarket som inspirasjon
 - Hva, hvor og hvordan gjør vi det?
 - Hvordan lykkes vi?
- Eksperimentere med nye forretningsmodeller

Strategisk problemstilling

HUSK!

«Hvordan kan vi få ned bruken av privatbiler i kommunen gjennom tilgjengeliggjøring og deling av data?»

- Smartere kommune og et attraktivt sted å bo og drive næringsvirksomhet

1 Aktørene i økosystemet

Aktør 1

Aktør 2

Aktør 3

Aktør 4

2 Mulige scenarier



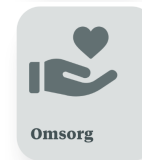
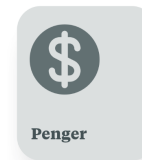
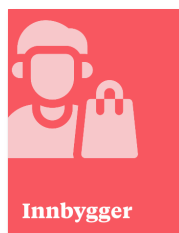
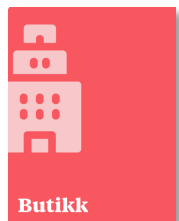
4 Alle gir og får verdi

3 Verdi



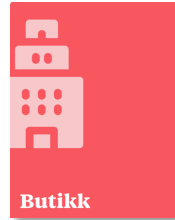
1

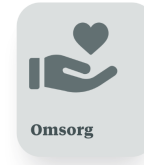
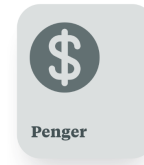
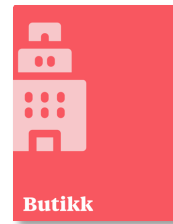
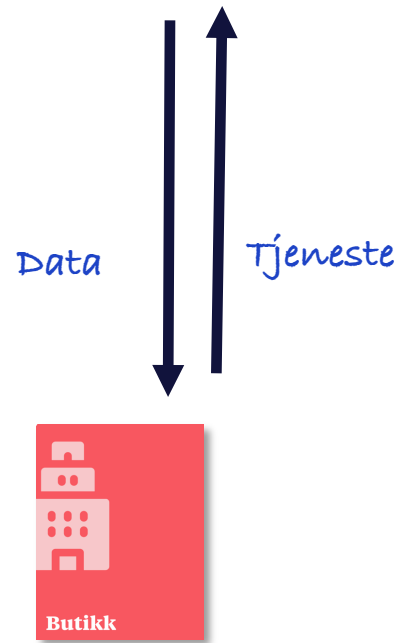
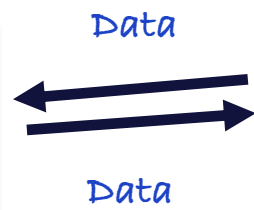
Aktørene i økosystemet





2 Mulige scenarier





Verktøy - gruppearbeid

Strategisk problemstilling

«Hvordan kan vi få ned bruken av private data i kommunen gjennom tilgjengeliggjøring og deling av data?»

1

Aktørene i økosystemet

Aktør 1

Aktør 2

Aktør 3

2

Mulige scenarier

Tegn inn piler og skriv hvordan de ulike aktørene får og gir verdi

3

Verdi

Produsent og Operatør

Data

Penger

Tid

Sammenheng

Tilgjengelighet

Ansvar

Sammenheng

Et bedre ting som gir verdi

Hva, Hvor og Hvordan gjør vi det?

- Brukergruppe/segment:** Hvilke brukere/målgrupper ønsker vi å fokusere på?
- Samarbeidspartnere:** Hvem kan vi samarbeide med for å levere gode sammenhengende tjenester? Hvilken del av totalleveransen leverer vi selv?
- Samarbeidsform:** Hvordan kan vi samarbeide på bærekraftige måter?
- Tjeneste/produkt/konsept:** Hva vil vi tilby av tjenester, produkter og service for å nå ambisjonen?
- Forretningsmodell:** Hvilken forretningsmodell velger vi? Hvordan kan vi sikre verdi for alle parter?
- Geografi/område:** Hvilke geografiske områder ønsker vi å fokusere på?

Hvordan lykkes vi?

- Hvordan skape verdi og leverer enda bedre på samfunnsoppdraget?
- Hva er vårt verdiforslag?

Fjordgløtt kommune

Innbygger

Transport-selskap

Lag og foreninger

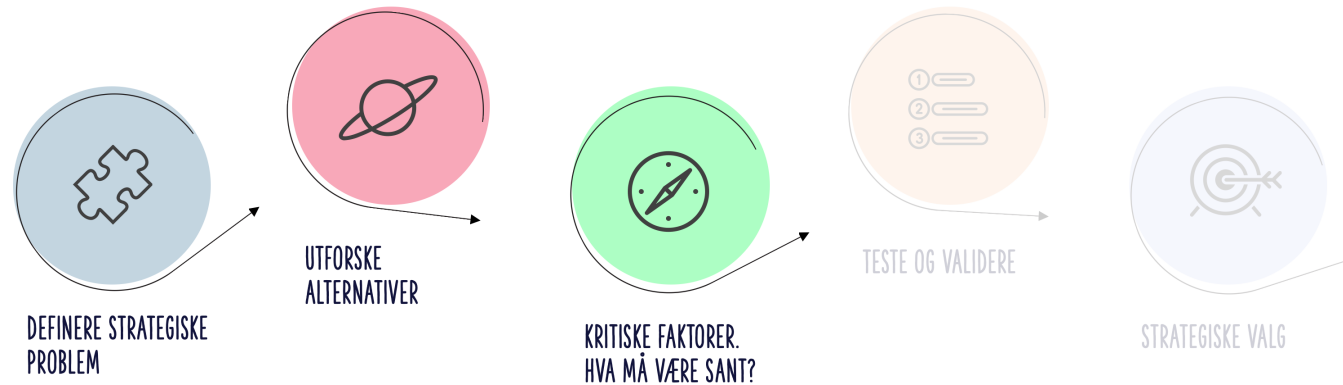
Næringsliv



Strategisk retning nr. 3:

Nye samarbeidspartnere og samarbeidsformer

- Trekk fire lapper fra konvolutten.
- Bruk de aktørene dere trakk til å lage noen enkle scenarier for å beskrive mulige samarbeid og forretningsmodeller
 1. **Først alene** - hvor du tenker/drodler for deg selv (A4)
 2. **Så i gruppen** - Del tanker, diskuter og beskriv et innovativt scenario (A3 + kortene)
- Husk at alle parter skal gi og motta verdi
- **Løft blikket over GDPR nå 😊**



Kritiske faktorer. Hva må være sant?

Vi jobber «bakover» (reverse engineering) for å identifisere hva som kreves for å lykkes med de ulike strategiske alternativene.

Enig om konkrete faktorer som må være på plass for å lykkes. Vær spesifikk, konkret og analytisk

Identifisere kritiske faktorer som må testes.

Hva må være sant: Alternativ 2

Mer bevegelse og fysisk mobilitet (folkehelse)



Innbygger / bruker

Det må være sant at:

- Mange nok brukere har samme utfordringer / behov
- At nok innbyggere vil velge å gå
- At vi finner måter å inkludere de som ikke kan gå
- At innbyggerne klarer å bruke det tekniske effekt (godt brukergrensesnitt på skrittelleren)
- At engasjementet varer over tid
- At det å gå oppleves trygt

Internt

Det må være sant at:

- Vi klarer å synliggjøre verdien av mer bevegelse og fysisk mobilitet
- Interne kapabiliteter
- Klarer å agere på dataene som samles inn
- Datasikkerhet ved deling av data
- Vi klarer å vise til gevinster gjennom samarbeid på tvers
- Systemer som håndterer økosystem
- I henhold til gjeldende regelverk / evt muligheter for regelverksendringer

Samarbeidspartnere

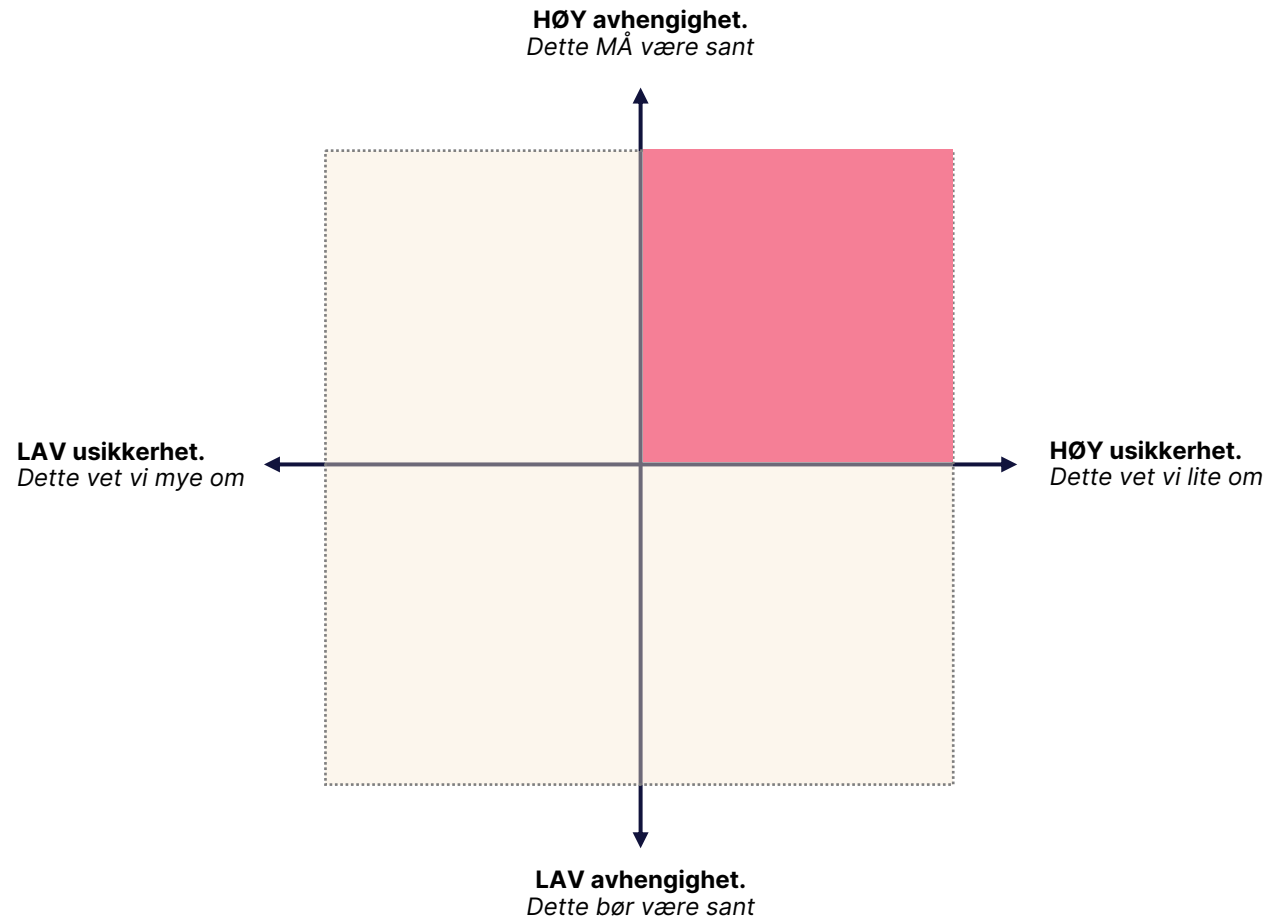
Det må være sant at:

- At tjenesteleverandørene ønsker å samarbeid med kommunen
- At de klarer å tilpasse og justere ut fra innbyggernes behov
- Deling av data på trygge måter
- Enkelt å samarbeid
- Lønnsomhet / gevinst



Verktøy: Rangering av kritiske faktorer

1. Plasser utsagn dere er sikker på i venstre del av matrisen
2. Sorter utsagn dere er usikre på, eller vet er kritiske, i den høyre delen.
3. De som havner øverst til høyre i den røde kvadranten (høy avhengighet og stor usikkerhet), er de dere skal teste for å validere / lære mer



Kritiske faktorer: Alternativ 2

Mer bevegelse og fysisk mobilitet



Innbygger / bruker

Det må være sant at:

- Mange nok brukere har samme utfordringer / behov
- At nok innbyggere vil velge å gå
- At vi finner måter å inkludere de som ikke kan gå
- At innbyggerne klarer å bruke det tekniske effekt (godt brukergrensesnitt på skrittelleren)
- At engasjementet varer over tid
- At det å gå oppleves trygt

Internt

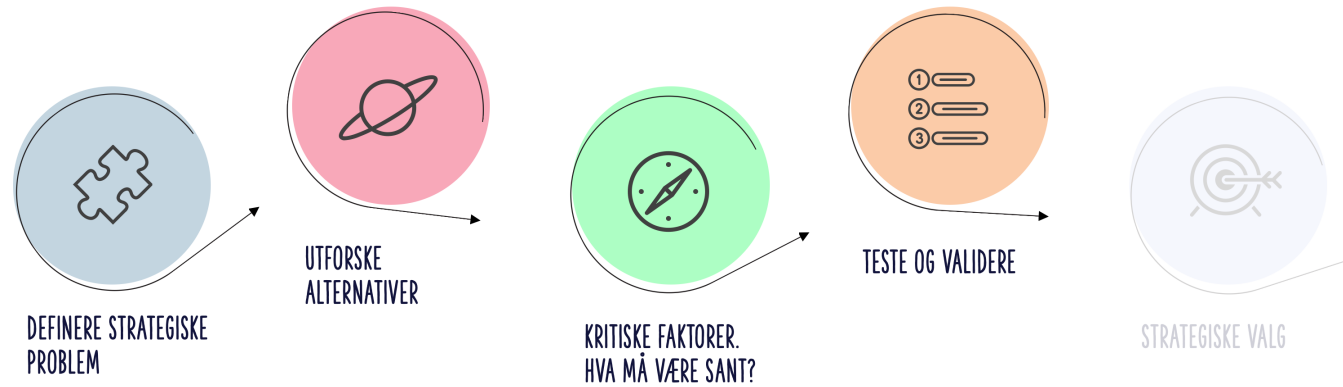
Det må være sant at:

- Vi klarer å synliggjøre verdien av mer bevegelse og fysisk mobilitet
- Interne kapabiliteter
- Klarer å agere på dataene som samles inn
- Datasikkerhet ved deling av data
- Vi klarer å vise til gevinster gjennom samarbeid på tvers
- Systemer som håndtere økosystem
- I henhold til gjeldende regelverk / evt muligheter for regelverksendringer

Samarbeidspartnere

Det må være sant at:

- At tjenesteleverandørene ønsker å samarbeid med kommunen
- At de klarer å tilpasse og justere ut fra innbyggernes behov
- Deling av data på trygge måter
- Enkelt å samarbeid
- Lønnsomhet / gevinst



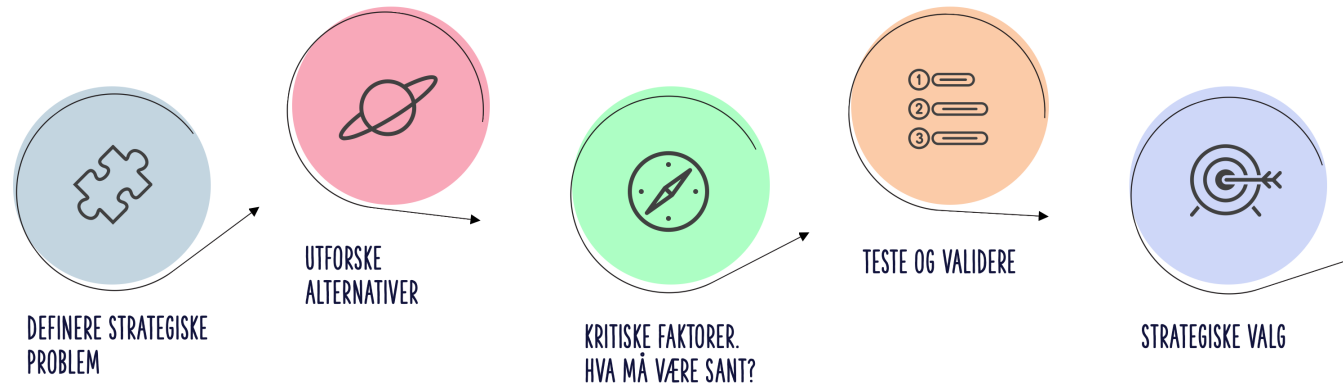
Teste og validere

«Vi håper og tror at dette vil lykkes» er ingen god strategi derfor må vi teste og validere de kritiske faktorene.

Bygge iterative prototyper. Designe og gjennomfører tester.

Målet er økt trygghet og kunnskap før strategiske valg

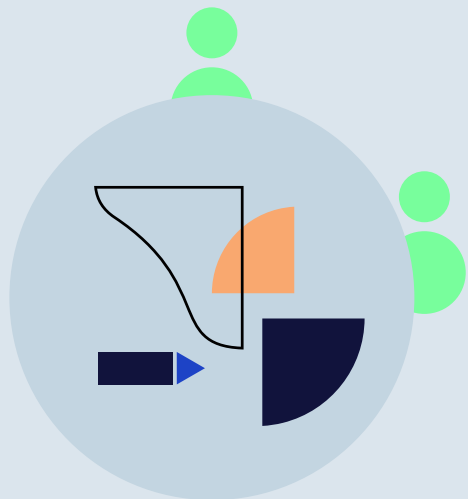
Husk alle tre perspektivene (Innbygger, internt og samarbeidspartnere)



Strategisk valg

Samler alt vi har lært og bruker den informasjonen og innsikten for å velge strategi / strategisk retning.

Lage en plan for å sette strategien ut i live.



HARALD

Stegavik

ERFARINGER FRA STORTINGET



*Forretningsdesign:
Keiserens nye klær, hype eller smart?*

Ta gjerne kontakt



Marianne Tuen Smedås
Mail: marianne.smedas@bouvet.no
Tlf: 90 53 98 84



Ingunn Aursnes
Mail: ingunn.aurunes@bouvet.no
Tlf: 47 27 17 43

bouvet

Takk for oss!

