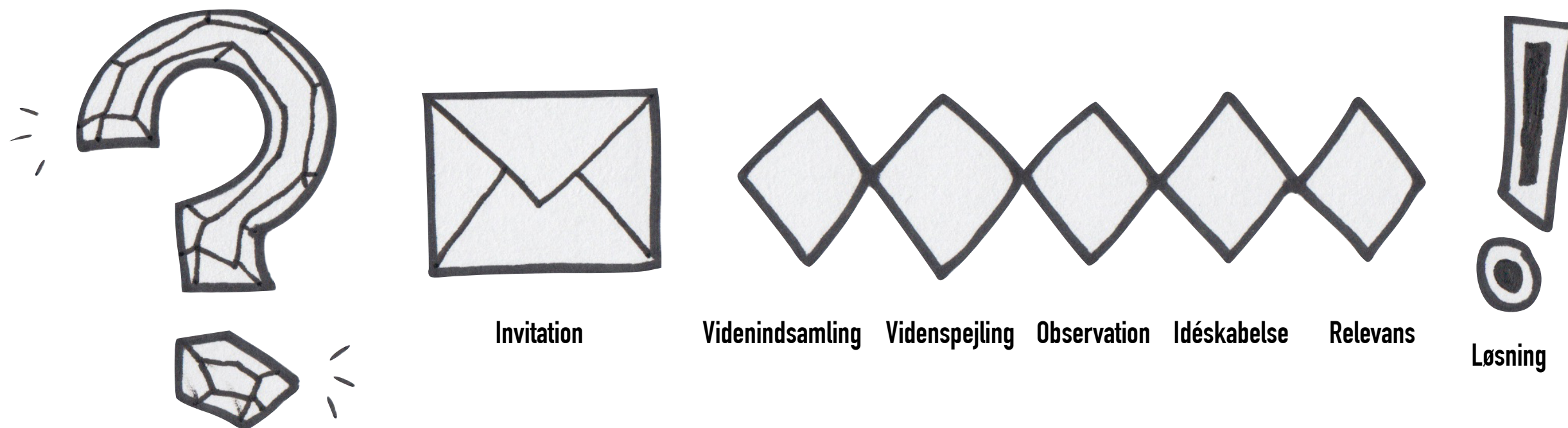




Det krystalklare spørgsmål

I denne arbejdsbog finder du værktøjer til alle faserne, som du ser ovenfor. Så kan du selv arbejde med metoden. På www.1925modellen.dk finder du en masse videoer, der også kan hjælpe dig videre.

SIDETAL

3



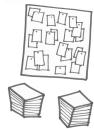
DET KRYSTALKLARE SPØRGSMÅL

6



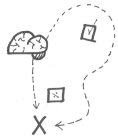
INVITATION

12



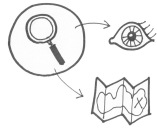
VIDENINDSAMLING

25



VIDENSPEJLING

29



OBSERVATION

33

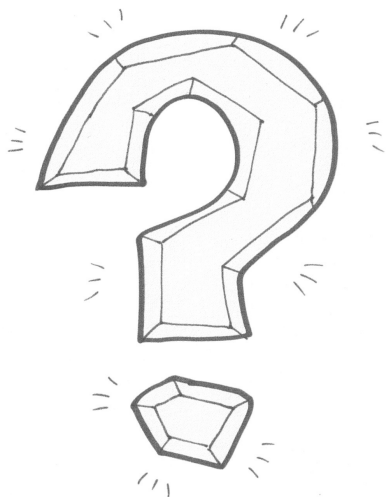


IDÉSKABELSE

41



RELEVANS



Det krystalklare spørgsmål må gerne være svært at løse, men det skal være nemt at forstå.

Spørgsmålet skal indeholde en opgave, en ambition og en målgruppe.
Hvad vil du forbedre? Hvor meget vil du forbedre det? Hvem gør du det for?



DET KRYSTALKLARE SPØRGSMÅL

FORDI FORBEDRING SLÅR FORANDRING

Ishockeyspilleren Wayne Gretzky sagde engang: "Gode ishockeyspillere skøjter hen, hvor pucken er. Storslåede ishockeyspillere skøjter hen, hvor pucken lander.

Det gælder om at formulere et krystalklart spørgsmål, der hjælper folk med at skøjte hen, hvor pucken lander. Dit spørgsmål skal hjælpe til med at løfte deres idéer.



1925
MODELLEN

FORUNDRINGSMOTOR

Har du noget, du gerne vil forbedre? Her er lidt, du kan undre dig over.



Er der noget ved:



DIG



DIN OMVERDEN



HELE VERDEN

Der kunne blive:



BILLIGERE



HURTIGERE

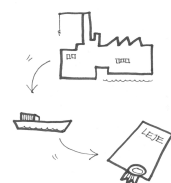


BEDRE

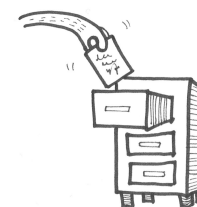
Måske er der nogle:



PRODUKTER



PROCESSER



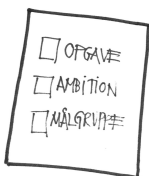
PARAGRAFFER



Der trænger til et krystalklart spørgsmål. Einstein sagde jo, at man ikke kan løse et problem ved at tænke på samme måde, som da det blev skabt, så for hvert problem er der et potentiale, hvis vi tænker på en ny måde.

HVAD VIL JEG FORBEDRE?

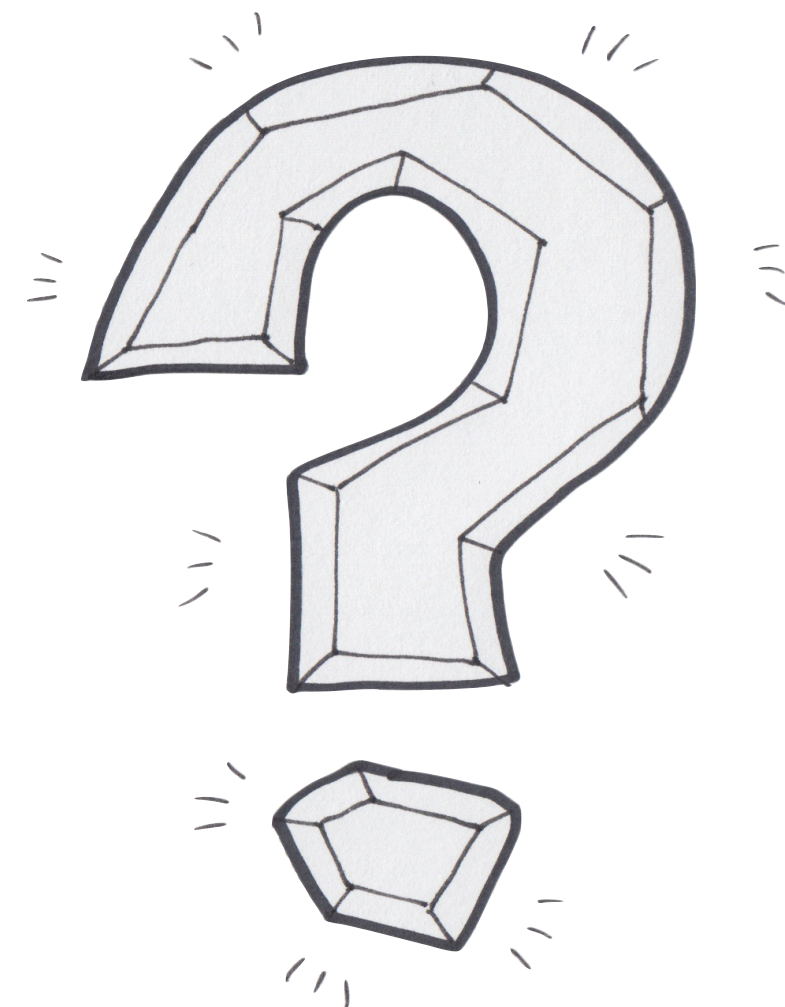
Hvad er mit krystalklare spørgsmål?



Start med slutningen, når du formulerer dit krystalklare spørgsmål. Hvad skal være forbedret, når I er færdige? Hvor meget skal det være forbedret? Til sidst skal du definere, hvem, der skal opleve forbedringen. Hvem gør vi det for?

Det krystalklare spørgsmål skal altså indeholde en opgave, en ambition og en målgruppe. Sørg for at spørgsmålet indeholder værdier som tal, procentsatser, deadlines eller andet, der gør det målbart. Du kan f.eks. skrive:

- Hvordan øger vi [indsæt] med [indsæt] inden [indsæt]?
- Hvordan kan vi [indsæt] inden [indsæt]?
- Hvordan gør vi det [indsæt] nemmere at [indsæt] for [indsæt]?
- Hvilke initiativer vil om [indsæt] sikre os [indsæt]?



HER ER MIT KRYSTALKLARE SPØRGSMÅL:

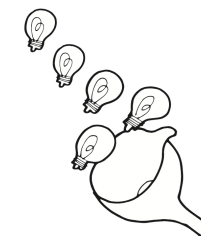


Det krystalklare spørgsmål må gerne være svært at løse, men det skal være nemt at forstå. Test det med det samme. Spørg nogen ude på gangen, ring til nogen, send en mail. Hvis andre mennesker forstår dit krystalklare spørgsmål, så er det krystalklart. Ellers må du prøve igen.

DET KRYSTALKLARE SPØRGSMÅL



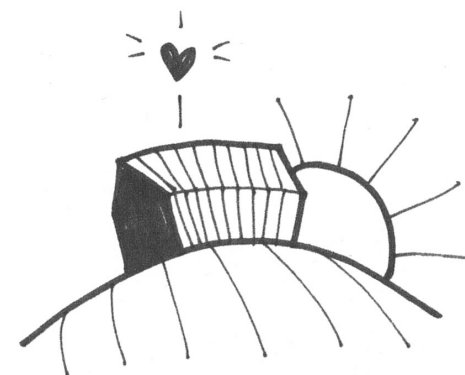
5



1925
MODELLEN



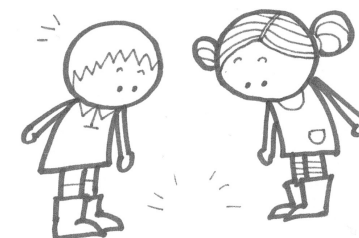
Invitation kommer før innovation, så du skal invitere nogle interessante mennesker, der er interesseret i at skabe løsninger.



Innovationsprocesser er ikke debatmøder. De skal føre til noget håndgribeligt. Gør ligesom Amish-folket. Byg en lade sammen.



“DÆK
OP
TIL
MIRAKLER”



Invitér nogle 'børn' med ind i processen. Nogle, der ikke kan se problemet.

INVITATION

FORDI SANDSYNLIGHEDEN FOR AT VIRKELIGGØRE TING STIGER, NÅR MAN SAMARBEJDER

60% skal have forstand på problemet. 40% skal have forstand på alt muligt andet.



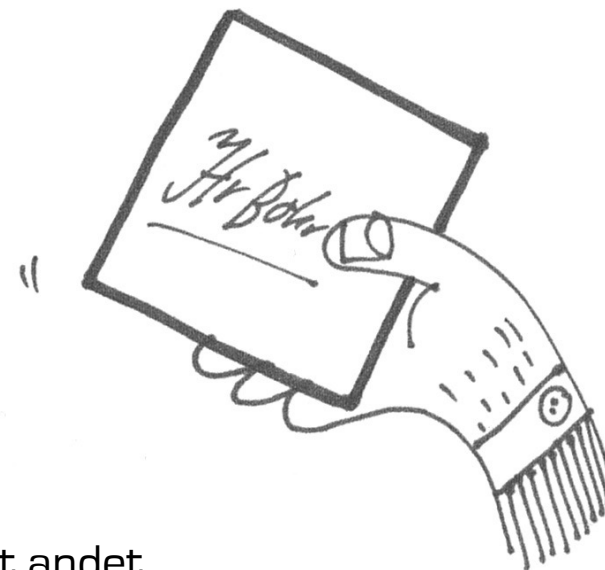
Mød nogen, der ikke forstår dig. De kan nemlig ikke se dine problemer. Det skaber løsninger, du ikke selv kan finde på.



**1925
MODELLEN**

HVEM SKAL MED?

Invitér nogle interessante og interesserede mennesker, som har lyst til at hjælpe.



60/40

60% af deltagerne skal have forstand på problemet. 40% skal have forstand på alt muligt andet. De skal være dygtige på nogle andre områder. De behøver ikke være verdensberømte kunstnere eller nobelprismodtagere. Det skal bare være nogen, der tænker på en anden måde end dig. Lav en liste over deltagere, der kan hjælpe dig med at tænke nyt. Nogle af deltagerne er med i alle faser, men du kan også invitere nogle med i udvalgte faser.

60 % - hvem kan forstå os?

40 % - hvem kan udfordre os?



GIRAFFER OG EKSPERTER

Find ud af hvem eksperten er. Hvem ved mest om det, I skal prøve at løse? Du kan også invitere en giraf, som alle gerne vil høre. Det kan sikre en højere deltagelse.

Ekspert

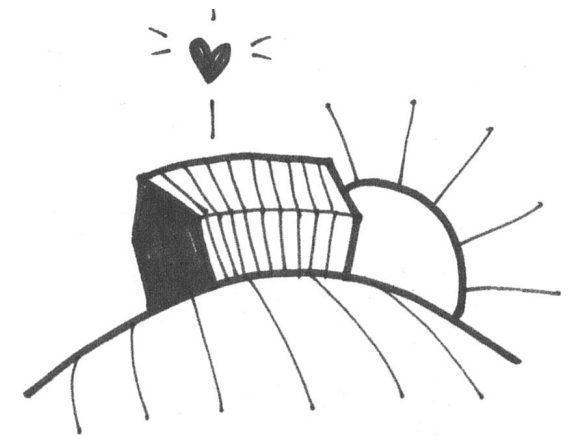
Giraffer



1925
MODELLEN

HVOR SKAL DET FOREGÅ?

Det kan foregå hvor som helst, men der skal helst være en kobling til opgaven.



STEDET

Du kan holde dine møder i et tog, på en losseplads, i en svømmehal eller i et hjemkundskabslokale på en folkeskole. Det vigtigste er en sammenhæng mellem det krystalklare spørgsmål og mødets format. I videnindsamling giver det måske mening at være et sted, mens observation skal foregå et andet sted. Kan du forklare relevansen i, at I skal stå i hvide bidragter hos en biavler, så fungerer det som et springbræt i processen.

Hvor skal møderne foregå?

-
-
-
-

STEDETS ÅND

Der findes et begreb, der hedder Genius Loci. Det betyder stedets ånd. Grav lidt i historien og find den anekdote, der kan være med til at skabe en god stemning.

Hvilken ånd kan vi bruge?

-
-
-
-

STEDETS ÅNDEHULLER

Hvis I nu ikke har mulighed for at holde møderne andre steder, end der hvor I plejer at være, så gør noget ved lokalet. Gør det synligt og tydeligt at I har gang i noget nyt. Skab et åndehul i hverdagen, så der bliver plads til nye tanker.



1925
MODELLEN

HVORDAN SKAL DET FOREGÅ?

Fjern barrieren for deltagelse. Forkæl dine deltagere. Gør det nemt for dem.



DÆK OP TIL MIRAKLER

Gør det tydeligt for deltagerne, at de er velkomne. Hvordan vil du dække op til mirakler?



-
-
-
-
-

“DÆK
OP
TIL
MIRAKLER..”



GØR DET NEMT AT LEGE

Vi åbner os for hinanden gennem leg. Gør det nemt for deltagerne at lege. Stil ‘legetøj’ frem. Hvad må man pille ved, dreje på, trykke på, bygge med?



-
-
-
-
-



TEGNELEG



God øvelse til at bryde isen, få folk til at grine ad sig selv og komme igang med et møde.

Udlevér papir og farveblyant. Alle skal nu tegne hinanden. Man får kun 10 sekunder, så alle dem, der kan tegne, kan lige pludselig ikke. Og alle dem, der ikke kan, fremstår pludselig som de rene Picassoer.

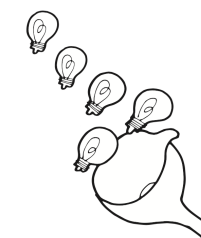
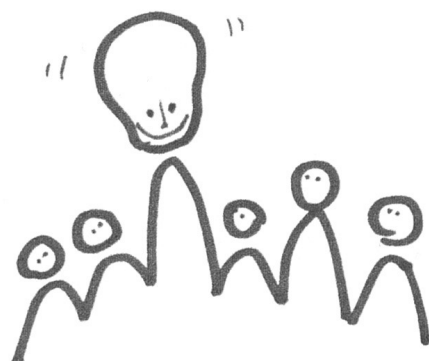
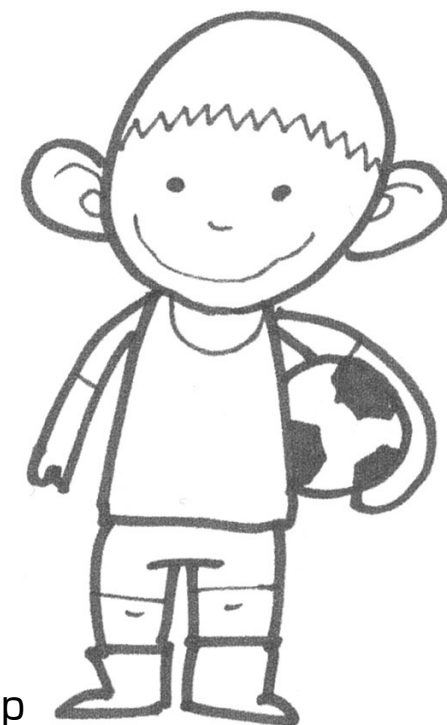
Efter 10 sekunder bytter man tegninger. På den måde samler man i løbet af et par minutter 5-6 tegninger af sig selv.

Du går rundt og skubber blidt til folk, så de får flyttet sig og ikke står for stille. Det har også den effekt at folk - ubemærket - kommer til at støde blidt ind i hinanden. Den overførsel af varme fra krop til krop er gunstig, fordi tilliden mellem deltagerne vokser.

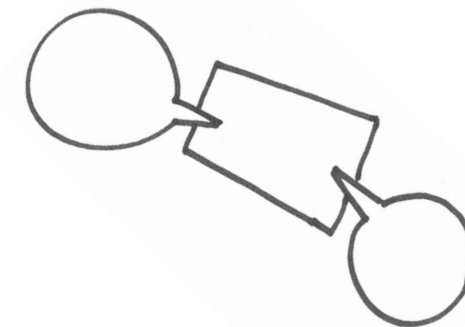
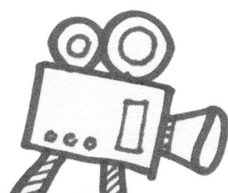
Når alle har valgt en tegning, som fortæller mest om hvem de er, så beder du dem holde tegningen op eller klistre den op på væggen og derefter præsentere sig for hinanden.

Du starter. Bemærk, at det du vælger at fortælle om dig selv sædvanligvis sætter kursen for hvad deltagerne fortæller. Så du kan sætte dagsordenen på denne måde. Ønsker du at vide hvad de laver i deres fritid, hvor de har boet, hvad de er optaget af rent fagligt og så videre, så lægger du ud med selv at fortælle det.

Tegneleg er en god måde at starte et møde, en idéproces eller en fest på. Den største fordel er at deltagerne får grinet ad sig selv, og det sikrer at niveauet af selvhøjtidelighed skrumper ind.



2+1



God øvelse til at bryde isen, hjælpe folk med at huske hinanden og sætte gang i kreativiteten.

Fortæl to sande historier om dig selv og en opdigtet. De andre skal gætte hvilken, der er opdigtet.

AHA!

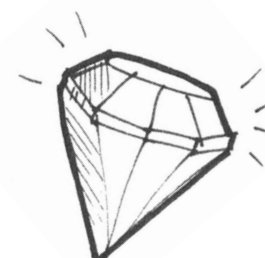
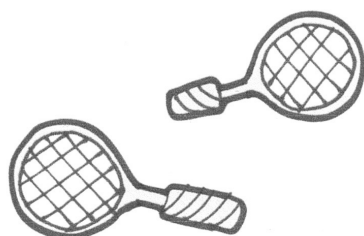
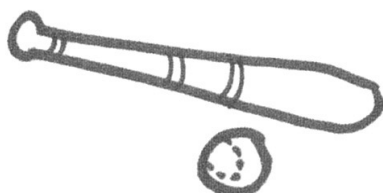
Opgaven er at finde to så ekstraordinære, usædvanlige sande historier fra dit eget liv - noget du har oplevet - som gør at de andre hopper på den, og tror det er noget du finder på.

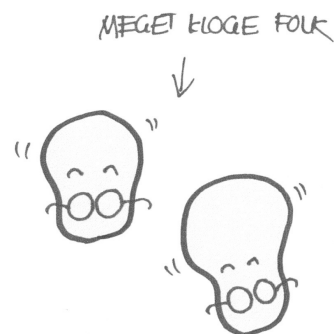
Alle skal fortælle tre historier og så skal de andre gætte, hvilken historie der er opdigtet.

Man kan gøre det helt ned til fire deltagere eller op til flere hundrede deltagere, så længe der ikke er mere end 10-12 i hver gruppe og meget gerne færre.

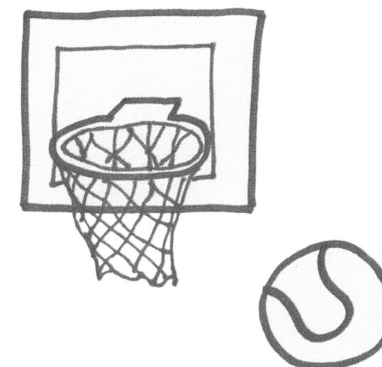
Du skal hjælpe deltagerne med at finde på usædvanlige historier. Vi er ikke vant til at sprede vores påfuglefjer, så de fleste skal lige hjælpes lidt på vej. Gruppen kan nemlig vende sig mod dig, hvis de ikke kan komme i tanker om nogle usædvanlige historier, men det har alle, de skal bare hjælpes lidt på vej nogle gange. Det er din opgave.

Giv rigelig tid til at alle har tre historier klar, ellers risikerer du, at de ikke hører efter, mens de andre fortæller historier, og så misser de pointen. Pointen er at øge deres kendskab til hinanden, så de får mere lyst til at dele viden og skabe ideer sammen. Det gider vi nemlig ikke, med nogen vi ikke bryder os om.





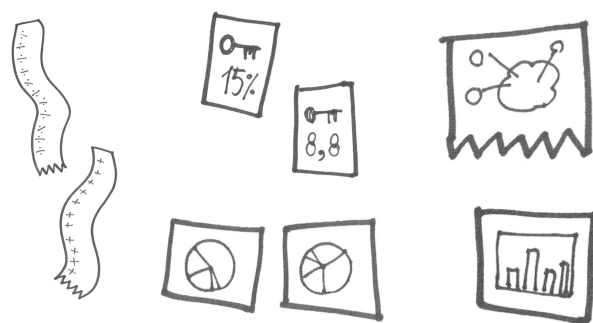
Viden samles ind via embedsmænd, lærebøger, internet, erindringer, bøger, telefon, møder, bibliotek, rapporter, tidligere opgaver etc.



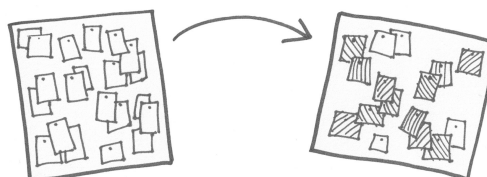
Hvem ved hvad? Ekspertter findes i mange udgaver. Nogle gange finder du ekspertten i et ministerium. Andre gange på basketball-banen.

VIDENINDSAMLING

FORDI DATA SLÅR HOLDNINGER



Lav lister med minusser og plusser, lister med, hvad du selv kan påvirke, og hvad du ikke kan påvirke, nøgletal, grafer, søjler, artikler, lagkagediagrammer, mindmaps, kort, billeder, videoer eller tegninger.



Du starter med at åbne for input og på et passende tidspunkt snævrer du ind igen, så du kun står tilbage med de bedste og mest brugbare input.



1925
MODELLEN

VIDENINDSAMLING I LANGE BANER

Det skønne ved paratviden er, at det er viden som er parat! Resten må findes. Søg viden overalt.



SØG PÅ INTERNETTET

Kig på mere end første side af søgeresultaterne.



SPØRG DINE VENNER

Del det krystalklare spørgsmål med dine venner og på sociale medier og efterlys viden fra dem.



GÅ PÅ BIBLIOTEKET

Eller spørg biblioteksvagten på www.bibliotek.dk



RING TIL TRE FORSKELLIGE MENNESKER

Mor, ministeren, murermeister Madsen eller andre. De fleste vil gerne hjælpe dig.



VOX POP

Gå en tur på gangen eller gaden og spørg dem, du møder. Lav et online spørgeskema.



Hvad er formålet?

Hvad sker der undervejs?

Hvad gør forskellen?

Hvad består den/det af?

Hvad koster det?

Hvad gjorde man før i tiden?

HVAD

HER ER SPØRGSMÅL DU KAN STILLE – SKRIV SELV FLERE SPØRGSMÅL OP

Hvad går det ud på?

Hvad kræver det af os?

Hvad kan den/det?

Hvad er problemet?

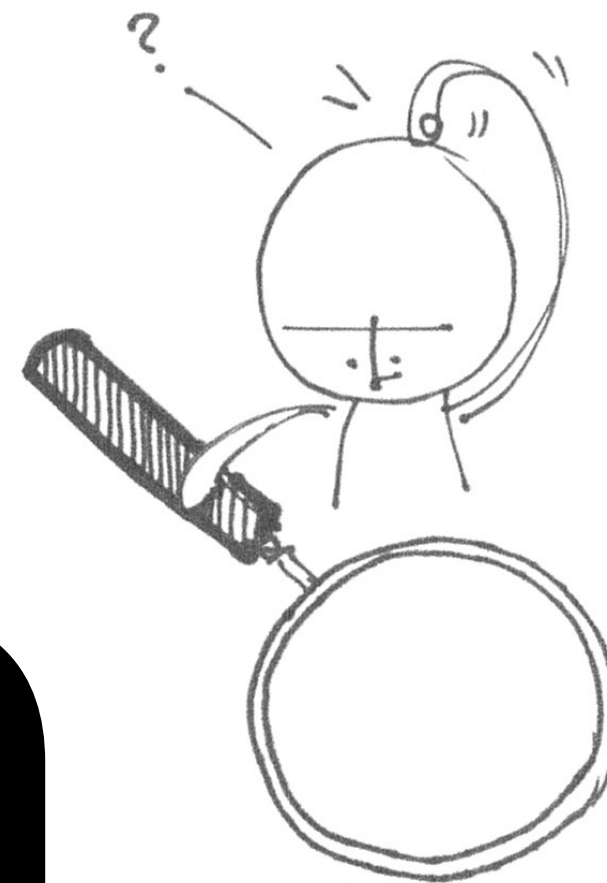
Hvad kan vi påvirke?

Hvad siger loven?

Hvad kræver det af tid?

Hvad siger brugerne?

Hvad gør konkurrenterne?

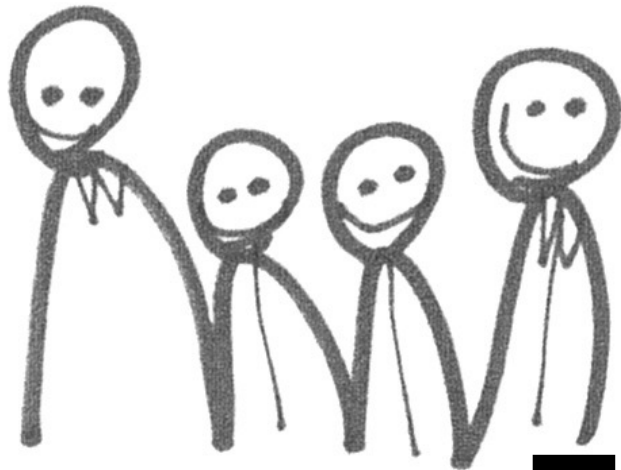


Hvem har ansvaret?

Hvem vil hjælpe?

Hvem får noget ud af det?

Hvem kan reparere?



HVEM

HER ER SPØRGSMÅL DU KAN STILLE – SKRIV SELV FLERE SPØRGSMÅL OP

Hvem har fundet på det?

Hvem er ekspertten?

Hvem har prøvet det før?

Hvem går det ud over?

Hvem kan bestemme'?

Hvem er brugerne?



Hvor foregår det?

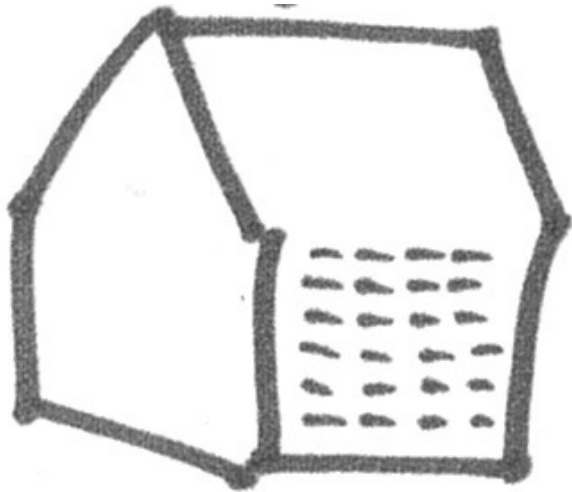
Hvor er problemet stort?

Hvor mange gange er det sket?

Hvor er problemet småt?

HVOR

HER ER SPØRGSMÅL DU KAN STILLE – SKRIV SELV FLERE SPØRGSMÅL OP



Hvor kan jeg få mere at vide?

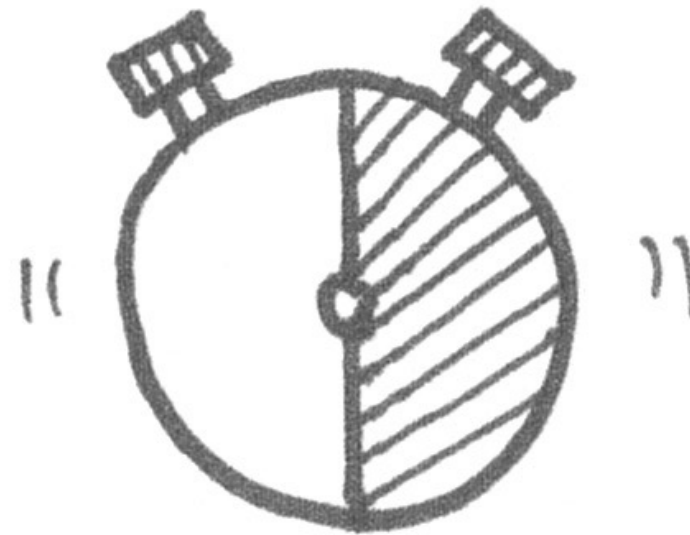
Hvor opstår problemet?



Hvornår foregår det?

Hvornår på dagen?

Hvornår på året?



Hvornår skete det første gang?

HVORNÅR

HER ER SPØRGSMÅL DU KAN STILLE – SKRIV SELV FLERE SPØRGSMÅL OP

Hvornår tipper læsset?

Hvornår stopper det?

Hvornår sker det næste gang?





Hvorfor sker det?

Hvorfor sker det ikke?

Hvorfor bruger vi den?

HVORFOR

HER ER SPØRGSMÅL DU KAN STILLE – SKRIV SELV FLERE SPØRGSMÅL OP

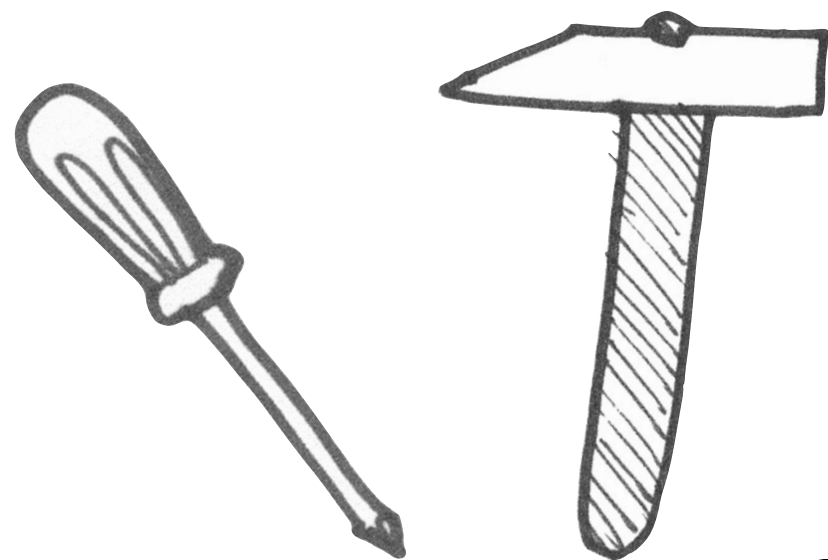
Hvorfor er det ikke allerede løst?

Hvorfor gør vi det?

Hvorfor begyndte det?

Hvorfor gør vi det på denne måde?





HVORDAN

HER ER SPØRGSMÅL DU KAN STILLE – SKRIV SELV FLERE SPØRGSMÅL OP

Hvordan fungerer den?

Hvordan opstår problemet?

Hvordan måler vi på det?

Hvordan betjener vi den?

Hvordan gjorde man før i tiden?

Hvordan nulstiller vi?

Hvordan opdagede vi det?

Hvordan påvirker vi dem, der bestemmer?



Hvorfra kommer den?

Hvorfra stammer beslutningen?

Hvorfra kommer vanen?

Hvorfra styres den?

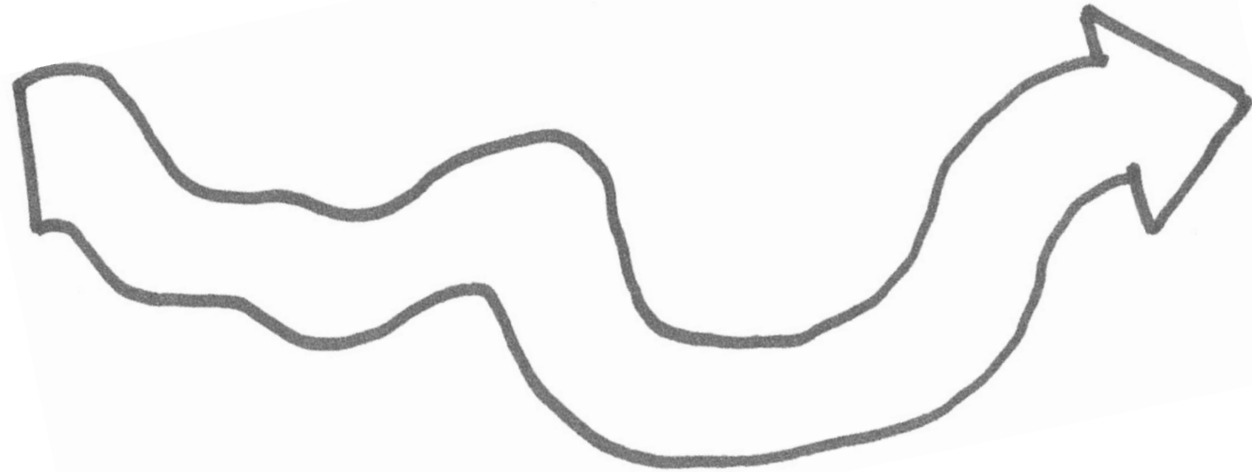
HVORFRA

HER ER SPØRGSMÅL DU KAN STILLE – SKRIV SELV FLERE SPØRGSMÅL OP



Hvorfra stammer udtrykket?





HVORHEN

HER ER SPØRGSMÅL DU KAN STILLE - SKRIV SELV FLERE SPØRGSMÅL OP

Hvorhen bevæger tendensen sig?



1925
MODELLEN

DIAGRAMMER, SØJLER OG KURVER

Hvis I laver diagrammer, søjler og kurver over den viden, I samler ind, skaber det et godt overblik



Det er sjovt at se hvordan en kurve tager sig ud, når man zoomer ind og bagefter ud.

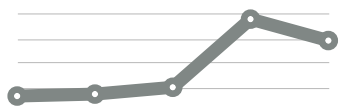
Lav en kurve per time, per dag, per uge, per måned, per år, per ti år, per hundrede år - eller nogle andre tidsrum.



Dag



Uge



År

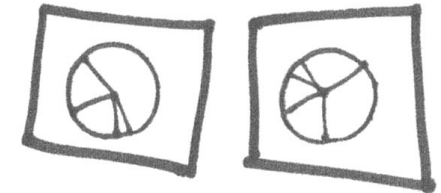
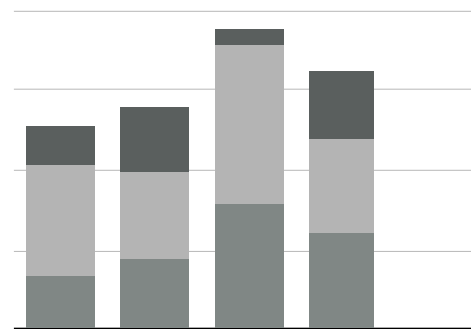


Århundrede

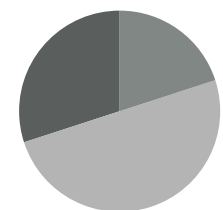
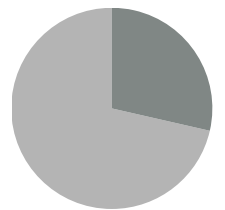
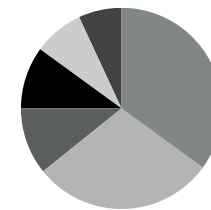


Søjler er gode at blive kloge på, når man kigger på en udvikling over tid.

Søjler ved siden af hinanden kan sammenligne et resultat mellem de forskellige år, men søjlen kan også være inddelt i farver, så man både kan se det samlede resultat, men også se hvordan de enkelte dele indeni søjlen har udviklet sig over tid.



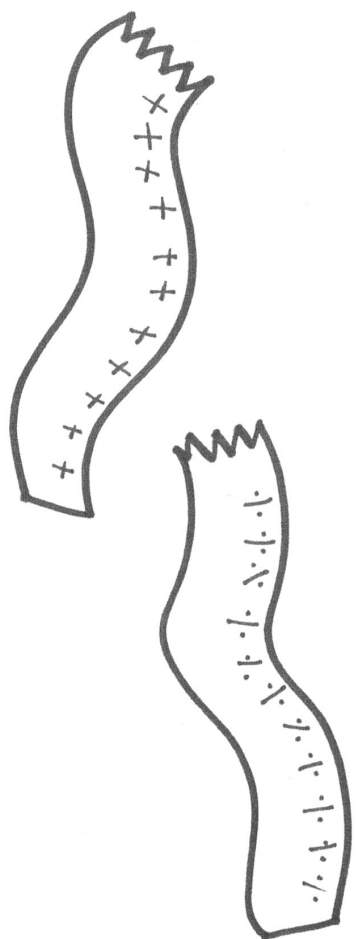
Diagrammer kan på en hurtig måde fortælle hvor meget de enkelte dele udgør af det samlede hele.



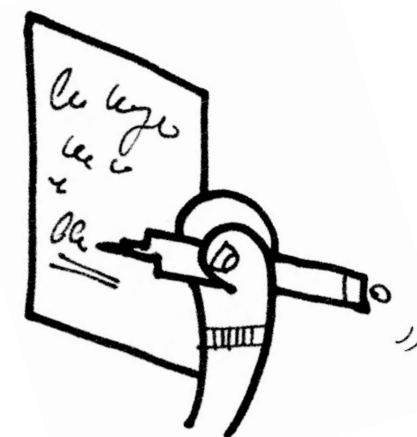
1925
MODELLEN

PLUSSE OG MINUSSE

Hvad er godt og skidt ved den nuværende situation? Hvad kan vi selv påvirke? Hvad kan vi ikke påvirke?

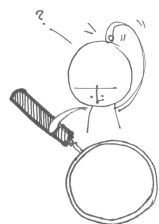


+		÷	
Hvad kan vi selv påvirke?		Hvad kan vi ikke selv påvirke?	



VIDENINDSAMLING – OPSUMMERING

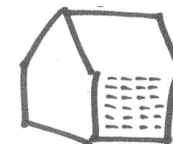
Fakta, der kan hjælpe med at besvare det krystalklare spørgsmål



HVAD



HVEM



HVOR



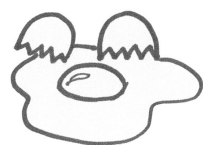
HVORNÅR



HVORFOR



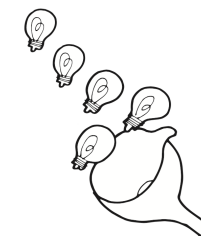
HVORDAN



HVORFRA



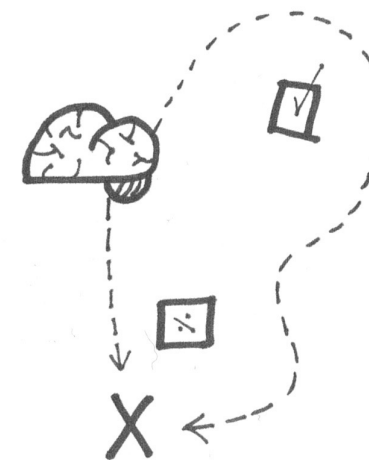
HVORHEN



1925
MODELLEN



Videndeling med nogen, der ikke har faglig indsigt. Opgaven spejles i en anden branche eller indenfor naturens, kunstens eller teknologiens verden: Bauhaus-skolen i Weimar, tonefilm og formstøbt plastik, eje sin egen værdikæde ved at bygge et værft i stedet for at købe skibene, kvantefysikkens problemer med at afgøre om lys er bølger eller partikler - eller begge dele, filmproduktion i Berlin.

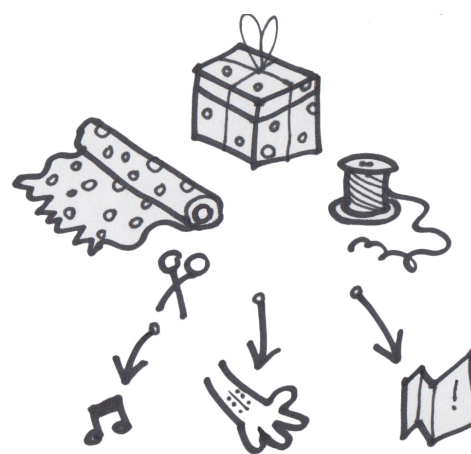


Vi skal male vores videnvægge hvide. Forlade det krystalklare spørgsmål og finde ét, der er mere mudret. Vi skal tvinge hjernen til at tage en omvej, for den vil helst downloade en løsning, den kender i forvejen.

VIDENSPEJLING

FORDI HJERNEN ER DOVEN OG SKAL TVINGES TIL EN OMVEJ

Hvis du f.eks. skal løse en opgave om emballage, så kan du jo stille et spørgsmål, der handler om at pakke noget ind. Det er jo det, emballage gør, men det er der også meget andet, der gør. Hvem kan forstå begrebet emballage uden at have forstand på emballage? En kirurg ved noget om kropsdele, der pakker noget ind. En reklamemand ved noget om at pakke budskaber ind. En musiker ved noget om at pakke en solo ind i noget struktur. Og så videre.



1925
MODELLEN

DET MUDREDE SPØRGSMÅL

Hvem kan forstå vores opgave uden at have forstand på den?



Man stiller et mudret spørgsmål ved at bruge nogle andre ord. Hvis det krystalklare spørgsmål hed: Hvordan får vi 50% flere børn til at cykle til skole inden 2020? Så skal du prøve at stille det samme spørgsmål uden bruge ordene børn, cykle og skole.

Børn kunne være dyreunger. Cykle kunne være flytte sig. Skole kunne være et sted, hvor man lærer noget.

Så kunne det mudrede spørgsmål være noget i retning af: Hvordan får vi 50% flere ællinger [børn] til at flytte sig [cykle] hen til åen, hvor de skal lære [skole] at svømme?

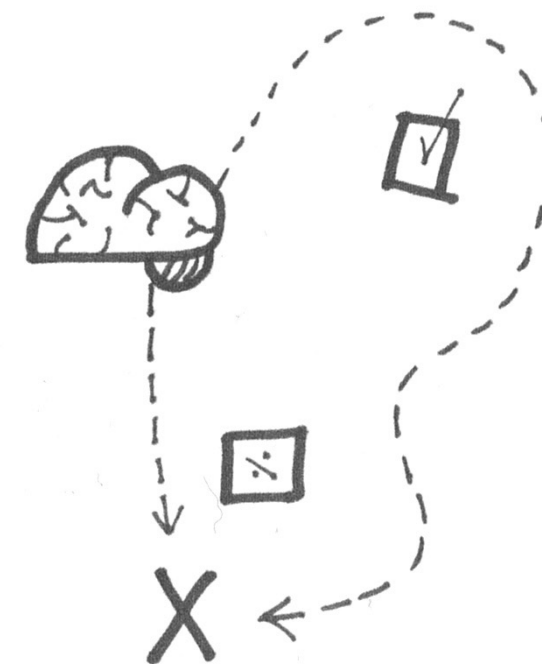
På den måde spejler man opgaven, så man bliver inspireret til nytænkning og ikke bare leder efter mere af den viden, man allerede har. Lad os træne.

Emballages funktion er at pakke noget ind. Hvem har forstand på at pakke noget ind? Det har en kirurg, en jazzmusiker og en reklamemand. Hvad kan vi lære af at studere dem?

Hvordan griber de deres opgave an med at pakke noget ind?



Malings funktion er at sidde fast. Blandt andet. Der er mange funktioner ved maling, men en af dem er at sidde fast på en lodret flade. Hvem har forstand på at sidde fast? Det har en edderkop, en sugekop og et fingeraftryk. Hvordan kan vi blive klogere på maling ved at studere dem?



HVAD LIGNER VORES OPGAVE?

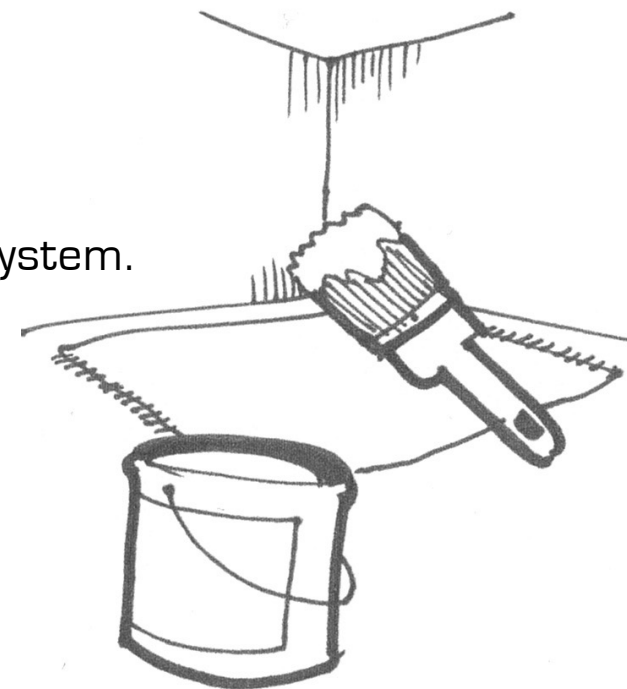
Videnspejling er nemt, når du først er med på den. Tænk som et dyr, en teknologi, et system.

Du skal beskrive din opgave med andre ord. Det gør vi tit. Du gør det, når du skal forklare noget til nogen, som aldrig har hørt om det før, f.eks. trådløst internet eller fotosyntese. Du gør det, hvis du ikke kender det ord, der beskriver situationen, så forklarer du det med andre ord. Du gør det, når du skal forklare noget meget besværligt. Så prøver du at forsimple det.

Hvor simpelt kan jeres opgave beskrives:

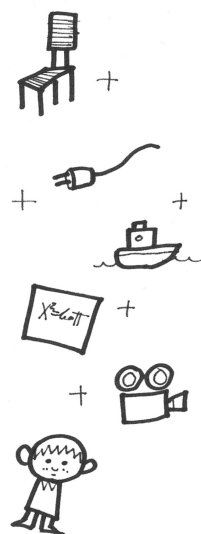


Når vi videnspejler, prøver vi at få øje på princippet bagved. Når vi forstår princippet bag, så kan vi nemlig også få øje på princippet andre steder, og så kan vi lade os inspirere.



OPGAVE / EMNE	PRINCIPPET BAG	HVAD / HVEM KAN VI LÆRE AF?
Ko	Kan forvandle en fødevare til en anden fødevare	Honningbi
Støvsuger	Kan suge noget op	Myresluger Svamp Køkkenrulle
Knæ	Forbinder to elementer	Hængsel Kran Kugleleje
Forældreråd	Hjælpe nogen uden at kunne bestemme noget	Natteravnene Ambassadør
Luge ukrudt	Fjerne det uønskede, så det ønskede kan gro	Immunforsvaret





NOGET ANDET, DER KAN DET SAMME

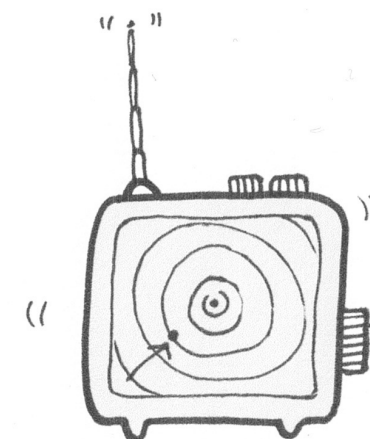
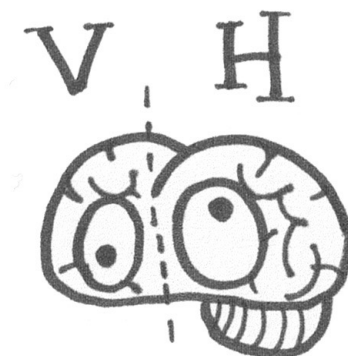
Når du har fået øje på princippet bag opgaven, altså noget andet, der kan det samme, så beskriv styrkerne.

PRINCIPPET BAG VORES OPGAVE	HVAD / HVEM KAN VI LÆRE AF?	HVAD LÆRTE VI?	HVORDAN KAN VI BRUGE DET I VORES OPGAVE?



Opgaven opsøges on location eller så tæt på som muligt - eventuelt via film eller billeder. Sømandskone i Hamburg, hvordan reagerer materialet på varme, gåtur i naturen etc.

Det særligt fine ved videnspejling er, at nu får både din højre og venstre hjernehalvdel øje på det, vi holder øje med. Du har fået aktiveret noget af din ufornuft, og det får vi også brug for, når vi skal ud at glo i observationsfasen.



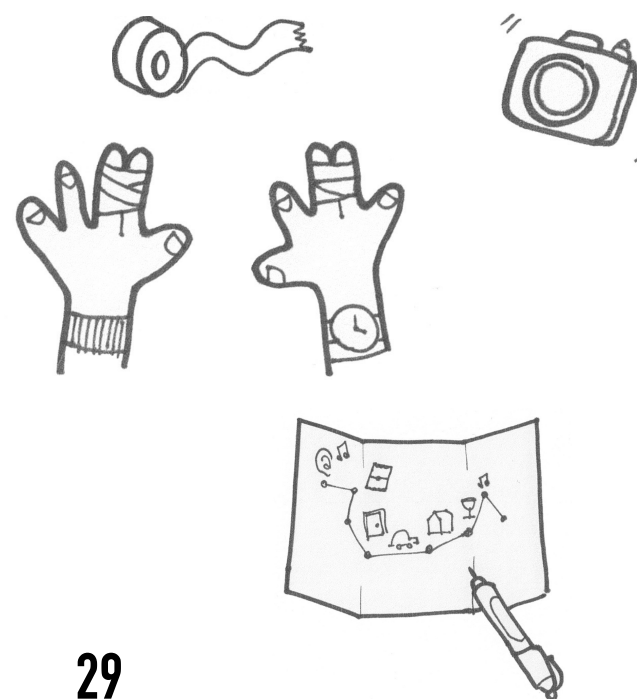
Man kan tænke sig til meget, men virkeligheden vinder hver gang. Tænd din radar!

OBSERVATION

FORDI VI FÅR ØJE PÅ DET, VI HOLDER ØJE MED

Observationer kan foregå på mange måder. Også på egen krop. Da en designvirksomhed skulle udvikle nye produkter til gigtplagede, vikled de tyk tape om fingrene for at prøve på egen krop, hvor svært det er at holde om genstande, når man har gig. De prøvede at leve sig ind i deres kunders behov. Det gør det nemlig lettere at levere løsninger til dem.

Hvis du ikke vil lægge krop til, så kan du jo tage billeder. Eller få andre til det, så du kan komme helt tæt på problemstillingen. Du kan også kortlægge kontaktpunkter mellem en service eller et produkt og dig eller kunden.

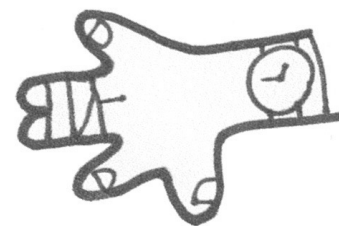
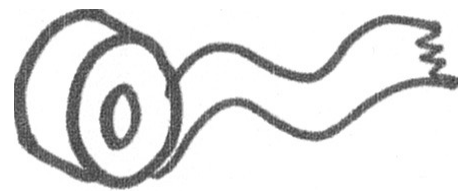


1925
MODELLEN

OBSERVATION PÅ EGEN KROP

Et kort fortæller meget, men virkeligheden vinder hver gang. Ud i virkeligheden!

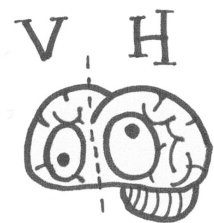
Observationer kan foregå på mange måder. Også på egen krop. Da en designvirksomhed skulle udvikle nye produkter til gigtplagede, viklede de tyk tape om fingrene for at prøve på egen krop, hvor svært det er at holde om genstande, når man har gigt. De prøvede at leve sig ind i deres kunders behov. Det gør det nemlig lettere at levere løsninger til dem.



Hvordan kan I komme til at mærke opgaven på egen krop?



Hvordan kan I leve jer bedre ind i jeres kunders behov?

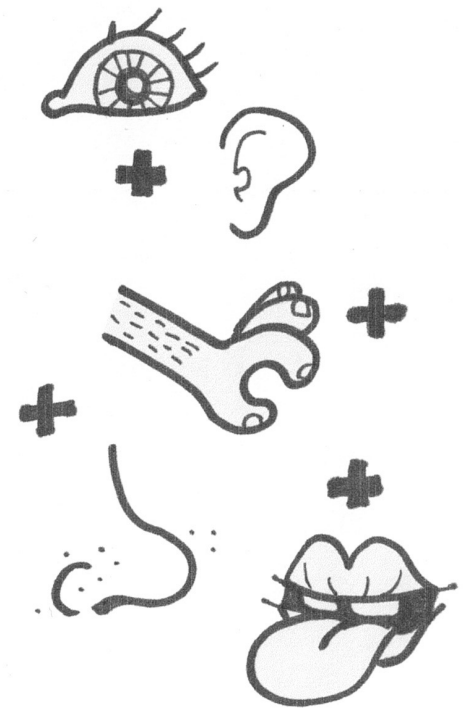


Nu får I både øje med højre og venstre hjernehalvdel. Afsted! Ud og glo på virkeligheden.

Hvor tager I først hen?



Hvad vil I holde øje med og hvor længe vil I observere?



OBSERVATION VIA BILLEDER

Kom så tæt på som muligt.

Hvis du ikke kan få lov til at komme helt tæt på, så brug billeder. Søg dem på internettet, Spørg nogen til hjælp. Måske kender du nogen, som kan få lov til at komme helt tæt på, som gerne vil tage billeder til dig. Søg videoer på nettet, som du kan bruge som dine øjenvidner.

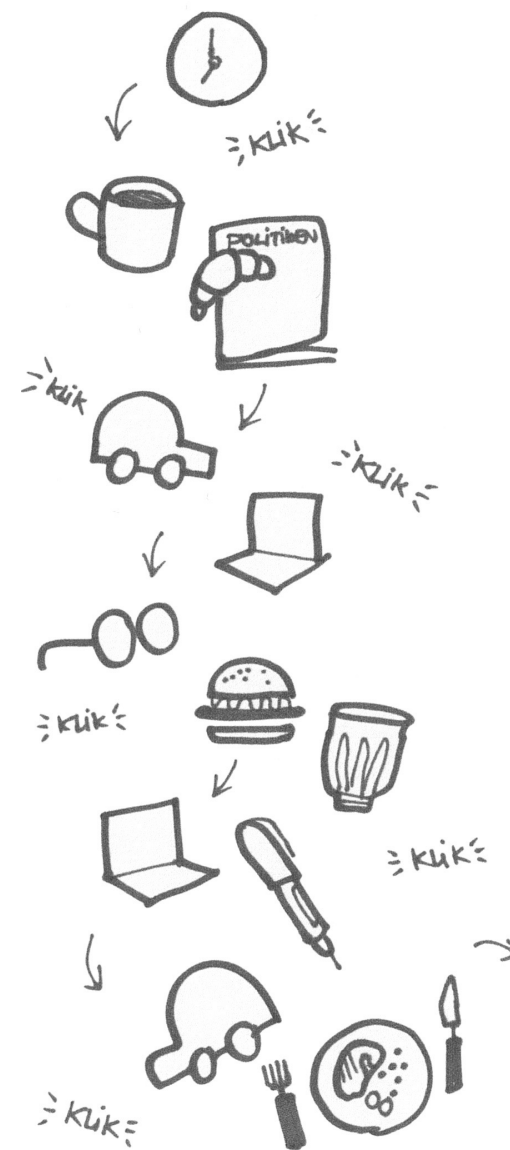
Hvor vil I tage billederne?



Hvem skal tage dem?

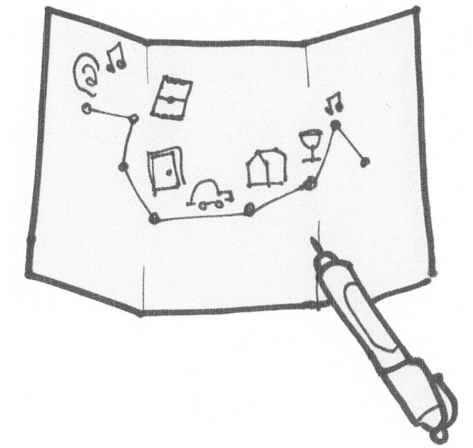


Hvordan deler I billederne med de andre deltagere?



OBSERVATION AF MØNSTRE

Få øje på det, du holder øje med. Tænd radaren.



Hvis du skal kortlægge kontaktpunkterne mellem dig og en koncert, så kan du starte med at spørge, hvornår en koncert starter og hvornår den slutter. Hvor mange kontaktpunkter er der mellem dig og koncerten?

Når du hører om koncerten, når du køber billetten, når du ankommer til spillestedet, når du køber noget i baren, når du deler billeder fra koncerten med dine venner, når du går ud og trækker noget frisk luft undervejs, når du hører bandets numre på din telefon på vej hjem fra koncerten, når du ser andres billeder fra koncerten, når din spilleliste bliver delt af andre, og så videre. Der er mange flere, som alle rummer en forbedringsmulighed.

Tegn et kort over kontaktpunkterne mellem dig og færgen mellem Sjællands Odde og Ebeltoft, en croissant fra 7Eleven og en bog. Hvor mange kontaktpunkter kan du finde?

Udover kontaktpunkterne kan du også finde mønstre i de fællestræk, der er blandt kunderne. Jo flere ting kunderne eller brugerne har til fælles, jo større er din mulighed for at skabe en forbedring, der gør mange glade på en gang. Det bliver nemmere at slå to fluer med et smæk.

Hvilke fællestræk kan du finde blandt gæsterne til en koncert? Alder, køn, transportform, adfærd, forbrug etc.

Kontaktpunkter

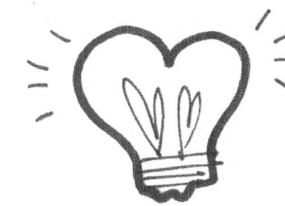
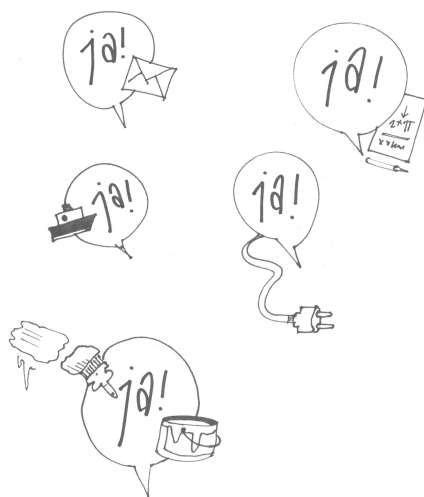
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

-
-
-
-
-
-



Når alle informationer er samlet, sættes det idéskabende arbejde i gang. Idéskabelsen bruges til at løsrive sig fra logisk tænkning. Ja - og, vende timeglasset om, gøre opgaven sværere etc.

Hvis du har fine fornemmelser, får du hverken særligt gode eller særligt mange idéer. Men hvis du helt usnobbet og faktisk også ukritisk tager imod, så kan du fylde en væg med idéer på kort tid.



Idéer er ligesom børn. De andres er sgu da meget søde, men vores egne er jo helt fantastiske! Derfor gælder det om at få idéerne sammen. Skriv alle og alles idéer op undervejs. Forestil dig, at du deltager i en idéproces, og at alle de andres idéer bliver skrevet op på væggen. Hvad gør det ved dig? Brug den tid, det tager at skrive alle idéerne op.

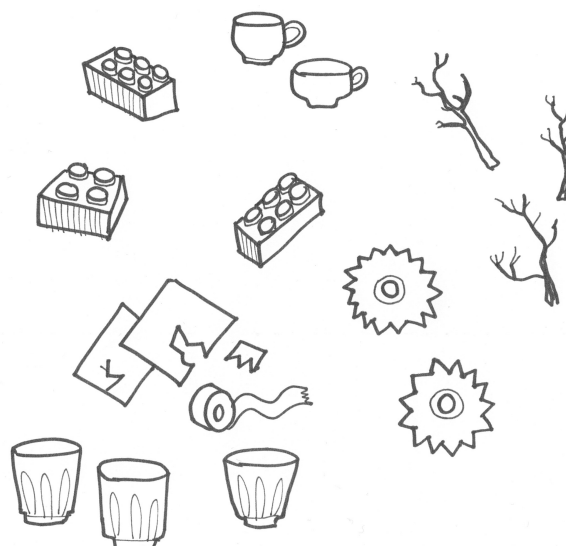
IDÉSKABELSE

FORDI IDÉER KAN ÆNDRE VERDENS GANG

En god måde at give plads til de knap så højtråbende er ved at bygge idéerne. Hænderne får andre idéer end hovedet.

Rotér mellem grupperne og byg videre på hinandens idéer. En rotation behøver ikke vare mere end 5-10 minutter.

Sortér idéerne efter dine egne kriterier: kategorier, pris, sværhedsgrad, tilladelser, nyhedsværdi, brugervenlighed og så videre.



1925
MODELLEN

JA OG

Mental strækøvelse - god som både opvarmning til og fastholdelse af brainstorm

Reglen er nem at forstå, men svær at praktisere. I må kun sige ja. Uanset hvad den første i gruppen foreslår, så skal den næste sige: Ja, og...[og dermed bygge videre på det første ja].

Hvis der er nogen, der siger nej, eller rynker på næsen eller tøver for længe, så går det i stå.

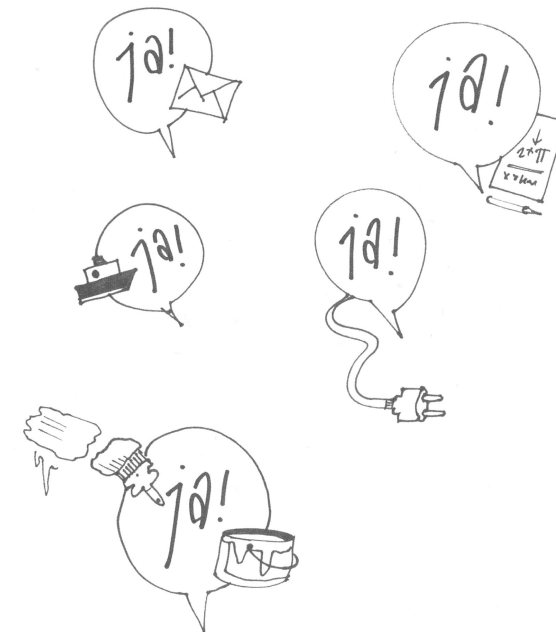
Sørg for at der er gang i de ja'er. Øv jer gerne. Lav nogle små øverunder på noget, som ikke lige har med besvarelsen af det krystalklare spørgsmål at gøre.

Sæt eventuelt jeres telefon til at ringe efter 30 sekunder, 60 sekunder og så videre. Øv jer.

Det kræver mod at sige ja. Det er meget nemmere at lægge armene over kors og sige nej, så I skal opmuntre hinanden: Op på hesten igen! Sig ja!

I kan aftale, at der er en fra gruppen, der prøver at skrive alt ned imens, eller også kan I stoppe, når uret ringer, og så bruge et par minutter til at notere alt ned, inden I siger ja igen.

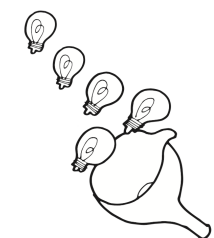
Øvelsen er både god som opvarmning til en brainstorm, men er også utrolig effektiv, hvis man går i stå i løbet af en brainstorm. Så tager I bare en af de tidligere idéer, læser den højt og kører på.



IDÉSKABELSE



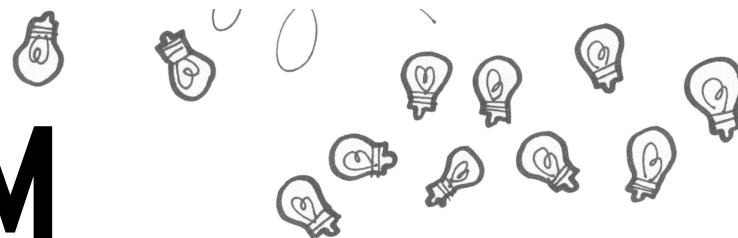
34



1925
MODELLEN

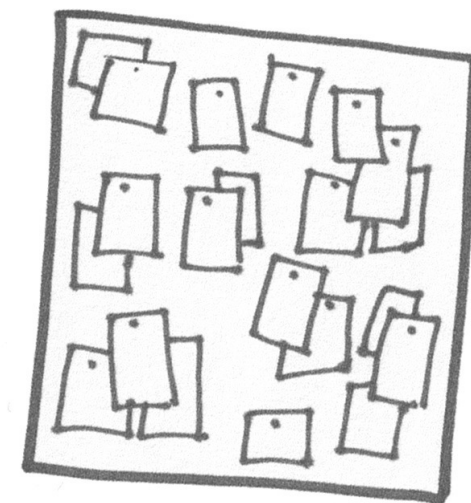
BRAINSTORM

Alt kan lade sig gøre. Ingen begrænsninger.



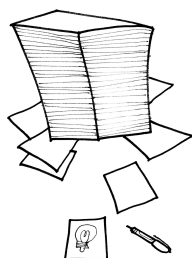
Reglerne er enkle. En idé per post-it (eller hvad I nu skriver på), så er det nemlig nemmere at flytte rundt på dem bagefter.

Sørg for at skrive alle og alles idéer undervejs. Hvis du er snobbet undervejs eller kun skriver de idéer ned, som du kan lide, så går du måske glip af den idé, der virkelig kan skabe et gennembrud.



Sæt et antal minutter af, sæt en alarm, og sæt igang!

Alle mennesker har hovedet fuldt af idéer. Det gælder bare om at få dem ud. Mange kreative processer tager mest hensyn til de højtråbende, men der findes flere teknikker, der også giver plads til de mere stille.



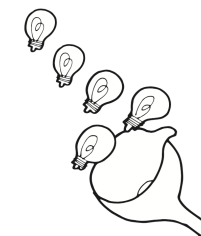
Tavs brainstorm: Deltagerne må kun skrive idéerne ned på papir eller op på en tavle. Og der skal være helt stille undervejs.

Omvendt brainstorm: Beskriv alle ting, der vil sikre en kæmpe fiasko. Hvad skal vi gøre, hvis vi vil være sikre på at det går alt?



Tegnet brainstorm: Alle tegner idéerne.

Klippe-klistre: Få fat i en masse blade, sakse og lim og lav collager med idéerne.



IDÉROTATION

Bestøv hinandens idéer

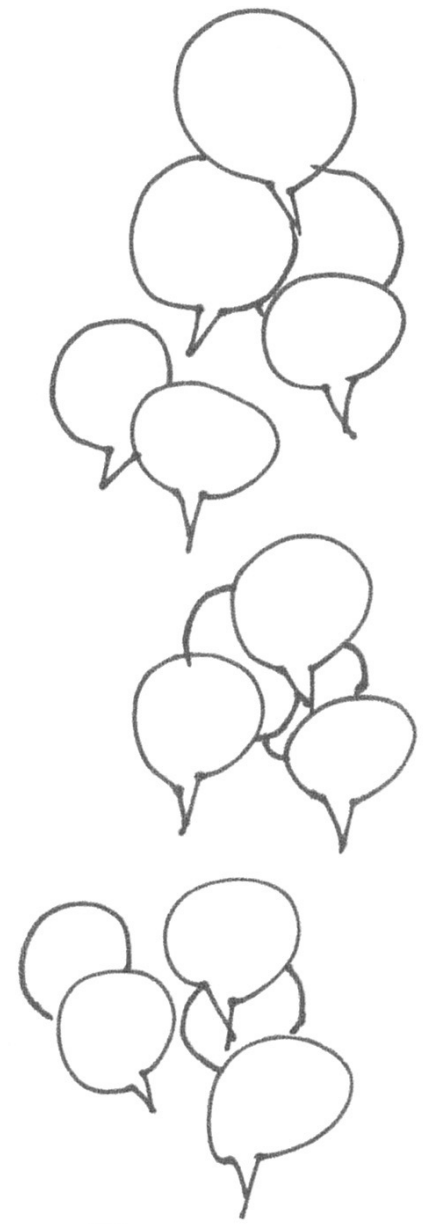
Når alle og alles idéer er skrevet ned og sorteret, så er det en god idé at rotere.

Halvdelen af gruppen bliver siddende, mens den anden halvdel går videre til næste gruppe. Rotér i urets retning så er det nemt at huske.

Dem, der kommer på besøg, bliver præsenteret for idéerne og byder ind med forbedringer eller har opklarende spørgsmål.

5-10 minutter er rigeligt per besøg. Lav to-tre rotationer eller fem eller hvad der er tid til.

Når dem, der har været på besøg, vender tilbage til deres oprindelige gruppe, så sæt tid af til at de kan fortælle hvilken inspiration, de har fået i løbet af deres besøg hos andre. Og dem, der blev, fortæller hvad de besøgende har bidraget med.



IDÉBOOSTER

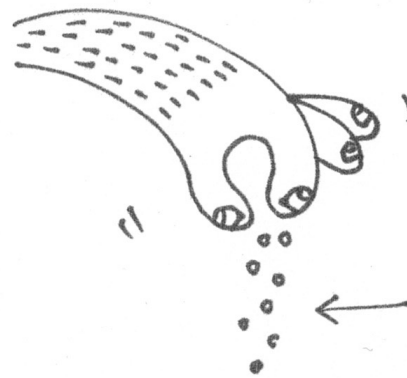
Tilføj noget til idéen, så den bliver stærkere, sjovere, skarpere.

Efter brainstormen og idérotationen, så tænker de fleste, at nu er der ikke mere at komme efter. Som barn sagde de voksne også tit: Nu skal du ikke presse citronen! Men hvad sker der egentlig, når man presser citronen? Ja, så kommer der mere ud. Så lad os presse citronen. Det gør vi ved at tilføje noget til idéen.

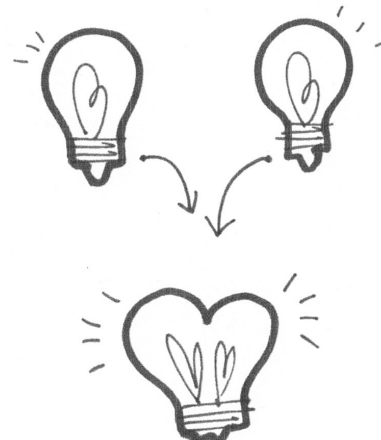
1) Først tegner du idéen:



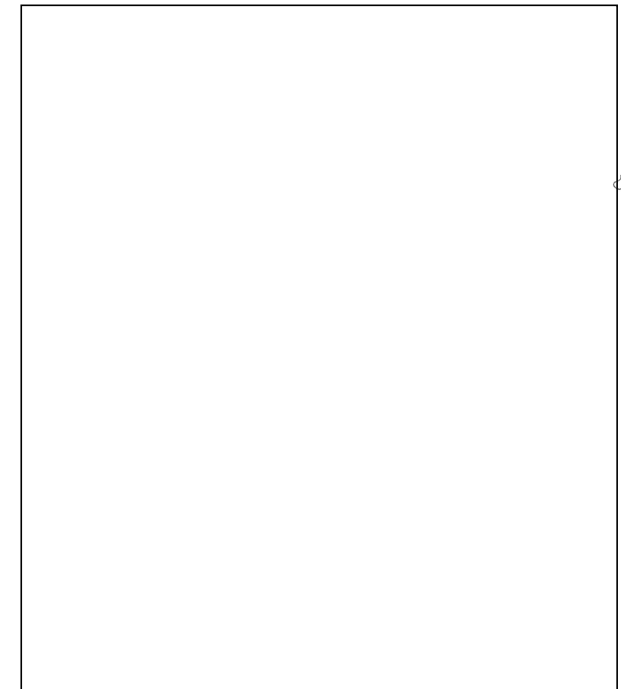
2) Så tilføjer du noget:



Formål - funktion - farve - form -
lyd - duft - luft - lys - signal - størrelse
materiale - motor - mørtel - manøvrer



3) Så tegner du den nye idé:



IDÉSORTERING

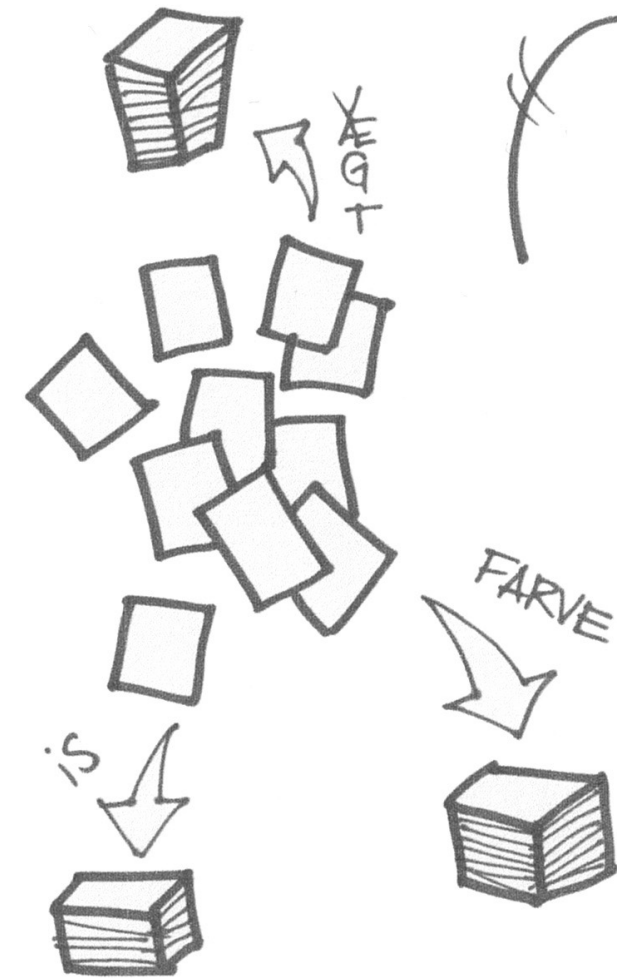
Hvilke idéer svarer bedst på det krystalklare spørgsmål?

Når alle og alles idéer er skrevet ned, så er det en god idé at sortere.

Der kan være flere måder at sortere på. Hvad er billigst? Hvad er nemmest at gennemføre? Hvad giver størst effekt? Hvad kan vi gøre uden hjælp fra andre? Hvad behøver vi ikke bede om lov til? Hvad har størst nyhedsværdi? Og så videre...

I bestemmer selv hvad I sorterer efter, men idéerne skal jo helst hjælpe med at besvare jeres krystalklare spørgsmål.

Hvis der er brug for at stemme om idéerne, så er der flere muligheder: En stemme per person er jo altid oplagt, men hvis der er mange idéer i spil, så er det en god idé, at man har flere stemmer. Ti stemmer per person virker også fint, og så kan du tillade, at man må sætte op til tre stemmer på samme idé. Det giver hurtigt en tydelig markering af hvilke idéer, der bør arbejdes videre med.

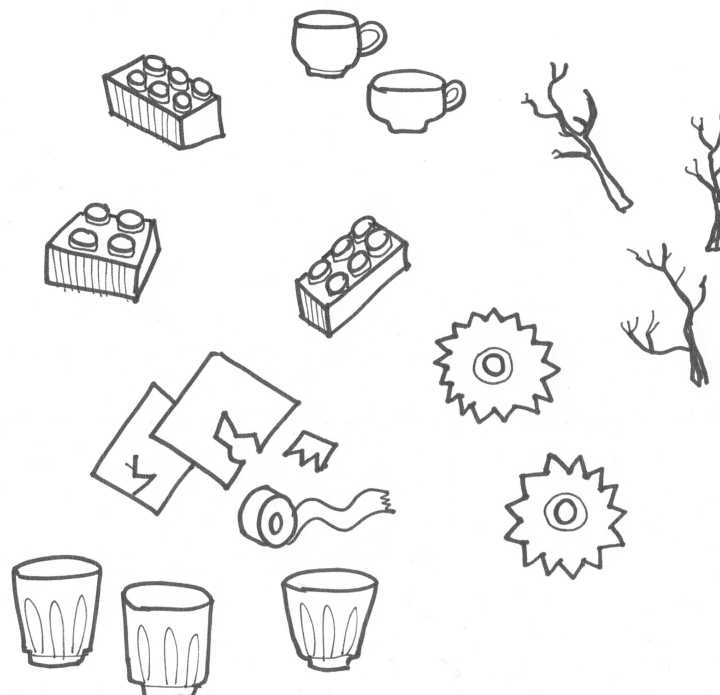


BYG DIN LØSNING

Vi får andre idéer med hænderne, end vi gør med hovedet. Byg første version af løsningen.



Når I er færdige med at brainstorme, rotere og sortere så er det tid til at bygge idéerne. Gå amok i limpistoler, karton og piberensere eller gå en tur i skoven eller hvor det passer. Denne øvelse giver også god plads til dem, der ikke råber så højt i løbet af brainstormen.



FORTÆL HISTORIER

Fortælleøvelse - god til at fremkalde billeder af fremtiden. Skab et scenarie.

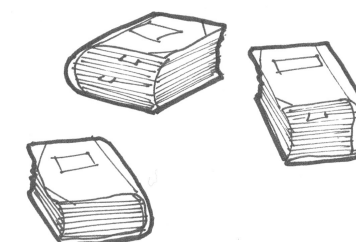


Fortæl en hverdagshistorie, gerne fra en tirsdag i fremtiden, hvor det krystalklare spørgsmål er løst. Hovedpersonerne kan jo være dem, der blev beskrevet under observation af mønstre.

Hvordan ser der ud i den fremtid? Hvad foregår der i løbet af den dag? Hvad siger folk? Hvad gør de? Hvordan har løsningen af det krystalklare spørgsmål også påvirket andre ting?

Mange synes, at det virker fjollet at sidde og fortælle historier, men det sjove er bare, at efter kort tid glemmer de, at det 'bare' var en historie. De begynder at tro på den som virkelighed og bruger den som eksempel overfor andre: "Vi kan bare gøre som dem derovre, som...."

Historierne kan tage form som tegninger, tekst på papir eller film. Eller noget helt andet. Det er nemt at fortælle historier. Bare fyld ud efter prikkerne:



Der var engang.....

Og hver dag.....

Men så en dag.....

Og på grund af det....

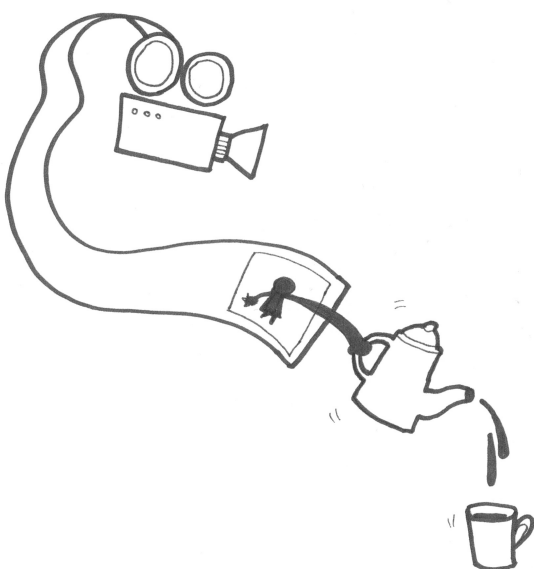
Og på grund af det....

Og på grund af det....

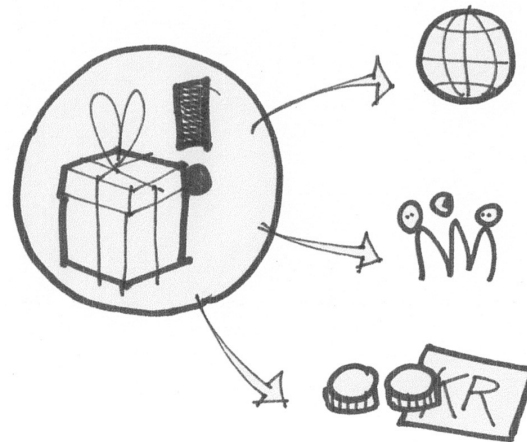
Men endelig.....



1925
MODELLEN



Med både logisk viden og ulogisk idéskabelse til rådighed, trækkes alle informationer gennem en tragt, og den relevante løsning beskrives. Duer den? Ville jeg selv bruge den? Tjener jeg penge, og tjener det samfundet? Har jeg skabt ny viden? Skaber det forestillinger?



Beskriv dit slagtilbud. Du kan skrive hvilke to områder, der er blevet kombineret på en ny måde. Eller du kan beskrive, hvilket problem målgruppen står med mellem hænderne, og hvordan din idé lige præcis hjælper dem af med det. Eller hvem du hjælper med at gøre hvad på hvilken måde.

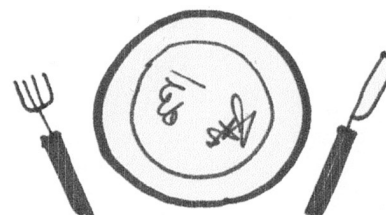
Vi køber ikke et 6-mm bor. Det vi køber er jo et 6-mm hul i vores væg, så vi kan hænge et billede op. Forbedringen skal være større end forandringen. Test din idé.

RELEVANS

FORDI TESTS SLÅR FORNEMMELSER

Når du sælger dine idéer, så tænk på mere end åbningsscenen. Du skal præsentere en løsning, der er gennemtænkt. Hvem laver vi hvad for? Hvordan gør vi det? Hvordan når det frem? Hvordan fortæller vi om det? Hvordan finder vi ud af, hvad det skal koste? Hvem er vi afhængige af undervejs? Hvordan rydder vi op efter os?

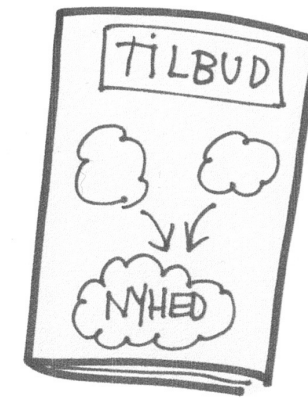
Sørg for at tallerkenen også er smuk at se på, når der er spist op. Sæt to streger under det, der virker, formulér et nyt krystalklart spørgsmål og tag en tur mere.



1925
MODELLEN

LØSNINGENS DNA

Hvad kalder I jeres løsning? Hvilken nytænkning har øget hvilken værdi?



HVAD



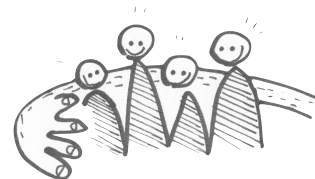
Hvilken værdi skaber løsningen?

Hvad er det nye?

Hvad er jeres udgifter?

Hvad koster det for kunden?

HVEM



Hvem tilbyder I løsningen til?

Hvem vil betale for det?

Hvem skal hjælpe jer?

Hvem er I afhængige af?

HVORDAN



Hvordan bliver den til virkelighed?

Hvordan når den frem til brugerne?

Hvordan fortæller I om det?



ELEVATORTALEN

Skriv en overskrift, der blæser alle baglæns



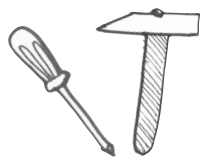
START MED SLUTNINGEN

Hvad er løst, når jeres idé bliver gennemført?



HVORFOR

Hvorfor er det vigtigt at skabe en løsning?



HVORDAN

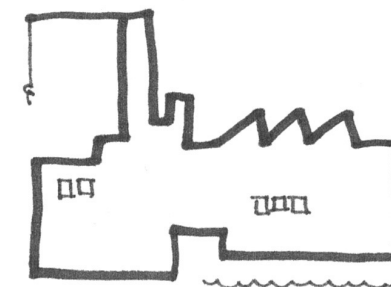
Hvordan skaber I løsningen?



10 FAKTURAER

Test din idé ved at skrive dine 10 første fakturaer. Hvad sælger du til hvem?

Det behøver ikke være et produkt. Det kunne også være en service. Det er heller ikke sikkert, at nogle skal have penge op af lommen, men det er en god øvelse at prøve at sætte en pris på. Det styrker din evne til at definere den værdi, din nytænkning leverer.



#1

Modtager:
Leverance:
Pris:

#6

Modtager:
Leverance:
Pris:



#2

Modtager:
Leverance:
Pris:

#7

Modtager:
Leverance:
Pris:



#3

Modtager:
Leverance:
Pris:

#8

Modtager:
Leverance:
Pris:



#4

Modtager:
Leverance:
Pris:

#9

Modtager:
Leverance:
Pris:

#5

Modtager:
Leverance:
Pris:

#10

Modtager:
Leverance:
Pris:



TEST LØSNINGEN MED DET SAMME

Vi lever i prototypens tidsalder. Test din løsning med det samme, så du kan få feedback og forbedre den.

Det kører for jer! I har nu en lækker løsning, men hvad siger kunderne? Brugerne? Borgerne?

Tag din prototype under armen og hold elevatortalen for din målgruppe. Hvad siger de? Ville de bruge den? Hvilke forslag har de til næste version?

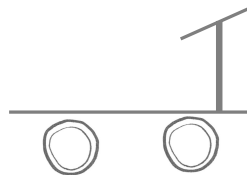
Hvis du ikke har en fysisk prototype, så præsentér din løsning på anden vis og få feedback. Du kan lave en video eller du kan bruge online spørgeskemaer og bede om hjælp til besvarelse.



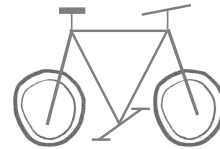
Hjul



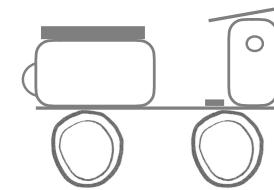
Skateboard



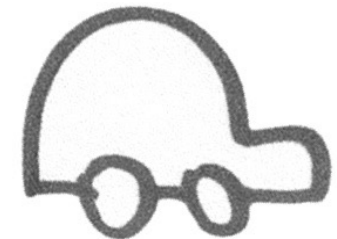
Løbehjul



Cykel



Scooter



Bil

Den lige vej til succes er skæv, men når du bygger dit produkt eller din service skal du sørge for, at hver version virker. Hvis første version ikke virker, selvom visionen er nok så fin, så vil brugerne ikke anbefale din løsning til andre. Hvis hver version virker, så skal brugerne nok anbefale dig og din løsning.

Find ud af hvad der virker, og hvad der trænger til et nyt krystalklart spørgsmål. Og så kører du en tur til. Anden gang går det stærkere.



1925
MODELLEN