



*ENTREPRENÖRIELL  
MEDARBETARE*

INSTRUKTIONSBOKEN

Efterfrågad kompetensutveckling (EKU)  
Alexandersoninstitutet: alexandersoninstitutet.se  
Campus Varberg: campus.varberg.se  
Varbergs kommun: varberg.se  
Finansiärer och samarbetspartners: Region Halland, Europeiska unionen/  
Europeiska regionala utvecklingsfonden genom Alexandersoninstitutets  
satsning på efterfrågad utveckling.  
Boken är skriven av Elisabet Klingensterierna och Kajsa Urge. Våren 2023.



## VÄLKOMMEN TILL DIN KREATIVA ARBETSPLATS!

Vill du bli bättre på att se och utveckla idéer på din arbetsplats? Har du tankar kring hur saker och ting kan förbättras men behöver du lite hjälp på traven för att komma igång? Eller vill du helt enkelt bara sätta tändarna i något som engagerar dig och gör vardagen (och jobbet) roligare? Då har du kommit rätt!

Vi på Alexandersoninstitutet har, tillsammans med forskare och samarbetspartners, tagit en metod för idéutveckling, entreprenörskap och att arbeta värdeskapande. Metoden lanserade vi sedan i form av en kurs: Entreprenöriell medarbetare. Det är denna kurs som boken tagits fram till och det är därför boken heter just Entreprenöriell medarbetare – instruktionsboken. Även om det från början var tänkt som en kursbok går det bra att använda den utan att gå kursen – processen är den samma oavsett.

Boken du håller i din hand är alltså en vägvisare och ett stöd genom processen att bli mer värdeskapande och kreativ i din arbetsroll. Boken består av olika delar som handlar om stegen som du behöver ta för att förverkliga dina idéer och skapa värde för dig och andra.

Det enklaste är att du använder boken steg för steg men övningarna tar olika lång tid för olika personer. Kanske har du lätt att komma på idéer men svårare att presentera dem, eller du kanske tycker att det är enkelt att utveckla nya saker men svårt att få med dig dina kollegor och chefer på resan. Det är okej. Du arbetar i din takt och använder övningarna i den utsträckning du behöver dem.

Tankar och reflektioner som dyker upp under processens gång kan du skriva ner i anteckningsrutorna i boken men för att göra processen ännu bättre är det också viktigt att du delar dina tankar med andra personer. Använd tipsen i boken för att våga berätta, lyssna, fråga och fortsätta utveckla.

**Lycka till!**

Teamet på Alexandersoninstitutet, Campus Varberg – en del av Varbergs kommun.

**"DET ÄR SVÅRT OCH  
UTMANANDE ATT PÅ ETT TYDLIGT  
SÄTT (OCH I SKRIFT) FÖRKLARA FÖRDELAR  
OCH HUR STOR NYTTA JAG UPPLEVER  
ATT IDÉN GÖR FÖR ANDRA –  
VILKET VÄRDE DEN HAR!"**

Deltagare i kursen Entreprenöriell medarbetare.

Processen bygger på rapporten "The entrepreneurial employee in the public and private sector: What How Why" av Martin Lackeus, Mats Lundqvist, Karen Williams Middleton och Johan Ilden.

Du hittar rapporten i sin helhet här:  
[Lackeusetal\\_Theentrepreneurialemployee\\_JRC17661 online.pdf](#)

## **INNEHÅLLSFÖRTECKNING**

Processen.....	8
Material.....	10
Att reflektera.....	11
Drömmen .....	14
Diamanten.....	26
Trendspaning.....	41
Hållbara projekt .....	45
Idéutveckling .....	48
Pitchen.....	58
Planen.....	66
Reflektion .....	70
Fira.....	72
Lär dig mer.....	73



Martin Lackéus

## ENTREPRENÖRIELL MEDARBETARE

Tre frågor till Martin Lackéus, forskare i entreprenörskap på Chalmers Tekniska Högskola.

### 1. Vad gör en entreprenöriell medarbetare?

Att vara en entreprenöriell medarbetare på sin arbetsplats handlar mycket om att försöka hitta nya sätt att skapa värde för andra via en kreativ process som präglas av känslomässigt starkt lärande. Dem vi försöker skapa nya sorters värde för kan vara kollegor, kunder, brukare, partners eller andra människor. Det kan också handla om att skapa värde för djur, växter eller för vår planet. Det nya värdet som skapas kan såklart vara ekonomiskt, men lika ofta handlar det om socialt, kunskapsbaserat, glädjeorienterat eller ekologiskt värde.

### 2. Varför ska man bli mer entreprenöriell och utveckla sina entreprenöriella förmågor?

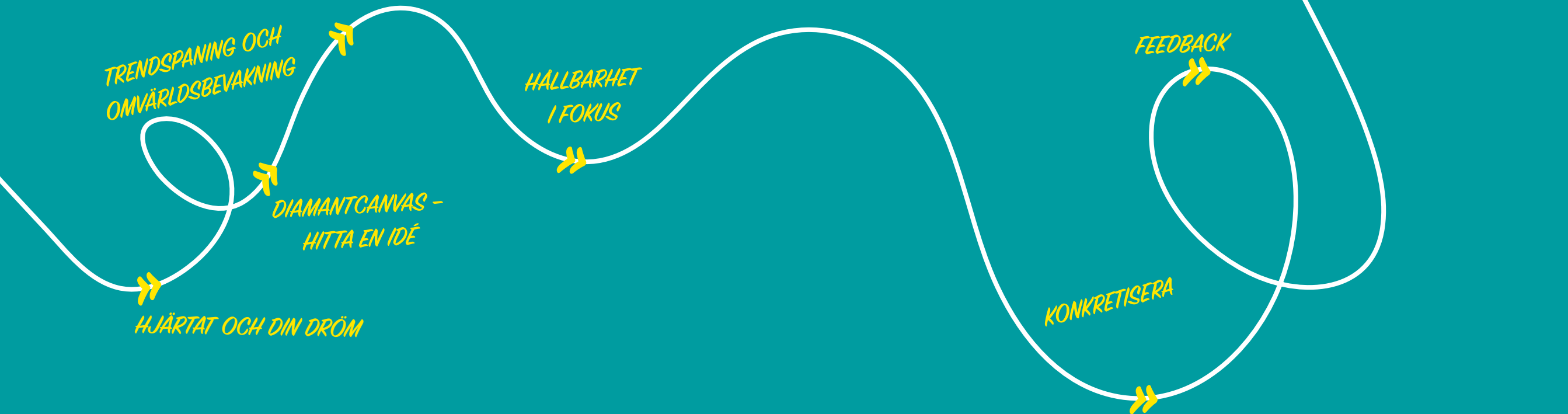
Vi människor mår som allra bäst när vi får uppleva en god balans mellan eget lärande och värdeskapande för andra. Då utvecklas vi på ett personligt plan, vi blir mer motiverade och vi upplever en högre känsla av mening och syfte i livet. Det leder i sin tur ofta till högre kvalitet och effektivitet på arbetsplatsen samt nya arbetssätt och lösningar som fungerar bättre för både oss själva och för andra. Det är det som är att vara entreprenöriell.

### 3. Kan alla bli en entreprenöriell medarbetare?

Definitivt är det så. Men det kräver ett visst mått av arbetsinsats, uthållighet och långsiktighet. Tyvärr är eget lärande och värdeskapande för andra lite som olja och vatten. De separerar spontant, och håller sig gärna på var sin kant. Vill vi bli en mer entreprenöriell medarbetare behöver vi därför lägga kraft och energi på att försöka blanda de två. Det handlar då om att finkornigt blanda in alltmer lärande i de processer där vi annars rutinmässigt främst fokuserar på att skapa värde för andra på jobbet. Det handlar också om att blanda in värdeskapande för andra i de processer där vi annars brukar lära oss nya saker isolerat från vår yrkesvardag, i kurser och utbildningar av olika slag.

# PROCESSEN - FRÅN DRÖM TILL KONKRET PLAN

Här är vägen du har framför dig! Varje del i din process präglas av värdeskapande och att hitta meningsfullhet i det du gör. Vägen är inte alltid helt rak och ibland får man gå tillbaka och göra vissa steg igen. Det är så det är med idéutvecklingsprocesser, ibland går man tre steg framåt och ibland ett steg tillbaka, det är som det ska vara. Genom hela din process är lärande och värdeskapande i fokus tillsammans.





## MATERIAL

I boken hänvisar vi till ett antal olika Canvaser. Du kan hämta allt material på vår hemsida [www.alexandersoninstitutet.se](http://www.alexandersoninstitutet.se) eller kontakta Alexandersoninstitutet för att få dem som pdf:er.

Följande Canvaser är bra att ha tillgängliga när du påbörjar ditt projekt:

- Drömcanvasen
- Diamantcanvasen
- Idéutvecklingscanvasen
- Reflektionscanvasen



Vi rekommenderar att du skriver ut canvaserna för att kunna arbeta med dem på ett bra sätt.



## REFLEKTION: ETT AV DINA VIKTIGASTE VERKTYG

När du arbetar med din idé är det viktigt att du avsätter tid till reflektion – att tänka kring din process. Reflektion handlar om hur du ser dig själv innan, under och efter; hur du ser dig själv utifrån olika perspektiv, efter specifika situationer eller upplevelser och dina handlingar och beteenden i relation till andra. Det är i reflektion som lärandet sker och först när du börjar reflektera kan också lärandet börja.

Avsätt tid i ditt arbete och ge dig själv utrymme att faktiskt tänka efter. Vart är du på väg? Hur funkar arbetet för dig? Är det verkligen detta du ville göra eller åstadkomma – om inte: hur går du vidare?

I denna bok ger vi, i varje steg, tips på frågor du kan använda för din reflektion. Skriv gärna ner dina svar men framför allt: bolla dem med någon annan!

Det finns många olika tillfällen i en process där reflektion sker och är viktig. Här är några exempel:

**Prelection:** När du reflekterar innan processens start. Här kan det handla om att stämma av förväntningar på ett medvetet sätt

**Reflection-in-action:** När du reflekterar medan en aktivitet pågår. Du tar in information som du tänker på och reagerar utifrån detta på plats. Kanske gör du förändringar i stunden, eller noterar ett skeende som du vill bromsa.

**Reflection-on-action:** När du reflekterar efter en aktivitet eller skeende. Vad finns det utrymme att förändra? Vad var riktigt bra och lärorikt? Varför blev det som det blev?

**Reflection-for-action:** När du reflekterar för framtiden. Detta sker under eller efter ett skeende och handlar om att skapa förändringar för framtiden och kommande situationer.

**Var är din bästa reflektionsplats?** Vad behöver du omkring dig för att kunna fokusera på eftertanke? Vissa tänker bättre när man går, springer eller kanske tar ett kallt bad. Andra gillar att ha något i händerna eller bara sitta i tystnad – hitta det sätt som passar dig bäst.



## VARFÖR SKA DU REFLEKTERA?

**Medveten utveckling och planering:** Genom att reflektera medvetandegör du kunskaper och erfarenheter och kan lära av det du gör. Du kan se din personliga utveckling och aktivt följa upp hur det går och skapa bättre processer för framtiden.

**Skapa meningsfullhet:** Att reflektera är en process som skapar meningsfullhet och möjliggör en rörelse vidare till nya steg i en process. Du får förståelse för vad som faktiskt betyder något.

**Ansvarstagande:** Att reflektera är att ta ansvar och ägandeskap över din egna lärandeprocess. Du känner dig starkare och har lättare att förstå processer.

**Ökar kritiskt tänkande:** Genom reflektion får du lättare att se och ifrågasätta skeenden i dina och andras processer.

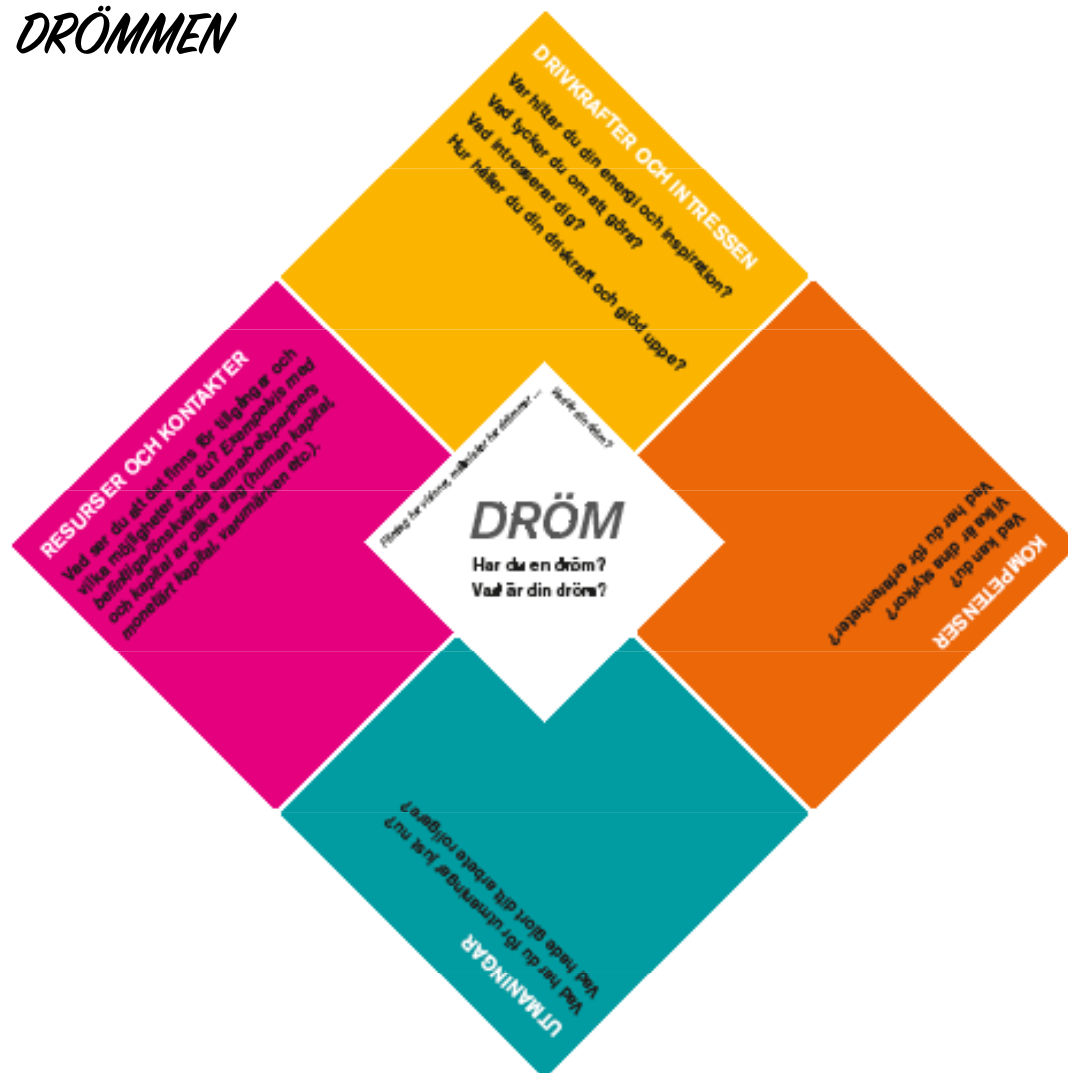
**Förbättrade förmågor:** Genom att skriva ner dina reflektioner ökar du också din förmåga att formulera dig och det du upplever, känner och tänker. Det är ett bra sätt att öva din förmåga att skriva – och att kommunicera dina tankar.

### **Reflektion är därför en kollektiv aktivitet!**

För att få ut det mesta möjliga av dina reflektioner behöver du dela dem med andra. Då möjliggör du för andra att bättre förstå dina processer, dina projekt, ditt tänkande vilket skapar bättre samtal och djupare förståelse. På så sätt kan också andra lära sig av dina reflektioner.

**Behöver du hjälp att komma vidare i din process?** Prata med en kollega eller chef för att slipa din idé. Du är också varmt välkommen att kontakta oss på Alexandersoninstitutet om du vill bolla dina tankar och idéer!

# DRÖMMEN



## ATT AGERA MED HJÄRTAT – HITTA DITT VARFÖR!

För att kunna skapa något som ger värde behöver du fundera över dina drömmar och drivkrafter. Vad är det egentligen som gör att du vill driva en idé eller starta och genomföra ett projekt? Vad gör dig glad och nyfiken? Vad ger dig energi? Det är när det känns och bränns som det verkligen sker något i din process, när vi känner saker vill vi lära oss mer!

Att hitta något man brinner för skapar inte bara glädje, utan också uthållighet! Bitvis kommer din process säkerligen att kännas frustrerande, inget flyter på, ingen lyssnar och ingen förstår din idé. MEN om du vet varför du gör detta så kan det räcka långt. Då har du bättre motivation att genomföra från början till slut och nå din dröm och din vision.

Det som betyder något, det som känns, det som berör, det gör oss också mer benägna att fortsätta. Om du skapar något som inte ger dig energi så är det också svårt att övertyga andra om att det är den bästa idén och att de ska vara med på din resa. Du måste helt enkelt kunna övertyga dig själv för att kunna övertyga andra.

På följande sidor kommer vi gå igenom de olika delarna av drömcanvasen och hur du kan använda den. Håll den aktiv och fyll på allteftersom du kommer på nya saker som passar in på din drömcanvas.





## DRÖMCANVAS: DRIVKRAFTER OCH INTRESSEN

Drivkrafter och intressen är centralt för denna del av processen. För att orka och vilja driva ditt projekt i hamn behöver du göra något som du tycker om och som driver dig framåt. När du har ett projekt som grundas i dina intressen och drivkrafter kan du hämta kraft där och grunda dina beslut genom projektets gång men även säga nej när du ser att det inkräktar på det som verkligen är viktigt för just dig. Du behöver fundera över vad som verkligen betyder något genom att ställa dig frågor som:

- Var hittar du din energi och inspiration?
- Vad tycker du om att göra?
- Vad intresserar dig?
- Hur håller du din drivkraft och glöd uppe?
- Vad är viktigt i mitt liv?
- Vad ger mig energin att fortsätta när jag känner mig låg?

**Börja göra:** Vet du inte vad du tycker om? Känner du inte att du har något riktigt intresse eller något du brinner för? Ge dig ut och prova nya saker, det är både roligt och utvecklande.

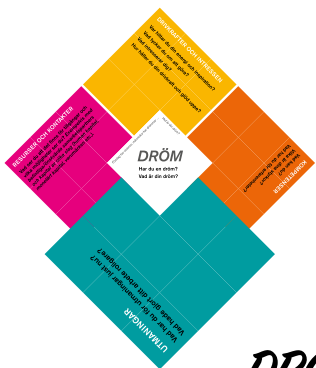


## DRÖMCANVAS: KOMPETENSER

Här börjar du se över vad du kan och vilka erfarenheter du har. Försök att lägga fokus på vad du kan snarare än vad du inte kan.

- Vad kan du?
- Vilka är dina styrkor?
- Vad har du för erfarenheter?

**Håller jantelagen dig tillbaka?** Ställ frågorna ovan till en kollega eller vän och se vad de lyfter fram som dina allra bästa egenskaper!



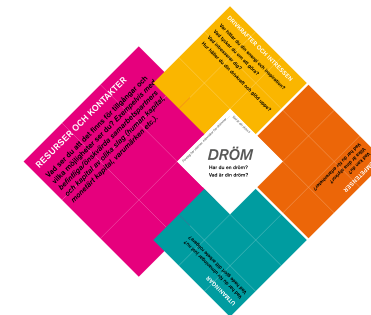
## DRÖMCANVAS:

### UTMANINGAR

Utmaningar handlar om hur du hindras och vad som bromsar ditt engagemang. Kanske är det något på jobbet som skapar irritation eller är ett hinder, eller kanske finns det något som skulle göra ditt arbete mer givande?

- Vad har du för utmaningar just nu?
- Vad hade gjort ditt arbete roligare?
- Om du själv fick välja, vad skulle du lägga din arbetstid på?

**Tjuvlyssna!** Lyssna på dina kunder, användare och kollegor. Vad sägs egentligen vid fikabordet? Finns det något som skulle kunna göras bättre? Lyssna aktivt utan att värdera det du hör för att få ut så mycket som möjligt!



## DRÖMCANVAS:

### RESURSER OCH KONTAKTER

Fundera över vilka resurser och kontakter du har: Vad ser du att det finns för tillgångar och vilka möjligheter ser du? Exempelvis befintliga/önskvärda samarbetspartners och resurser av olika slag (personer, finansiering, kontakter, lokaler, varumärken etc.). Tänk lite utanför boxen och på kontakter du kanske också har genom dina vänner, familj, kollegor eller kunder.

**Utmana dig själv:** Är det någon du skulle vilja lära känna? Boka in en fika med en person du är nyfiken på!



*DIN DRIVKRAFT SKA  
INTE VARA GRÄDDEN  
PÅ MOSET, DEN SKA VARA  
JÄSTEN I DEGEN!*

## **VAD ÄR DIN DRÖM?**

När du gått igenom alla delarna i Canvasen kanske du kan se ett tema eller en idé: vad är drömmen? Vad vill du förändra – på jobbet eller på din fritid? Som eget projekt eller tillsammans med andra? Vem kan hjälpa dig? Hur kan dina erfarenheter hjälpa dig framåt?

Kanske hade du redan en idé innan du började fylla i canvasen? Bra! Se om du med hjälp av det du skrivit nu kan konkretisera din idé och se hur den litar med dina drivkrafter, dina erfarenheter och om den kanske löser utmaningar. Använd fältet "resurser och kontakter" för att se vem som kan hjälpa dig framåt i processen.



William Khalil

## *DELTAGARE BERÄTTAR:*

### *WILLIAM KHALIL*

Under våren 2023 deltog 15 personer i kursen "Entreprenöriell medarbetare" där processen från denna bok användes för att utveckla idéer. En av deltagarna var William Khalil.

#### **Hur tycker du det var att utveckla en idé?**

Jag brukar ofta ha många idéer men genom att sätta ord på dem har jag med hjälp av kursen kunnat jobba med en konkret idé från början. Man fick bra verktyg att jobba med kring sin idé samt komma på en idé om man inte hade en.

#### **Vad har varit svårast i processen med att utveckla din idé?**

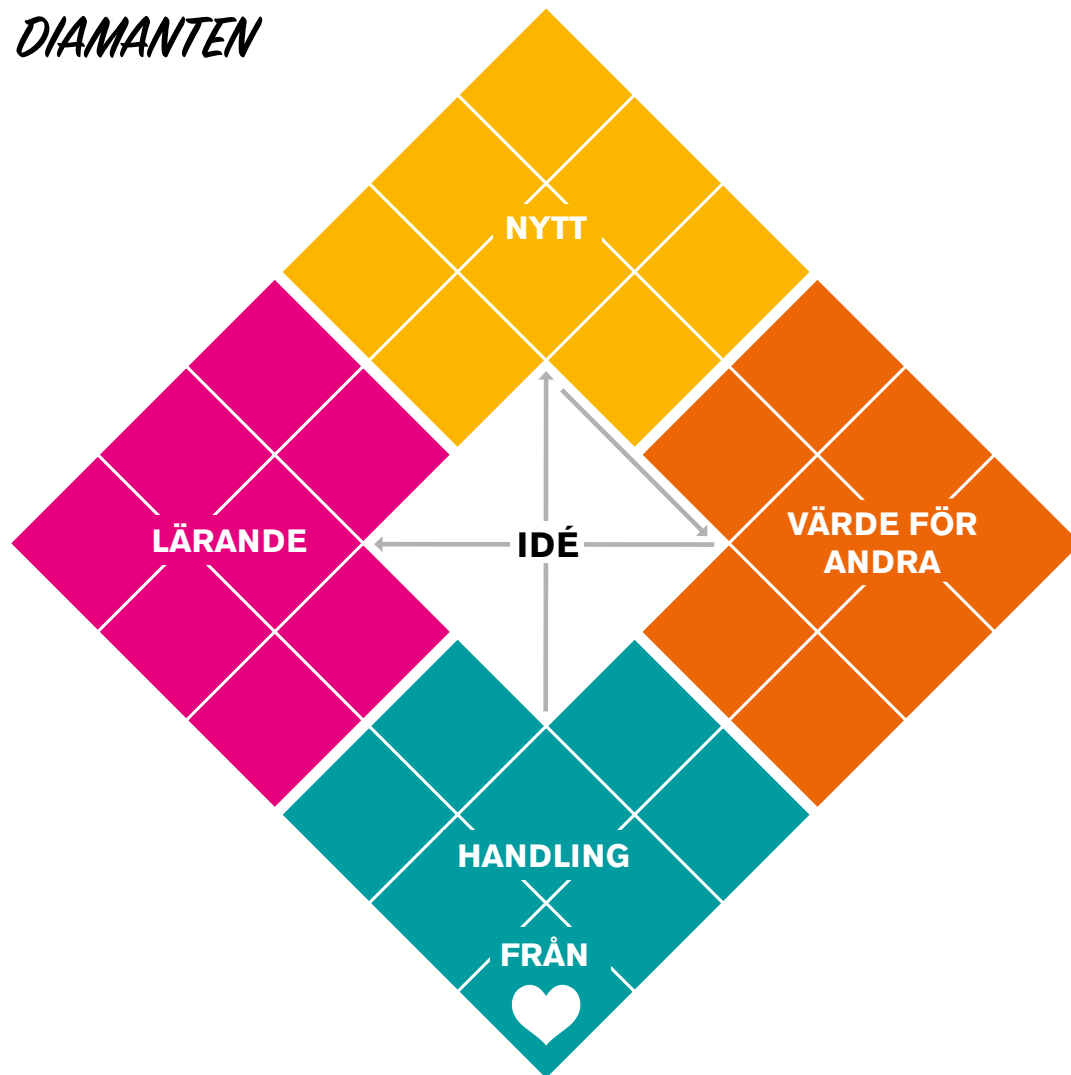
Det svåraste kanske har varit tiden för min del, då jag pluggade 100% samt hade extrajobb vilket gör det svårare att avsätta tid.

#### **Vad har varit roligast?**

Det roligaste var alla träffar, att mingla och nätverkande med människor man aldrig tidigare träffat. Men också intressanta personer som kommit och föreläst samt väldigt trevliga kursledare.

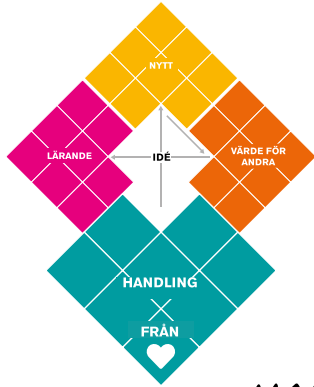


## DIAMANTEN



## ATT HITTA EN IDÉ!

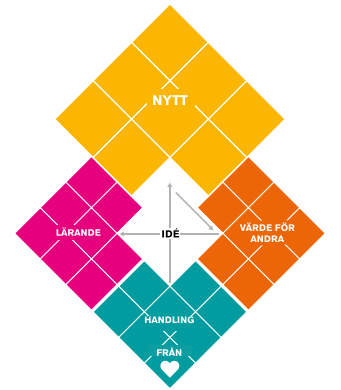
Diamantcanvasen är en canvas du kan använda i din idéutveckling. Den hjälper dig att förankra din idé i hjärtat och att fokusera på basen i din idé, att skapa värde för andra. Dessutom ser den till att du får tänka kring det nya med din idé och att hitta vägar till nytt lärande!



## HANDLING FRÅN HJÄRTAT

Dags att inventera ditt hjärta – här hittar du fnösket till din idé! Det som gör att du vill och orkar utveckla din idé. Längs vägen kommer du stöta på utmaningar och hinder därför är det viktigt att du hittar en idé som betyder tillräckligt mycket för dig för att du ska kunna kämpa vidare, även de gånger när det inte går precis som du vill! Dessutom är det mycket roligare att arbeta med något man tycker om på riktigt! Du kan inspireras av det du har skrivit i drömcanvasens gula fält för att fylla i den här delen av diamantcanvasen.

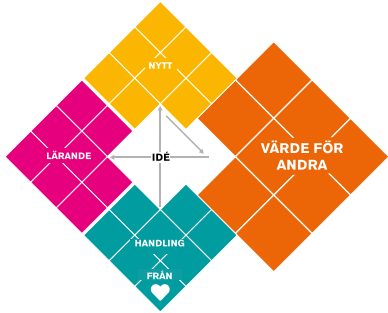
- Vad är dina drivkrafter och intressen?
- Vad håller dig engagerad och motiverad?
- När upplever du att du är i ett flow?
- Vad tycker du är roligt?
- Vad ser du fram emot att göra?
- Hur ser en riktigt bra dag på jobbet ut?



## NYTT

Att skapa något nytt kan låta svårt. Men mycket nytt är egentligen något gammalt (eller befintligt) i en ny kostym. Visst, din idé kan vara världsomvälvande och banbrytande men det kan också vara en idé som skapar mycket värde i ett mindre perspektiv, till exempel en bättre arbetsplats och arbetssituation för dig, dina kollegor eller ett bättre erbjudande för dina kunder eller användare.

- Finns det något som din organisation redan gör som skulle kunna förbättras, utvecklas och tänkas nytt kring?
- Vilka är dina största utmaningar i ditt arbete just nu?
- Vad är störande moment för dig eller de du möter i ditt arbete?
- Har dina användare, mottagare eller kunder uppmärksammat dig på möjliga förbättringar?
- Finns det någon du skrivit handling från hjärtat som du vill göra mer av/börja utveckla?



## VÄRDE FÖR ANDRA

Den absoluta grunden i din idé är den ska skapa värde för andra någon gång i framtiden. Om det inte gör det så finns det faktiskt ingen anledning att arbeta vidare med din idé. Att utforska och förankra värdet med din målgrupp är en viktig del i att utforma bra idéer - det är bara målgruppen som kan guida dig i hur du skapar värde på riktigt!

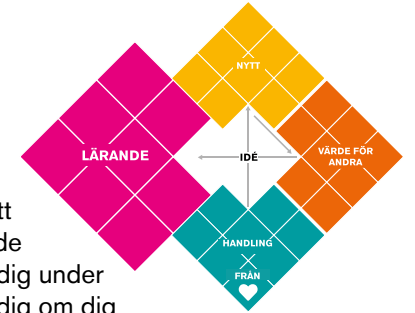
Att skapa värde för andra är inte bara roligt och värdefullt för andra, det är också roligt och utvecklande för dig!

- Vilka skapar du värde för?
- Hur ser din idé ut? Hur skapar du värde för andra?
- Vilka aktiviteter behöver du genomföra för att skapa värde för andra?
- Vem behöver du ha med dig för att skapa värde för andra?
- Vad är det som gör din idé unik? Vad är det lilla extra, DLX?

## LÄRANDE

För att kontinuerligt förbättra din idé och främja ditt eget lärande och utveckling måste du samla upp de erfarenheter, lärdomar och perspektiv du får med dig under processens gång. Det handlar om att du ska lära dig om dig själv och din möjliga framtid. Vad är nu möjligt att lyckas med och vilka styrkor har jag – vilka har jag utvecklat? Vad är meningen med arbetslivet och vad brinner jag för?

Att arbeta enligt den här modellen kan vara läskigt: ju mer passion du investerar, desto mer kan gå förlorat och ju längre du kommer i din process desto stressigare kan det upplevas – en känslomässig berg- och dalbana! Men var lugn. Med tiden bygger du upp en känsla av att det kommer lösa sig och blir mer motståndskraftig och trygg – ja, kanske till och med lär dig uppskatta den där berg- och dalbanan!



### Motgångar är vägen till framgång

Det kan låta klyschigt men det är sant: motgångar är vägen till framgång. Genom att misslyckas lär vi oss massor och att bara glida genom livet på ett räkmacka är inte så lärorikt. Reflektion kring motgångar är en outtömlig källa till lärande och att försöka om och om igen lönar sig ofta. Revidera din plan och sök alternativa vägar framåt! Framgång är oftast bara toppen på isberget, det vi ser. Under ytan, bakom framgångssagan, finns massor av insatser som inte syns: misslyckanden, upppoffringar, reviderade planer och negativa besked – och massor av mod och vilja att fortsätta. När du ser någon som lyckats med något kan du tänka att de också gått igenom det du gör nu.



## DITT LÄRANDE HÄNDER HELA TIDEN



### Tankebaserat lärande

**Hur?** På kontoret/egna arbetsplatsen

**Aktiviteter:** Söka information på webben/i databaser. Ringa folk (telefonmöte/webbmöte). Prata med nära kollegor öga mot öga. Systematiskt analysarbete vid skrivbordet (desk research). Skriva ner sina insikter i planer/presentationer.



### Handlingsbaserat lärande

**Hur?** Utanför kontoret/egna arbetsplatsen

**Aktiviteter:** Åka på externa möten med partners/kunder m fl. Besöka mässor, utställningar, konferenser. Bygga något i labbet/verkstaden. Genomföra ett konkret experiment hos kund. Nätverka i jakten på idéer/möjligheter/partners/kunder.



### Känslobaserat lärande

**Hur?** Avgörande ögonblick

**Aktiviteter:** Ögonblick där framgång eller misslyckande blir ett faktum. Avgörande presentationer inför nyckelpersoner som ger feedback. Situationer av kritik/konfrontation/attacker/förödmjukelse. Insikter som når en som en blix, avsett var man befinner sig. Beslut som tas av någon annan som får stor påverkan på idén.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## REFLEKTION

- Finns det något som din verksamhet redan gör som skulle kunna förbättras, utvecklas och tänkas nytt kring?
- Vad är dina största utmaningar i ditt arbete just nu? Vad är störande moment för dig eller för de du möter i ditt arbete?
- Har dina användare, mottagare eller kunder uppmärksammat dig på möjliga förbättringar?
- Finns det någon du skrivit handling från hjärtat som du vill göra mer av/börja utveckla eller utforska?



Malin Lenestad

## *DELTAGARE BERÄTTAR:*

### *MALIN LENESTAD*

Fyra frågor till Malin Lenestad, deltagare på kursen *entreprenöriell medarbetare 2023*.

#### **1. Varför tycker du man ska utveckla sina idéer/våga utveckla nytt?**

Annars så riskerar man att fastna i arbetssätt som inte längre fungerar då världen och förutsättningar förändras.

Om man går och bär på idéer som aldrig får prova sina vingar så riskerar man att se tillbaka och ångra sig. Ute i verksamheterna kan de bästa idéerna finnas, kanske på grund av frustration över tidsödande arbetsmoment eller annat.

#### **2. När är du mest kreativ och vad tror du är viktigt för att vara kreativ?**

Det är viktigt att vara trygg, känna utrymme och stöd i sin organisation. Finnas i sammanhang där olika kompetenser och personligheter bildar synergieffekter, olika miljöer, kulturer och åldrar berikar. Natur och fysisk aktivitet gör att tankarna får ett annat spelrum.

#### **3. Hur hittar man en bra struktur för att arbeta med sin idé?**

Det är viktigt att identifiera vad man har och vad man behöver. Om man brinner för något så kan det vara svårt att fokusera på rätt saker vilket gör att processen kanske stannar av. Om någon ser på din idé med andra ögon, utifrån andra erfarenheter, så kan man få värdefull information och hjälp att strukturera sitt arbete.

#### **4. Vilket är ditt bästa tips till någon som vill utveckla sin idé?**

Skapa utrymme. Om det är en egen idé så får man skapa sig tid i vardagen. Hitta olika forum där man kan diskutera sin idé. Leta efter inspiration på webben, seminarier, poddar osv.

På arbetet kan de ju vara svårare, att kunna argumentera för effektivare arbetssätt gällande kvalitet eller kostnadsbesparing brukar vara attraktivt.



## *ATT GÖRA RESAN GENOM DIAMANTEN*

Under din resa kommer du utifrån din idé, diamantens mitt, röra dig mellan alla fyra fälten. Du kommer skapa någonting nytt, värde för andra och lära dig massor på vägen. Du kommer få återgå till dina hjärtefrågor för att se att du är på rätt väg. Du får röra dig fritt över diamanten på det sätt som passar dig och din process, ibland kanske du fastnar i något särskilt fält då kan du hämta inspiration från någon annan del. Nyttja gärna hela canvasen, även de vita partierna, där kan du sätta nya idéer, tankar eller kom-ihåg-lappar.

**Sätt gärna upp din canvas på väggen!** På så sätt kan fler se och komma med input på din idé. Bjud gärna in dina kollegor, chef eller kund för att titta på canvasen och se om ni tillsammans kan utveckla din idé!

Ibland går det fort, du diskuterar din idé med andra som ger nya perspektiv och input, du rider på vågen. Men sen tar det stopp – vad hände egentligen med MIN idé? Har du fortfarande hjärtat med dig? Om inte, kan du styra om för att få med dig hjärtat?

**Har du tappat hjärtat på vägen?** Om du har hittat någon som brinner för din idé så kan det finnas fördelar att lämna över den! Ni kan såklart fortsätta att utveckla idén tillsammans!



*"JAG LYFTE IDÉN MED MIN KOLLEGA OCH VI BÖRJADE SPÅNA TILLSAMMANS OM HUR VI KAN UTVECKLA DEN. DET BLEV VÄLDIGT SPÄNNANDE DÅ VI BÅDA ÄR PÅ SAMMA LINJE ÅT VILKEN RIKTNING VI VILL GÅ ÅT SAMTIDIGT SOM HON ÄR MER JORDAD OCH AVVAKTANDE OCH JAG MER FRAMFUSIG OCH IMPULSIV. DETTA GÖR ATT VI SAMARBETAR VÄLDIGT BRA DÅ VI ÄNDÅ ÄR LYHÖRDA TILL VARANDRAS PERSPEKTIV."*

Deltagare i kursen Entreprenöriell medarbetare.



## TRENDSPANING

Varför skall du bry dig om omvärlden och trender? Om du vill sälja in något handlar allting i slutändan om mottagaren – och vill du förverkliga ditt projekt behöver fler vara med på tåget. Därför är kunskap, förståelse och förmåga att applicera trender lite som din heliga graal i projektet.

**Upprätta din egen trendspaning:** all information du behöver finns redan tillgänglig! Genom att vara nyfiken och ställa frågor kommer du långt.

## CHECKLISTA

Här är en checklista på var du kan upptäcka trender och händelser i omvärlden:

- Kunder, kollegor, vänner och familj
- Tidningar, webbsidor, bloggar, böcker, nyheter och nyhetsbrev
- TV, filmer, poddar och radio
- Seminarier, utställningar och mässor
- Trendföretag och färdiga trendrapporter
- Reklam
- Konsulter, forskare och experter
- Affärer, museum, hotell och flygplatser
- Högskolor och universitet



*"HÅLLBAR UTVECKLING ÄR EN  
UTVECKLING SOM TILLFREDSSTÄLLER  
DAGENS BEHOV UTAN ATT ÄVENTYRA  
KOMMANDE GENERATIONERS MÖJLIGHETER  
ATT TILLFREDSSTÄLLA SINA BEHOV."*

Gro Harlem Brundtland, FN:s världskommission  
för miljö och utveckling, 1987



Globala målen för hållbar utveckling.

## HÅLLBARA PROJEKT

Hur hållbart är ditt projekt? Inom ramen för hållbar utveckling pratar man ofta om tre olika aspekter: social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet. För att ditt projekt ska vara hållbart behöver du ta alla tre aspekterna med dig in i arbetet.

**Social hållbarhet:** Demokrati, jämställdhet, jämlikhet, likabehandling, socialt hållbara tjänster, säkerhet, individens behov, mänskliga rättigheter

**Ekonomisk hållbarhet:** Ekonomisk tillväxt, grön tillväxt, som inte sker på bekostnad av de andra hållbarhetsaspekterna, effektiv resursanvändning, konsumtionsbeslut

**Miljömässig hållbarhet:** ekosystemtjänster, naturresurser, respekt för naturen, klimatförändringar, biologisk mångfald, transport och utsläppsfrågor.

**Hur går det för målet?** På [globalamalen.se](http://globalamalen.se) kan du se hur det går för Sverige och världen inom ramen för vart och ett av de 17 målen.

– Kan du hitta mål som ditt projekt bidrar till att uppnå?

*"MIN FIKASTUND MED EN KOLLEGA GJORDE ATT JAG GAV UPP EN AV MINA IDÉER SOM JAG TROR BLIR BÄTTRE OM JAG FÖRSÖKER MIG PÅ VID SIDAN AV JOBBET. FIKAPERSONEN ÄR HÄNGIVEN INOM HÅLLBARHETSFRÅGOR OCH HAR MÅNGA BRA TANKAR OCH ETT GOTT DRIV. HON GAV MIG MER ENERGI TILL ATT KÖRA VIDARE PÅ MIN ANDRA IDÉ OCH JAG TROR JAG KOMMER KUNNA BOLLA MINA FORTSATT TANKAR MER MED HENNE."*

Deltagare i kursen Entreprenöriell medarbetare.



## **ATT DEFINIERA MÅLKONFLIKTER**

När du hittat ett eller flera mål som din idé bidrar till behöver du också fundera över om det finns målkonflikter. En målkonflikt innebär att man bara kan uppnå ett mål på bekostnad av ett annat. Det kan till exempel vara ett projekt om att öka tillgängligheten i ett naturreservat: en bättre väg ger fler möjlighet att ta del av naturen men kanske skulle vägen förstöra vissa naturvärden. Eller någon slags digitalisering som i sig kan göra en arbetsplats mer tillgänglig eller ekonomiskt hållbar - men som kanske bidrar till ökad konsumtion av mobiler, datorer eller annan teknisk utrustning. Du behöver väga målen mot varandra och se till att din idé är väl motiverad och går att genomföra på ett hållbart sätt. Finns det hållbarhetsmål som ditt projekt eller idé motverkar? Vilka avvägningar behöver du göra för att få ett mer hållbart projekt?

**TIPS:** SDG Impact Assessment Tool kan användas för att göra en mer genomgripande analys av hållbarheten i ditt projekt. Du hittar verktyget på: [sdgimpactassessmenttool.org](https://sdgimpactassessmenttool.org)



# IDÉUTVECKLING



## SKAPA VÄRDE FÖR ANDRA – KONKRETISERA DIN IDÉ!

Nu vet du din drivkraft, har du en idé och vet hur hållbar den är. Nu är det dags att göra en utvecklingsplan för att se hur din idé kommer fungera i verkligheten. Du kommer att utveckla din idé för att hitta det som gör den unik. Denna fas är till för att lyfta blicken, ge dig en tydlig bild av vägen framåt. Genom att använda canvassen på bilden kan du konkretisera och hitta vägen framåt! På kommande sidor hittar du inspiration och stöd till hur du fyller i den.

**Inte redo riktigt än?** Det är helt okej! Gör om tidigare steg för att formalisera din idé. Det är viktigt att du vet vad din idé är innan du går vidare!

## *INSPIRATION: FRÅGEBATTERI*

- Varför ska mottagaren eller kunden välja din produkt/tjänst och inte dina konkurrenters?
- Hur kan du utveckla ditt erbjudande? Om du kombinerar din produkt/tjänst med andra idéer blir din idé ännu bättre och mer köpbar?
- Hur ser din affärsmodell ut? Hur ska man betala för ditt erbjudande och hur ska du tjäna pengar?
- Om du fick drömma helt fritt och allt vore möjligt hur skulle ditt projekt se ut, vem vill du ha med dig på din resa?
- Vilka är dina potentiella mottagare? Finns det målgrupper som du inte tänkt på?
- Om du utgår från en ny målgrupp hur kan din idé utvecklas?
- Vilka är dina konkurrenter? Vem konkurrerar du verkligen med? Kanske ingen i din egen bransch, kanske din mottagares tid?
- Vilka är dina potentiella samarbetspartners som kompletterar dig och stärker dina möjligheter att lyckas med din idé?
- Vilka kontakter har du och vilka behöver du skaffa?
- Hur kan du testa din idé?
- Vilka personer kan du testa din idé på, som är en potentiell användare, vad är de beredda att betala?

**Tips!** Presentera hela idéutvecklingscanvasen för någon annan och be dem ställa frågorna till dig! Det gör att du får förklara dina val högt och motivera vad du tänker. Det kan ge ytterligare djup till din idé och plan!

## *DLX – DET LILLA EXTRA*

Vad är det som gör din idé unik? Vad får den att sticka ut och hur berättar du det för andra? Kan du hitta något som skulle få idén att lyfta till nästa nivå? Det behöver inte vara så svårt om man tänker efter. Hur skapar du omtanke och engagemang som berör och får andra att tänka till?

## *IN-VÄN-TERA*

Att genomföra sin idé helt ensam är inte så lätt och när man hittar någon att samarbeta med kan det verkligen ge vind i seglen! Därför är det viktigt att inventera sina kontakter, såväl privata som professionella, för att se om det finns någon eller några som skulle kunna hjälpa till att förverkliga din idé eller i alla fall ta dig ytterligare en bit längre än du där du är just nu. Att använda familj, vänner och kollegor är nyckeln – att inVÄNtera helt enkelt!





## FA INPUT PÅ DIN IDÉ – LÄRANDE

Om vi liknar din idé vid en gnista så är feedback och input från andra bränslet och syret som får elden att komma i gång på riktigt. Både positiv feedback och kritik går att använda för att göra din idé ännu bättre och skapa större värde. Ofta behöver man öva för att kunna ta emot och omsätta feedback till något som går att använda.

Detta är en möjlighet för dig att se målgruppens reaktioner på din idé, identifiera fallgropar och/eller hitta ytterligare utvecklingsområden kopplat till din idé. Vi måste testa våra idéer för att se om de har potential att bli något och också kunna släppa de idéer som inte skapar värde.

För att få bra feedback som du kan arbeta vidare med behöver vara lyhörd och ställa rätt frågor.

## THE MOM TEST: ATT INTERVJUA

The mom test är en bok skriven av Rob Fitzpatrick. Boken är skriven för att hjälpa dig som utvecklar (affärs)idéer att ställa frågor som ger dig sanningsenliga svar, alltså inte din mammas positiva och okritiska uppmuntran! En mamma, annan familjemedlem eller vän vill oftast inte såra dina känslor och värjer sig för att säga sanningen om din idé, med hjälp av "the mom test" får du verktyg att ställa frågor som ger sanningsenliga svar!

### Här är tre tumregler från The mom test:

1. Prata om deras (kund/användare/besökare) liv istället för din idé
2. Fråga om detaljer i det förflutna istället för allmänna åsikter om framtiden
3. Prata mindre och lyssna mer

### Här kommer några mer specifika frågor du kan använda dig av:

- Var har du ditt fokus just nu?
- Du verkar tycka att detta är intressant?
- Berätta mer om det där, det verkar störa dig en del?
- Varför är det jobbigt för dig?
- Varför har du inte gjort något åt det?

Och som alltid... fortsatt framåt!



## PITCHEN

Nu har du en idé och det är dags att sälja in den till andra omkring dig!

I denna fas formulerar du din pitch och kartlägger de aktiviteter som skall genomföras i form av en actionlista. Denna lista fungerar som ditt dagliga stöd i arbetet med ditt projekt – håll den levande och sätt gärna upp den på en vägg så du kan snegla på den när du jobbar. Tydliga mål och en inspirationsbild kan ge dig en kick innan du genomför en aktivitet inom ramen för ditt projekt!

En modell för en bra pitch kan vara: inledning, problem/behov, lösning, nytta, andra alternativ och avslut. Nu går vi igenom de olika delarna!



**Tänk på:** Scennärvaro är viktigt! Kroppsspråket och rösten är 95% av din pitch! Nyttja scenen, sök ögonkontakt, tänk på ditt kroppsspråk och le när det är lämpligt. Detta är en pitch - ingen presentation, därför är det viktigt att du håller koll på tiden. En framgångsrik pitch är kort och koncis så du behöver se till att du inte svävar iväg eller drar ut på tiden.

Träna gärna på din pitch med en vän/kollega eller partner! Be dem gå in i rollen som den person du ska pitcha för exempelvis investerare, chef, medarbetare och så vidare.

Pitchmallen är framtagen av Drivhuset

### INLEDNING

- Din inledning ska fånga intresset!
- Ställ gärna en fråga till publiken för att skapa engagemang, gärna en fråga som gör en uppmärksam
- Öppna upp med humor

### PROBLEM/BEHOV

- Vilket problem är det du ska lösa?
- Vad är konsekvensen av problemet?
- Konsekvens av nuläget eller den lösning som finns nu – vad är det? Hur arbetar vi och varför är det inte bra?

### LÖSNING

Här presenterar du hur du löser problemet/möter behovet – detta är ditt erbjudande!

### NYTTA

- Vad är nyttan med ditt erbjudande?
- Vad har erbjudandet för värde?
- Vad tillför den till mottagaren? Kommer det förbättra något? Hur?

### ANDRA ALTERNATIV

Här väger du ditt alternativ mot andra erbjudanden som finns på marknaden. Vad är fördelen med det du erbjuder?

### AVSLUTNING

Det är viktigt att ha ett tydligt avslut med en uppmaning, en så kallad Call to Action: Vad ska hända efter pitchen? Vad vill du att åhöraren ska göra? Det ska gärna vara något enkelt som att följa på sociala medier, boka ett möte, ta en broschyr... gör det enkelt att ta första steget mot att investera eller anamma din lösning och ditt erbjudande.



Gustaf Arfors

## *TRE TIPS FÖR EN RIKTIGT BRA PITCH MED GUSTAF ARFORS, DRIVHUSET*

**Förutom att brinna för det du gör och förmedla en bra känsla kommer här tre tips för en bra pitch:**

- Ha ett tydligt mål med din pitch! Vad vill du få ut av din pitch och vem är din publik? Är det att nå ut till investerare eller kollegor? Till nya kunder eller till medborgare generellt? Att få värdefull feedback? Ett tydligt mål hjälper dig att anpassa innehållet och kommunicera ditt budskap till publiken.
- Passion och engagemang! Brinner du för det du gör? Hur du levererar din pitch gör skillnad, vi kommunicerar mycket med vårt kroppsspråk. Fokusera på att ha roligt, mer än att "bara" prestera. Din passion och ditt engagemang kommer att lysa igenom, vilket med största sannolikhet gör att du presterar ännu bättre.
- Ett tydligt avslut, en Call To Action (CTA)! Vad vill du ska hända efter din pitch? Syftet med en tydlig CTA är att hjälpa publiken till handling. Det kan vara allt ifrån att boka ett möte, väcka intresse, hitta leads, o.s.v. En uppmaning till action!

## PITCHEN: FRÅGEBATTERI

- Vem ska du pitcha för? Hur får du tag i dessa personer? Finns personerna i ditt eget kontaktnät eller vem kan du fråga?
- Varför vill du pitcha din idé? Har du ditt eget behov klart för dig? Vill du in på en ny marknad, lägga din arbetstid på att vidareutveckla din idé, testa en ny idé eller behöver du 10 miljoner i kapital?
- Hur ska du pitcha? Ska du använda en bild, PowerPoint eller bara berätta? Tänk på att ha energi i din presentation, det är viktigare än komplicerad teknik – folk kommer ihåg personen inte powerpointen!
- Vilka är dina potentiella mottagare? Finns det kunder/målgrupper som du inte tänkt på?
- Om du utgår från en ny målgrupp: hur kan din idé utvecklas?

## INSPIRATION: STORYTELLING

För att knyta an till mottagare av ditt budskap kan du använda dig av Storytelling – att berätta en historia. Genom att berätta en historia om din produkt, idé eller samhällsfråga som din idé berör, kan du fånga uppmärksamheten och intresset hos mottagaren.

**För en bra story behöver du:**

1. Analysera din målgrupps intressen: vad har de gemensamt och vilka utmaningar står de inför?
2. Syfte: Vad vill du säga?
3. Karaktärer: vem är huvudperson i din story och hur ser du till att man känner empati för den personen?
4. Platsen: vad utspelar sig din story? Platsen ska vara relevant för målgruppen, de ska känna igen sig
5. Handling: Vad driver handlingen framåt? Uppstår det en konflikt?
6. Avslut: Vad ska personen som lyssnar göra nu? Avsluta med en uppmuntran till att agera: en så kallad Call to action.







## BLICKA FRAMÅT OCH GÖR UPP EN PLAN

Att utveckla idéer kan ta olika lång tid, det kan bero på många olika saker: hur snabbfotad du är, hur din verksamhet arbetar, om du behöver stämma av din idé eller om du bara har dig själv att förhålla dig till. Detta är bara några saker som kan påverka din process. För att inte dra ut på processen och framför allt, för att komma i mål, ska du göra en action plan med tydliga mål. På så vis kan du få en överblick kring nästa steg och vad som behöver vara klart när. En tydlig plan hjälper dig att behålla fokus och motivation, även i en längre, mer utdragen process.

Här finns ett förslag på en månatlig plan över ett år, men du får såklart utforma din plan utifrån den tidsram som passar dig – vissa gillar att jobba med korta deadlines, gärna på veckobasis, medan andra har projekt eller idéer som kräver en årsplanering. Använd frågorna på nästa sida för att få med fler aspekter i din plan!

Är hjärtat med? Är det detta jag brinner för?  
Vilket värde skapar detta?

## ACTIONPLAN: FRÅGEBATTERI

- Vilken är din målbild? Sätt gärna upp en bild som gör dig glad och energifull.
- Vad behöver du göra för att nå dina mål och när ska det vara klart? Använd de 12 rutorna – en för varje månad.
- Vilka är dina tre nästa steg?
- Vilka personer skall du ta kontakta? Skriv dagliga actions i din actionlist.
- Glöm inte fira dina framgångar – lyckas jag med detta är jag värd det här!
- När tar jag tid att reflektera och följa upp målen?

JAN

FEB

MARS

APRIL

MAJ

JUNI

JULI

AUG

SEPT

OKT

NOV

DEC



## *REFLEKTERA ÖVER DITT LÄRANDE*

Det börjar närma sig målgång. Bra jobbat! Du har utvecklat en idé och vi vet att mycket händer i en process som denna. Men vad har faktiskt hänt i ditt arbete? Vad har du lärt dig och hur har saker förändrats sedan du började den här processen? Med utgångspunkt i din tidigare ifyllda drömcanvas kan du se din förflyttning över tid.

## *DRIVKRAFTER & INTRESSEN*

- Har du upptäckt några nya drivkrafter hos dig själv?
- Hur ser du på din egen motivation – har du hittat nya sätt att tända till?
- Har du utvecklat några nya intressen?
- Har du blivit bättre på att identifiera och ta vara på dina drivkrafter?
- Har du fått större förståelse för vad du inte tycker om att göra?
- Hur tänker du kring att ha med dig hjärtat i det du gör?

## *KOMPETENSER*

- Har du upptäckt nya kompetenser hos dig själv?
- Vilka kompetenser känner du att du har utvecklat eller stärkt efter denna kurs?
- Har någon annan gjort dig uppmärksam på dina styrkor/ kompetenser eller gett dig beröm för något du inte tidigare visste att du var bra på?
- Hur tänker du kring vad du är kapabel till?

## REFLEKTION

### KOMPETENSER

Har du upptäckt nya kompetenser hos dig själv?  
Vilka kompetenser känner du att du har utvecklat eller stärkt efter denna kurs?  
Har någon annan gjort dig uppmärksam på dina styrkor/kompetenser eller gett dig beröm för något du inte tidigare visste att du var bra på?  
Hur tänker du kring vad du är kapabel till?

### FRAMTIDEN

Vad tar du med dig framöver?  
Vad är ditt nästa mål?  
Hur ser din dröm ut nu, är du närmare att uppnå den?

### DRIVKRAFTER

Har du upptäckt några nya drivkrafter hos dig själv?  
Hur ser du på din egen motivation – har du hittat nya sätt att tända till?  
Har du utvecklat några nya intressen?  
Har du blivit bättre på att identifiera och ta till vara på dina drivkrafter?  
Har du fått större förståelse för vad du inte tycker om att göra?  
Hur tänker du kring att ha med dig hjärtat i det du gör?

### UTMANINGAR

Vilka har varit dina största utmaningar under denna process?  
När har du känt att något varit riktigt jobbigt?  
Vilka utmaningar har du tagit dig igenom under den här processen?  
Hur gjorde du det och hur kändes det?  
Vad ser du att du kan fortsätta att utveckla hos dig själv?

### RESURSER

Hur ser du på ditt nätverk nu, har det stärkts och/eller växt under denna kurs?

Har någon annan person lärt sig något?

Hur tar du kontakt med nya människor och hur betar du dig i det mötet – kan du se att något förändrats?

Har du hittat någon ny förebild eller inspirerats av någon? Varför?

### KONTAKTER

## RESURSER & KONTAKTER

- Hur ser du på ditt nätverk nu? Har det stärkts och/eller växt under denna kurs?
- Har någon annan person lärt dig något?
- Hur tar du kontakt med nya människor och hur betar du dig i det mötet? Kan du se att något där har förändrats?
- Har du hittat någon ny förebild eller inspirerats av någon? Varför?

## UTMANINGAR

- Vilka har varit dina största utmaningar under denna process? När har du känt att något varit riktigt jobbigt?
- Vilka utmaningar har du tagit dig igenom under den här processen? Hur gjorde du det och hur kändes det?
- Vad ser du att du kan fortsätta utveckla hos dig själv?

## FRAMTIDEN

- Vad tar du med dig framöver?
- Vad är ditt nästa mål?
- Hur ser din dröm ut nu? Är du närmare att uppnå den?



## *FIRA DITT PROJEKT!*

Grattis! Du har skapat ett otroligt spännande projekt, som skapar värde för andra och utgår ifrån vad du brinner för. Det är verkligen något att fira!

Se till att skapa utrymme för att fira dina framgångar, gärna tillsammans med andra, inte bara så här i slutet av idéskapande processen utan under processens gång. Detta är nämligen inte slutet – utan bara början. Nu tar du steget vidare med att förverkliga din idé på riktigt!

## *LYCKA TILL!*

Välkommen att kontakta oss på Alexandersoninstitutet om du har frågor eller vill bolla idéer: <https://alexandersoninstitutet.se/verksamhet/kontakt/>

## *LÄR DIG MER!*

The mom test – Rob Fitzpatrick  
Vadå agilt? – Mariah ben Salem Dynehäll, Leif Denti  
Tookig – att leda i osäkra processer – Mariah ben Salem Dynehäll, Leif Denti  
Den vetenskapande läraren – Martin Lackeus  
Den värdeskapande eleven – Martin Lackeus  
1% metoden – James Clear  
The magical science of storytelling med David JP Phillips:  
<https://www.youtube.com/watch?v=Nj-hdQMa3uA>

## *EFTERFRÅGAD KOMPETENS- UTVECKLING 2020-2023*

Denna bok togs fram av Alexandersoninstitutet, Campus Varberg, inom ramen för projektet Efterfrågad kompetensutveckling (EKU). Projektet syftade till att lyfta näringslivet i Halland, företagens kapacitet och hur offentlig sektor kan stötta det livslånga lärandet. Genom att testa, utvärdera och implementera vidareutbildning och utveckling för små och medelstora företag i Halland skulle projektet bidra till, och utveckla, framtidens utbildning och framtidens mötesplats, nya sätt mäkla och facilitera kunskap, utbildning, erfarenhet och kompetens och genom detta bidra till företags strategiska kompetensutveckling. Campus Varberg och Alexandersoninstitutet är en del av Varbergs kommun.

