European Entrepreneurs Campus - Transfer, configuration and development of multidisciplinary model for promoting entrepreneurship in VET and higher education

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Camp Guide

A praktisk guide til organisering af camps, hvor studerende får mulighed for at udvikle innovative og entreprenørielle færdigheder…

… og hvor underviserne bliver facilitatorer.

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Indhold

Indledning

Centrale elementer ved en camp

Camporganisationen
- Camplederen
- Facilitator
- Eksterne samarbejdspartnere
- Deltagere
- Placering/lokation
- Varighed
- Budget

Campmetoden i praksis

Camp eksempel
- Dag 1
- Dag 2
- Dag 3

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Indledning

Undervisning i iværksætteri, kreativitet og innovation kræver utraditionelle undervisningsmetoder. At erhverve innovativ færdigheder, kan man ikke bare lære ***ved at*** læse om emnet. Man skal også trænes ***i*** det. Studerende skal deltage aktivt i processen med iværksætteri og innovation og ikke bare observere det passivt fra en sikker afstand. De skal opleve det på krop og sjæl..

Undervisning i iværksætteri og innovation skal derfor ikke bare være at formidle i viden om emnerne, men skal også være en udvikling af færdigheder og entreprenøriel tankegang.

Som underviser - eller rettere træner - er det derfor vigtigt at finde metoder, hvor du kan tage et skridt baglæns i læringsprocessen og se dig selv som mentor eller coach for læreprocessen for de studerende og ikke som den centrale person, i total kontrol.

Men, traditionelle uddannelsesinstitutioner har en masse kulturelle, administrative og praktiske barrierer at overvinde, hvis du ønsker at bruge mere innovative og involvererende metoder til at lære om iværksætteri og innovation. Fordybelse i en kreativ proces kræver tid og fokus, som kan være svært at finde i den ugentlige tidsplan, hvor der zappes mellem forelæsninger.

Derfor har vi udviklet campkonceptet, hvor du tager ud et par dage ud af den sædvanlige tidsplan og arbejder intensivt på at udvikle nye ideer og koncepter.

Denne EU Camp Guide vil give dig de retningslinjer, og to-do lister, der er nødvendige for at afholde en camp.

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

European Entrepreneurs Campus - Transfer, configuration and development of multidisciplinary model for promoting entrepreneurship in VET and higher education

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Centrale elementer ved en camp

De centrale elementer i en camp er:

- Typisk 20-50 elever og undervisere.
- Flytte klasser til et sted uden for skolen/universitetet.
- 48 timer (eller mindre)
- Tværfaglige grupper
- Arbejder intensivt på at udvikle nye ideer og koncepter til at løse en given udfordring.
- Eksterne deltagere som virksomhedsledere, eksperter osv.. Involveret i 1) definere udfordringen, 2) arbejde med studerende i grupper, 3) evaluere ideer og løsninger.
- En camp leder, der er ansvarlig for den overordnede proces.
- Facilitatorer, som hjælper grupperne.
- Camp ledere og facilitatorer står for at skabe et arbejdsfælleskab, en livlig og intens atmosfære.
- Udfordringen er veldefineret, men detaljer om programmet hemmeligholdes før campen.
- Sæt tid pres på deltagerne for at øge fokus og skabe resultater.
- Blokere eller undgå kommunikation med omverdenen, som venner og familie.

Afhængigt af tid og den udfordring campen kan have et andet fokus. Nogle camps vil fokusere på den tidlige kreative proces og om at generere en masse ideer, mens andre camps vil fokusere på udvikling faktiske løsninger og koncepter.

Camps har været afholdt på mange forskellige måder, men nogle af de almindelige principper er:

- Mangfoldighed øger niveauet af innovation. Mangfoldighed kan opnås gennem mangfoldighed blandt gruppens medlemmer, men også ved at inddrage eksperter.

- Horisontal tænkning - evnen til at intergrere viden på tværs af discipliner.

- Vekselvirkning mellem ideskabende processer og mere logisk og struktureret koncept udvikling og evaluering.

- Problem baseret læring, hvor du fokuserer på et problem, ikke et emne.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

- Erfaringsbaseret læring, hvor du lærer gennem handling og refleksion.
- Facilitere læreprocesser - facilitatorer er ikke eksperter, men skal fremme processerne og stimulere energi og fokus i grupperne.

Camp organisationen

Afholdelse af en camp kræver flere personer i forskellige roller.

- Camp leder
- Facilitator
- Eksterne samarbejdspartnere
- Deltagere

Desuden skal du organisere:

- Placering
- Varighed
- Budget

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Camp leder

Camplederen har det overordnede ansvar for at arrangere, planlægning, gennemføre og evaluere lejren.

Planlægning af lejren

Camp lederens opgave er at gøre følgende:

- Plan dato og klokkeslæt for campen
- Bestil lokaler, udstyr og evt. indkvartering.
- Aftal omkring evt. mad og drikke.
- Invitere, registrere og følge op på deltagerne.
- Gruppedannelse.
- Udpeg camp leder.
- Aftale med og træning af facilitatorer.
- Find og lav aftale med oplægsholdere (om det er nødvendigt).
- Find og lav aftale med dommere.
- Find og lav aftale med professionelle hjælpere (om det er nødvendigt)
- Definer kreative og innovative metoder i henhold til problem / udfordring.
- Detaljeret plan/drejebog for lejren.
- Definere og hent evt. præmier (Evt.).
- Arranger betaling eller gaver til eksterne hjælpere.
- Lav et budget.
- Pressekontakt (Evt.)
- Kopiér eller forberede materialer.

Camplederen skal være til stede gennem hele lejren og sørge for den store sammenhæng

- Åbning af campen
- Introduktion øvelser
- Introduktion af gæsterne
- Præsentation præmier
- Afrunding af campen

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Før campen

Praktiske ting som camp lederen skal gøre før campen:

- Medbring audiovisuelle hjælpemidler og sørg for at de virker (projektor, skærm, black-/whiteboard, flipover).
- Medbring power point præsentation og laptop.
- Medbring campprogram på tryk.
- Medbring kopierede materialer.
- Kuglepenne, papir, sakse, limstifter, post its mv..

Under campen

- Kontroller bordopstilling og audivisual hjælpemidler.
- Kontroller laptop og lyd.
- Sorter og distribuere materialer (kunne være i kasser)
- Check med reception (nøgler, kopiering og faciliteter ifølge tidsplanen.
- Check med forplejning (tidsplan, antal deltagere, gæster).
- Start velkomst præsentation og musik på projektor.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Facilitator

Facilitatorens rolle er at holde processen kørende: Få gang i grupperne, bringe dem tilbage på sporet, hvis de kører fast, minde dem om deadlines, hjælpe dem til at tænke ud af boksen og foreslå metoder og værktøjer.

Facilitatoren kommer ikke med løsningsforslag, men er hele tiden opmærksomme på processen og hjælper gruppen med deres arbejdsproces. Det omfatter at foreslå en pause, når der er nødvendigt for at genoprette energien.

To-do liste vedrørende facilitatorer

Identificere behov for facilitatorer - hvor mange? I hvor lang tid?

- Finde potentielle facilitatorer.
- Arranger betaling af facilitatorer.
- Arranger et formøde med facilitatorer.
- Book indkvartering og mad til facilitatorer.
- Aflever undervisningsmateriale til facilitatorer .
- Hold kontakten efter hvert fælles session i løbet af campen.
- Evaluer med facilitatorer.

Eksterne samarbejdspartnere

Den rolle, som eksterne partnere kan være:

- **Definition af problemet** - Det er meget motiverende, når campudfordring er et autentisk problem eller udfordring, direkte fra ejeren. Hvis eksterne partnere som virksomhederne ikke ønsker at afsløre de specifikke problemer, de i øjeblikket kæmper med, kan de være villige til at fremlægge en mere generel og åben problemstilling.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

- **Eksperter** - Et kort foredrag på 30-40 minutter med en ekspert på området kan være meget inspirerende.

- **Professionelle hjælpere** - Til visualisering kan det være meget nyttigt at have professionelle hjælpere, som er gode til at illustrere eller visualisere.

- **Evaluatorerne** - At have et panel af dommere, der lytter til præsentationer og evaluere i slutningen af campen kan også være meget motiverende for deltagerne.

To do-liste vedrørende eksperter

- Finde egnede potentielle partnere.
- Inviter relevante partnere.
- Tak dem for at acceptere at deltage og spørg, om de vil deltage i frokost / aftensmad.
- Bestil frokost / aftensmad for eksperter (hvis ønsket).
- Organiser gaver eller betaling.
- Placer eksterne partnere i programmet.
- Sørge for modtagelse af gæsterne på campen .
- Præsenter gæsterne og tak dem for at deltage og giv evt. gaver, før de forlader campen.
- Tak dem via e-mail for at deltage efter campen.

Deltagere

Jo mere mangfoldighed blandt deltagerne, jo bedre!. Vælg en række mennesker med forskellig viden og færdigheder med henblik på at dække alle relevante kompetencer vedrørende problemet og løsninger.

To-do-liste vedrørende deltagere

- Arranger hvilke fagområder, der bør deltage.
- Arranger hvordan viden om campen spredes til potentielle deltagere.
- Udsend invititationer og pr-materiale.
- Arranger registrering og opfølgning.
- Dan grupper eller definer, hvordan de skal dannes i løbet af campen.
- Lav en gruppe liste og plan for indkvartering .

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Placering

Vælg placering

Det er vigtigt at finde et sted uden for det sædvanlige undervisningslokaler for at bryde de sædvanlige vaner og holde fokus på den udfordring, der skal løses.

Lokationen skal - bortset fra indkvartering – bestå af et stort konferencelokale til fælles samling og mindre rum til gruppearbejde. En plads til hver gruppe er optimalt.

To-do liste vedrørende placering

- Finde egnede lokaler til campen.
- Arranger antal deltagere og grupper.
- Arranger og tjek indkvartering og konferencefaciliteter.
- Arranger chek-in og check-out.
- Arranger mad og drikke.
- Arranger audiovisuelle hjælpemidler, Internetadgang osv.
- Juster tidsplan og deltagerlister ved ankomsten og under campen.

Varighed

Varighed vil naturligvis afhænge af, hvor meget du ønsker at opnå.

Hvis du kun ønsker at arbejde med ideskabelse, vil en dag være nok. Hvis du også ønsker at arbejde med konceptudvikling, bør du i det mindste regne med mindst 24 timer, men allerbedst 48 timer.

Hvis du vil have deltagerne til også at begynde udarbejdelse af en forretningsplan, du skal regne med en hel en uge.

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

To-do liste vedrørende varighed

- Aftal mål (hvor meget ønsker du at opnå?).
- Arranger varighed, så det stemmer overens med ressourcerne.
- Lav tidsplan.
- Arranger at campens tidsperiode passer ind i den øvrige undervisning.

Budget

Omkostningerne til en camp vil variere meget, og vil naturligvis også afhænge af det generelle prisniveau for dit land.

Ifølge erfaringer i Danmark (med et højt prisniveau) vil en camp med 30-40 deltagerne have et budget på 4.000-60.000 €.

Den dyreste løsning er, at hyre en professionel virksomhed til at arrangere hele campen. Det billigste er, når du bruger interne ressourcer - herunder erfarne studerende som facilitatorer – og undgå indkvartering.

To-do-liste

- Overvej, om du har en intern, erfaren medarbejder til at køre campen eller bliver nødt til at hyre eksterne partnere.
- Kan du bruge medarbejderne fra din egen organisation?
- Kan du finde eksterne partnere, som vil bidrage under gunstige forhold?
- Kan du få noget finansieret af eksterne kilder?

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Campmetoden i praksis

Hovedformålet med campmetoden er at stimulere kreativitet i grupper. At mestre kreativitet i grupper kræver forståelse af både kreativitet, gruppedynamik, individuel psykologi, læreprocesser mv, men et par centrale principper vil hjælpe dig med at starte din egen læreproces som camp organisator og facilitator.

- Sig JA! Idéer - og folk – er sårbare i de tidlige stadier, så sige "ja og ..." i stedet for "ja, men ... " . Byg videre på andre folks ideer i stedet for at kritisere.

- Brug energizers i stedet for pauser. Når folk bliver trætte og mister koncentrationen, vil energigivende øvelser skabe ny energi og fokus, mens en pause har tendens til at få folk ud af fokus uden at generere meget ny energi. Vores erfaring er at du kan arbejde mindst 18 timer uden pauser - bortset fra frokost og aftensmad – hvis du bruger energizers og øvelser.

- Alle former for viden er værdifuld. Deltagerne bør ikke repræsentere en enkelt faglighed. De skal bringe al den viden, de har fra alle aspekter af deres liv. Så undgå fokus på uddannelse, job eller position.

- Undgå at fortælle gruppemedlemmer om hinandens fag eller færdigheder på forhånd og undgå personlige præsentationer i starten. Så undgår man at ideer blive bedømt på, hvem de kommer fra.

- Lad facilitatorer lede gruppernes opmærksomhed i retning af at bygge på andre folks ideer i stedet for blot at fremme deres egne ideer. Tilskynd dem til at sige "Og hvad jeg kan lide ved denne idé er ..." eller "... og så vi kunne ...".

- Undgå diskussioner. I diskussioner, forsøger vi at vinde og få ret. Det er et konkurrencepræget spil, ikke et kooperativ spil. Facilitatorer skal forsøge at tage grupper ud af drøftelserne og tilbage i et samarbejde. Tilskynd dem til at SE muligheder .

- En opgave, en deadline. Giv kun grupperne én opgave og en deadline ad gangen. Og kun, når den foregående opgave er færdig. På denne måde kan de fokusere på opgaven og ikke bekymre sig om at planlægge eller strukturere processen. Hvis en gruppe arbejder på mere

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

end én opgave, begynder de at bruge energi på planlægning og strukturering. Facilitatoren skal tage ansvaret for processen og ikke lade gruppen i tvivl om, hvorvidt de er ansvarlige.

- Split den samlede proces i små opgaver for at undgå at tænke på planlægning og strukturering. Hvis en gruppe bruger mere end 10-20 sekunder forstå opgaven, er det alt for kompliceret og bør opdeles i delopgaver.

- Find nye steder, hvor deltagerne ikke har været før - eller hvor ikke er vant til at komme. På denne måde, bærer de ikke nogen vaner med i forbindelse med placering.

- Indsaml ure, mobiltelefoner og bærbare computere før starten for at undgå forstyrrelser eller fokus på tiden.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Camp eksempel

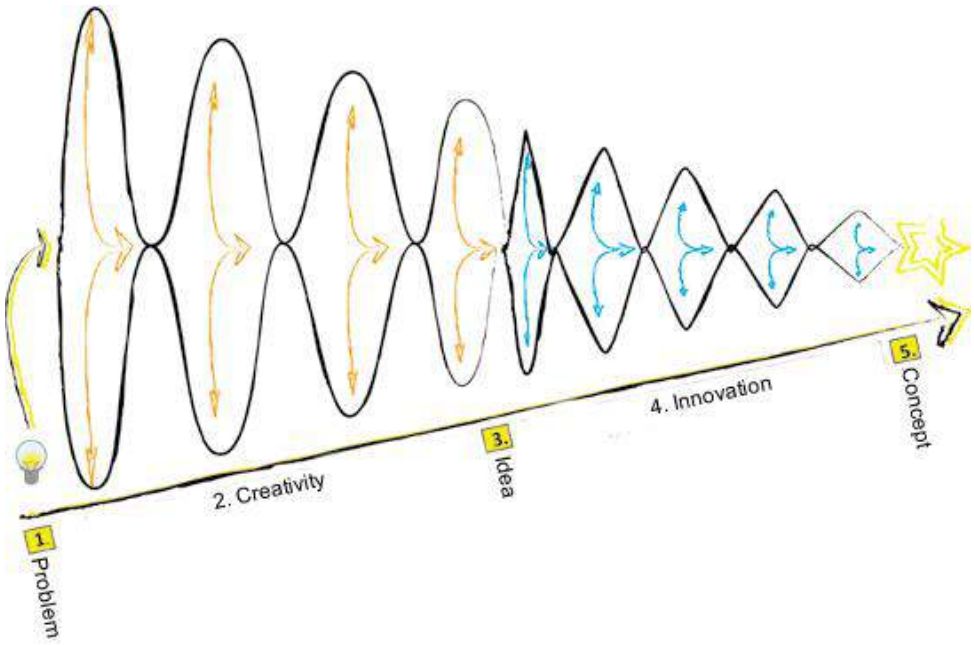
I det følgende vil vi gå igennem et eksempel på en 48 timers camp.

Campeksemplet er en "solution camp", hvor idéer genereres, udvikles og omdannes til forretningskoncepter for virksomheder / organisationer.

Campen er inddelt i to hoveddele:

- Den kreative del - hvor nye idéer genereres og udvikles.
- Den innovative del - hvor nye ideer udvikles til koncepter, der kan lanceres på et marked og på sigt blive til en virksomhed.

I begge faser skifter arbejdsprocessen mellem kreativ og kritisk tænkning som i nedenstående figur



("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

De forskellige elementer i campen er:

- Forbered campen
- Indledning
- Idé Udvikling 1
- Idé Udvikling 2
- Idé Udvikling 3
- Idé Udvikling 4
- Idé udvælgelse 1
- Idé udvælgelse 2
- Konceptualisering
- Sælge idéen
- Next Step

Forbered campen

En camp skal forberedes grundigt i detaljer. For hvert minut du skal overveje potentielle problemer eller behov. Dette vil give deltagerne mulighed for at holde fuld fokus på deres opgave.

Indledning

Formålet med indledningen er at introducere den måde at arbejde på samt udfordringen der skal arbejdes med.

Idé Udvikling 1

I første runde af idéudvikling skal deltagerne udvikle idéer til en løsning baseret på deres nuværende forståelse af det problem, de løser. Det er vigtigt, at de ikke bruger deres tid på at stille afklarende spørgsmål. De skal fokusere på at generere ideer, baseret på deres nuværende forståelse af problemet.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idé Udvikling 2

Formålet med anden runde af idéudvikling er at udtænke nye ideer. De skal forstå, at det ikke handler om at få en god idé, men om at få en masse forskellige ideer til at vælge mellem.

Understøt idéudviklingen med kreative teknikker i denne fase.

Ved afslutningen af denne fase vil grupperne hjælpe hinanden udvikle ideerne yderligere.

Idé Udvikling 3

I tredje runde af idéudvikling er formålet at lade deltagerne hjælpe hinanden udvikle ideer og udnytte den viden, som hver gruppe medlem besidder.

Idé Udvikling 4

I fjerde runde af idéudvikling er formålet at kombinere viden og principper fra forskellige områder for at komme op med radikalt nye ideer.

Idé udvælgelse 1

I denne fase skal gruppen begynde at udvælge de mest lovende idéer internt. De skal sortere og rangordne idéer ved hjælp af forskellige metoder som NAF-metoden, hvor nyhed, attraktivitet og gennemførlighed er de vigtigste kriterier.

Gruppen vil forberede de bedste ideer (fx. tre) til præsentation.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idé udvælgelse 2

I den anden fase af ideudvælgelse vil de bedste idéer blive fremlagt i plenum - fx foran et ekspertpanel.

Formålet er at få feedback og viden fra folk uden for gruppen .

Konceptualisering

Formålet med konceptualisering er at opbygge en komplet koncept og forretningsmodel baseret på udvalgte idéer.

Sælge idéen

Campen afsluttes med en effektiv og overbevisende præsentation af koncepterne. Præsentationen skal tydeligt viser behovet, løsningen, kundens værdi og det overordnede koncept og forretningsmodel.

Formålet er at skabe en præsentation, der vil overbevise 'problemejerne' og beslutningstagerne i organisationen .

Ved afslutningen af denne fase fremføres præsentationerne foran dommerne.

Næste skridt

Umiddelbart efter finalen skal gruppen mødes og evaluere de mål og udbytte for hvert medlem af gruppen og blive enige om og hvordan projektet fortsættes. En grov projektplan skitseres og næste møde er planlægges.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Dag 1 - Kreativitet

Fase 1: Forbered idéudvikling

Introduktion til camp og gruppe præsentationer. I denne fase findes de øvelser, der fremmer kreativt samarbejde.

Tid	Aktivitet	Ansvarlig	Metoder	Sted	Materialer
	Forbered campen				
-	Forberedelse - før ankomst	Camp leder	Introducere camp sekretær og facilitatorer til campens formål og principper.Check grupperum.	-	-
15 min.	Check in – indkvartering	Facilitator	Deltagerne får deres værelser, efterlade bagage der og gå til grupperum.	Reception	Velkomstpakke til alle (papir og kuglepenne) ..
30 min.	Gruppe dannelse	Facilitator	Øvelser: ▪ *Barndomsdrøm* (+ navneskilt med barndomsdrøm) (øvelse.). ▪ *2 sandheder og 1 løgn* (øvelse.)- Foretag *5 befalinger* til gruppearbejde. ▪ Find et navn og slogan for gruppen, check lokalet og forbered præsentationen.	plenumlokale	- Flip-over ark- Blanke navneskilte- Tusch / kuglepenne
1 tid	Velkommen	Camp	Øvelser:	Plenum	Båt horn

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

		leder	▪ Barndomsdrøm (øvelse.)- Klap 1-2-3 1, 2 og 3 (øvelse.) ▪ Fortæl din dag baglæns (øvelse.) Introduktion til campen: ▪ Arbejdsmetode. ▪ Rolle som facilitator, camp leder og camp sekretær. ▪ Gruppe præsentationer. ▪ Camp regler ▪ Saml mobiltelefoner og ure) Øvelser ▪ JA, vi lavede en fejl (øvelse.)		
30 min.	Udfordring	Problem ejer eller campleder	Nuværende udfordring Øvelser: ▪ Giv gaver (øvelse.) ▪ Planlæg en ferie sammen(øv.) (øvelse.)	Plenum	Stimuli respons kort

Idéudvikling 1

Tid	Aktivitet	Ansvarlig	Metoder	Sted	Materialer

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

1 time	Ideudvikling	Facilitator	Øvelser: ▪ Omvendt brainstorm (opgave fokus) ▪ Udvikle en cykel sammen (øvelse.) ▪ Person-kort (opgave fokus) ▪ Planlæg en tur til månen (øvelse.) ▪ Stimuli kort (opgave fokus) ▪ Udvikle en bus sammen (øvelse.) ▪ billed stimuli (opgave fokus)	Plenum	Stimuli respons kort
1 time	Ideudvælgelse	Facilitator	Vælg alle spændende ideer. Hjælp hinanden med at udvikle alle idéer i grupper på 2 personer. Grupperne forberede præsentation af de udvalgte ideer .	Plenum	Flip-over ark
30 min.	Præsentation	Facilitator og problem ejer	Øvelse: ▪ Kæmpe- Trold - Dværg (øvelse.) Præsentation for problem ejer. Feedback fra problem ejer: Hvad er allerede gjort?? Hvad lyder spændende?? Feedback skal også eleminere misforståelser.		

Idé Udvikling 2

Tid	Aktivitet	Ansvarlig	Metoder	Sted	Materialer
1	Ideudvikling	Facilitator	Øvelse:	Plenum	Provokationskort

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

time			▪ Kollektiv monolog (øvelse.) ▪ Ja, og ... Kommunikation (øvelse) ▪ Provokationskort (opgave fokus). ▪ Hvad er det modsatte af ... (øvelse.)		
1 time	Ideudvælgelse	Facilitator	Vælg en spændende idé hver. Hjælp hinanden med at udvikle hver idé i grupper på 2 personer. Gruppen vælger den idé, de føler har den højeste potentiale.Gruppen forbereder en præsentation af den valgte idé for alle (incl. problem ejer).		
1 time	Præsentation	Camp leder	Øvelser: ▪ Stork - Frø - Gravid kvinde (øvelse.) Præsentation for alle. Tavs feedback (incl. problem ejer) alle noterer på post its eller huskesedler som gives til den, der præsenterede ideen, efter præsentationerne. Grupper samles for at læse tilbagemeldingerne. Facilitator runder dagen af med positiv feedback.		

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Dag 2 – Kreativitet

Dagen starter med energizers og 3D-øvelser for at gøre deltagerne klar til at genoptage deres kreative arbejdsmetode.

Idéudvikling 3

Tid	Aktivitet	Ansvarlig	Metoder	Sted	Materialer
1 time	ideudvikling	Facilitator	Anvend: ▪ Hvad er det næste, der sker? ▪ Igen ▪ Nyt gæt ... På problemet. Gør det, mens du notere dine umiddelbare tanker om ideen på post its eller huskesedler.	Plenum	Stimuli kort, noter / huskesedler
1 time	Ideudvælgelse	Facilitator	Kategoriser idéer: ▪ hver gruppemedlem vælger en idé hver blandt de udviklede ideer. ▪ Hjælp hinanden med at udvikle hver idé i grupper på to. ▪ Forbered præsentation til "søster-grupper". ▪ Præsentationer bør involvere deltagere fra søster-gruppen.	Plenum	Prototyping udstyr
1 time	Præsentation	Facillitator	Grupper samles i hold på to grupper. Øvelse:	Plenum	Stimuli kort

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

			▪ Se, der går en mammut (øvelse.). Præsenter alle de udvalgte ideer til "søster-grupper". Grupper bliver ved med at udvikle ideer ved hjælp af: ▪ hvad der sker så? ▪ igen. ▪ nyt gæt. ... at udvikle hinandens ideer.		
1 time	Idéudvikling	Facillitator	klargøre grupperum:Hæng evt. dekoration op, tænd lys, sæt musik på. Rummet skal give deltagerne energi til at arbejde igen.	Gruppe område	Lys, dekoration mv.

Idéudvikling 4

Tid	Aktivitet	Ansvarlig	Metoder	Sted	Materialer
1 time	ideudvikling	Facilitator	Øvelser: ▪ Navneord mødes (øvelse.) ▪ Princip-kort (opgave fokus) ▪ Ting mødes (øvelse.) ▪ Princip kort (opgave fokus) ▪ Find principper (øvelse.) ▪ Ting møder principper (øvelse.) ▪ Princip-kort (opgave fokus)	Plenum	Princip kort og kasse med tilfældige ting

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Fase 2 - Innovation - fra idé til værdi

Tid	Aktivitet	Ansvarlig	Metoder	Sted	Materialer
30 min.	Idé udvælgelse 1	Facilitator	Intern idé udvælgelse:Rangordn ideer i henhold til udvælgelseskriterierne. Øvelse: ▪ Selvdefinerede kriterier: Hver deltager vurderer idéer ifølge selvstændige definerede kriterier og præsenterer resultatet i gruppen. ▪ NAF-metoden: Gruppen vælger kollektivt ideer efter NAF-metoden.	Plenum	Flipover ark
1 time	Idé udvælgelse 2	Camp leder	Ekstern idéudvælgelse:Tre udvalgte idéer præsenteres i plenum.3-fem minutter præsentationer for hver gruppe. Respons kort fra grupper i plenum.	Plenum	Flip over ark og respons kort
2 timer	Koncept udvikling	Facilitator	Byg et koncept omkring ideen. Brug IDEA BMC. -: ▪ Grundlæggende idé ▪ Bruger profil ▪ Funktion ▪ Hvem gør hvad? ▪ Beskyttelse af idé og koncept ▪ Konkurrence ▪ Nye muligheder Et gruppemedlem skriver resultaterne ned.	Plenum	IDEA BMC

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Dag 3 – Innovation

Tid	Aktivitet	Ansvarlig	Metoder	Sted	Materialer
1 time	Salg af idé og koncept	Facilitator	Forberedelse:Idé og koncept skal sælges til beslutningstagerne i organisationen eller til investorer. Salgspræsentation udarbejdes i gruppen. Fremgangsmåde gives af facilitator. Øvelser: ▪ Salgspræsentation ▪ Elevatortale ▪ Prototyping	Plenum	▪ Flipover ark ▪ Laptops ▪ PowerPoint ▪ Prototyping ▪ Audio visuelle hjælpemidler
1 time	Sælg idé og koncept	Camp leder	Camp - finalen:Præsenter ideer og koncepter for et panel af dommere, der vurderer ideerne. 5 minutters præsentationer. Konstruktiv feedback fra dommere.	Plenum	Princip kort og kasse med tilfældige ting
1 time	Næste skridt	Facilitator	Lav aftaler med grupperne om evt. næste skridt. ▪ Mål ▪ Grundlæggende projektplan ▪ Aftaler og næste møde	Plenum	

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

European Entrepreneurs Campus - Transfer, configuration and development of multidisciplinary model for promoting entrepreneurship in VET and higher education

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

Erhvervsøkonomi

intro modul

-

Fra konkret udfordring til forretningskoncept

-

Fagplan blok 1 - 5

Odense, Slagelse, Kolding, Esbjerg

SYDDANSK UNIVERSITET

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

Indholdsfortegnelse

Program (udleveres lokalt)

Udfordring (udleveres lokalt)

Fagplan blok1

- Gruppeøvelser
- Arbejdsark
- Afleveringsskema blok1

Fagplan blok2

- Arbejdsark
- Afleveringsskema blok2

Fagplan blok3

- Arbejdsark
- Forretningsringen
- Forretningsmodellen
- Afleveringsskema blok3

Fagplan blok4

- Arbejdsark
- Afleveringsskema blok4

Fagplan blok5

- Arbejdsark
- Dommerseddel / kriterier
- Afleveringsskema blok5

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

Blok 1

Blok 1	Introduktion og kick off
Formål	Introduktion og forståelse af problemstillingen / udfordringen.
Indhold	Deltagerne introduceres til den konkrete udfordring (lokalt). De studerende påbegynder ideation. Faglige oplæg • Introduktion til campus • Introduktion til faget Entreprenørskab • Introduktion til ugen – formål og program Opstart i grupper Ryste sammen og lære hinanden at kende Ideation • Idégenerering • Afsøgning af muligheder •
Redskaber / værktøj	Beskrivelse af den konkrete udfordring (lokalt) Gruppeøvelser Navnelege Tool Training ark • Søgerammen – hvad er det I leder efter? • Trendspotting – Identificer og beskriv overordnede trends • Kreativ fokusering – definer jeres spørgsmål • Brainstorm – generer idéer – mange idéer • Negativ brainstorm – hvad dur ikke? Afleveringsark dag 1
Output	Hver gruppe afleverer 3-5 idéer i overskriftsform.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

Innovationscamp HA intro – uge 36

Gruppeøvelse: "navneleg"

Stil jer I en rundkreds. Den med den mørkeste trøje starter.

Han/hun siger sit navn og derefter et udsagsord med samme begyndelsesbogstav som i sit navn. Mens man siger det, skal man mime det man nu kunne.

Fx: Jeg hedder Jakob og jeg kan jodle, jeg hedder Carina og jeg kan cykle osv.

Personen til venstre for den, der startede gentager først det, der lige blev sagt, s han/hun har øjenkontakt med den startende person. Derefter siger han det, der gælder for ham selv. Og så videre hele kredsen rundt.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

Innovationscamp HA intro – uge 36

Gruppeøvelse: "hvad har vi til fælles"?

I gruppen skal I snakke sammen om ting, I alle har til fælles.

- Har I alle en cykel?, har I alle været i Paris?, har I alle sammen søskende?, hader I alle sammen ost etc.?

I har 15 minutter.

Find de 2 mærkeligste, sjoveste, anderledes, specielle ting.

Præsentér det i storgruppen.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Søgerammen

Åbne afsæt - 2

Vid hvad I leder efter - men vær åben overfor, hvor man kan lede!

Når I vil arbejde med brugerdrevet innovation, bør I fra starten afgrænse, hvad det er, I leder efter:

Hvem vil vi henvende os til?
Definer fra starten de købere og brugere I vil udvikle noget til. Vær forsigtig med på forhånd at have defineret problemet for snævert og lad helt være med at sige noget om løsningen.

Det vigtigste er at finde det rigtige problem og løse det rigtigt, og ikke løse det forkerte problem rigtigt.

Hvad vil give værdi for os?
Selvom man arbejder med brugerdrevet innovation, må man også gerne selv få noget ud af det:

- Hvem vil vi især gerne have som kunder?
- På hvilke områder vil vi dygtiggøre os?
- Hvor besidder vi nogle unikke kompetencer, som kunne være grundlag for at udvikle noget nyt?
- Hvilke etiske værdier skal ligge til grund for forretningen?

Hvor realiserbare idéer søger vi?
Skal vore idéer kunne realiseres hurtigt, eller er det i orden at udvikle idéer, som det vil tage meget lang tid at realisere. Og skal det kunne realiseres for vore egne penge, eller er det OK med idéer, som kræver banklån eller investorer.

© IDEA House www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Trendspotting

Omverden - 4

Identificer overordnede trends gennem observationer af livsstil. Læs magasiner, besøg messer, gå på internettet, f.eks. Trendwatching.com. Tal med meningsdannere, specialister og eksperter - eller læs hvad deskriver. Trends kan søges indenfor både kulturelle, sociale, politiske og teknologiske forhold.

Fire vigtige kilder til trends

Økonomi og demografi

Økonomiske og/eller demografiske forandringer er årsag til mange især længerevarende trends.
Hvem har fået flere penge til rådighed? Eller færre? Hvor vil man bo? Hvor mange børn får man? Hvornår? Hvornår kommer man på arbejdsmarkedet? Hvornår forlader man det? O.s.v.

Underskud

En trend startes ofte af, at vi vil efterspørge det, vi føler, vi har underskud af i vores liv.
Hvad længes vi efter? Hvad har vi for lidt af? Hvad ville vi gerne have lidt mere af?

Modreaktion

En ny trend vil ofte være en reaktion på det, der er blevet "mainstream", eller et opgør med det, der har været på markedet i en årrække.
Hvad er ved at blive lidt for almindeligt? Hvad gider vi snart ikke gøre, købe, se på længere.

Stilidealer

Stilidealer vil ofte svinge som et pendul fra den ene yderlighed til den anden.
Hvilke stilidealer begynder at svinge den anden vej? Tøj, frisure, bolig, kropsidealer o.s.v.

© IDEA House

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Kreativ fokusering

Idé - 2

Forudsætningen for et brugbart svar er et godt spørgsmål

Kreativ fokusering er en metode til formulering af opgaver og problemer på en sådan måde, at det virker idéskabende i en efterfølgende kreativ proces.

Den sproglige formulering af opgaven er afgørende for, hvilke idéer der opstår.

Anvendelsen forudsætter en fælles opfattelse af opgaven eller problemet.

Metode

1. Formuler opgaven som et spørgsmål. Begynd med spørgeordene Hvordan/Hvilke.....
2. Formuler opgaven så kortfattet og åbent som muligt, helst kun i én sætning.
3. Formuler opgaven ud fra forskellige synsvinkler.Skriv altså spørgsmålet på flere forskellige måder.
4. Vælg den foretrukne formulering.

© IDEA House

www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Brainstorm

Idé - 5

Sig hvad der falder dig ind uden at tænke dig om først

Et brainstorm-forløb kan gennemføres efter følgende procedure:

1. **Arranger et møde** med 4-8 deltagere. Overvej hvem du inviterer.

2. **Skriv emnet** for brainstormen som spørgsmål på whiteboard, flipover eller lignende, så alle kan se det.

3. **Gennemgå grundprincipperne for brainstorming:**
   - Undgå at kritisere og vurdere idéer.
   - Målet er mange idéer. Rigtigt mange. Jo flere, des bedre.
   - Frit spil. Censurer ikke idéerne, hold gang i flowet.
   - Lyt til andres idéer og byg videre på dem.
   - Undgå diskussioner om idéer eller spørgsmål til dem.

4. **Udpeg én til at håndhæve ovenstående regler** og til at skrive alle idéerne ned. Evt. en anden til at skrive.

5. **Generer idéer.** Enten ustruktureret, hvor alle kan sige noget når de har lyst, eller struktureret, hvor det f.eks. går efter tur – med mulighed for at melde pas, hvis man ingen idéer har.

6. **Konkluder på forløbet.** Identiske idéer kombineres, men alle andre beholdes. Få konsensus om, hvilke idéer man skal gå videre med, og hvad næste skridt skal være – og hvornår. Der findes særlige metoder til denne fase.

© IDEA House www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Negativ brainstorm

Idé - 6

Det er nogle gange lettere at sige, hvad der ikke dur

Positiv opgaveformulering
Formuler opgaven ganske kort, helst som et spørgsmål.

Negativ opgaveformulering
Omformuler opgaven, så formuleringen bliver omvendt eller fordrejet i forhold til fase 1. Brug flere negative formuleringer.

Eksempler:
- Hvordan laver vi et produkt, som brugerne ikke forstår?
- Hvordan udvikler vi et produkt, som vi ikke kan tjene penge på?
- Hvordan sikrer vi, at ingen vil forhandle vores produkter?

Negative idéer
Producer idéer ud fra de negative opgaveformuleringer. Det bliver en slags negative, omvendte og fordrejede idéer.

Positive idéer
Gennemgå de negative idéer og forsøg at ændre hver enkelt idé til en positiv idé. Det vil dog ikke altid være muligt for alle negative idéer. De positive idéer kan man nu arbejde videre med. Evt. via teknikker til idéforbedring.

© IDEA House
www.idea-house.dk

10

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

SKEMA til aflevering BLOK 1

Innovationscamp uge 36

Hold nr.: _____

Evt. holdnavn: _____

Med udgangspunkt i den udfordring, der er stillet skal I (hver gruppe) afleverer 3-5 idéer i *overskriftsform:*

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

Blok 2

Blok 2	Idéudvælgelse og konceptbeskrivelse
Formål	På baggrund af ideation fasen beslutter grupperne sig for én idé og beskriver kort denne.
Indhold	Idéevaluering Idésortering Idéprædisering Idéforbedring
Redskaber / værktøj	Tool Training ark • Sammenfatning – skab overblik over jeres idéer • Idé-sien – prioriter idéerne • Idéforberedningsteknik • NAF – Novelty, Attractivess & Feasibility • Idé – Vi vil...til...ved at...
Output	Hver gruppe afleverer 1 konkret idé. Formulere "Vi vil give .... til... ved at" • Hvad • Målgruppe / til hvem • Udførelse / hvordan

SYDDANSK UNIVERSITET

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Sammenfatning

Idé - 16

Sammenfatning anvendes til at skabe overblik, når man har produceret et stort antal idéer.

Gruppering
Sorter idéerne i grupper efter hvilke idéer, der hører naturligt sammen. (Det kan give en del diskussion).

Overlapning
Undersøg den enkelte idé, og vurder, om idéen er indeholdt i en af de andre idéer.
- Er denne idé indeholdt i eller omfattet af én af de øvrige idéer.

Hvis det er tilfældet, slettes den.

Kombination
Undersøg om den enkelte idé naturligt kan kombineres eller sammenskrives med én af de øvrige idéer i puljen.
- Kan denne idé kombineres eller sammenfattes med én af de øvrige idéer?

Hvis dette er tilfældet, sammenskrives idéerne.

Konkretisering
Er den enkelte idé klar og konkret og forståelig for alle. Er idéen uklar, skal den konkretiseres:
- Hvordan .....? (rettet mod idéen)

Hvis idéen ikke kan konkretiseres, slettes den.

Relevans
Udrens idéer uden værdi for opgaven. Spørg til hver enkelt idé:
- Er denne idé relevant i forhold til opgaven? (=opgaveformuleringen)

Hvis idéen ikke er relevant, slettes den.

© IDEA House www.idea-house.dk

13

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idé-sien

Idé - 17

Idé-sien er en metode til hurtig prioritering af et stort antal idéer.
Teknikkerne: **Sammenfatning** og **Idé-sien** supplerer hinanden, hvis vi først anvender sammenfatning og derefter idésien.

Idé-sien er en metode til at vurdere og prioritere idéerne, og kan også anvendes alene.

Valg af kriterier

Vælg 1, 2 eller 3 meget enkle vurderingskriterier, der passer til den enkelte opgave.

Eksempler:

- Er idéen gennemførlig?
- Er idéen brugbar?
- Er idéen ny?
- Er idéen konkurrencedygtig?

Individuel vurdering

Hver deltager i gruppen tager personlig stilling til, hvordan han vil vurdere hver enkelt idé i forhold til de vurderingskriterier, som gruppen er blevet enige om.

Ud fra sin personlige vurdering tildeler han idéerne point efter følgende skala:

- Kriterierne er opfyldt: 2 point
- I tvivl: 1 point
- Kriterierne er ikke opfyldt: 0 point

Sammentælling og prioritering

- Mødeleder laver optælling af points.
- Når pointene er optalt, prioriteres idéerne efter de opnåede pointtal.

© IDEA House www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idéforbedringsteknik

Idé - 19

1. Idébeskrivelse
Alle i gruppen skal have samme billede af idéen. Start derfor med en beskrivelse af idéen, indtil alle har samme opfattelse og det samme billede af idéen.

2. Stærke sider
Find alle de stærke sider ved den aktuelle idé. De positive sider ved idéen noteres som stikord.

3. Svage sider
Søg efter alle svage punkter og problematiske sider ved idéen. De negative sider ved idéen noteres som stikord.

4. Idéudvikling
Se på hver enkelt af de stærke sider fra fase 2 og søg efter forbedringer:
- Hvordan kan denne stærke side forbedres eller udbygges?

Brug evt. en kreativ teknik i denne fase. F.eks. associations- eller impulsteknik.

5. Idéudvikling
Se på hver enkelt af de svage sider fra fase 3 og søg efter muligheder for at ændre eller undgå disse svage sider.
- Hvordan kan denne svage eller problematiske side fjernes eller ændres til noget positivt?

Brug evt. en kreativ teknik til idéskabelse i denne fase.

6. Sammenfatning
Vurder de enkelte idéer og forslag fra fase 4-5. De idéer og forslag, som efter jeres vurdering kan anvendes, sammenfattes med den oprindelige idé.

© IDEA House www.idea-house.dk

15

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

NAF - Novelty, Attractiveness & Feasibility

Idé - 22

En simpel metode til at score og vurdere potentielle løsninger på et problem.

Navnet kommer af de tre faktorer man vurderer på: Novelty, Attractiveness & Feasibility

Giv en score fra 0-10 på hver af følgende områder:

Novelty (Nyhed)
Hvor ny er idéen? Hvis den ikke er ny i forhold til problemet er den formentlig ikke særlig kreativ.

Attractiveness (Attraktivitet)
- Hvor attraktiv og tiltalende er løsningen?
- Løser det problemet fuldstændigt?
- Eller er det kun en delvis løsning?

Feasibility (Gennemførlighed)
- Hvor let er idéen at gennemføre i praksis?
- Kan det overhovedet lade sig gøre, og hvor dyrt og tidskrævende vil det være at nå frem til den færdige løsning.

Tæl pointene sammen for hver idé og udvælgt de bedste til evt. yderligere vurdering.

© IDEA House www.idea-house.dk

16

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idé

Koncept - 3

Hvilken idé og hvilke principper og værdier er konceptet baseret på?

Den gode bærende idé er klar, mulighedsskabende og giver mening for målgruppen.

Klarheden skal udmønte sig i, at den er hurtig og nem at forstå for alle, der er involveret i at udvikle, producere og formidle konceptet.

Det er også vigtigt, at idéen er mulighedsskabende. Det vil sige, at den skal igangsætte en kreativ tankeproces fremfor at være præcis og afgrænset.

Vi vil give.....til.....

.....ved at.....

© IDEA House

www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

SKEMA til aflevering BLOK 2

Innovationscamp uge 36

Hold nr.: _____

Evt. holdnavn: _____

I skal nu *kort* beskrive én konkret idé i følgende skabelon:

"Vi vil give _____til _____ ved at _____"

(fx vi vil *lave effektiv transport* til *brugere og medarbejdere i den nye bydel ved Universitetet* ved at *lave en letbane").*

I skal altså rundt om:

- *Hvad* det er I vil lave
- *Til hvem* I vil lave det
- *Og hvordan* I vil lave det – alt sammen kort!

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

Blok 3

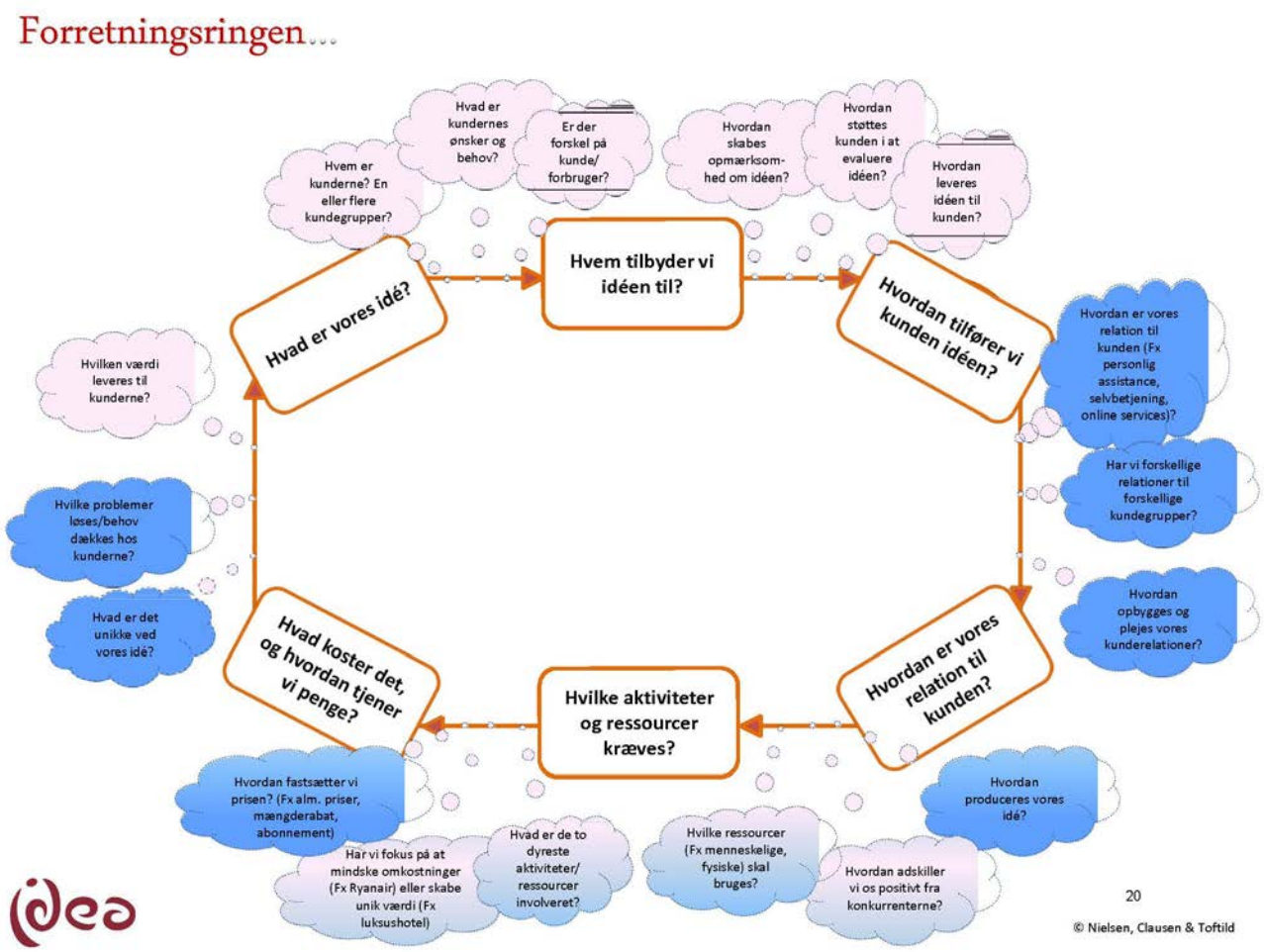
Blok 3	Idé, marked og brugere
Formål	Beskrive det erhvervsøkonomiske potentiale i relation til idéen
Indhold	Forretningspotentialet – erhvervsøkonomisk bæredygtighed af idéen Forretningsmodel Beskriv markedet, kunder og konkurrenter Hvem er dine brugere "Show me the money" Visualisering
Redskaber / værktøj	Forretningsringen – hvilke elementer indgår i det forretningsmæssige rationale Forretningsmodellen – på baggrund af forretningsringen Tool Training • Funktioner • Konkurrenter – direkte, substituerende eller indirekte • Brugerprofil / kundegrupper – illustration af kunder og brugere • Storyboards – visualiser konceptet •
Output	Forretningsmodellen (resultatark)

SYDDANSK UNIVERSITET

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006



("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Forretningsmodellen (resultatark for Forretningsringen)

1) Hvad er vores idé?	2) Hvem tilbyder vi idéen til?	3) Hvordan tilfører vi kunden idéen?	4) Hvordan er vores relation til kunden?
5) Hvilke aktiviteter og ressourcer kræves?		6) Hvad koster det, og hvordan tjener vi penge?	

21

© Nielsen, Clausen & Toftild

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Funktioner

Koncept - 4

Hvilke funktioner og anvendelser bidrager konceptet med?

Funktioner handler om alle de elementer ved produkt og ydelse, som giver kunden værdi.

I konceptbeskrivelsen af de funktionelle egenskaber kan man med fordel skelne mellem:

Kerneegenskaber
Obligatoriske funktioner, som skal skabes, hvis konceptet skal kunne afsættes og leve op til den bærende idé og principper. F.eks. en klipning hos frisøren.

Tillægsegenskaber
Funktioner og anvendelser, der vil give ekstra værdi for brugerne. F.eks. hårvask, hovedbundsmassage og vejledning om hårpleje hos frisøren.

Periferiegenskaber
Funktioner og anvendelser, der vil give værdi til visse brugere i visse situationer eller mere kan opfattes som "nice to have" eller give den lille ekstra oplevelse, der styrker brugerens loyalitet. F.eks. god kaffe, smarte magasiner og lækker indretning hos frisøren.

© IDEA House

www.idea-house.dk

22

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Konkurrenter

Koncept - 10

Hvad er jeres position i forhold til konkurrenterne?

"I siger, at I ingen konkurrenter har. Det tror jeg ikke på. Hvad er kundens bedste alternativ?
Juryspørgsmål i Venture Cup

Direkte konkurrenter
Alternative tilbud, som er sammenlignelige med virksomhedens egne tilbud.

Substituerende tilbud
Alternative tilbud, som kan tilfredsstille samme behov på en anden måde.

Indirekte konkurrenter
Andre eksterne faktorer, som kan reducere interessen og afsætningen af virksomhedens koncept.

© IDEA House www.idea-house.dk

23

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Brugerprofiler

Bruger - 10

Skab dit produkt til levende mennesker i stedet for anonyme målgrupper

Illustration af måske konstruerede personer med beskrivelse af deres hverdag, ønsker og præferencer. Fungerer som en personifikation af brugernes mål for udviklingsarbejdet. En brugerprofil kan f.eks. indeholde:

Portræt
Find et foto, der skal forestille profilen. Det sætter fantasien i gang.

Navn
Ja, giv den enkelte profil et personnavn.

En demografisk beskrivelse
Køn, alder, familiestatus, bopæl, beskæftigelse, uddannelse, indkomst etc.

Personlige mål og værdier
Hvad vil profilen gerne opnå og hvad er hans personlige værdier på området? Hvad er godt og skidt?

Forbrugsvaner og købsadfærd
Hvis produktet/ydelsen er til privat forbrug, er det også relevant at gøre sig tanker om de konkrete produkter og mærker han køber - og hvor de købes.

Behov
Hvad er profilens konkrete behov og problemer på det område, hvor vi vil finde løsninger.

Evner og færdigheder
Hvilken viden og erfaring har profilen på dit produktområde? Hvad er profilens vaner, og hvor går grænserne for, hvad han kan?

Perspektiv på opgaven og produktet
Hvilke opgaver skal profilen bruge produktet eller ydelsen til og hvor vigtige er disse i hans dagligdag? Hvilken rolle har profilen i den situation, hvor produktet/ydelsen skal bruges?

Ovenstående er vejledende. For hver enkelt produkt/ydelse vil forskellige forhold være relevante.

© IDEA House www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Storyboards

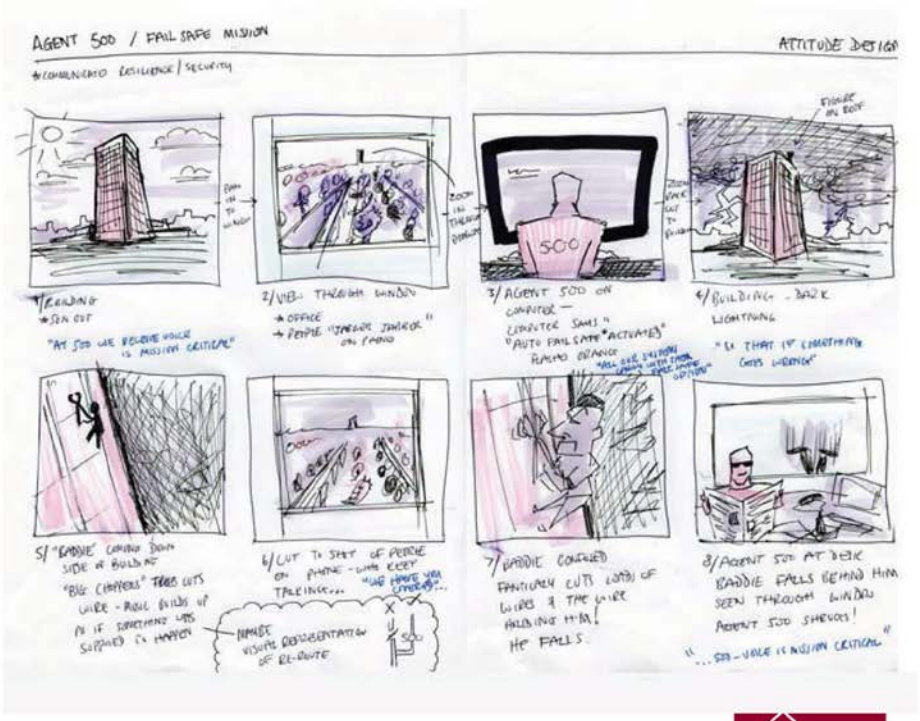
Bruger - 5

Lav et visuelt manuskript for brug af produktet eller levering af ydelsen

Lav små tegneserier af hændelsesforløb, for eksempel en montagesituation, med fokus på kritiske situationer og observationer.

Brug alternativt fotos - egne eller nogle du finder på nettet.

Det visuelle gør det lettere at leve sig ind i brugerens situation og se mangler og forbedringsmuligheder trin for trin.



© IDEA House www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

SKEMA til aflevering BLOK 3

Innovationscamp uge 36

Hold nr.: _____

Evt. holdnavn: _____

I skal nu aflevere:

1. en sides beskrivelse af jeres koncept (det kunne være den udfyldte forretningsmodel)

Forretningsmodellen (resultatark for Forretningsringen)

1) Hvad er vores idé?	2) Hvem tilbyder vi idéen til?	3) Hvordan tilfører vi kunden idéen?	4) Hvordan er vores relation til kunden?
5) Hvilke aktiviteter og ressourcer kræves?		6) Hvad koster det, og hvordan tjener vi penge?	

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

Blok 4

Blok 4	Pitch
Formål	Præsentere idéen – sælge idé og koncept
Indhold	Introduktion til præsentationsteknik Pitchtræning Lave en pitch
Redskaber / værktøj	
Output	Hver gruppe skal levere en pitch, der sælger idéen. • Eks. Power Point, agenda til pitch, Storyboard eller lign. 1 side, der kort beskriver idéen, marked, kunder og implementering.

SYDDANSK UNIVERSITET

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

SKEMA til aflevering BLOK 4

Innovationscamp uge 36

Hold nr.: _____

Evt. holdnavn: _____

I skal nu aflevere:

En pitch (det kunne være en power point, fotos af en planche, stikord til en 3 minutters tale eller...).

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

Blok 5

Blok 5	Pitch og konkurrence Finale
Formål	Præsentere idéen Præmiere den bedste idé
Indhold	Semifinale Finale Afslutning
Redskaber / værktøj	Dommerseddel
Output	Alle præsenterer Vindere går videre til finale Vinder kåres

SYDDANSK UNIVERSITET

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Entrepreneurship Centre
...fostering entrepreneurship

DOMMERSEDDEL

Innovationscamp uge 36

Dommers initialer: _____

Hold nr.: _____

Evt. holdnavn: _____

På en skala fra 1-5 skal du bedømme følgende (5 er bedst):

Er ideen: **attraktiv**	
Er ideen: **realiserbar**	
Er ideen: **fantasifuld**	
Er ideen: **på rette tid og sted**	
Er ideen: **rentabel**	
Hvordan var **præsentationen**	
TOTAL	

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen.
Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Åbent afsæt

"Kærlighed gør blind. Hvis du forelsker dig i den første idé du får, bliver du døv og blind for kritik."

"Fokuser i stedet på problemet og den der har det."

Fase 1: Åben afsæt

Forudsætningen for at få gode idéer er afgrænsning. Hvis ikke du ved, hvad du leder efter, kan du jo lede hvor som helst. Og hvor skal man så starte...?

Derfor starter vi innovationsprocessen med en afgrænsning af, hvor vi skal lede.

Du har måske et klart billede af et problem, som du vil løse, og måske endda en forestilling om, hvordan du vil løse det.

Men prøv at være åben overfor ændring af problemformuleringen og lad helt være med at lægge dig fast på løsningen før du er sikker på, at du har forstået kunden eller brugeren.

Værktøjsbladene under Åbent afsæt hjælper dig i gang med en afgrænsning af, hvad du vil opnå med din innovationsproces.

Desuden får du tip om, hvilke personer det kan være godt at have tilknyttet innovations-teamet.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Søgerammen

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Vid hvad I leder efter - men vær åben overfor hvor man kan lede!

Når I vil arbejde med brugerdrevet innovation bør du fra starten afgrænse, hvad det er I leder efter:

Hvem vil vi henvende os til? Definer fra starten de købere og brugere, I vil udvikle noget til. Vær forsigtig med på forhånd at defineret problemet for snævert og lad helt være med at sige noget om løsningen.

Det vigtiste er at finde det rigtige problem og løse det rigtigt og ikke løse det forkerte problem rigtigt.

Hvad vil give værdi for os? Selvom man arbejder med brugerdrevet innovation, må man også gerne selv få noget ud af det:

Hvem vil vi især gerne have som kunder?

På hvilke områder vil vi dygtiggøre os?

Hvor besidder vi nogle unikke kompetencer, som kunne være grundlag for at udvikle noget nyt?

Hvilke etiske værdier skal ligge til grund for forretningen?

Hvor realiserbare idéer søger vi? Skal vore idéer kunne realiseres hurtigt, eller er det i orden at udvikle idéer, som det vil tage meget lang tid at realisere. Og skal det kunne realiseres for vore egne penge, eller er det OK med idéer, som kræver banklån eller investorer.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette pr
Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Sæt holdet

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

Sammensæt et komplet team

Vid hvad I ikke ved - og find nogle, der ved mere

Brugerdrevet innovation kræver mange forskellige kompetencer. Forsøg at få personer med følgende kompetencer ind i teamet:

Brugerindlevelse Personer med erfaring og faglig baggrund for at sætte sig ind i brugernes situation. Personer med en faglig baggrund indenfor f.eks. sociologi, etnologi, antropologi, psykologi eller pædagogik kan styrke teamet på dette område.

Forretningsanalyse og forretnings-model. Personer med erfaring og faglig baggrund indenfor f.eks. marketing, økonomi og ledelse kan styrke teamet på dette område.

Visualisering og design. Personer med et kreativt talent og faglig baggrund indenfor design kan styrke teamets evne til at visualisere jeres idéer, så de bliver synlige og forståelige for andre - og jer selv.

Teknologianalyse og teknologisk validering. Personer med erfaring og baggrund som ingeniør eller anden teknisk/naturvidenskabelig baggrund bør inddrages, hvis der er tale om teknologisk innovation.

Procesfacilitering og -styring. En god leder med evne til at skabe begejstring og fremdrift og samtidig holde alle tråde samlet, er guld værd for projektet. Uden god projektledelse løber det let ud i sandet.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Hv-spørgsmål

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

Hvem? Hvorfor? Hvad? Hvor? Hvornår? Hvordan?

At formulere de rigtige spørgsmål i starten er afgørende for, hvilken retning I begynder at
arbejde i.

Formuler en lang række hv-spørgsmål i relation til det område I vil arbejde med.

De mange spørgsmål kan spore jer ind på, hvilke spørgsmål, der er vigtigst at få besvaret.

Nogle spørgsmål kan og skal besvares i fase 1, mens andre spørgsmål kan være afsæt for researcharbejdet i fase 2 og 3.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idéværksted

"Tænk det du ikke tænker"

Snyd hjernen til at tænke kreativt i stedet for logisk og kritisk.

Fase 4: Idéværksted

Gode idéer opstår ofte spontant og tilsyneladende tilfældigt, men hvis I vil fremskynde processen - og især hvis I vil have en gruppe til at være kreative på kommando - findes der en lang række værktøjer og møde-teknikker til kreative møder. IDEA House har samlet et udvalg af dem. Planlagt kreativitet består typisk af skift mellem

Divergent tænkning - det spontane, vilde, legende og kreative højre hjernehalvdel.
Konvergent tænkning - det logiske, kritiske, analytiske og vurderende - venstre hjernehalvdel.

Processen med skift mellem disse faser har vi delt ind i:

FOKUS - problemformuleringen. Hvad er det for et spørgsmål vi søger svar på?
GENERERING - den vilde og kreative fase. Så mange idéer som muligt uden at tænke kritisk på om de holder.
SORTERING - den første grove sortering. Dubletter frasorteres og overlappende grupperes. De mest lovende udvælges.
IDEUDVIKLING - udvalgte idéer videreudvikles. Vi er igen kreative og legende, men i forhold til de udvalgte idéer.
VURDERING - vi vurderer de idéer, som vi har videreudviklet på. Hvilke idéer er blevet så gode, at vi skal gå videre med dem.

På hvert af de efterfølgende metodeblade kan du nederst se, hvilke faser metoden dækker. Det er markeret med rødt.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Kreativ fokusering

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

"Forudsætningen for et brugbart svar er et godt spørgsmål"

Kreativ fokusering er en metode til formulering af opgaver og problemer på en sådan måde, at det virker idéskabende i en efterfølgende kreativ proces.

Den sproglige formulering af opgaven er afgørende for, hvilke idéer der opstår.

Anvendelsen forudsætter en fælles opfattelse af opgaven eller problemet.

Metode

1. Formuler opgaven som et spørgsmål. Begynd med spørgeordene Hvordan/Hvilke.....
2. Formuler opgaven så kortfattet og åbent som muligt, helst kun i én sætning.
3. Formuler opgaven ud fra forskellige synsvinkler.Skriv altså spørgsmålet på flere forskellige måder.
4. Vælg den foretrukne formulering.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Baglæns Forlæns Planlægning

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Baglæns Forlæns Planlægning er en metode til at hjælpe med at definere problemet og sikre, at man undgår at stirre sig blind på det man tror er problemet. Processen har tre faser.

1. Skriv den korte version af problemet. Start f.eks. med "Hvordan kan man.....?"
2. Hvis du skulle løse problemet under punkt 1, hvilket problem på højere niveau ville man så også løse? Skriv det ned. Spørg igen, hvilket problem på højere niveau man løser og skriv det ned. Formuler mindst tre problemer.
3. Gå tilbage til problemformulering under punkt 1 og spørg, hvilke andre former for udbytte, man ville få, hvis man løste problemet. Disse skal være forskellige fra punkt 2.

Eksempel:

	..som medfører...
Du er irriteret over, at dine grøntsager bliver slatne og kedlige inden du får dem spist.	at jeg sparer penge på madindkøb
	...og igen
Hvordan kan jeg sikre, at jeg altid har friske grøntsager?	at jeg kan får bedre privatøkonomi.
Hvis man løste det problem, ville man samtidig løse følgende problem:	Og hvilket udbytte ville jeg også få, hvis jeg kunne sikre friske grøntsager?
Jeg ville kassere færre grøntsager.	- sundere fødevarer, der bevarede vitaminer.
...som igen ville medføre...	- mere velsmagende mad.
at jeg kunne købe mindre	- ros fra mine middagsgæster

Du har nu 7 potentielle problemer at vælge imellem. Det kan godt ske, at det oprindelige problem er det rigtige at løse, men det kan også være, at én af de andre virker mere væsentlig.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Undersøge grænser

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Når du har nedskrevet din problemformulering, kan du opnå en dybere forståelse af problemet ved at ændre på nogle af ordene:

1. Skriv den indledende problemformulering. Start f.eks. med "Hvordan....?"
2. Understreg nøgleord i problemformuleringen.
3. Undersøg hvert ord for skjulte antagelser. Hvordan virker det f.eks. hvis du erstatter et af nøgleordene med et synonym eller noget, der betyder næsten det samme.
4. Efter at have undersøgt, hvordan ændrede ord påvirker problem-formuleringen, forsøger du, om den oprindelige problemformulering kan formuleres bedre.

Målet er ikke nødvendigt at ændre problemafgrænsingen, men snarere at forstå mere klart, hvordan ændring af ordene kan ændre din opfat-telse af problemet.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Brainstorm

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

"Sig hvad der falder dig ind uden at tænke dig om først"

Et brainstorm-forløb kan gennemføres efter følgende procedure:

1. **Arranger et møde** med 4-8 deltagere. Overvej hvem du inviterer.

2. **Skriv emnet** for brainstormen som spørgsmål på whiteboard, flipover eller lignende, så alle kan se det.

3. **Gennemgå grundprincipperne** for brainstorming:

   - Undgå at kritisere og vurdere idéer
   - Målet er mange idéer. Rigtigt mange. Jo flere, des bedre.
   - Frit spil. Censurer ikke idéerne, hold gang i flowet.
   - Lyt til andres idéer og byg videre på dem.
   - Undgå diskussioner om idéer eller spørgsmål til dem.

4. **Udpeg én til at håndhæve ovenstående regler** og til at skriv alle idéerne ned. Evt. en anden til at skrive.

5. **Generer idéer**. Enten ustruktureret, hvor alle kan sige noget når de har lyst, eller struktureret, hvor det f.eks. går efter tur – med mulighed for at melde pas, hvis man ingen idéer har.

6. **Konkluder på forløbet**. Identiske idéer kombineres, men alle andre beholdes. Få konsensus om, hvilke idéer man skal gå videre med, og hvad næste skridt skal være – og hvornår. Der findes særlige metoder til denne fase.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Negativ brainstorm
(omvendt brainstorm)

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

"Det er nogle gange lettere at sige, hvad der ikke dur"

Positiv opgaveformulering
Formuler opgaven ganske kort, helst som et spørgsmål.

Negativ opgaveformulering
Omformuler opgaven, så formuleringen bliver omvendt eller fordrejet i forhold til fase 1.
Brug flere negative formuleringer.

Eksempler:
Hvordan laver vi et produkt, som brugerne ikke forstår?
Hvordan udvikler vi et produkt, som vi ikke kan tjene penge på?
Hvordan sikrer vi, at ingen vil forhandle vores produkter?

Negative idéer
Producer idéer ud fra de negative opgaveformuleringer. Det bliver en slags negative, omvendte og fordrejede idéer.

Positive idéer
Gennemgå de negative idéer og forsøg at ændre hver enkelt idé til en positiv idé. Det vil dog ikke altid være muligt for alle negative idéer.
De positive idéer kan man nu arbejde videre med. Evt. via teknikker til idéforbedring.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Trigger Sessions

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

"Få idéer af andres idéer"

Trigger sessions er en god og meget simpel måde at få mange idéer på, og kræver ikke den store øvelse.

Definer problemet Hvad er det vi skal have idéer til? Formuler det som et spørgsmål - hvordan...?

Skriv idéer ned. Hver deltager skriver sine idéer ned i løbet af 2 minutter.

Læs op. Den første deltager læser sine idéer op. De andre streger egne idéer ud, hvis de bliver læst op - og noterer nye idéer, hvis oplæsningen giver inspiration til det.

Næste oplæsning. Den næste deltager læser sine idéer op - undtagen dem, der er streget ud, fordi de er læst op. O.s.v.

Sidste oplæsning. Sidste deltager læser hele sin oprindelige liste og de idéer han har fået undervejs.

Igen igen. Proceduren gentages i omvendt rækkefølge - måske flere gange. Er I 6 deltagere, er rækkefølgen 1,2,3,4,5,6,5,4,3,2,1,2,3,4,5,6...)

En god gruppe kan køre adskillige runder.

Idéliste. Alles papirer indsamles efterfølgende og skrives sammen til én lang idéliste.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Brainwriting Pool

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

"Masser af gode idéer spredt ud over bordet sætter gang i fantasien"

Brainwriting minder om Brainstorming og Trigger Sessions. Der er mange varianter, men generelt er processen, at idéer skrives ned af de personer, der får dem. Derefter sendes de videre til den næste, som bruger dem som inspiration for nye idéer.

Hver deltager får en stak Post-it sedler eller små kort.

Skriv idéer ned - én pr. kort/seddel - og læg dem midt på bordet.

Alle kan frit bruge de andres idéer som inspiration til nye idéer - enten som variationer, videreudvikling eller helt nye idéer.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Brainwriting 6-3-5

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

"108 idéer på 30 minutter"

Navnet kommer af processen, hvor 6 personer skriver 3 idéer på 5 minutter. Hver deltager får et arbejdsskema, der ser således ud:

Problemformulering: Hvordan.....?			
	Idé 1	Idé 2	Idé 3
1			
2			
3			
4			
5			
6			

6 deltagere placeres rundt om et bord med et arbejdsskema hver.

Alle skriver problemformuleringen i toppen af skemaet.

Alle skriver 3 idéer på 5 minutter i række 1 i arbejdsskemaet. Skriv kort og præcist i én sætning - 6-10 ord.

Efter 5 minutter - eller når alle er færdige - sendes arbejdsskemaet videre til personen til højre.

Tilføj tre nye idéer på det nye skema.

Fortsæt indtil skemaet er udfyldt. Det giver 108 idéer på de 6 skemaer på ca. 30 minutter.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Brainwriting Game

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

"Få de mest urealistiske idéer - og gør dem realistiske idéer"

Præsenter problemformuleringen. Forklar at vinderen af spillet er den, der finder på den mest usandsynlige løsning.

Sælg idékort. Facilitator sælger et bestemt antal kort til hver deltager - f.eks. 10 stk - til 1 kr. pr. stk. Kortene er løbende nummereret.
Pengene skal senere gå til vinderen.

Noter numre. Lav en liste over deltagerne, noter deres serienumre, og lad dem kvittere for modtagelsen.

Tænk det umulige. Hver deltager prøver at finde vildt usandsynlige løsnigner og skriver én pr. kort. Kortene sættes op på opslagstavle eller lignende.

Læs idéer. Deltagerne får f.eks. 15 minutter til at læse alle idéerne og vedhæfte forslag til, hvordan løsningen kan gøres mere praktisk gennemførlig. Disse forslag skrives på unummererede kort eller Post-it sedler. Formålet med de mere praktiske forslag er at reducere løsningens vindermuligheder.

Afstemning. Hver deltager får to stemmer (i form af f.eks. to små selvklæbende mærkater. Stemmerne gives til den eller de løsningsforlsag, der er mest usandsynlige. Den der får flest stemmer vinder de indsamlede penge.

Holdbare løsninger. Opdel deltagerne i to grupper, som får halvdelen af kortene hver. Giv hver gruppe f.eks. 15 minutter til at udvikle 6 holdbare løsninger med udgangspunkt i deres kort.

Sælg idéerne. Hver af de to grupper prøver at "sælge" deres idéer til den anden gruppe.

Valg af de bedste idéer. Grupperne forsøger i fællesskab at nå frem til, hvilke idéer, der er de bedste.

Materialer:
Idékort, løbende nummereret.
Deltagerliste med navn, numre på kort og kvittering.
Opslagstavle/whiteboard m. magneter.
Post-it sedler.
Selvklæbende mærkater til afstemning.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idébålet

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Fokusspørgsmål

Skriv fokusspørgsmål med stor tusch på et ark papir. Fokusspørgsmål placeres i midten (oftest på gulvet).

Individuel idégenerering

Individuel idégenerering / brainstorming (”arbejd-selv-tid”).
Den enkelte skriver egne ideer ned på papir (én idé pr. ark med store bogstaver).

Præsenter idéer

Alle idéer præsenteres herefter - gerne på skift mellem deltagerne - og placeres på gulvet rundt om fokusspørgsmålet (heraf navnet: der bæres ”brænde til bålet”).

Det er tilladt at skrive nye idéer, hvis man bliver inspireret af andres idéer under præsentationen.

Variationer: Læg idéerne ud på gulvet efterhånden som I skriver dem. Det kan give inspiration til andre.

Gruppering

Idéerne organiseres af deltagerne efter grupper/typer og der udarbejdes overskrifter

Idéudvikling

Idéudvikling videre ud fra hver overskift Fokusering på idéerne. Brug evt. særlig teknik til videreudvikling af idé.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Associationsteknik

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

"Hvis man vil grave efter guld, må man prøve at stikke skovlen ned flere steder - og være forberedt på at skulle flytte en del jord"

Ordkæde

Dan en helt vilkårlig kæde af ord.
Vælg et tilfældigt startord. F.eks. ved at slå tilfældigt op i en ordbog og tage det første navneord.
Noter herefter de ord, der umiddelbart falder jer ind, og dan på den måde en ordkæde på f.eks. 20-25 ord.

Opgaveformulering

Formuler opgaven som et spørgsmål. Begynd med spørgeordene Hvordan/Hvilke....?
Formuler opgaven så kortfattet og åbent som muligt.
Formuler opgaven ud fra forskellige synsvinkler.
Vælg den meste relevante og idéskabende formulering.

Idéskabelse

Generer idéer ud fra hver enkelt ord i ordkæden.
Skriv hver idé på et A4-ark eller lignende.
Vær åben for skøre idéer og undgå kritik af idéer. Nogle ord giver mere end andre.

Konkretisering

Konkretiser idéerne enkeltvis:
Hvordan kan det gøres?
Noter konkretisering på det enkelte idéark.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Udvidet associations-teknik

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Ordkæde
Dan en helt vilkårlig ordkæde uden relation til opgaven. Vælg et tilfældigt startord. F.eks. ved at slå tilfældigt op i en ordbog.

Noter herefter det ord, der umiddelbart falder dig/jer ind, og dan på den måde en ordkæde på 20- 25 ord.

Handleord
Ordene i ordkæden ændres til handleord (udsagnsord). F.eks. Bog - læse, Papir - tegne, Slutseddel - købe etc.

Fokusering (se Kreativ Fokusering)
Formuler opgaven som et spørgsmål. Begynd med spørgeordene Hvordan/Hvilke....?
Formuler opgaven ud fra forskellige synsvinkler.
Vælg den meste relevante og idéskabende formulering.

Idéskabelse
Konfronter handleordene i associationskæden enkeltvis, og generer idéer ud fra disse. Vær åben for skøre idéer.

Konkretisering
Gå idéerne igennem enkeltvis, og forsøg at konkretisere dem: Hvordan kan dette gøres/udføres/formes/tilpasses/kombineres o.s.v.? De idéer, der kan konkretiseres, kan bruges til videreudvikling og forbedring.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Rolleperspektiv

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Fokusering
Formuler opgaven som et spørgsmål. Begynd med spørgeordene Hvordan/Hvilke....?
Formuler opgaven så kortfattet og åbent som muligt. Helst i én sætning.
Formuler opgaven ud fra forskellige synsvinkler.

Rollevalg
Vælg en række roller, faggrupper eller specialister, der ikke har nogen relation til den aktuelle opgave eller problem. Vælger man roller, som har et relevant forhold til den aktuelle opgave, fører det ikke til kreative idéer.

Spontane idéer
Brug rollerne i fase 2 som udgangspunkt for idéproduktion. Det gør vi ved at se på opgaven ud fra hver enkelt rolle specielle synsvinkel, idet vi spørger os selv:
- Hvordan ville rolle X løse denne opgave?
Idéerne må gerne være overdrevne og urealistiske.

Brugbare idéer
Vurder hver enkelt idé fra fase 3.
Hvordan kan denne idé ændres, så den bliver realistisk og brugbar?
De brugbare idéer er teknikkens slutresultat.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Kritikmetoden

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Til løsninger af opgaver og problemer, hvor det drejer sig om at skabe forbedringer eller udvikling af noget kendt, samt til videreudvikling af idéer, vi allerede har skabt.

Fokusering (se evt. Kreativ Fokusering)

- Formler opgaven som et spørgsmål. Begynd med Hvordan/Hvilke....?
- Formuler opgaven så kortfattet og åbent som muligt, helst i én sætning.
- Formuler opgaven ud fra forskellige synsvinkler.
- Vælg den/de formuleringer, som I ønsker at støtte jer til.

Interessenter

Find interessenter/interessegrupper ved at spørge:
Hvem har faglige interesser, forretningsmæssige interesser, bruger-interesser eller anden form for interesser i denne sag?
Også interessemodsætninger kan være hensigtsmæssige at medtage.
Find frem til disse interessemodsætninger.

Kritikpunkter

Brug hver interessent til at søge efter kritik af de eksisterende løsninger, idet I spørger:

Hvad kan denne interessent krtisere ved.....?

Det er ikke vigtigt, om kritikken er rimelig eller ej. Jo flere kritikpunkter, des bedre.

Afhjælpning

Søg idéer til, hvordan man kan undgå eller afhjælpe alle de kritikpunkter, vi har fundet ovenfor. Ret følgende spørgsmål mod hvert kritikpunkt:
- Hvordan afhjælpe eller undgå denne fejl eller mangel.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Sammenfatning

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Sammenfatning anvendes til at skabe overblik, når man har produceret et stort antal idéer.

Gruppering
Sorter idéerne i grupper efter hvilke idéer, der hører naturligt sammen. (Det kan give en del diskussion).

Overlapning
Undersøg den enkelte idé, og vurder, om idéen er indeholdt i en af de andre idéer.
- Er denne idé indehold i eller omfattet af én af de øvrige idéer.
Hvis det er tilfældet, slettes den.

Kombination
Undersøg om den enkelte idé naturligt kan kobineres eller sammen-skrives med én af de øvrige idéer i puljen.
- Kan denne idé kombineres eller sammenfattes med én af de øvrige idéer?
Hvis dette er tilfældet, sammenskrives idéerne.

Konkretisering
Er den enkelte idé klar og konkret og forståelig for alle. Er idéen uklar, skal den konkretiseres:
- Hvordan .....? (rettet mod idéen)
Hvis idéen ikke kan konkretiseres, slettes den.

Relevans
Udrens idéer uden værdi for opgaven.Spørg hver enkelt idé:
- Er denne idé relevant i forholdtil opgaven? (=opgaveformuleringen)
Hvis idéen ikke er relevant, slettes den.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idésien

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Idésien er en metode til hurtig prioritering af et stort antal idéer.
Teknikkerne Sammenfatning og Idésien supplerer hinanden, hvis vi først anvender sammenfatning og derefter idésien.
Idésien er en metode til at vurdere og prioritere idéerne, og kan også anvendes alene.

Valg af kriterier

Vælg 1, 2 eller 3 meget enkle vurderingskriterier, der passer til den enkelte opgave.
Eksempler:

- Er idéen gennemførlig?
- Er idéen brugbar?
- Er idéen ny?
- Er idéen konkurrencedygtig?

Individuel vurdering

Hver deltager i gruppen tager personlig stilling til, hvordan han vil vurdere hver enkelt idé i forhold til de vurderingskriterier, som gruppen er blevet enig om.
Ud fra sin personlige vurdering tildeler han idéerne point efter følgende skala:

- Kriterierne er opfyldt: 2 point
- I tvivl: 1 point
- Kriterierne er ikke opfyldt: 0 point

Sammentælling og prioritering

Mødeleder laver optælling af points.
Når pointene er optalt, prioriteres idéerne efter de opnåede pointtal.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Cirkelteknik

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Cirkelteknik er en metode, hvor man individuelt og uafhængigt af hinanden videreudvikler og forbedrer idéer og forslag.

Grundidé

Første fase forudsætter, at der allerede er genereret et antal idéer eller forslag.
Hver deltager beskriver den idé eller det forslag på arbejdsskemaet, som han finder bedst. Det skal helst være én af hans egne idéer, men det kan også være en andens idé.
Beskriv den udvalgte idé ganske kortfattet i stikord. Suppler evt. beskrivelsen med skitser.

Idéudvikling

Arbejdsskemaerne med idéer cirkulerer.
Tilføj forslag til forbedringer af grundidéer - inkl. andres forslag til forbedringer.

Spørg dig selv:
- Hvordan kan denne grundidé forbedres eller videreudvikles?
Tilføj forbedringsforslag i skemaet og send det videre.

Sammefatning

Sammenskriv de oprindelige idéer med de forslag til forbedringer, der er påført skemaet under cirkulationen.Gøres af den, der oprindeligt skrev idéen på skemaet.
Vurdér om de enkelte forslag medfører reelle forbedringer. Hvis de medfører forbedringer, sammenfattes de med grundidéen.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idéforbedringsteknik

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

1. Idébeskrivelse
Alle i gruppen skal have samme billede af idéen. Start derfor med en beskrivelse af idéen, indtil alle har samme opfattelse og det samme billede af idéen.

2. Stærke sider
Find alle de stærke sider ved den aktuelle idé.
De positive sider ved idéen noteres som stikord.

3. Svage sider
Søg efter alle svage punkter og problematiske sider ved idéen. De negative sider ved idéen noteres som stikord.

4. Idéudvikling
Se på hver enkelt af de stærke sider fra fase 2 og søg efter forbedringer:
- Hvordan kan denne stærke side forbedres eller udbygges?
Brug evt. en kreativ teknik i denne fase. F.eks. associations- eller impulsteknik.

5. Idéudvikling
Se på hver enkelt af de svage sider fra fase 3 og søg efter muligheder for at ændre eller undgå disse svage sider.
- Hvordan kan denne svage eller problematiske side fjernes eller ændres til noget positivt?
Brug evt. en kreativ teknik til idéskabelse i denne fase.

6. Sammenfatning
Vurder de enkelte idéer og forslag fra fase 4-5.
De idéer og forslag, som efter jeres vurdering kan anvendes, sammenfattes med den oprindelige idé.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idévurdering

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

En metode til vurdering af de fremkomne idéer og valg af den eller de idéer, I vil gå videre med. Metoden har 5 trin:

1. Krav til løsning Formuler krav til den løsning I søger.

2. Prioriter. Opstil krav i prioriteret orden.

3. Vurder. I hvilken grad lever hver enkelt idé op til kravene (f.eks. på en skala fra 1 til 5). Skriv vurdering i vurderingskema som nedenfor.

4. Ekstra fordele. Noter evt. ekstra fordele ved en løsning ud over kravene.

5. Samlet vurdering. Foretag en samlet vurdering ud fra skemaet.

	Idénummer								
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1. krav:									
2. krav									
3. krav									
4. krav									
5. krav									
Ekstra fordele									
1.									
2.									
3.									

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idé Advokat

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Idé Advokat-metoden kan bruges, når antallet af idéer er snævret ind til f.eks. 3-6 stærke idéer.

Vælg Idé Advokater - En deltager - en Idé Advokat - bliver knyttet til hver idé for at tale idéens sag. Det er bedst, hvis Idé Advokaten i forvejen kender den eller måske er kommet med den - eller helt idéelt hvis Idé Advokaten er den, der i sidste ende skal implementere den.

Forbered fremlæggelse - Om nødvendigt tildeles Idé Advokaterne et vist tidsrum til at forberede deres fremlæggelse og evt. lave research.

Præsentation - Idé Advokater præsenterer deres idé til de relevante beslutningstagere og andre Idé Advokater.

Beslutning - Præsentationerne diskuteres, og en beslutning træffes. Hvis en idé skiller sig særligt ud, kan den straks vælges. Er der flere, der står meget lige, kan man evt. starte med at eliminere nogle.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

NAF

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

En simpel metode til at score og vurdere potentielle løsninger på et problem.

Navnet kommer af de tre faktorer man vurderer på: Novelty, Attractiveness & Feasibility

Giv en score fra 0-10 på hver af følgende områder:

Novelty (Nyhed) Hvor ny er idéen? Hvis den ikke er ny i forhold til problemet er den formentlig ikke særlig kreativ.

Attractiveness (Attraktivitet) Hvor attraktiv og tiltalende er løsningen? Løser det problemet fuldstændigt? Eller er det kun en delvis løsning?

Feasibility (Gennemførlighed) Hvor let er idéen at gennemføre i praksis? Kan det overhovedet lade sig gøre, og hvor dyrt og tidskrævende vil det være at nå frem til den færdige løsning.

Tæl pointene sammen for hver idé og udvælgt de bedste til evt. yderligere vurdering.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Afstemning m. mærkater

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

En hurtig metode til prioritering gennem afstemning:

Idéene noteres enkeltvis på en flipover eller lignende.

Giv hver gruppe et antal selvklæbende mærkater i forskellig farve. F.eks. gruppe A får røde og gruppe B får blå mærkater.

Giv hvert gruppemedlem et antal mærkater - f.eks. 10.

Giv gruppen tid til at overveje, hvilke idéer de vil stemme på.

Når alle grupper er klar, placerer et medlem fra gruppen mærkaterne ud for de idéer, man vil stemme på.

Der kan evt. sættes maksimum på, hvor mange stemmer man må give til en enkelt idé.

Når alle mærkater er placeret, diskuteres resultatet.

En liste over de 5 bedste udarbejdes.

FOKUS GENERERING SORTERING UDVIKLING VURDERING

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Omverdensanalyse

Se det hele lidt fra helikopteren.

Hvordan ser verden ud, og hvor bevæger den sig hen?

Fase 2: Omverdensanalyse

Start enhver udviklingsproces med en grundig research.

Det tvinger dig til at lægge dine meninger, følelser og gode idéer til side og se på fakta.

Du skal nok få lejlighed til at være kreativ, men researchen giver dig et bedre
fundament for at være det - og du kan hurtigt frasortere de mest tåbelige idéer.

Omverdensanalyse giver dig inspiration til en række metoder til at lave en overordnet analyse af det område, som du vil udvikle noget indenfor.

Omverdensanalysen er en tur i helikopteren.

("Dette p
Denne p

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Benchmarking

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

"Se på leverandører af en anderledes ydelse eller et andet produkt, men med fælles karakteristika med din ydelse/dit produkt"

Løsningen på din opgave ligger måske et helt andet sted end der, hvor du naturligt vil lede.

Vil du lave et nyt fastfood-koncept skal du måske ikke lede efter inspiration i fastfood-branchen eller restaurationsbranchen i det hele taget. Måske ligger løsningen på problemer indenfor fastfood i en helt anden branche eller verden.

Ved at se på en ydelse/et produkt, som er udviklet ud fra et andet perspektiv, kan man lære af de erfaringer, som man har gjort i andre brancher.

Eksempler:

En lufthavn brugte en modificeret udgave af software, som et hospital brugte til at fordele sengepladser, til at få flyene fordelt på parkeringspositioner.

En producent af gødningsspredere til landbruget sparede transportomkostninger ved at hente inspiration i møbelbranchens tradition for at sælge produkter som samlesæt.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Segmentering

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

"Opdel kunder på markedet i forskellige grupper, med ensartede behov i forhold til det produkt eller den ydelse, der skal udvikles"

For de fleste produkter/ydelser hjælper det at identificere forskellige segmenter af kundeemner og brugere.

Segmentering baseret på behov og ønsker hjælper os til at forstå, hvilke forskellige produkter/ydelser, der er behov for.

Identificer f.eks. segmenternes alder, indkomst, holdninger, behov, købs- og forbrugsfrekvens etc.

Eksempler:

Turistklasse contra Business Class er et eksempel på en serviceydelse baseret på forskellige kundesegmenter.

© IDEA House - www.idea-house.dk Omverden - 3

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Trendspotting

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

Identificer overordnede trends gennem observationer af livsstil. Læs magasiner, besøg messer, gå på internettet, f.eks. Trendwatching.com. Tal med meningsdannere, specialister og eksperter - eller læs hvad de skriver. Trends kan søges indenfor både kulturelle, sociale, politiske og teknologiske forhold.

Fire vigtige kilder til trends

Økonomi og demografi. Økonomiske og/eller demografiske forandringer er årsag til mange især længerevarende trends.

Hvem har fået flere penge til rådighed? Eller færre? Hvor vil man bo? Hvor mange børn får man? Hvornår? Hvornår kommer man på arbejdsmarkedet? Hvornår forlader man det? O.s.v.

Underskud. En trend startes ofte af, at vi vil efterspørge det, vi føler, vi har underskud af i vores live.

Hvad længes vi efter? Hvad har vi for lidt af? Hvad ville vi gerne have lidt mere af?

Modreaktion. En ny trend vil ofte være en reaktion på det, der er blevet "mainstream", eller et opgør med det, der har været på markedet i en årrække.

Hvad er ved at blive lidt for almindeligt? Hvad gider vi snart ikke gøre, købe, se på længere.

Stilidealer. Stilidealer vil ofte svinge som et pendul fra den ene yderlighed til den anden.

Hvilke stilidealer begynder at svinge den anden vej?
Tøj, frisure, bolig, kropsidealer o.s.v.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

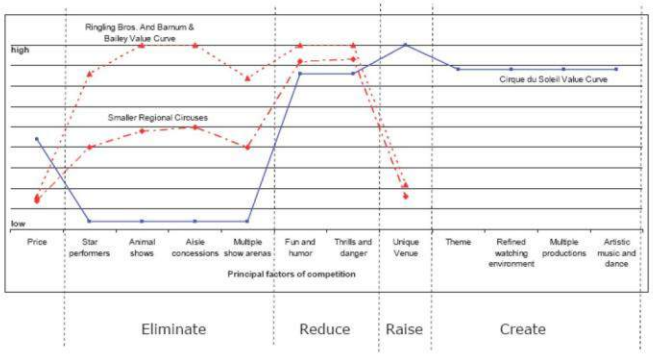
Strategy Canvas

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

"Tegn en værdikurve for dine konkurrenter"

Udarbejd et Strategy Canvas for den branche, du vil udvikle idéer inden-for. Modellen for Strategy Canvas stammer fra bogen Blue Ocean Strat-egy, og udarbejdelse af et Strategy Canvas indebærer følgende proces:

1. Identifcer af de faktorer, man konkurrerer på i branchen. Noter de enkelte faktorer på den vandrette akse.
2. Den lodrette akse indikerer hvor højt disse faktorer prioriteres af de enkelte konkurrenter. Tegn dine konkurrenters profil på disse fak-torer ind i et diagram.
3. Hvilke faktorer giver begrænset kundeværdi, men høje omkostninger?
4. Hvilke nye faktorer, kunne give værdi for kunden og gøre dig unik?
5. Sorter konkurrencefaktorerne efter hvilke der skal elimineres, reduceres, øges og skabes i dit koncept.
6. Tegn din egen profil ind i diagrammet.



Læse mere: Kim & Mauborgne, Blue Ocean Strategy, 2005

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Mulighedsgitteret

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

"Hvor kan man gøre kunden gladere?"

Kundeværdi kan skabes både før, under og efter købet, og man kan give kunden værdi på mange forskellige områder.

Men hvor er der mulighed for at give kunden mere værdi i forhold til de valgmuligheder han har i dag.

Der er 36 muligheder for at give køberen mere værdi. I hvilke felter ligger dine muligheder?

		Seks stadier i køberens erfaringscyklus					
		Køb	Levering	Brug	Supplement	Vedligehold	Kassation
De seks værdi-områder	Produk-tivitet						
	Forek-ling						
	Bekvem-melighed						
	Risiko						
	Image,						
	Miljø-ven-lighed						

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Fremtidsscenarier

"Fortæl tre historier om fremtiden"

Fremtidsscenarier er en række alternative forestillinger om, hvordan verden - eller en del af verden vil udvikle sig hvis....

Hvis A, B og C fortsætter med at stige, vil verden udvikle sig således at.....og det vil betyde 1, 2 og 3.

Men hvis C begynder at falde, så får vi en sitation hvor 4, 5 og 6 sker.

Og hvis C falder og A og B kun stiger lidt, så vil vi få en situation med 7, 8 og 9.

En typiske fremgangsmåde til at arbejde med fremtidsscenarier er:

1. Hvad forandrer sig i øjeblikket?
2. Hvad er meget usikkert i fremtiden?
3. Hvor langt frem i tiden vil vi kigge?
4. Skriv f.eks. 2-4 alternative fortællinger (scenarier) om, hvordan fremtiden vil forme sig.
5. Hvor sandsynlige er de forskellige scenarier?
6. Hvad vil de forskellige scenarier betyde for det vi arbejder med?

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Kontekstuelle interviews

Brugeren interviewes i de relevante omgivelser. Interviewet finder sted så tæt på brugssituationen som muligt. Data genereres mens brugeren udfører reelle handlinger.

Interviewet finder sted mens brugeren bruger produktet/ydelsen.

Gennem interviewet undersøger man, hvorfor de gør bestemte ting og f.eks. hvad deres forventninger er.

Informationen opsamles via lyd, video eller notater.

Det er vigtigt, at intervieweren/ observatøren er bekendt med den type situationer, som produktet/ydelsen bruges i.

Kontekstuelle interviews er en god måde at indsamle kvalitative data om brugen af produkter/ydelser.

Trin for trin

Definer din målgruppe. F.eks. med udgangspunkt i en Brugerprofil (se kort om dette)

Udvælg 5-8 personer til interviews.

Planlæg tidspunkter for interviews.

Sæt dig ind i emnet og brugssituationen. Oplev det på egen krop om muligt.

Forventninger. Noter hvad du vil lægge særligt mærke til.

Dokumentation. Vælg en metode til at dokumentere dine oplevelser: Notater, fotos, video, lydoptagelse etc.

Gennemfør interviews. Spørg uden at påvirke brugerens adfærd.

Analyser resultater. Hvad gør brugeren? Hvordan? Hvorfor?

3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Kritisk hændelse

Ved at se på den rejse, som en bruger går igennem, når en leverance fungerer, kan man identificere alle elementer, som er kritiske for ydelsen, men som ville ødelægge bruger-oplevelsen, hvis de ikke fungerede. F.eks. er det meget kritisk for en netbutik, at hjemmesidens betalingssystem er forståeligt for brugeren.

Nedbryd brugssituationen i dens enkelte hændelser og aktiviteter.

Noter hver enkelt hændelse eller aktivitet ned på gule Postlt-sedler og organiser dem i række-følge, hvis det er muligt. Tegn evt. et diagram, der viser forløbet. Tip: Har du lavet et story-board, kan du bruge det som afsæt.

Analyser de faktorer, der kan gå galt.

Noter alt det, der kan gå galt under hver enkelt hændelse eller aktivitet. Noter hver enkelt ting, der kan gå galt, på en rød Postlt-seddel og sæt den ud for aktiviteten, hvor det kan gå galt.

Øvelsen går ud på at finde de faser i brugssituationen, hvor man kan gøre et produkt eller en serviceydelsen bedre - eller generelt gøre livet lettere og sjovere i bestemte situationer.

Følg evt. op med observationer eller lignende, som kan give information om, hvor det faktisk går galt i praksis.

3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Observationer

Observer brugere i virkelige situationer.

God metode til at indsamle grundlæggende data om brugernes hverdag, ritualer og værdier.

Opsøg de steder, hvor produktet/ydelsen anvendes og se brugernes anvendelse.

Observer hvordan brugeren anvender produktet eller hvordan brugeren optræder, når han modtager serviceydelsen. Læg mærke til de enkelte faser og kig efter problemer, tvivl, frustrationer og fejl m.m.

Men vær også opmærksom på, hvor der kunne være muligheder for forbedringer, selvom kunden ikke oplever problemer.

Dokumentér dine observationer gennem f.eks.:

Foto og videooptagelser:

Observationer af miljøer, hændelser og vigtige detaljer bliver fotograferet med henblik på hurtig reproduktion og fastholdelse af indsigt.

Skitser:

Alle observationer bliver hurtigt fanget i hurtige håndtegninger for både at illustrere observationen, men også for at kunne genskabe den stemning og de billeder og associationer, som observationen frembragte på stedet og i situationen.

Noter:

Håndskrevne noter - eller indtaling af mundtlige noter.
Vær opmærksom i situationen og noter straks herefter.

3

Brugerverdenen

Programmet for livslang læring

© IDEA House - www.idea-house.dk

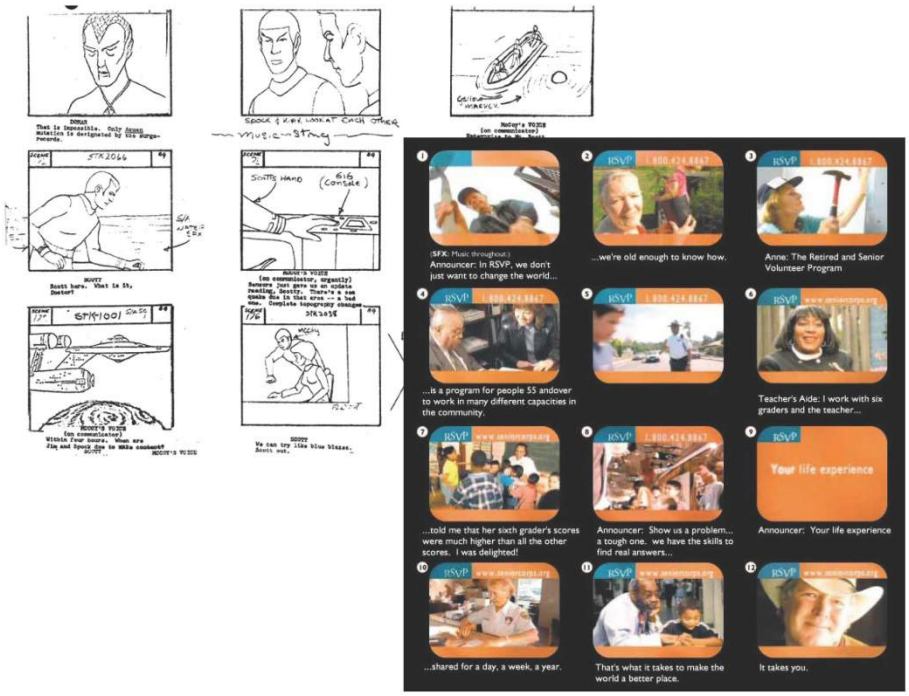
("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Storyboards

Lav små tegneserier af hændelsesforløb, for eksempel en montagesituation, med fokus på kritiske situationer og observationer.

Brug alternativt fotos - egne eller nogle du finder på nettet.



3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Rollespil

Fremfør små skuespil for hinanden, hvor I selv spiller forskellige brugere og kortfattet viser hændelsesforløb. En slags 3D-live storyboard, som typisk videofilmes, så observationen kan reproduceres hurtigt.

3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

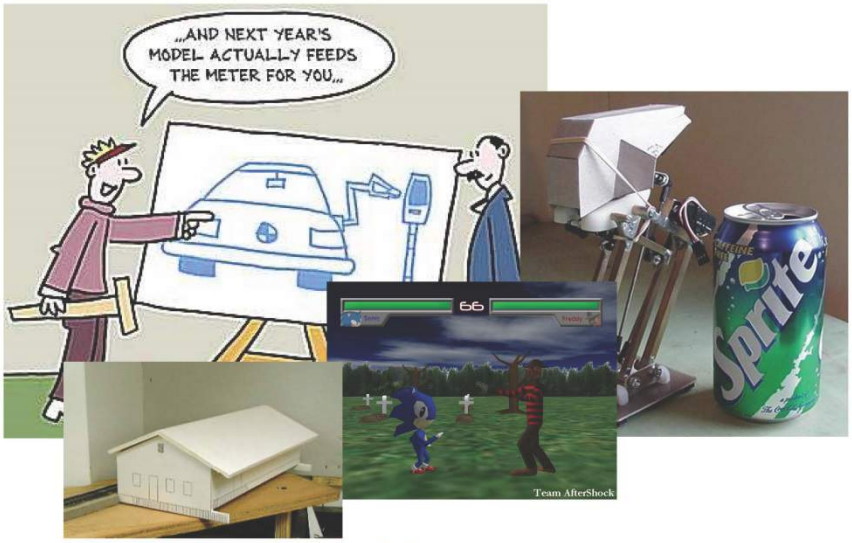
Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Modeller

Lav små eller store to- eller tredimensionelle ofte hurtige reproduktioner med forhåndenværende materialer af detaljer, objekter eller rum, som kan bruges til nærmere studier af anvendelsessituationer og funktioner.

Alt bliver lettere at forstå, når man kan se og røre

Lav det i pap, LEGO, ler eller hvad du har ved hånden - eller kan købe billigt. Hold det sammen med lim, tape og gummibånd og farvelæg med tusch....eller illustrerer det på plancher eller på computeren på et program du behersker....men først og fremmest....



...gør det bare grimt i starten...

Den første model skal ikke nødvendigvis ligne. Det er lettere at få kritik af noget, som brugeren godt kan se er ufærdigt. Vi bliver ofte for høflige, når vi kan se, at andre har lagt meget arbejde i det...

3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Kulisser

Reproduktioner i naturligt størrelsesforhold af

rum og dele af rum, for at kunne danne sig et bedre indtryk af f.eks. et adgangsforhold.

Især relevant, når rummets indretning og design er vigtigt for ydelsen.

3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Mood boards

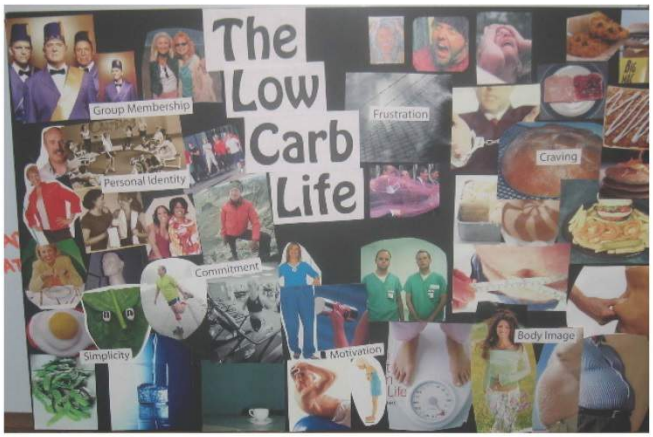
Livsstilsanalyser i form af typisk kollager med billedudklip - eller en serie videoklip - som beskriver vigtige stemninger og præferencer hos brugerne.

Det er kombinationen af billeder, der skaber det overordnede indtryk af brugerne.

Et moodboard skal indfange bl.a. følelser, værdier og stemninger, som beskriver brugeren, men som det kan være svært at beskrive præcist med ord. Og så giver de et visuelt billede af brugeren.

Gå f.eks. på jagt efter udklip i brugerens favoritmagasiner eller søg efter billeder på nettet ud fra relevante søgeord.

Tip: Moodboards kan også bruges til at visualisere brugerens oplevelse af ydelsen.



3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Brugerprofiler

Illustration af måske konstruerede personer med beskrivelse af deres hverdag, ønsker og præferencer. Fungerer som en personifikation af brugernes mål for udviklingsarbejdet.
En brugerprofil kan f.eks. indeholde:

Navn Ja, giv den enkelte profil et personnavn.

Portræt Find et foto, der skal forestille profilen. Det sætter fantasien i gang.

En demografisk beskrivelse Køn, alder, familiestatus, bopæl, beskæftigelse, uddannelse, indkomst etc.

Personlige mål og værdier. Hvad vil profilen gerne opnå og hvad er hans personlige værdier på området. Hvad er godt og skidt.

Forbrugsvaner og købsadfærd Hvis produktet/ydelsen er til privat forbrug, er det også relevant at gøre sig tanker om de konkrete produkter og mærker han køber - og hvor de købes.

Behov Hvad er profilens konkrete behov og problemer på det område, hvor vi vil finde løsninger.

Evner og færdigheder Hvilken viden og erfaring har profilen på dit produktområde? Hvad er profilens vaner og hvor går grænserne for, hvad han kan?

Perspektiv på opgaven og produktet Hvilke opgaver skal profilen bruge produktet eller ydelsen til, og hvor vigtige er disse i hans dagligdag? Hvilken rolle har profilen i den situation, hvor produktet/ydelsen skal bruges?

Ovenstående er vejeledende.
For hver enkelt produkt/ydelse
vil forskellige forhold være relevante.

3
Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Objekt arketyper og ikoner

Opstilling af typiske produkter eller billeder heraf, som brugerne omgiver sig med og som udsender de signaler og værdier, som brugerne ønsker.

Find f.eks. en række billeder på internettet af produkter, som din bruger kunne finde på at købe.

Find også billeder, som illustrerer serviceydelser, som personen køber.

Denne opgave bliver lettere og mere værdifuld, hvis du på forhånd har defineret din brugerprofiler.

Udarbejd en planche, et diasshow eller lignende for hver brugerprofil.

3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Tænke højt-protokol

En bruger bliver bedt om at udføre udvalgte handlinger med et givet objekt og sige højt, hvad vedkommende gør, og hvilke tanker det giver anledning til. Observatøren vil typiske optage det hele på video og samtidig hjælpe med at stille åbne spørgmål og måske hjæpe med at formulere betragtninger. God til brugere, som har svært ved at forklare sig systematisk og til at fange områder, som bliver bortfiltreret i en sturkturet samtale/interview.

3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Brug det selv

Søg forståelse gennem selv at prøve et givet produkt eller situation. Sikrer optimalt set en bedre indlevelse i brugerens forhold.

Prøv det i forskellige situationer...og til forskellige formål.

Prøv forskellige leverandører og produkter.

3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Logbog

Brugere bliver bedt om at registrere egne iagttagelser og besvare spørgsmål regelmæssigt gennem en længere periode. God til at forstå hændelser, som ikke optræder hyppigt, og til at søge indsigt i forhold, som kræver brugerens erfaring og anvendelse over længere tid.

Cultural Probes

Giv brugeren en pakke med rekvisitter til at registrere og dokumentere de relevante observationer og aktiviteter.

F.eks. kamera, dagbog, postkort etc.

3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Fokusgrupper

En lille grupper udvælges til at have en guidet diskussion om en udvalgt idé eller et udvalgt emne.

Denne kvalitative metode bruges til at lære af at brugerne deler deres tanker, holdninger, følelser, erfaringer og misforståelser om et emne i en intim sammenhæng.

En facilitator eller moderator er nødvendig til at styre diskussionen. Diskussionen styres med udgangspunkt i en spørgeguide, der er udarbejdet på forhånd.

Metoden kan bruges til både at generere og filtrere idéer.

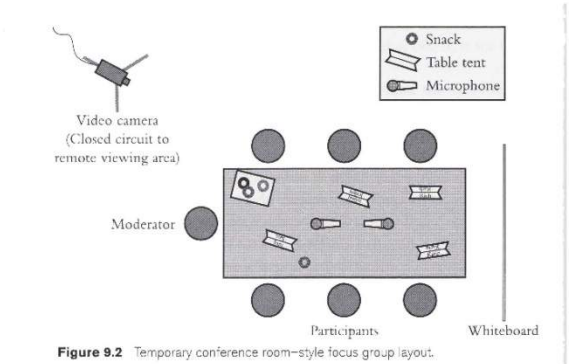


Figure 9.2 Temporary conference room–style focus group layout.

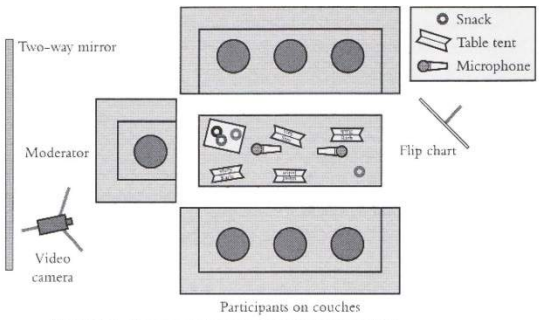


Figure 9.3 Permanent living room–style focus group layout.

Læs mere: Kuniavsky, Observing the user behavior, 2003

3

Brugerverdenen

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Konceptvalidering

"Er dit fantastiske koncept stadig det kunden vil have?"

I den kreative begejstring glemmer man nogle gange det, man fandt ud af i den indledende research.

Fase 6: Konceptvalidering

Når konceptet er udviklet er det tid til at være lidt kritisk igen. Kig på det samlede koncept og spørg jer selv, om det egentlig lever op til det vi vil.

Vi har opstillet en række spørgsmål i 7 kategorier for at hjælpe jer på vej med at være lidt selvkritiske i forhold til konceptet inden i går videre med det.

Men husk at den endelige test altid står hos dem, der skal købe jeres produkter og ydelser.

Derfor kan det også i denne fase være relevant at bruge nogle af de metoder, som blev beskrevet i Fase 3: Brugerverdenen. Hvad siger brugerne egentlig nu, når de har noget mere konkret at forholde sig til?

Husk også at lade andre stille de kritiske spørgsmål - f.eks. coachen i dit lokale IDEA House.

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Behovet

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

Quick Screening

Har vi ramt et behov hos brugerne, som de også selv har opdaget?

Brugerne synes ikke selv de mangler det, og skal først over-bevises af andre brugere.	Brugerne er ikke opmærksomme på behovet, men opda-ger det, når først de ser løsningen.	Brugerne hungrer. De vil stå i kø med kontanterne fremme sig siger "Nå endeligt!"

Der er tale om et reelt behov hos kunden. Vi taler om "need-to-have" og ikke bare "nice to have".

STOP | PAS PÅ | KØR

Kunden har erkendt behovet og skal ikke først overbevises.

STOP | PAS PÅ | KØR

Kunden får ikke dækket behovet på anden vis og med andre produkter/services i dag.

STOP | PAS PÅ | KØR

Behovet er permanent eller langvarigt.

STOP | PAS PÅ | KØR

Kunden vil betale for at få dækket sit behov.

STOP | PAS PÅ | KØR

Vi har dialog med potentielle kunder, som er interesserede.

STOP | PAS PÅ | KØR

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Løsningen

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Quick Screening

Har vi lavet et brugervenligt koncept? Kan brugerne finde ud af det? Og gider de bruge det?

Fremmed for bruger-en. Kræver en del oplæring og tilvæn-ning. Brugeren skal omlægge vaner og indarbejde nye.	Nyt for brugeren. Kræver lidt opdragelse /oplæring og justering af vaner.	Ekstremt bruger-venligt. Nemt at forstå og lige til at bruge.

Vores koncept harmonerer præcist med brugernes behov.

STOP PAS PÅ KØR

Vores løsning er en meningsfuld måde at løse problemet på for brugerne.

STOP PAS PÅ KØR

Brugeren finder vores løsning acceptabel og har ingen alvorlige betænkeligheder.

STOP PAS PÅ KØR

Brugerne forstår umiddelbart konceptet.

STOP PAS PÅ KØR

Brugerne kan uden startvanskeligheder anvende og udnytte konceptet.

STOP PAS PÅ KØR

Vi har afprøvet konceptet på brugerne hvor de visuelt kunne tage stilling (f.eks. via model, prototype, visualisering)

STOP PAS PÅ KØR

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Forretningsmodellen

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

Quick Screening

Er forretningsmodellen gennemskuelig og motiverende?

Vanskeligt gennemskuelig prismodel for kunden. Det første køb er en stor økonomisk beslutning.	Forretningsmodellen er forståelig med en simpel forklaring og acceptabel for kunderne.	Let gennemskuelig prismodel, der virker rimelig og motiverer til køb.

Forretningsmodellen motiverer til at købe første gang.

STOP | PAS PÅ | KØR

Værdien er tydelig på salgstidspunktet for dem der betaler.

STOP | PAS PÅ | KØR

Forretningsmodellen virker rimelig.

STOP | PAS PÅ | KØR

Forretningsmodellen giver langsigtet indtjening.

STOP | PAS PÅ | KØR

Betalerne forstår og kan gennemskue forretningsmodellen.

STOP | PAS PÅ | KØR

STOP | PAS PÅ | KØR

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Teknologi & IPR

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

Quick Screening

Har vi et afprøvet koncept, der kan beskyttes mod konkurrence?

Konceptet er nemt at efterligne, og vi kan ikke forhindre det. Og andre kan nå at komme os i forkøbet.	Andre kan lave noget lignende, men vi kan måske opnå en vis beskyttelse ved at være de første.	Det hele er afprøvet og fungerer - og vi har sikret en beskyttelse, som gør det vanskeligt at efterligne.

Produktet/servicen kan realiseres rent teknisk.

STOP | PAS PÅ | KØR

Produktet/servicen kan være klar til salg og markedsføring i rette tid.

STOP | PAS PÅ | KØR

Produktet fungerer rent teknisk.

STOP | PAS PÅ | KØR

Produktet/servicen kan beskyttes af patent eller anden form for eneret.

STOP | PAS PÅ | KØR

STOP | PAS PÅ | KØR

STOP | PAS PÅ | KØR

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Konkurrenter

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Quick Screening

Har vi fundet et marked, som vi kan have i fred for konkurrenter?
Eller bliver vi smadret?

Vi kaster os ud i hård direkte konkurrence med etablerede konkurrenter med lignende koncepter.

Vi er lidt anderledes og ikke en direkte trussel mod nogen, så der er en god chance for at få lov at få en del af markedet.

Vi har en klar position i markedet, som ikke truer andre, og som ingen har lyst til at udfordre for alvor.

Vi er unikke i forhold til konkurrenterne.

STOP PAS PÅ KØR

Vort koncept har en klart defineret position i markedet.

STOP PAS PÅ KØR

Vi har fundet en niche, som konkurrenterne ikke interesserer sig for.

STOP PAS PÅ KØR

Vi ved, hvordan konkurrenterne må forventes at reagere.

STOP PAS PÅ KØR

Vi har modtræk til de sandsynlige konkurrentreaktioner.

STOP PAS PÅ KØR

STOP PAS PÅ KØR

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Samarbejdspartnere

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

Quick Screening

Er vi afhængig af mange samarbejdspartnere? Og vil de samarbejde med os?

Vi er dybt afhængige af en del samarbejds-partnere og risikerer, at flere vil afvise eller direkte modarbejde os.	Vi har brug for en del samarbejdspatnere, men en del vil være skeptiske.	Vi er kun afhængige af få samarbejdspart-nere, og de vil gerne samarbejde.

Vi har adgang til samarbejdspartnere til den tekniske og desigmæssige udvikling.

STOP | PAS PÅ | KØR

De nødvendige leverandører vil gerne samarbejde med os.

STOP | PAS PÅ | KØR

Forhandlere og distributører vil gerne samarbejde med os.

STOP | PAS PÅ | KØR

Vi kan indgå strategiske partnerskaber.

STOP | PAS PÅ | KØR

STOP | PAS PÅ | KØR

STOP | PAS PÅ | KØR

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Realiserbarhed

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

Quick Screening

Har vi det, der skal til for at realisere idéen?

Vi er slet ikke i stand til selv at realisere projektet, og har massivt brug for tilførsel af penge, tid, kompetence m.v.	Vi kan selv trække den største del af læsset, men har brug for tilførsel af ressourcer på udvalgte områder.	Vi kan selv rykke med projektet her og nu og have det klar til tiden.

Projektet er teknisk realiserbart med det eksisterende team.

STOP | PAS PÅ | KØR

Projektet er økonomisk realiserbart med vores aktuelle økonomi.

STOP | PAS PÅ | KØR

Projektet er tidsmæssigt realiserbart for os indenfor en rimelig tidshorisont.

STOP | PAS PÅ | KØR

Projektet kan generelt realiseres med det nuværende teams kompetencer.

STOP | PAS PÅ | KØR

Vi kan få tilført de ressourcer vi mangler.

STOP | PAS PÅ | KØR

STOP | PAS PÅ | KØR

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Konceptudvikling

"Det drejer sig ikke om hvad man tilbyder, men måden man tilbyder det på"

Fase 5: Konceptudvikling

Fodbold er et spil, hvor 22 mand løber rundt efter en bold. Alligevel er det for nogen en nærmest en livsstil bare at være tilskuer - selvom man ikke får pengene tilbage ved 0-0.

Det er forbandet svært i længden at opnå konkurrencefordele på bestemte produkter og ydelser. Derfor bør man overveje, hvordan man vil gøre en forskel med konceptet.

Konceptet er hele det system og den verden - eller kulisse - som man bygger op omkring produktet eller serviceydelsen. Det er alt det man får med i kurven, når man køber produktet.

De efterfølgende værktøjsblade viser hver især et element i konceptet. Ved udvikling af et koncept skal du altså ikke som i de tidligere faser udvælge nogle værktøjblade. Du bør reflektere over dem alle.

Programmet for livslang læring

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Bruger

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Hvem er konceptet rettet til?

Definer f.eks. 3-5 forskellige brugergrupper til dit koncept, og lave en udførlig beskrivelse af en person fra hver af de vigtigste brugergrupper.

Brugerprofilerne skal give et levende billede af en konkret bruger, så I ved præcist, hvad han eller hun har brug for.Husk at brugerprofiler både kan laves for slutbrugere, indkøbere og andre interessenter i beslutningsprocessen.

Hvor mange profiler du skal lave, vil afhænge helt af dit koncept og dine målgrupper.

Se uddybende vejledning i det grønne metodeblad **Brugerprofiler - Bruger 10**.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Idé

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Hvilken idé og hvilke principper og værdier er konceptet baseret på?

Den gode bærende idé er klar, mulighedsskabende og giver mening for målgruppen.

Klarheden skal udmønte sig i, at den er hurtig og nem at forstå for alle, der er involveret i at udvikle, producere og formidle konceptet.

Det er også vigtigt, at idéen er mulighedsskabende. Det vil sige at den skal igangsætte en kreativ tankeproces fremfor at være præcis og afgrænset.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Funktioner

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Hvilke funktioner og anvendelser bidrager konceptet med?

Funktioner handler om alle de elementer ved produkt og ydelse, som giver kunden værdi.

I konceptbeskrivelsen af de funktionelle egenskaber kan man med fordel skelne mellem:

Kerneegenskaber - obligatoriske funktioner, som skal skabes, hvis konceptet skal kunne afsættes og leve op til den bærende idé og principper. F.eks. en klipning hos frisøren.

Tillægsegenskaber - Funktioner og anvendelser, der vil give ekstra værdi for brugerne. F.eks. hårvask, hovedbundsmassage og vejledning om hårpleje hos frisøren.

Periferiegenskaber - Funktioner og anvendelser, der vil give værdi til visse brugere i visse situationer eller mere kan opfattes som "nice to have" eller give den lille ekstra oplevelse, der styrker brugerens loyalitet. F.eks. god kaffe, smarte magasiner og lækker indretning hos frisøren.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Processer

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Hvilke processer og hvilke aktiviteter omfatter konceptet?

Processer og aktiviteter er de konkrete ting der gøres i forskellige faser af købs- og evt. forbrugsprocessen.

Se forløbet som en cyklus og inddel f.eks. i følgende faser:

- Produktion
- Udvælgelse
- Køb
- Levering
- Brug
- Supplement
- Vedligehold
- Afhændelse

Beskriv både de kundeorienterede og interne processer og aktiviteter, der ligger i konceptet. Det er ikke nok at beskrive produktet.

Nogle måder at arbejde med beskrivelse af processer og aktiviteter:

Storyboard Ved hjælp af tegninger eller billeder kan du illustrere kundeoplevelsen - og de interne processer - trin for trin.

Diagrammer Tegn de enkelte processer og aktiviteter ind i et diagram, der illustrerer flowet og de ressourcer, der skal bruges.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Information

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

Hvilken identitet og information rummer konceptet?

Skab identitet og følelser

Når brugeren møder produktet eller serviceydelsen, skal den visuelle og personlige kommunikation matche de brugere, I ønsker at henvende jer til. Hvordan taler I til de brugere, som I har beskrevet i brugerprofilerne? Hvilke følelser vil I skabe hos brugeren?

Arbejd systematisk med at gennemtænke brugeroplevelsen i detaljer. Jyske Banks store kampagne i 2007 med nyindrettede fillialer er et konkret - men dyrt - eksempel.

Design hver enkelt aktivitet

Opdel det samlede brugerforløb i en række hovedaktiviteter. Typisk kan en god rettesnor være at opdele i en hovedbegivenhed og aktiviteter, der ligger før og efter denne hovedbegivenhed.

Når de vigtigste situationer er identificeret, bør man beskrive følgende:

Hvem er involveret i de udvalgte situationer?

Hvilke mål har man for hver af disse oplevelser?

Hvilke forventninger, motiver og bidrag til oplevelsen har de involverede?

Hvilke midler vil man tage i anvendelse for at skabe en oplevelse for de involverede, så de opfylder de formulerede mål?

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Forretningsmodel

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Hvordan skabes indtjening?

Pris og betalingsmodel

Angående pris og betalingsmodel er der mange måder at generere indtjening. Nogle eksempler:

Køb og betal Kunden betaler direkte for ydelsen - prisen afspejler værdien for kunden.

Betal for forbrug Få noget billigt eller gratis og betal derefter for forbruget. F.eks. printere, der sælges billigt, mens det er dyrt at købe toner.

Andre betaler Gratis for brugeren fordi andre betaler. F.eks. gratisaviser og mange webtjenester, der finansieres af annoncer.

Gynger og karuseller Man lokker kunder til med tilbud, som man ikke tjener noget på. Til gengæld forventer man at kunden køber andet, som man så kan tjene på.

Første fix er gratis Gratis brug i en periode. Herefter betaling, hvis man ønsker at fortsætte. Meget udbredt ved software.

Abonnement. Betal et fast beløb for f.eks. en given periode eller et vist antal.

Auktion. Højest bydende får ret til at købe.

Differentieret pris. Afhængig af f.eks. kundekarakteristika eller ydelsens egenskaber.

Begrebet forretningsmodel er normalt lidt mere komplekst en ovenstående. For mere uddybende arbejde med forretningsmodel: Prøv IDEA Houses Business Model Construction Tool. Check også definitionen af "Business Model" på Wikipedia.org. Der er en lister over eksempler på forretningsmodeller.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Samarbejdspartnere

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Hvem gør hvad?

Konceptet i sin helhed behøver ikke at blive løst af samme virksomhed. Det vil ofte være bedre at finde nogle fast samarbejdspartnere til at løse de opgaver, som man ikke selv er så god til.

Hvilke opgaver og funktioner skal udføres af jeres virksomhed?

Hvad er jeres kernekompetence? Hvilke opgaver skal løse internt i virksmheden.

Nike er gode til markedsføring og branding, men producerer jo reelt ikke selv sko! Og generelt beskæftiger den danske tekstilbranche sig primært med design, salg og distribution.

Hvilke opgaver og funktioner skal udføres af samarbejdspartnere?

Hvor er I ikke så stærke? Og hvad kunne lægges ud til eksterne leverandører og samarbejdspartnere, så det ikke er en fast omkostning for jer?

Se på jeres arbejde under Proces, og overvej hvilke processer, der bør lægges ud til samarbejdspartnere og hvilke samarbejdspartnere det kunne være.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Teknologi og IPR

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Hvilken ekstraordinær viden og hvilke rettigheder?

Er idéen og konceptet på nogen måde beskyttet mod konkurrence? Nogle eksempler på forhold, der kan give en særlig beskyttelse:

Patent Har I et patenteret produkt eller et produkt som muligvis kan patenteres?

Brugsmodel Har I en teknisk løsning, som kan brugsmodelbeskyttes?

Design Har jeres produkter et design, som kan beskyttes?

Varemærke Har I særlige kendetegn, der kan registreres som varemærker?

Ophavsret Har I ophavsret til det I skal sælge. F.eks. bøger, musik eller andre værker, som ikke må reproduceres af andre.

Anden eneret Har I på anden måde sikret jer eneret eller monopol. F.eks. agentur med eneret til et bestemt marked.

Autorisation Har I opnået autorisation til at udføre bestemte opgaver, som ikke alle og enhver kan opnå?

Viden Har I en særlig viden, som gør, at at ingen eller ikke ret mange andre kan gøre de samme som jer?

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Konkurrenter

Afsæt | Omverden | Bruger | Idé | Koncept | Vurdering

Hvad er jeres position i forhold til konkurrenterne?

> "I siger, at I ingen konkurrenter har. Det tror jeg ikke på. Hvad er kundens bedste alternativ?
> *Juryspørgsmål i Venture Cup*

Direkte konkurrenter
Alternative tilbud, som er sammenlignelige med virksomhedens egne tilbud.

Substituerende tilbud
Alternative tilbud, som kan tilfredsstille samme behov på en anden måde.

Indirekte konkurrenter
Andre eksterne faktorer, som kan reducere interessen og afsætningen af virksomhedens koncept.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Prototype og visualisering

Afsæt Omverden Bruger Idé Koncept Vurdering

Gør det visuelt!

Illustrer dit koncept, så andre kan forstå det med øjnene

Fysiske
Fysiske prototyper, der tilnærmer sig produkter, er ofte den bedste form for kommunikation.

Analytiske
Matematisk model af produktet, 3D CAD, regneark, er godt til eksperimenter.

Fokuseret
Dækker en eller få elementer af prodktet. Der er ofte brug for mange af disse prototyper.

Helheder
Dækker hele eller hovedparten af produktet, er ofte det bedste grundlag for beslutninger.

© IDEA House - www.idea-house.dk

("Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794)er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

BRUGERGUIDE | INDIKATORSYSTEM

Dette dokument giver detaljerede oplysninger om brugen af systemet. Du kan her finde vigtige ting du skal overveje i forbindelse med brugen af det.

Via de relevante sektioner som er angivet i hovedmenuen, kan man finde alle karakteristika for systemet (”Om systemet”, ”Om indikatorer”, ”Overvågning af systemet” samt ”Husk”). Under disse punkter kan du finde en grundig guide til at forstå brugen af indikatorsystemet (samt alle de enkelte dele, der giver en bedre forståelse).

For at anvende og overvåge de enkelte indikatorer kan disse tilgås via ”Indikatorblokkene”, idet man anvender de angivne navigationselementer.

Du kan flytte fra en blok til en anden ved hjælp af navigationsknapperne.

Der kan tilføjes dokumenter til formularen på et hvilket som helst tidspunkt under dataindsamlingen.

Fra menupunktet ”Kontakt” kan du til enhver tid sende spørgsmål eller relevante kommentarer.

BRUGERGUIDE:

Denne beskrivelse indeholder detaljerede oplysninger vedrørende brugen og navigation af systemet. Her kan du finde nogle vigtige aspekter, der skal overvejes i form af dens funktion: Gennem de relevante afsnit er identificeret i hovedmenuen kan ses alle kendetegn for selve systemet ('Om System', 'Om indikatorer', 'Monitoring System «eller» Mind "). I disse punkter kan du finde den metodologiske vejledning til at forstå overvågningssystemet model (alle de nødvendige nøgler til at forstå bedre).

Kan tilgås Observation og til at udfylde de forskellige indikatorer betragtes gennem identificeret som »Blokke af indikatorer", få adgang til hver af dem gennem den reflekterede strukturerende element.
Du kan flytte fra en blok til en anden ved hjælp af de indikatorer, der er fastsat til dette formål knapper.
Forskellige udfyldte formularer kan ændres på ethvert tidspunkt i løbet af dataindsamling efter den fastsatte frist.

"Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794) er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Fra konto "Kontakt" kan du sende når som helst tvivl eller forespørgsler, der anses for passende.

OM SYSTEM:

Denne applikation er et værktøj, der har til formål at standardisere de oplysninger om alle partnere ved hjælp af de samme indikatorer, og det er en hurtig og nem værktøj for ledere og kommende evaluatorer af Campus-projektet.

Indikatorer er kvantitative og / eller kvalitative udtryk om virkeligheden under undersøgelse, og er en af de mest fremragende måder at systematisere oplysninger. Vis kun delaspekter af de variabler, som vi har brug measur, således ingen indikator er fuldstændig eller perfekt. Det er imidlertid mere hensigtsmæssigt at have en foranstaltning, som mangler enhver skøn.

Det forfulgte mål er at designe en tracking / kontrol system til at give oplysninger på tre niveauer: implementering, resultater og resultater og virkninger (indirekte resultater) i Campus-projektet (vi allerede har kontekstindikatorer, arbejdede i WP2).

Med de oplysninger, vi får fra indikatorer, vil alle partnere kunne vurdere omfattende projekt, enten at give fremskridt i løbet af dets udvikling eller efterfølgende at evaluere dets effektivitet.

"Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794) er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

FREMGANGSMÅDE VEDRØRENDE INDIKATORSYSTEMET

OM INDIKATORER:

Indicators Should Provide:

PERTINENCE AND RELEVANCE:
- Measure the most significant elements of the project.

UNIQUENESS:
- One measure should look.

ACCURACY AND CONSISTENCY:
- Provide accurate measurements and provide the same measurements at each partner.

OBJECTIVITY:
- Reflect facts, not subjective impressions.

EASY TO READ.

ACCESIBILITY:
- Based on readly available data at an acceptable cost.

COMPARABLE:
- Espatially and temporally.

"Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794) er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

INDIKATORTYPER:

Grundlæggende Indikatorer

Outputindikatorerer:

Bruges til at måle den fysiske og finansielle gennemførelse af de forskellige foranstaltninger i projektet.

Resultater indikatorer:

Relateret til måling af resultaterne (direkte eller indirekte) i behandling af sagen; Kvantificere de produkter, der opstår som følge af de foranstaltninger, der træffes. Mål direkte eller umiddelbar effekt, kvalitet og ydeevne, som udfører en handling får.

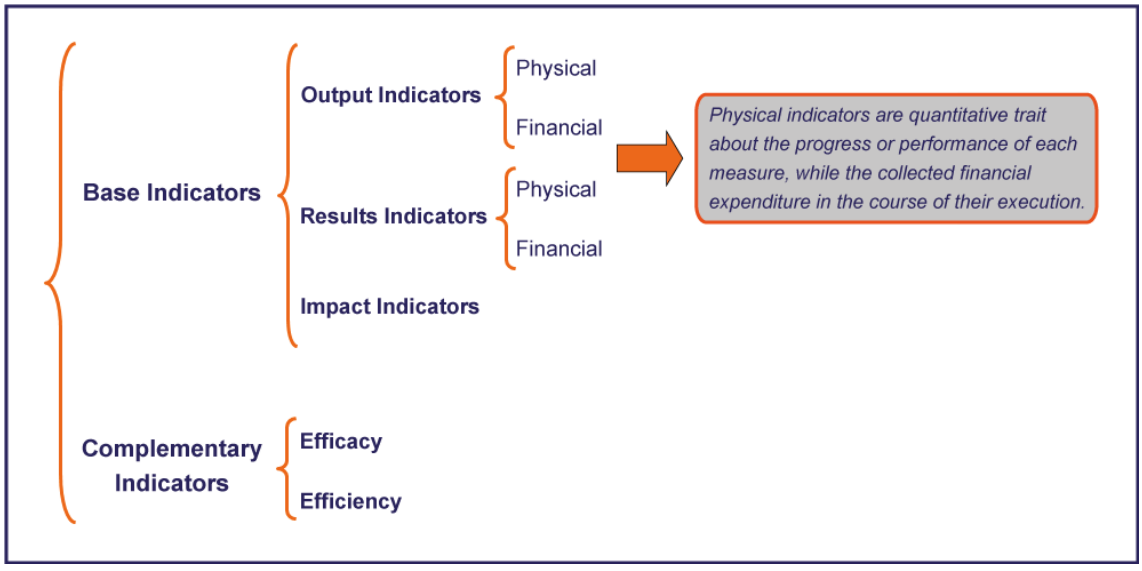
Virkningsindikatorer:

Du kan definere to begreber virkning: Den specifikke virkning, der måler effekten efter et stykke tid, men er direkte knyttet til de trufne foranstaltninger (dvs. job skabt til at støtte projektet og har været opretholdt over en vis periode).
Den samlede virkning er at måle alle konsekvenser på mellemlang indvirkning på personer eller organisationer, der ikke er direkte målrettet projekt sigt. At kvantificere og kvalificere dem er nødvendig efter en vis periode.

Supplerende indikatorer

effektivitet:
For at måle præstationer og resultater opnået med hensyn til udførelsesformerne og forventede resultater eller etableret som reference.

effektivitet:
For at måle præstationer og opnåede resultater i forhold til de anvendte ressourcer.



"Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794) er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

EKSEMPEL:

Example	Base indicators		Complementary indicators	
Types	**Execution**	**Outcome**	**Efficacy**	**Efficiency**
Physical	Nº activities with Academic Link	Nº students had entrepreneurship	Nº students had entrepr. / total students involved	Nº activities / € used

NÆSTE SKRIDT:

IEPL vil koordinere den følgende proces:

- Det første skridt er at vide, din mening om propposal indikatorer, for at forstå de oplysninger, vi har brug for. Venligst send os dine indtryk i næste uge: motero2@us.es.

- Det andet skridt er at blive enige om de endelige indikatorer og arkene til indikatorer, som folk i afgift fra hver partner.

- Det tredje skridt, vi skal identificere med ansvar folk overvågningssystem og opgaver at indsamle oplysninger for at afslutte indikatorer i softwareværktøj.

- Efter at vi bør gennemføre en pilot erfaring med Pisa Universitet for at være i stand til at gøre den første analyse af de oplysninger, der registreres, og så: gøre det samme ved hver enkelt partner.

- Det sidste skridt vil være forslaget fra IEPL af en model for evaluering.

OVERVÅGNINGSSYSTEM:

Nøgler til vores overvågningssystem:

• Det skal være en sammenhængende integreret med organizative estructure af hver enkelt partner, fordi:

• Det er i al væsentlighed en administrativ arbejdskraft.

"Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794) er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

• Og der er en tæt forbindelse med projektledelse.

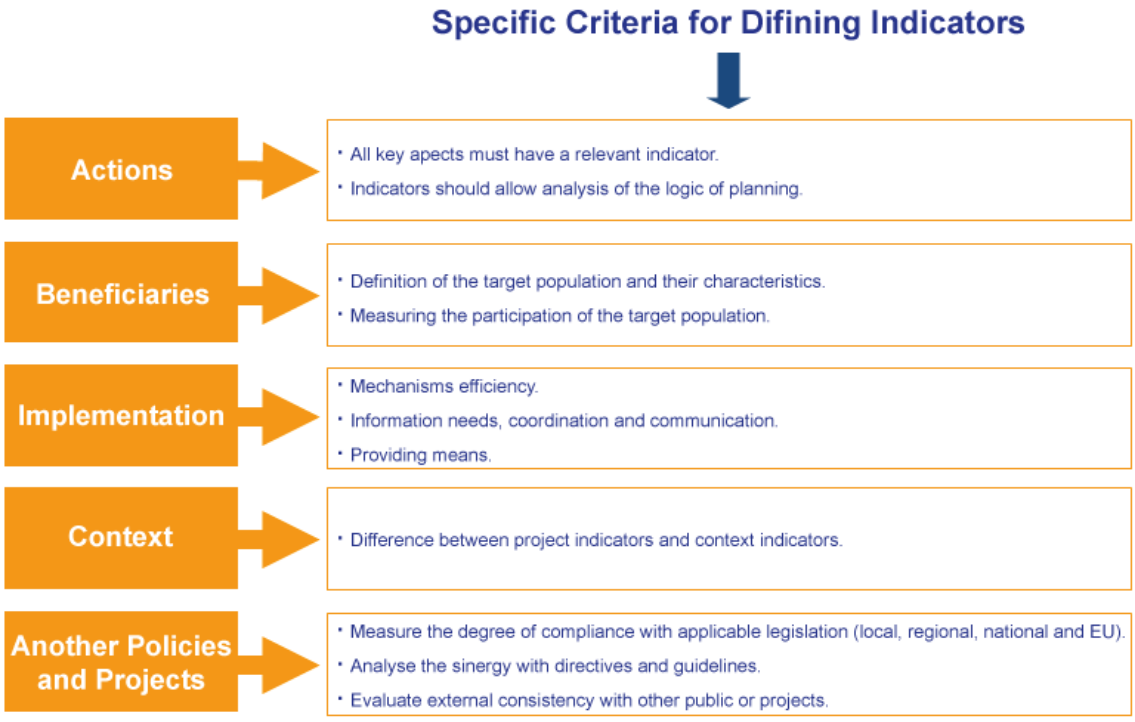
• Det skal overveje behovene hos dem, der er involveret eller påvirket af Campus-projektet.

• Den skal omfatte alle aspekter (områder og niveauer) i Campus-projektet.

• Den skal have de nødvendige ressourcer (menneskelige, materielle og økonomiske), der skal gøres i tid, omkostninger og kvalitet.

OVERVÅGNINGSELEMENTER I SYSTEMET:

OMRÅDER:



LEVELS:

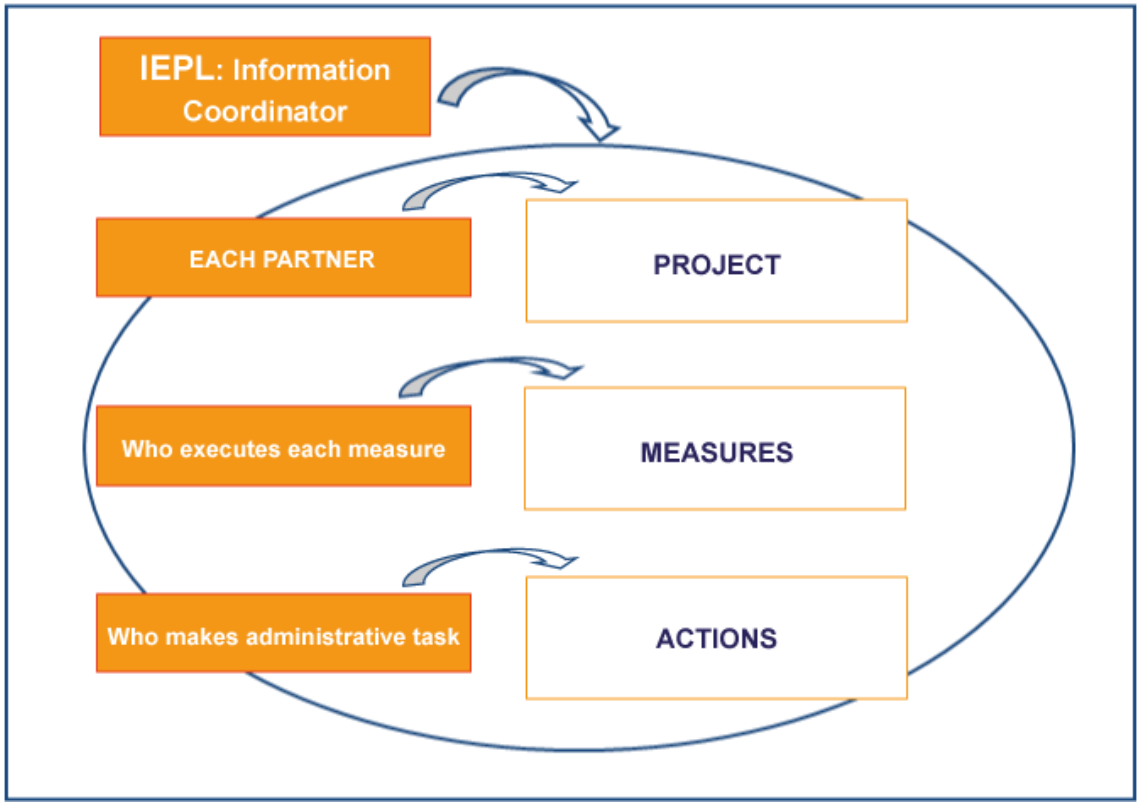
"Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794) er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

OVERVÅGNINGSANSVAR:

• Det er en uadskillelig egen opgave styring af projektet.

• Hver partner har pligt til højre og den lette adgang til de nødvendige oplysninger.

• Hver tekniker eller administrative mennesker involveret i Campus-projektet (fra hver partner) kender projektet, dets oprindelse, develpment og konklusion.



OVERVÅGNINGSFREKVENS:

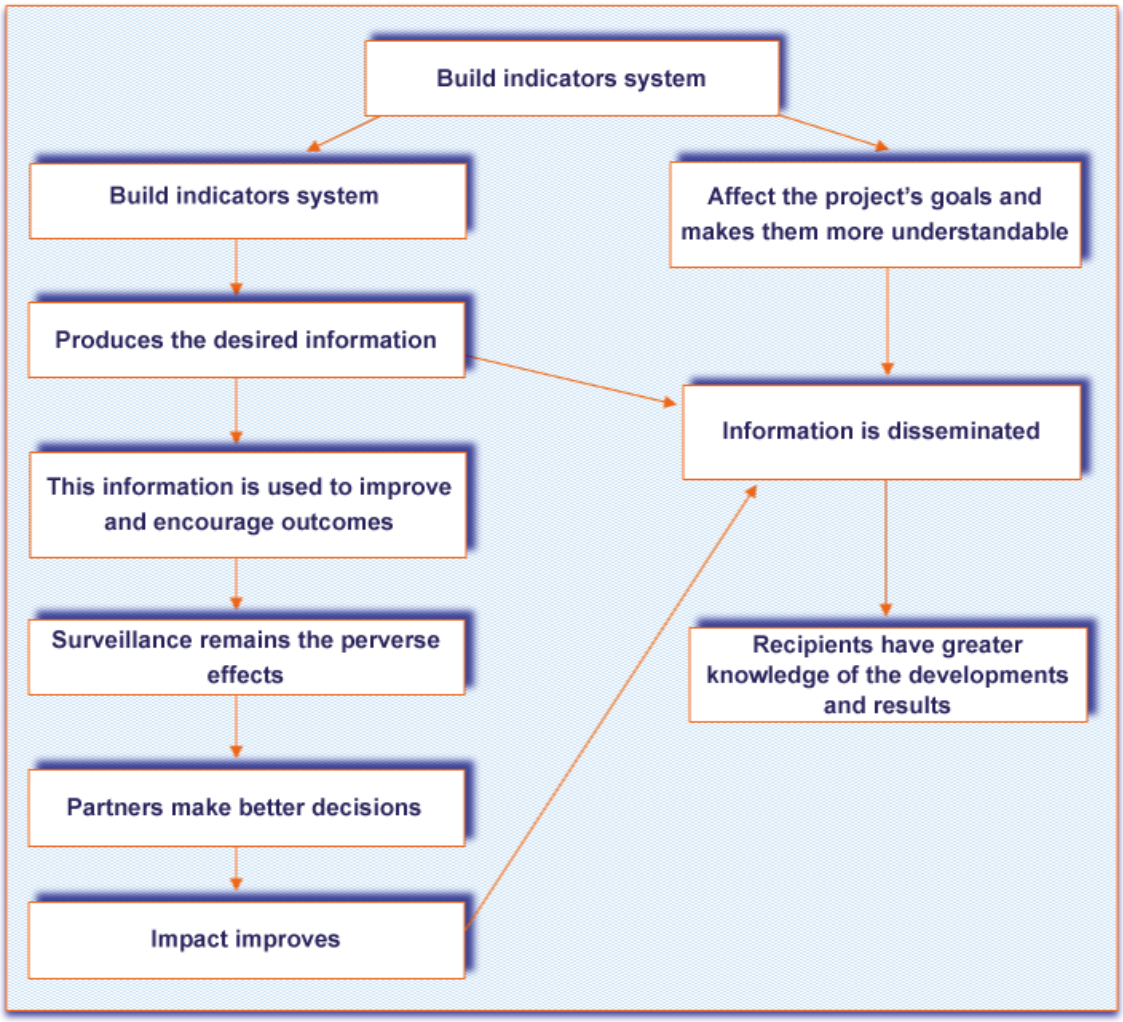
Søgning:

Indsamlingen af information vedrørende udviklingen af andele må være kontinuerlig og automatisk.

Analyse:

Procesfaser: Efter afslutningen af hver nøgleområde er det en god ide at vurdere de indikatorer, der måler fremdriften i implementeringen

"Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794) er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

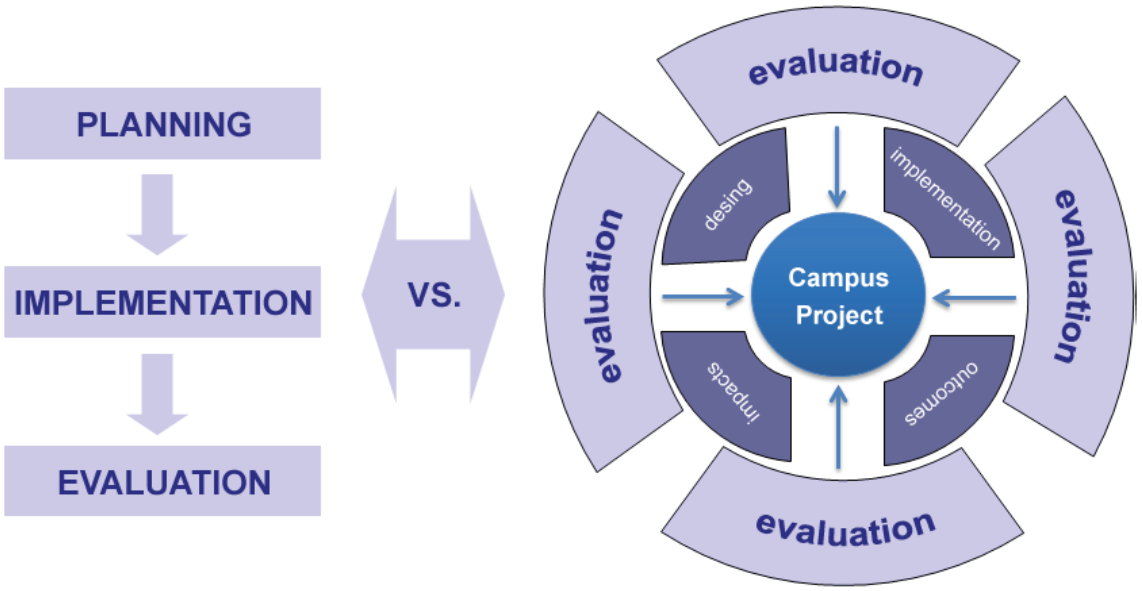


HUSK:

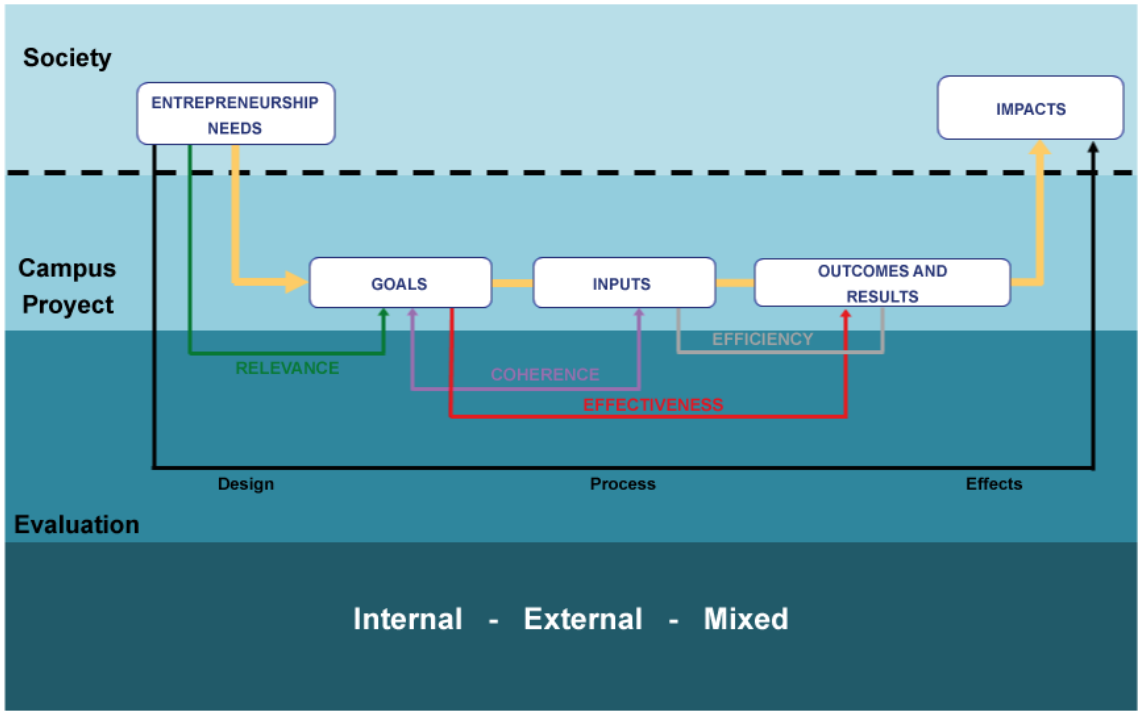
HVAD ER EN EVALUERING FOR OS:

It is the systematic application of social research procedures for assessing the conceptualization and design, implementation and utility of social intervention programs - Rossi, P. y Freeman, H. (1993). Evaluation: a systematic approach. Sage Publications.

"Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794) er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)



VORES TILGANG TIL FREMTIDIG EVALUERING:



"Dette projekt ("European Entrepreneurship Campus - n. 2012-1-IT1-LEO05-02794) er finansieret med støtte fra Europa-Kommissionen. Denne publikation forpligter kun forfatteren, og Kommissionen kan ikke drages til ansvar for brug af oplysningerne heri)

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

IDEA - Innovation Camp –

PARTICIPANTS

General Information:

☐ **Student**

Discipline _____

☐ **Degree**

☐ **Postgraduate**

☐ **Entrepreneur**

Sector _____

☐ **Established**

☐ **Intending**

☐ **Teacher**

Discipline _____

☐ **Other**

Indicate _____

Gender ☐ **Male** ☐ **Female** **Age** __

About to the tool: http://idea-camp.eu/innovation-camp/

Legend:

1	2	3	4	5
Not at all	Not much	Moderately	Yes	Absolutely yes

1. PURPOSE.

- **Was it the first for you participating to a business innovation experience?**

Yes	No

- **Did the Camp meet your expectations?**

1	2	3	4	5

- **Did the Camp help you to generate and/or improve a business idea?**

1	2	3	4	5

2. EFFECTIVENESS

- **Did you find any difficulties in participating to the Camp?**

Yes	No

If yes, explain your difficulties

_____
_____
_____

- **Do you think that the Camp lacks any educational element that you were expecting?**

Yes	No

If yes, explain

_____
_____

_____

- **Do you think that the time for the Camp was sufficient for the purpose?**

Yes	No

If not, explain

_____
_____
_____

- **Were Camp Leader/Facilitators relevant for the Camp success?**

1	2	3	4	5

- **Which skills you developed/improved through the Camp?**

Leadership	
Creativity	

Business skills	
Personal autonomy	
Others (indicate) _____ _____	

3. FOLLOW UP

- **Do you intend to participate to another Camp again in the future?**

Yes	No

- **Would you recommend the participation to the Camp to other colleagues?**

Yes	No

- **Do you have any suggestions to improve the Camp?**

_____
_____
_____

- **Are you wiling to realize the business idea generated during the Camp?**

• **Yes**	• **No**

4. How did you gain knowledge of Innovation Camp?

Please indicate:

EEC Project Partners	
Web Search	
Business Advisor/Mentor/Coach	
Teacher	
Colleagues	
Other	

Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

IDEA - Business Model Creator

General Information:

☐ **Student**

Discipline _____

☐ **Degree**

☐ **Postgraduate**

☐ **Entrepreneur**

Sector _____

☐ **Established**

☐ **Intending**

☐ **Other**

Indicate _____

Gender ☐ **Male** ☐ **Female** **Age** __

Link to the tool: http://idea-bmc.eu/

Legend:

1	2	3	4	5
Not at all	Not much	Moderately	Yes	Absolutely yes

1. PURPOSE.

- Was it the first time for you using a tool for designing a business model?

Yes	No

- Did the tool meet your business modeling expectations?

1	2	3	4	5

- Did BMC tool help you to develop and improve your business idea?

1	2	3	4	5

2. EFFECTIVENESS

- Is the BMC interface user-friendly?

1	2	3	4	5

- Did you find it easy to use?

1	2	3	4	5

- Did you find any difficulties using it?

Yes	No

If yes, explain them

_____
_____
_____

- Do you think that the tool lacks any key element in defining your business model?

Yes	No

If yes, explain

_____
_____
_____

- Did all the predefined closed options correspond to your aims?

Yes	No

If not, explain

_____
_____
_____

- **Did you find the reports (full/brief) generated by BMC tool useful?**

Yes	No

If not, explain

_____

_____

_____

3. FOLLOW UP

- **Do you intend to use BMC tool again in the future?**

Yes	No

- **Would you recommend the use of BMC to other students/entrepreneurs?**

Yes	No

- **Do you have any suggestions to improve the tool?**

_____

_____

_____

4. How did you gain knowledge of BMC tool?

- Please indicate:

EEC Project Partners	
Web Search	
Business Advisor/Mentor/Coach	
Teacher	
Colleagues	
Other	