

Bryt mönster, skapa energi och business

Finanskris och lågkonjunktur innebär en betydligt lägre sysselsättningsgrad än normalt för många företag. För en stor del av dessa är detta också ett gyllene tillfälle att möta framtiden bortom lågkonjunkturen genom att utveckla både individer och företagets värdeerbjudande. Efter nedgången är det livsviktigt att man är rätt förberedd för en marknad där affärsvillkoren med stor sannolikhet kommer att vara annorlunda än idag. Den som då är väl rustad kan ta marknadsledande positioner.

Möjligheterna ligger i att man redan besitter en enorm potential i de resurser som finns på plats i form av **kreativa människor, många års samlad kunskap och erfarenhet** och **massor av tillgänglig tid**. Ibland kan det dock vara svårt att se och realisera denna tillgång. Detta beror på ett antal faktorer:

- **sjunkande energinivåer och motivation** begränsar inte sällan synfältet
- **kulturell och mental inlåsning** i yrkesroller och företagets affärsidé
- **de ekonomiska strukturerna** är utformade för att stödja en viss typ av verksamhet
- **ovana av och okunskap om** att bryta mönster, skapa och utveckla nya idéer

Om man hanterar dessa hinder kan man istället påbörja utvecklingsprocessen för att möta framtiden.

Förslag - en faciliterad process

Vårt lösning är en process där man organiserar och stimulerar dessa i grunden kreativa människor till att **jobba utanför sina invanda mönster** och **strukturerat söka och utveckla nya idéer**.

Processen är baserad på vår kunskap om hur man faciliterar grupper, tar fram nya koncept- och affärsidéer samt åstadkommer mönsterbrytande affärstänkande. På detta sätt kan vi driva och stimulera en grupp med 12-20 deltagare till att under två veckor hitta och utveckla nya idéer med utgångspunkt i den kunskap som redan finns i verksamheten.



Eftersom dagens situation innebär mer tillgänglig tid än pengar, har vi designat processen **så kostnadseffektivt som möjligt**. För en full 2 veckors process används externa resurser endast 3 halva dagar. Däremellan arbetar grupperna i egen takt utifrån de idéer, den riktning och det ramverk som utvecklats på senaste workshoppen. Under hela processen finns remote support tillgänglig vid behov.

I sista fasen presenterar deltagarna **4-6 utvecklade affärskoncept**, där man gått förbi konceptfasen, skissat på en plan för genomförande och en gjort en kalkyl för hur idén skall kunna

planteras. Slutpresentationen följs av en workshop och tävling där ledningen och de som inte ingått i arbetsprocessen kommer att **diskutera, utvärdera och rösta fram den vinnande idén.**

Värde för organisation och anställda

Det finns flera värden processen bidrar med:

- **Nya utvecklade idéer** med potential att direkt kunna användas i dagens verksamhet, knoppas av, eller kanske utgöra grunden för en vidareutveckling av hela verksamheten.
- **Ökade energinivåer** genom framtidsinriktat arbete med idéskapande och nyutveckling.
- **Individuell kompetenshöjning** av att arbeta med mönsterbrott och konceptutveckling.
- **En idéutvecklingsprocess** som organisationen kan använda i flera situationer när nytt affärstänkande krävs.
- **En framtidigare organisation** som ständigt är beredd att förändras efter nya förutsättningar.

Til syvende og sidst handlar det om att utnyttja tillgängliga resurser och tid till att skapa en **framtidsberedskap** för både organisation och individer. Framgångsfaktorn för morgondagens organisationer och individer ligger i att ständigt omforma sig och tänka nytt. Gång efter annan.



P A Martin Börjesson är en kreativ analytiker som har en lång erfarenhet från omvärldsanalys och strategiarbete i både storföretag och mindre entreprenörsverksamheter. Nu driver Martin www.futuramb.se, en konsultverksamhet med fokus på strategi och framtidsanalys.



PA Ståhlberg är tänkolog som sedan 13 år arbetat med att utbilda och hjälpa människor att bryta tankemönster och lära sig tänka i nya banor. PA driver www.stahlberg.com och har genom åren certifierat hundratals tänkologer.