

Bilaga 1.1 – Metoder för utveckling av idéutvecklingsaktiviteter

1. Processen som leder fram till idéutvecklingsaktiviteter

Rubrikerna nedan är hämtade ur standarden för innovationsledning SIS-CENT/TS 16555-1:2013.

1.1. Mål och strategier

Ju tydligare innovationsmålen beskrivs, desto bättre är förutsättningarna för att regionens aktörer ska kunna agera korrekt, prioritera, hitta rätt arbetsformer, engagera olika aktörer etc.

Här finns en hel del arbete att göra för att ur de aktuella styrdokumenterna och underlag från EU tydliggöra, välja och formulera tydliga mål.

1.2. Nulägesanalys

En nulägesanalys görs mer eller mindre strukturerat och tydligt. Ofta handlar det om att en person själv samlar på sig information genom att träffa andra och prata.

Punkterna medan är samtliga sådana som man med fördel kan utveckla och jobba med mer strukturerat samt att diskutera och synliggöra resultat.

1.2.1. Riskanalyser

Ex FOI:s modell.

Vem gör? Vad finns? Ex. klimathot/miljöeffekter och beredskap i kommuner ...

1.2.2. Intressentanalyser

Identifiera intressenter

Använda olika kända metoder för att ta reda på behov. Kunskap finns t. ex. om tjänstedesign vid LiU.

1.2.3. Omvärldsanalyser

Här finns mycket underlag på EU:s informationssidor. Många av de kommunala bolagen gör bra omvärldsanalyser och det finns kunskap på olika håll.

Detta område bör man jobba med mer aktivt och kanske ordna speciella träffar med syfte att dela med sig av kunskap och diskutera tillsammans. Man kan också bjuda in intressanta talare.

1.3. Kreativa grupper

Sammansättningen av en grupp under en idéutvecklingsaktivitet är beroende på syftet och ämnet och är avgörande för hur resultatet blir.

1.3.1. Utveckla befintliga produkter eller tjänster

Branschkunig/expert, processledare, idéspruta, kund.

1.3.2. Att söka och utveckla helt nya lösningar

Idéspruta, early adopters, branschkunande, teknikkunande.

1.3.3. Planering av idégenereringsaktivitet

När det gäller events: viktigt när på året och tid på dagen och omfattning. Här måste man ha god kunskap (ex tjänstemän på morgonen, bönder till lunch. Maj-sept är det skörd. Rådgivare har motsatt belastning)

Att få rätt folk att komma på en workshop tar tid. Krävs även förtroende och tidigare lyckade och meningsfulla aktiviteter. Uppföljningen är viktig och denna kan vi vidareutveckla. Kommunikationen inför och efter är viktig. Goda exempel.

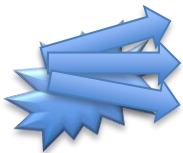
Det spelar stor roll vem som står som avsändare och man ska inte låna ut ett starkt namn om det kan riskera att skadas.

1.4. Arbetssättet:

- 0) Klustermotorn uppfattar att en kritisk massa av problem/utmaningar finns definierade som kan passa för teknik/lösningar inom ett eller flera av regionens styrkeområden för att kunna motivera att ordna en idéworkshop.
- 1) Workshop där utmaningar/problem möter möjligheter (ex. sensorseminarium och UAV – se separata beskrivningar i appendix). Idéer i tidiga skeden uppstår.
- 2) Klustermotorn fungerar som en idébärare. Får en tanke som stöts och blöts i olika sammanhang och med olika personer. Söker sig till miljöer och människor med kunskaper och diskuterar. Under processen kan idén växa, försvinna eller utvecklas. Andra idéer kan dyka upp som ett resultat av processen.
- 3) Idén kan sedan behandlas och utvecklas i möten/diskussioner med experter och/eller intressenter. Kanske prototyparbete?



Så här beskrev vi processen för en klustermotor – den är inte så ordnad eller linjär i ett inledande skede, utan den bär med sig en mängd idéer som diskuteras i olika möten och utvecklas, växer eller omvandlas i processen och resulterar i en idéutvecklingsworkshop



Workshopen resulterar i ett antal idéer som tas vidare på olika sätt.

1.5. Synliggöra resultat

Lokalt och i systemet.

Visa och sprida goda exempel

2. Förutsättningar på aktörsnivå, typ kluster eller projektledare i större projekt

2.1. Klustermotor eller projektledare

De personliga egenskaperna hos den person som är initiativtagare till olika typer av idéutvecklingsaktiviteter är avgörande för vilka resultat som kommer ut.

Dessa personer behöver besitta en mängd egenskaper och kunskaper. Driv och envishet, vilja till samverkan, prestigelöshet, breda och goda kontaktnät, en öppenhet och nyfikenhet, breda kunskaper inom många områden, förtroende, en känsla för tajming, Det är en hel del.

Klustermotorn är en person som har en utpräglad förmåga att lyssna på en mängd olika personer med olika bakgrund och kompetenser och att uppfatta ”mönster” och liknande frågeställningar, problem eller utmaningar. Hen har också en bredd i sitt personliga nätverk och ett genuint intresse för människor.

Känner många människor och pratar med dem om viktiga och relevanta saker och kan hitta problemställningar som inte är tydligt uttalade.

Deltar aktivt i konferenser och läser olika typer av tidningar och skrifter.

Klustermotorn är orädd och handlingsorienterad och har en förmåga att gå från ord till handling och att hitta personer med kompletterande kompetenser och kompletterande nätverk i processen.

Klustermotorn har en förmåga att hitta personer med relaterade problem/utmaningar och ”krocka” med teknikområden eller kompetenser som kan hitta nya lösningsförslag.

Prestigelöshet.

Vilja att samarbeta.

Förutsättningar: att klustermotorn är intresserad och driven och har tillräckliga och breda kunskaper, ett bra nätverk och en god kommunikationsförmåga.

Begränsningar: Processen ovan – att bära med sig information om idéer och uppslag – är krävande och tar tid och är samtidigt svår att mäta och kvantifiera.

Klustermotorn kommer att utgöra en flaskhals vid en viss mängd. Hur optimera de resurser som finns? Hur jobba effektivt?

Det är också en viktig förutsättning att det finns många tillfällen till möten och diskussioner i olika konstellationer. Också svårt att mäta effekter.

2.1.1. Driv

Energi ork och vilja. Både i genomförande och utstrålning.

2.1.2. Samverkan

Vad är samverkan?

Vilja, kompromissa, lyssna, sätta regler, bjuda på och vara öppen och generös, tydlig och ibland krävande.

2.2. Struktur

Mötesarenor, processer, beslutsprocess, genomförare.

2.3. Metoder

Kreativa möten. Processer och processledare – idécoacher.

2.4. Kunskap och kompetens

Kreativa workshops.

Idéhanterinssystem.

Kompetensförsörjning

Kompetensutveckling

3. Resultat och uppföljning

De är väsentligt att man vid varje aktivitet är klar över hur resultatet ska tas omhand och följas upp.

Det är inte sällan här det brister vilket riskerar att ge upphov till en frustration hos deltagarna. Man kan känna att man engagerar sig och lägger tid och får fram bra och intressanta resultat som sedan inte förvaltas eller tas omhand.

Lika viktigt är att förvalta de idéer och förslag som kommer fram för att få utväxling på de investeringar träffarna innebär. Syftet är ju att stimulera till tillväxt eller att möta de utmaningar vi har i samhället och att dra nytta av ny teknik och forskning!

Här har vi sett lite olika utfall vid de aktiviteter och olika modeller som har använts i regionen.

Vid **workshop-caféerna** med olika teman som initierades av LiU (Anders Carlsson) i samband med Bo2016 (Vallastaden) engagerade man såväl forskare som företrädare för olika organisationer. Övningarna var väl förberedda och genomförda och man använde WIDE idéhanteringssystem för att registrera de idéer som genererades. Vid själva övningarna var det främst förslag till forskningsprojekt som lyftes fram. Deltagarna på plats fick tyvärr bristfällig information om idéerna och den uppföljning som senare skedde, något som behöver förbättras. Däremot samlade man olika grupper som gick igenom idéerna i systemet och kategoriserade dem och beslutade om de behövde kompletteras, sparas undan eller jobbas vidare med och i så fall av vem.

Vid **B2S³-övningarna** med obemannat flyg och sensorteknik var en viktig framgångsfaktor att faktiskt följa upp de idéer som kom fram genom att kontakta de personer som fick actionpunkter och tog ansvar för att driva aktuella förslag vidare. Detta innebar att vi kunde hjälpa till med fler kontakter, se till att hjälpa till att arrangera uppföljningsmöten, stötta med tips kring finansiering etc. så att alla uppslag togs så långt som var möjligt. Utan dessa relativt enkla insatser hade flera av idéerna klingat av i förtid. Det innebar också att vi kunde avrapportera till alla deltagare vad som blev resultatet av övningarna.

Vid **Pitch&Act** och dess varianter har uppföljningen inneburit dokumentation av pitchar, en uppföljande enkät med en insamling av information av genomförda affärer och kontakter efter övningarna. Resultatet har blivit flera konkreta affärer på sammanlagt ett antal miljoner kronor.

3.1. Sensordagen 4 juni 2013:

Ett 30-tal deltagare. Behovsägare och forskare.

12 utmaningar presenterades och diskuterades ingående under två sessioner.

- 3 har inte vi inte lyckats följa upp ännu
- 2 var intressanta, men drivs på annat håll
- 5 har inte fortsatt alls
- 2 bör undersökas vidare

3.2. Obemannat flyg 22 maj 2014:

Ett 80-tal deltagare. Behovsägare, företagare och forskare.

6 användningsområden och 6 tekniköversikt. Uppdelning per tillämpningsområde.

Idégenerering. Resultat: **8 utmaningar/idéer**

- 1 var intressant, men drivs på annat håll
- 2 har inte fortsatt alls
- 3 bör undersökas vidare
- 1 är klar
- 1 pågår