

# Mal for beskrivelse av tiltak

FOKUSOMRÅDE:

TITTEL PÅ TILTAKET:

KORT BESKRIVELSE AV TILTAKET:

ANSVARLIG FOR GJENNOMFØRING:



ANSVARLIG: \_\_\_\_\_

UTFØRENDE: \_\_\_\_\_

DELTAKENDE: \_\_\_\_\_

TIDSPLAN FOR GJENNOMFØRING:



NÅR: \_\_\_\_\_

OMFANG: \_\_\_\_\_

HVA KREVES FOR Å IMPLEMENTERE TILTAKET?



VERDI FOR  
KUNDEN

/10



KOMPLEKSITET  
(INVESTINGER)

/10



KOSTNAD  
(TID OG RESSURSER)

/10

# Metodekort Prioriteringsmatrise 1/2

## HVA FÅR DU UT AV METODEN?

Gir en oversikt over den relative lønnsomhet av ulike tiltak eller funksjoner som grunnlag for å beslutte hvilke tiltak som bør gjennomføres.

## HVORDAN?

Start med å lage en matrise med aksene kunde verdi vertikalt og kostnad/kompleksitet horisontalt. Vær sikker på at alle deltakerne har den samme definisjonen av tiltakene. Tiltakene kan defineres og kommuniseres på forhånd eller diskuteres i møtet.

- 1) Deltakerne skriver ned antatte gevinster for hvert tiltak på gule lapper.
- 2) Gjenta øvelsen, men denne gangen for å identifisere kostnader eller kompleksitet knyttet til hvert tiltak.
- 3) Nytte og kostnader bør i størst mulig grad kvantifiseres. Likevel bør effekter som ikke kan kvantifiseres identifiseres og tas med i vurderingen. Eksempler på kvalitative gevinster er økt kundetilfredshet, økt grad av fleksibilitet, økt styrbarhet og kontroll, mer attraktiv arbeidsplass mv.
- 4) Marker hvert tiltak som et punkt i diagrammet basert på relativ estimering av nytteverdi og kostnad/kompleksitet.
- 5) Gruppen diskuterer seg frem til svaret. Det kan være en fordel om gruppen plasserer tiltakene langs én akse om gangen. Det gjør bildet mindre komplekst.
- 6) Etter at alle tiltakene er plassert, er det nødvendig med en ny gjennomgang for å vurdere den relative forskjellen mellom tiltakene og om tiltakene er plassert riktig. Oppsummer konklusjonene digitalt!

 DigitalNorway

Tips! Forsøk å unngå for mye diskusjon på hvert punkt.

## FORDELER

Et enkelt rammeverk som raskt belyser de tiltakene som har størst relativ nytte. Rammeverket lar seg enkelt kommunisere til beslutningstakere.

## ULEMPER

Det kan være vanskelig å identifisere og kvantifisere nytte og kostnader.

## HVEM BØR DELTA?

Deltagere som kjenner godt til kunde verdi, og deltagere som kjenner godt til virksomhetens kostnader og kompleksitet ved tiltak.

## HVA TRENGER DU?

Post-it lapper, Tavle/brunpapir, penner

## TIDSBRUK

2-4 timer i et arbeidsmøte

# Metodekort Prioriteringsmatrise 2/2

