

**Velkommen
tilbake!
Nyskaping
i praksis**

27.02.2025



Lillestrøm
kommune

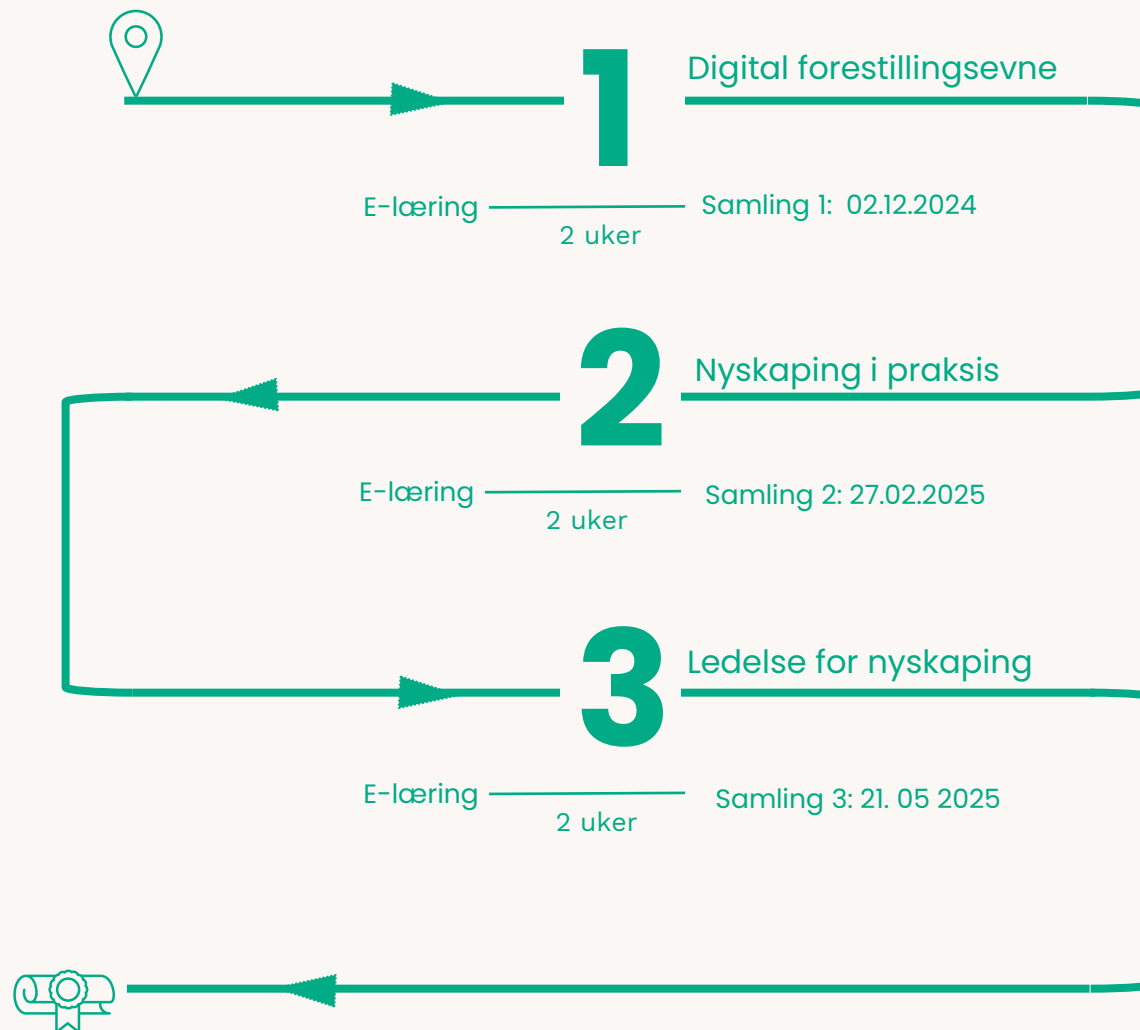


DigitalNorway

Læringsreisen

Læringsmål

- Forståelse og ferdigheter i bruk av **generativ kunstig intelligens** i arbeidshverdagen.
- Forståelse av hvordan Lillestrøm kommunes verdi **nyskaping** kan anvendes i praksis.
- Forståelse av hva nyskaping som verdi og tankesett betyr for **ledelse og organisasjonskultur**

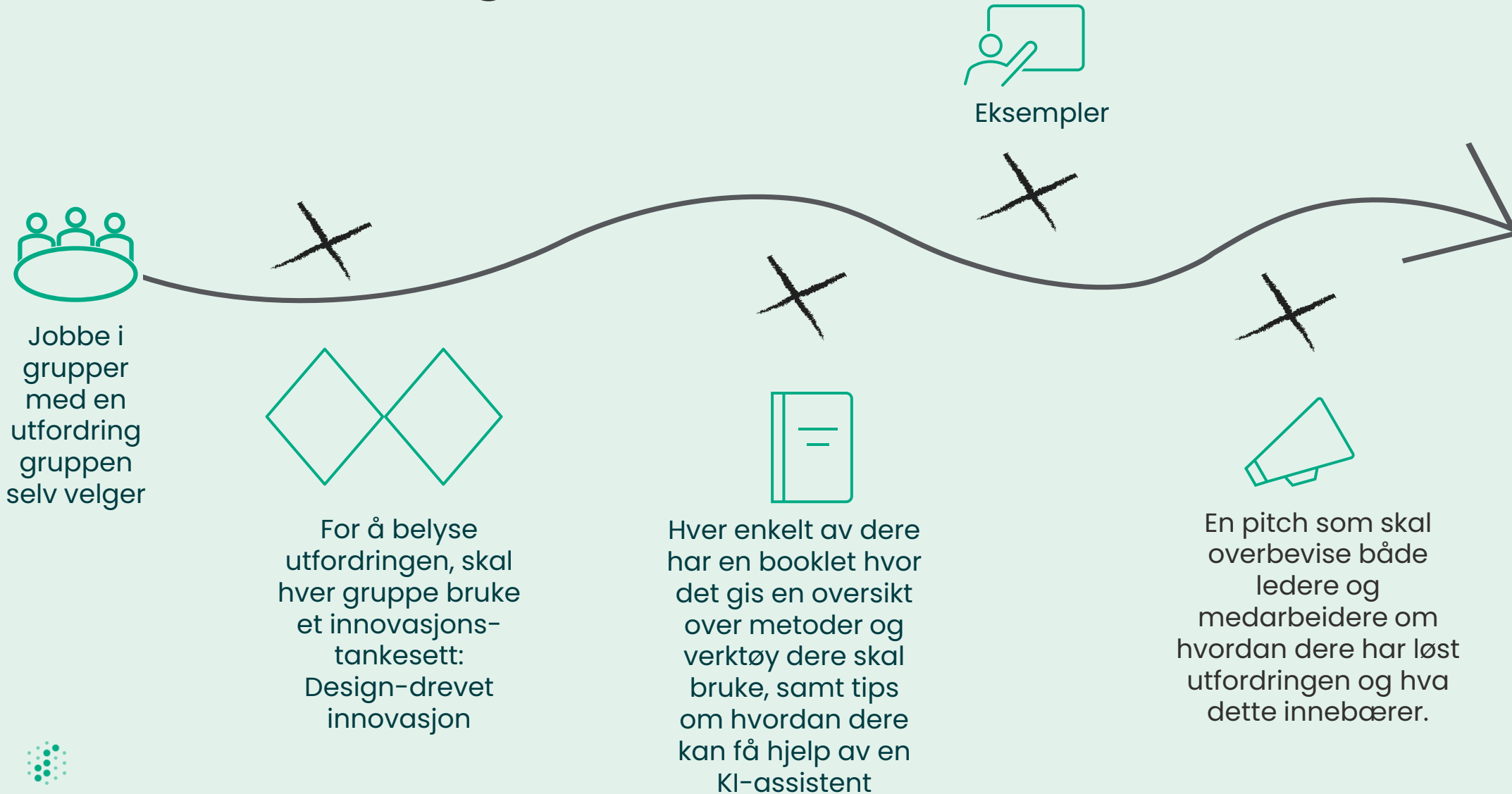




**Du lærer nyskaping som tankesett
best gjennom å prøve ut i praksis**



Arbeidsform og mål



AGENDA

08.30–09.00 Forventninger og refleksjon

09.00–09.30 Familieveiviseren – Et eksempel på nyskaping
Beate Elvebakk og Wenche Frimann-Jakobsen (Lørenskog kommune)

09.30–09.45 **Pause**

09.45–11.00 Design-drevet innovasjon
Praktisk gruppearbeid

11.00–11.45 **Lunsj**

11.45–13.30 Design-drevet innovasjon (fortsettelse)
Praktisk gruppearbeid

13.30–13.45 **Pause**

13.45–14.45 Design-drevet innovasjon (fortsettelse)
Praktisk gruppearbeid

14.45–15.30 Eksempler og veien videre

To eksempler fra Lillestrøm kommune
Lena Solholt

Fra ledersamling til hverdag – støtte og ressurser for dere som vil jobbe videre med designdrevne prosesser.

Kristoffer Jansønn Borgen-Byng & Amanda Jullum Ericsson





3 hovedbudskap fra videoen

- 1) Vi må tørre å prøve ut nye ting og gi aksept for «å feile».
- 2) Vi må løfte blikket og se tjenestene våre på tvers, og samarbeide for å få det til.
- 3) Vi må utnytte de ressursene vi har, og spille dem gode.



...men hvordan opplever dere dette i praksis...?

Påstander

Vi bruker nok tid på å forstå en utfordring eller et problem for å komme fram til en god løsning



Vi har nok tid og rom til å prøve ut og eksperimentere med nye ideer



Ledelsen støtter meg når vi ønsker å teste eller introdusere nye ideer



Jeg klarer å mobilisere og dra nytte av de medarbeiderne jeg har tilgjengelig





Oppgave 1

**Gå sammen to-
og-to
og reflekter
over hva som
ble sagt i
videoen og hva
dere opplever i
hverdagen**

**15
min**

- 1) **Tørre å feile**
Hvordan kan du bidra til å skape trygghet og rom for å prøve nye ting uten at det oppleves som frykt for å gjøre feil?
- 2) **Samarbeid på tvers av siloer**
Hvilke konkrete steg kan du ta for å løfte blikket og se hvordan deres arbeid påvirker tjenestene som helhet?
- 3) **Ressursutnyttelse**
Hvordan kan du støtte medarbeidere dine til å prøve ut nye ting og komme med forslag til nye løsninger?



Vi prøver å organisere hjelpetjenestene
på en annen måte.



PAUSE



DESIGN- DREVET INNOVASJON

[DESIGN THINKING]

Et **tankesettet** hvor metodene og verktøyene til designere brukes systematisk for å utvikle nye eller forbedrede produkter, tjenester eller prosesser.



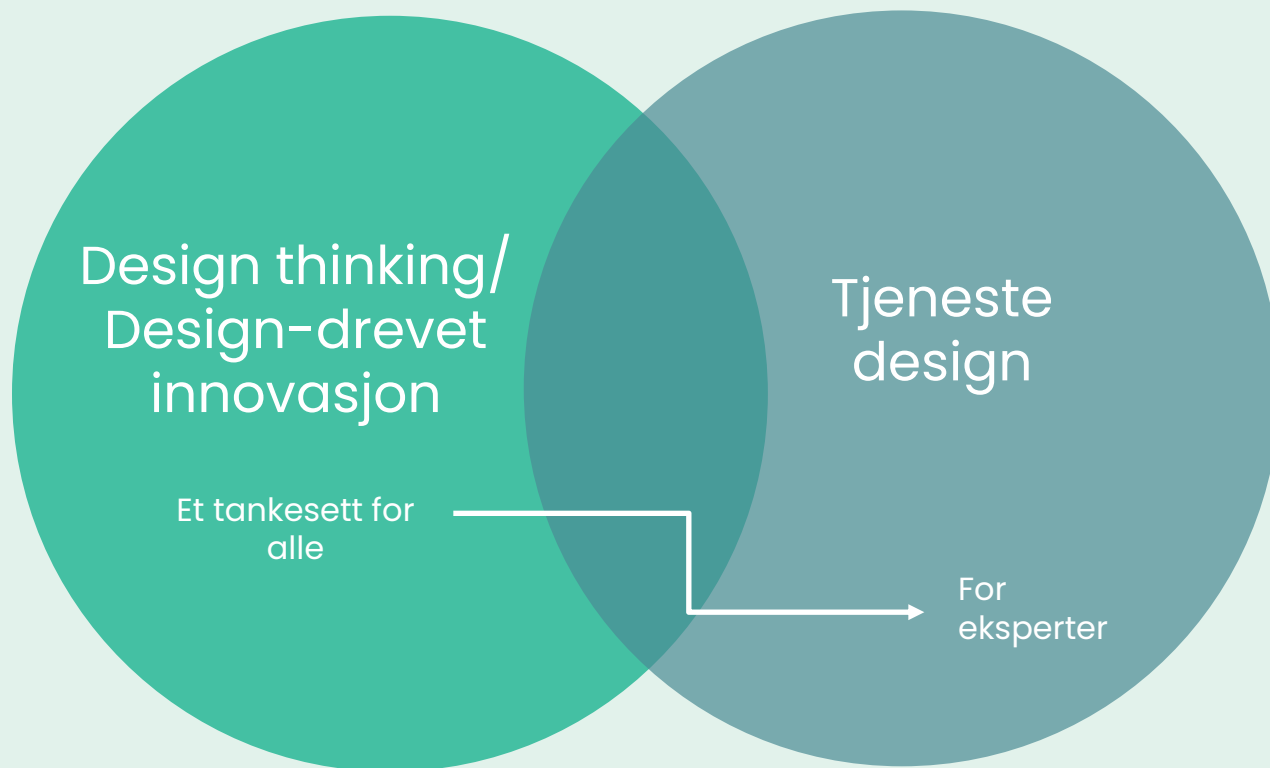


Thinking like a designer
can transform the way
you develop products,
services, processes – and
even strategy

– Tim Brown, Chair IDEO/ Forfatter av Change by
Design/Prisvinner



Kjært barn har mange navn....



Fokus

- Utvikling eller forbedring av tjenester.
- En helhetlig tjenesteopplevelse og hva dette innebærer av organisatorisk tilrettelegging

...felles hovedprinsipper

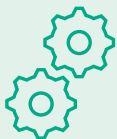


Hovedprinsipper



Brukeren i sentrum

Brukernes behov, utfordringer og opplevelser er bærebjelken i utviklingsprosessen.



Samskaping

Involvering av alle relevante interessenter, inkludert brukere, medarbeidere og samarbeidspartnere for å sikre riktig kompetanse, kvalitet, engasjement og eierskap.



Læringssløyfer

Utvikling og testing av ideer og skisser til løsninger for å validere og lære.



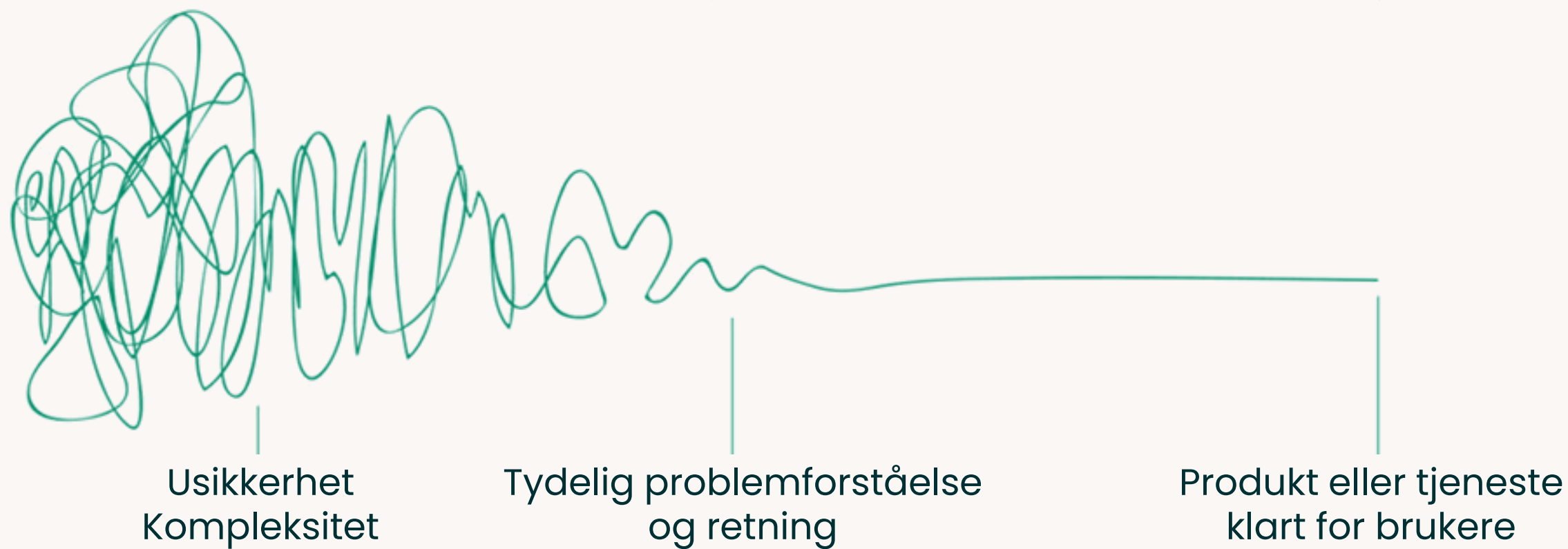
Visuell kommunikasjon

Visualisere for å forenkle og formidle kompleks informasjon, skape en felles forståelse blant interessentene og dokumentere på en tydelig måte.



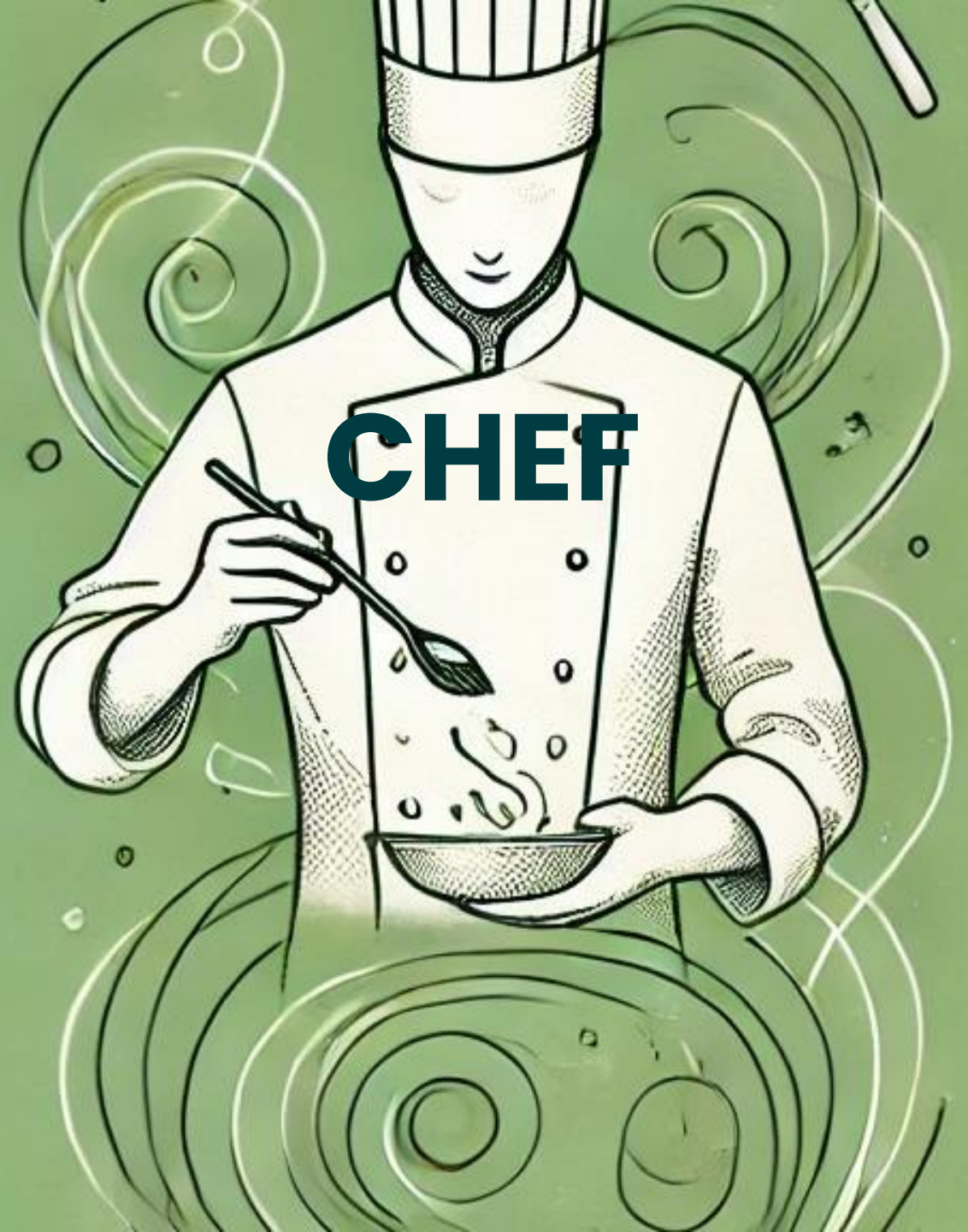
Når er tankesettet egnet?

«The fuzzy front end»





KOKK



CHEF

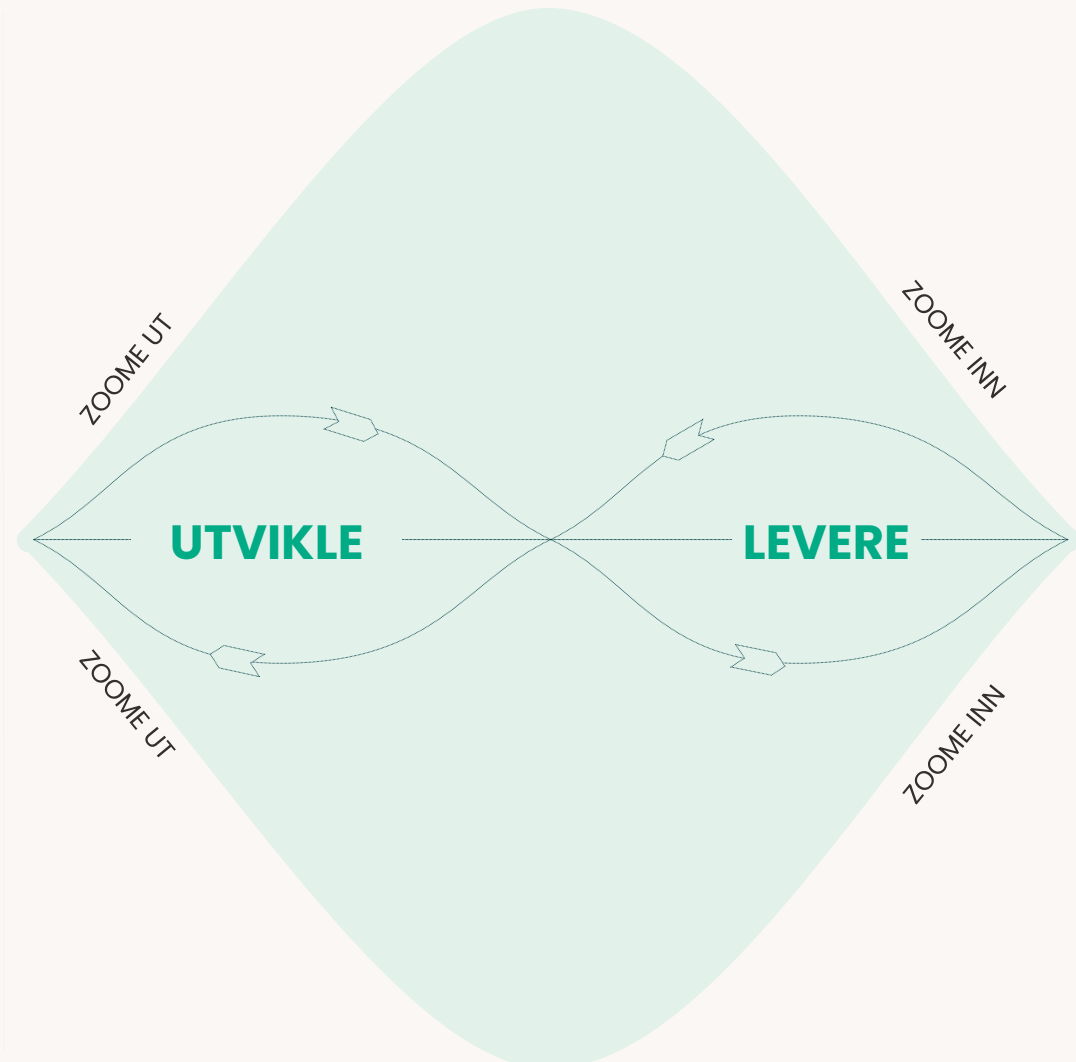
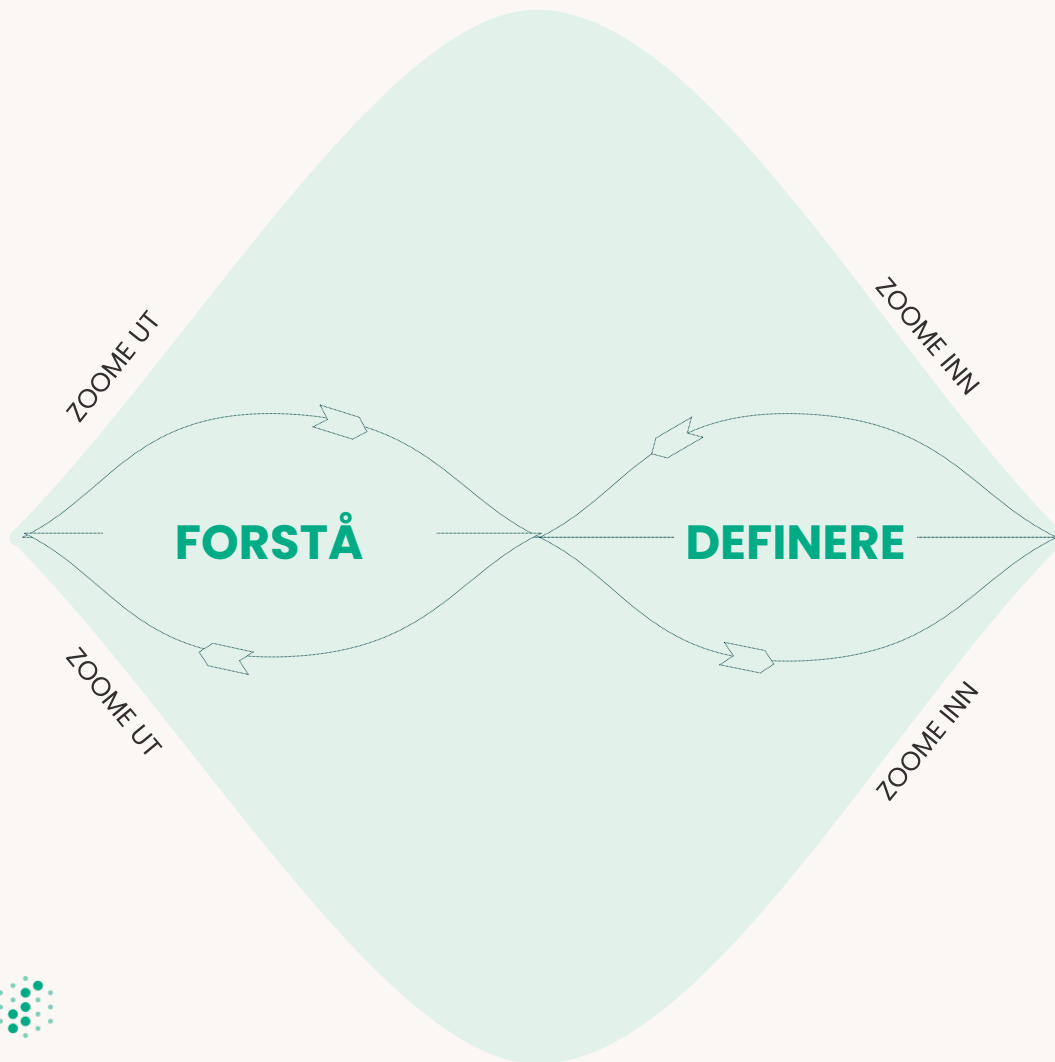


Målet med dagen er å gi en introduksjon til hovedprinsippene, slik at du som leder kan:

1. Stille relevante spørsmål
2. Oppmuntre medarbeidere til å prøve ut noen av prinsippene i arbeidshverdagen
3. Være en bedre bestiller

Vi skal bli kjent med den Doble Diamanten

én av flere tilnærminger til designrevet innovasjon



Eksempel

Nyhet!

Jakkehotell

Ut og reise til varmere strøk?
Lever jakken din gratis her!



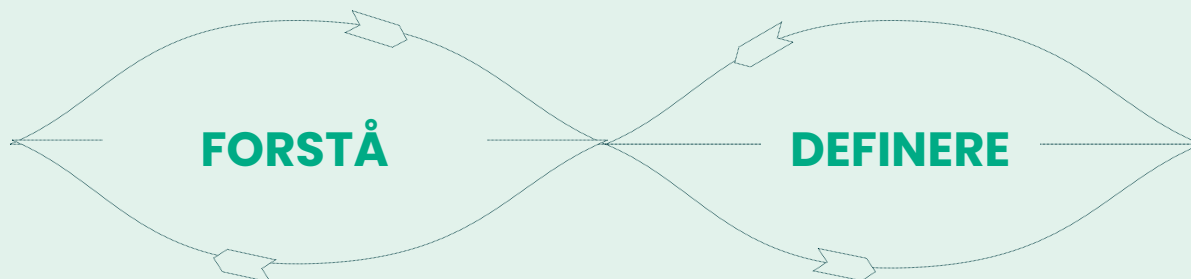
FLYTOGET

Flytogets jakkehotell



Vi tar vare på vinterjakken din
når du skal reise til varmere strøk

FLYTOGET

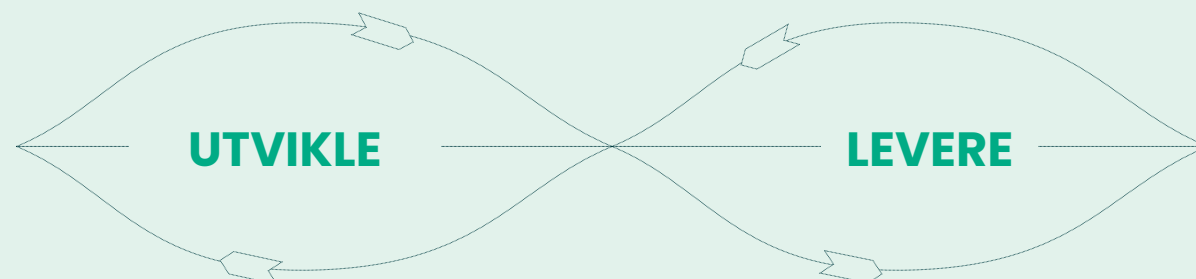


Forstå (Utforske utfordringen)

- Reisende til varmere strøk må dra med seg en tung vinterjakke unødvendig.
- Mange synes det er upraktisk å håndtere jakken på reisen.
- Målgruppe: reisende til varme strøk i vintertid

Definere (Konkretisere problemet)

- *Hvordan kan vi gjøre reisen lettere for passasjerer som ikke trenger vinterjakken på destinasjonen?*



Utvikle (Idéutvikling og testing)

- Utforsking av løsninger: Automater, skap, bemannet oppbevaring etc.
- Prototyping og testing av en tjeneste på Flytogets område. (Feedback fra reisende)

Levere (Implementering og lansering)

- Jakkehotell åpnes på Oslo Lufthavn 31. januar.
- Tydelig kommunikasjon til reisende via Flytoget.

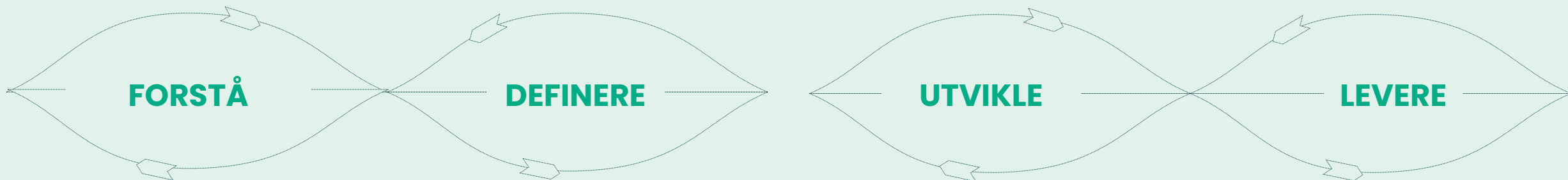


Eksempel

Oslo Universitetssykehus og brystkreft diagnostisering

- Tidligere ventetid på opptil tre måneder for diagnose forsterket stress og usikkerhet.
- Ventetiden redusert med 90 %, fra opptil 84 dager til gjennomsnittlig 7 dager.





Forstå (Utforske utfordringen)

- Kvinner som oppdager en kul i brystet opplever frykt og usikkerhet.
- Lang ventetid for diagnose
- Sykehusets system så først pasienten etter en kreftdiagnose, ikke ved første bekymring.
- Målgruppe: kvinner med mistanke om brystkreft

Definere (Konkretisere problemet)

- *Hvordan kan vi redusere ventetiden og bedre ivareta pasienten fra første bekymring?*

Utvikle (Idéutvikling og testing)

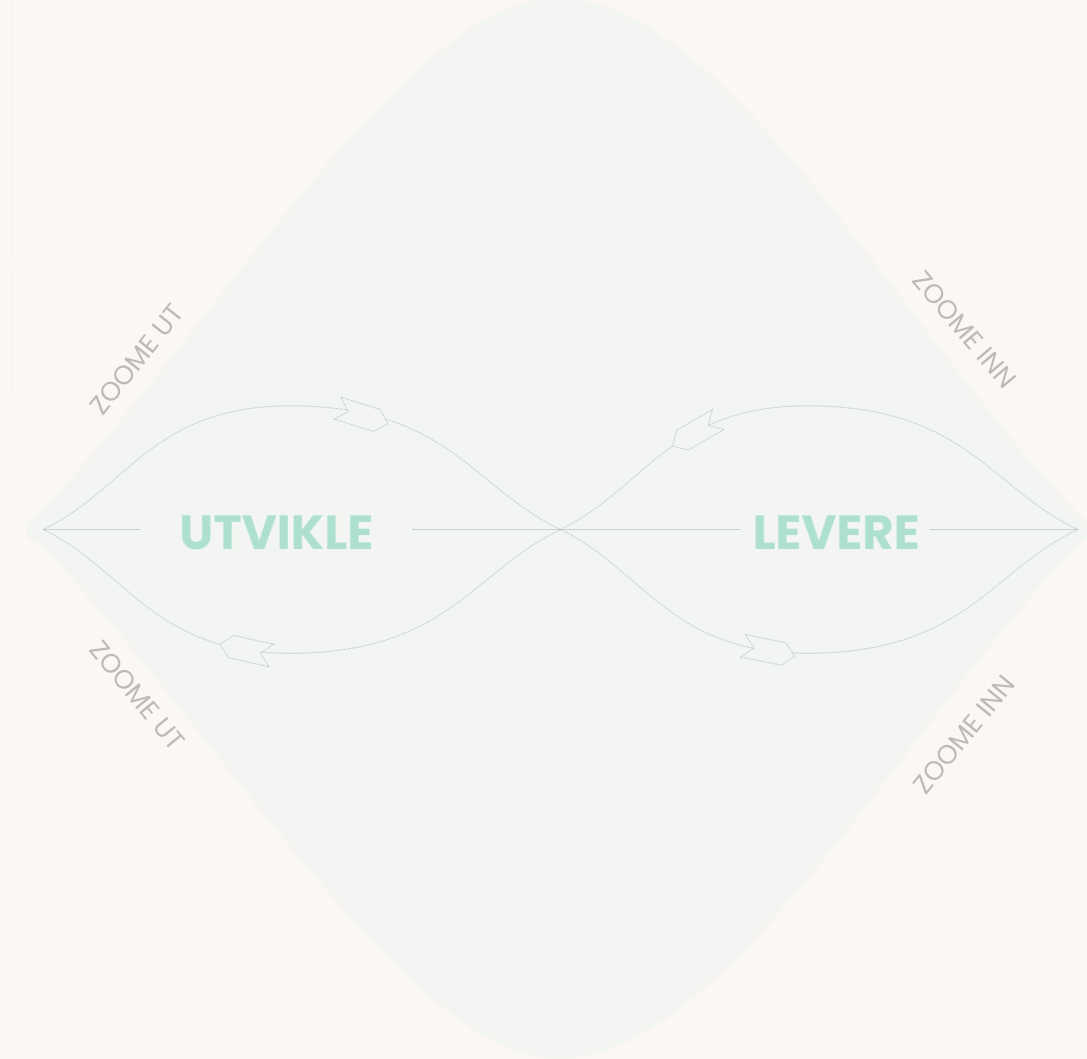
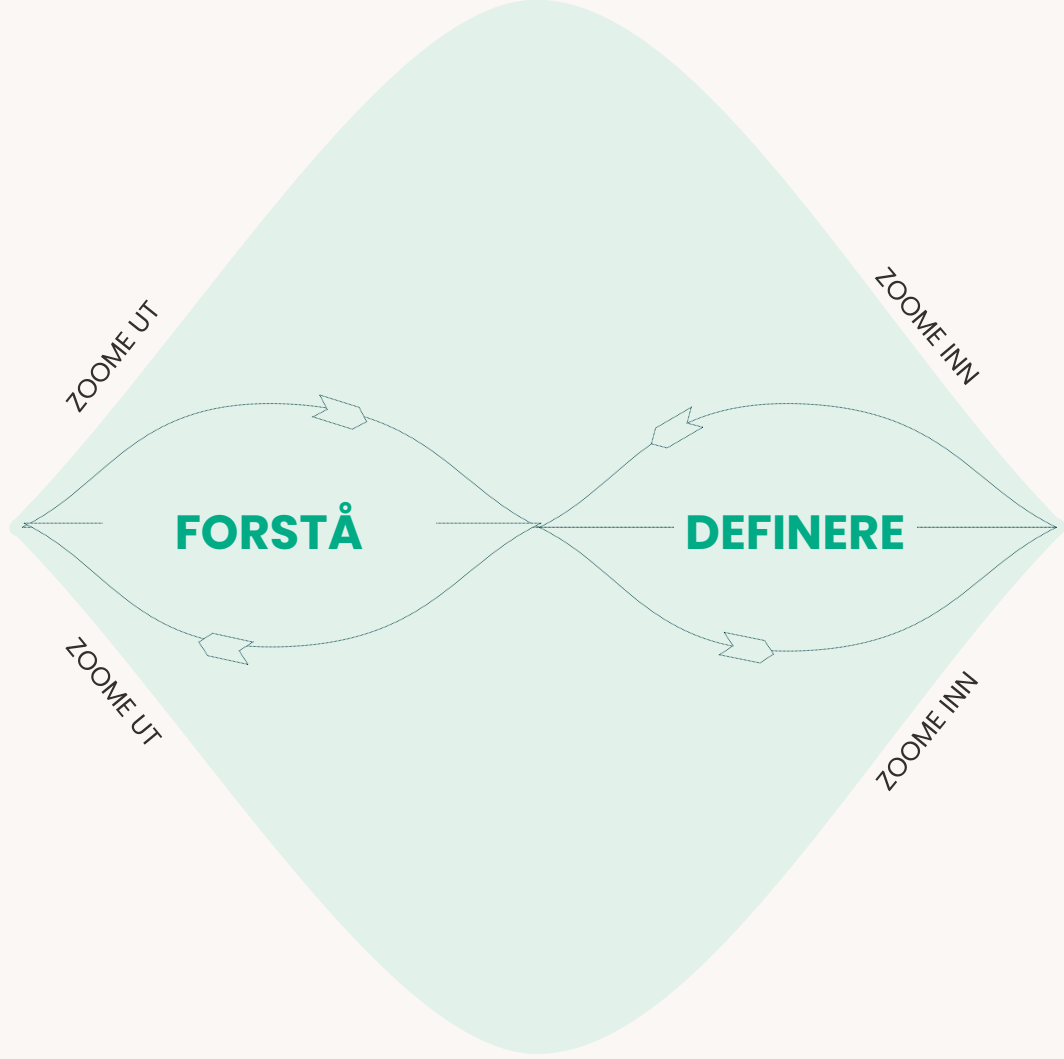
- En tverrfaglig arbeidsgruppe kartla flaskehalser i pasientforløpet.

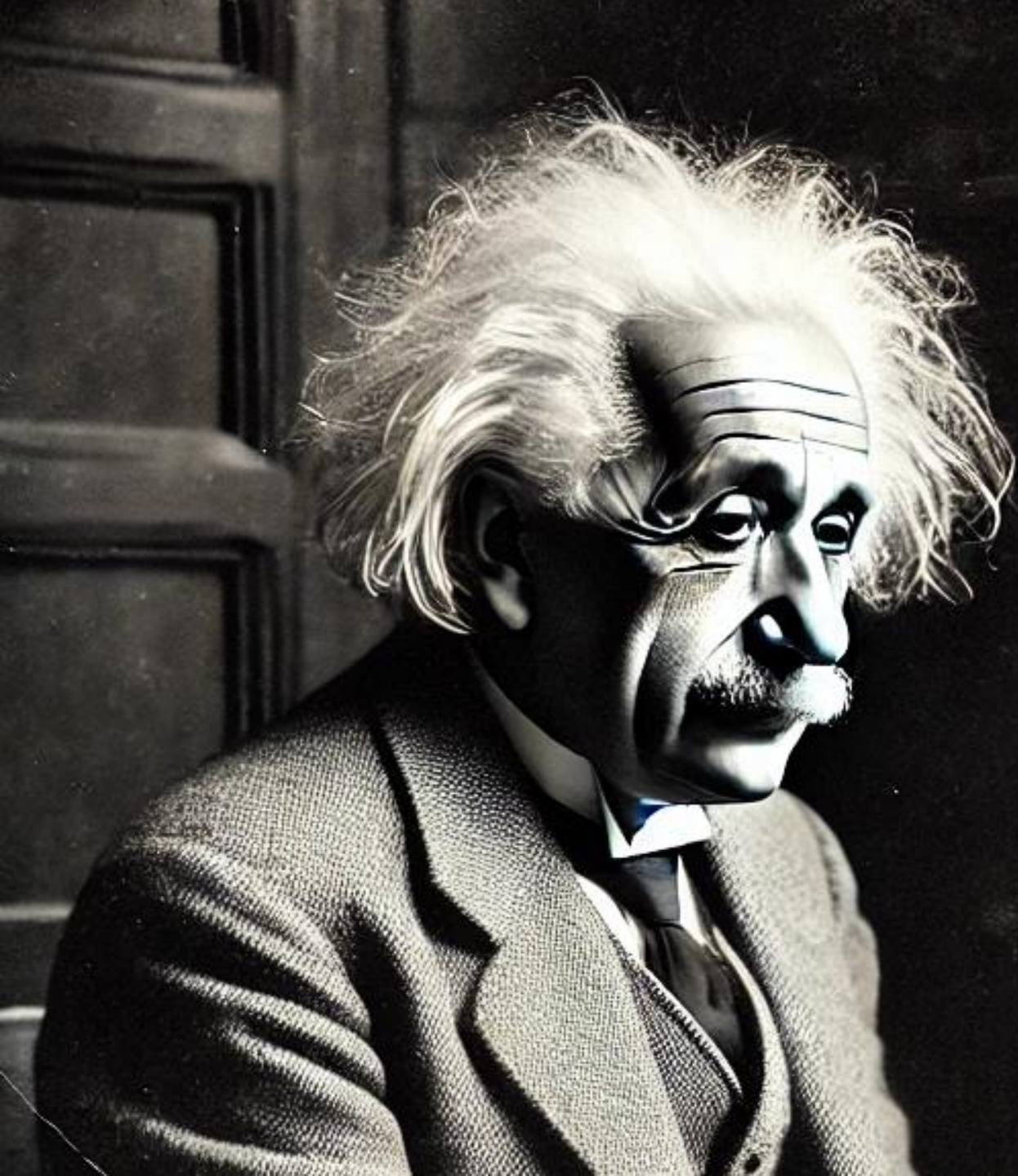
Levere (Implementering og lansering)

- Etablering av et nytt brystdiagnostisk senter.
- Redusert ventetid med 90 % – fra 84 dager til 7 dager.



FORSTÅ





$$\begin{aligned}
 &A = 2 - A = 1, \quad 1 = 2 = \frac{2}{1} = 2 \\
 &A = 7 - 2 - 2 = 3 = 2N2 \\
 &2 = \frac{36}{55} = \frac{12}{11} = \frac{2}{1} \\
 &(\frac{2}{1} \times \frac{2}{1} \times \frac{2}{1}) = 2 \\
 &2 \times 2 = 4 = 2^2 = 2 \times 2 \\
 &\bigcirc \frac{2}{1} \times \frac{2^2}{1} = 2 \quad E = \frac{2}{1} \times \\
 &L = \frac{A}{2} = \frac{2 \times 1}{2} = 1 = \frac{2}{2} \\
 &1 = \frac{2}{2} = 1 = 2 = 2^2 = \frac{2}{2} = 2
 \end{aligned}$$

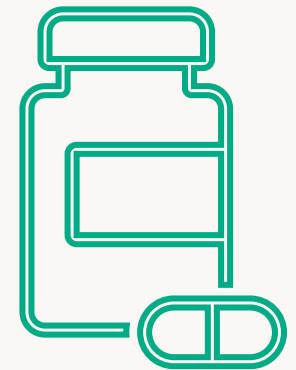
Løser vi egentlig riktig problem?

Utfordring: Flere pasienter nekter å ta medisinen sin.

Antagelse: De er sta eller motvillige til behandling.

Virkeligheten: Mange har problemer med å svelge pillene, men sier det ikke høyt. Handler om stolthet

Mulig løsning: Tilby medisinen i flytende form eller knust i mat – i stedet for å presse dem hardere.



Ikke hopp til løsningen før du forstår problemet!



MÅL

Hva

Identifisere og forstå problemet, muligheten eller behovet som skal adresseres, fra en målgruppes ståsted.

Hvordan

- Definere og velge en målgruppe man ønsker å fokusere på
- Innhente innsikt fra målgruppen og oppdage behov gjennom ulike metoder og tilnærminger
- Identifisere og prioritere nøkkelinnsikter knyttet til målgruppens behov og opplevelser



SKAM



Tydelig målgruppe

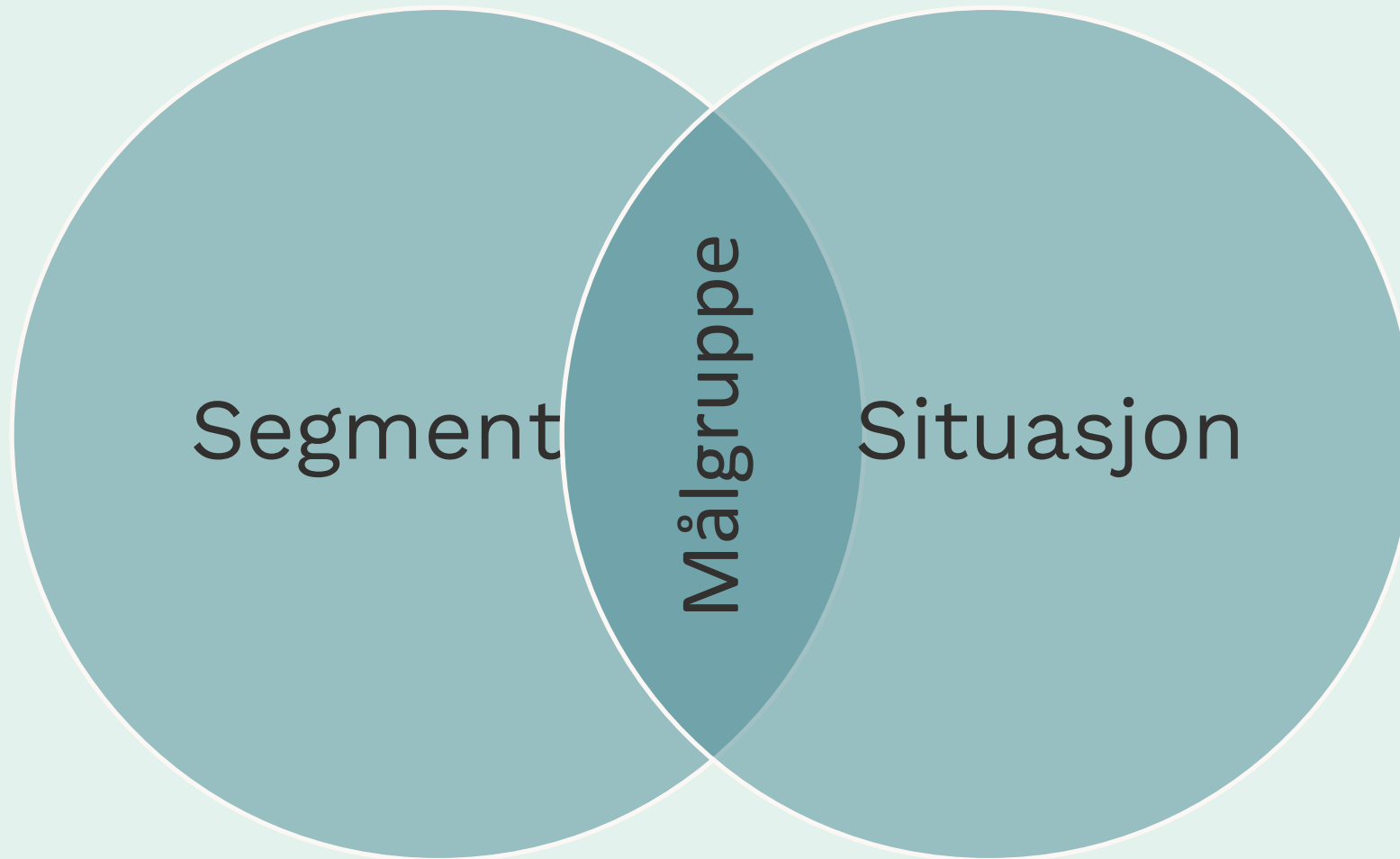
Dyp forståelse av målgruppens utfordringer

Autensitet og relevans

Fokuserte på temaer som voldtekt, seksualitet, religion og kroppspress på en opplysende og nyskapende måte

Innovativ distribusjon

Serien ble distribuert gjennom korte klipp på nett i sanntid, supplert med karakterdrevne sosiale medieprofiler. Dette skapte en følelse av realisme og engasjerte seerne på plattformer de allerede brukte.



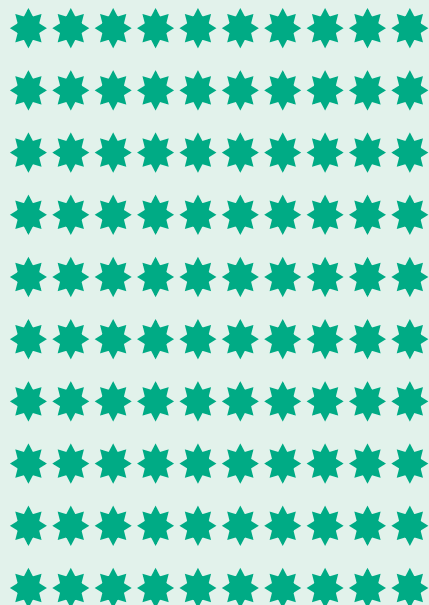
En god målgruppe finnes oftest i koblingen mellom segment og situasjon



Kvalitative data



10 personer



100 innsikter



Kvantitative data



1000 personer



10 «sannheter»

Hvorfor?
Hvorfor?
Hvorfor?
Hvorfor?
Hvorfor?



To vanlige kvalitative tilnærminger



Dybdeintervju



Skaper dybdeforståelse .

Oppdage utfordringer og
rotårsaker til utfordringene fra et
brukers perspektiv



Analyse av datamateriale kan
være tidkrevende



Observasjon



Oppdage utfordringer og umiddelbare
løsninger



Kan kreve to personer for
dokumentasjon





EKSEMPLER PÅ UTFORDRING

Behovene til pårørende til en som mottar kommunale tjenester

Utfordring

Pårørende til personer som mottar kommunale tjenester (f.eks. hjemmehjelp, rusomsorg, eller tjenester til personer med funksjonsnedsettelse) føler ofte at de mangler informasjon, støtte og inkludering i oppfølgingen.

Kommunen ønsker å forstå deres behov bedre for å gi mer helhetlig støtte og redusere belastningen de opplever.

Behovene til ansatte knyttet til å føle seg engasjerte og involvert

Utfordring

Mange ansatte i hjemmetjenesten opplever at møter ofte er lite engasjerende, preget av enveiskommunikasjon og uten reell mulighet for deltakelse og samskaping. Resultatet er at møter føles som tidstyver.

En leder i hjemmetjenesten ønsker å forstå hvordan han/hun kan skape mer verdifulle møteplasser.

Forstå utfordringen og samle innsikt

- **Ta utgangspunkt i utfordringer dere observerer i egen hverdag**
- Definer og velg **en målgruppe** dere ønsker å fokusere på og som blir truffet av utfordringen
- Hent inn innsikt, diskuter og skriv ned **årsakene** til at målgruppen opplever dette som et problem (prøv å forstå hvor skoen egentlig trykker)

**15
min**

Først 15 min med sidemann

**45
min**

Deretter i gruppen

Mål

Velge én utfordring/problemstilling dere ønsker å fokusere på som gruppe

TIPS

**Velg en på bordet som tar notater
og har «helhetsblikket»**



BRUK EN KI-ASSISTENT

Siden dere ikke kan samle inn innsikt fra reelle brukere, la KI-assistenten ta rollen som representant for målgruppen du har valgt.

EKSEMPEL PROMPT

Du skal ta rollen som [målgruppen] om sliter med [en utfordring].

Jeg skal prøve å forstå årsakene til denne utfordringen. Derfor skal jeg intervju deg og du skal svare ærlig på spørsmålene ut i fra ditt ståsted.

Følg opp med å få litt mer dybde (Hvorfor? Forklar meg mer., el.l.)



La oss ta en titt på vårt eksempel

Problem

Mange ansatte i kommunen opplever at møter ofte er lite engasjerende, preget av enveiskommunikasjon og uten reell mulighet for deltakelse og samskaping. Resultatet er at møter føles som tidstyver, og at de ikke bidrar til innovasjon eller bedre løsninger.

Målgruppe

Helsefagarbeidere i hjemmetjenesten



Hva kan jeg hjelpe med?

Spør om hva som helst

Søk

Lag et bilde

Kode

Oppsummer tekst

Lag en plan

Overrask meg

Mer

Nøkkelinnsikter

- **Noen få som dominerer møtene** – Det kan være vanskelig å ta ordet i møter når de samme personene dominerer samtalen, noe som gjør at andre trekker seg tilbake og lar være å bidra, selv når de har verdifulle innspill.
- **Møtene kolliderer med en travel hverdag** – Arbeidshverdagen er hektisk, og møter føles ofte som en avbrytelse i stedet for en støtte. Når tidspresset er stort, blir det krevende å omstille seg mentalt fra oppgaver i felt til refleksjon og diskusjon i et møte.
- **Lite opplevd relevans reduserer engasjementet** – Når innholdet i møtene ikke kobler seg direkte til de konkrete utfordringene i arbeidshverdagen, blir det vanskelig å engasjere seg. Det oppleves som teoretisk, fjernt eller ikke tilpasset de reelle behovene på gulvet.



Forstå utfordringen og samle innsikt

- **Ta utgangspunkt i utfordringer dere observerer i egen hverdag**
- Definer og velg **en målgruppe** dere ønsker å fokusere på og som blir truffet av utfordringen
- Hent inn innsikt, diskuter og skriv ned **årsakene** til at målgruppen opplever dette som et problem (prøv å forstå hvor skoen egentlig trykker)

**15
min**

Først 15 min med sidemann

**45
min**

Deretter i gruppen

Mål

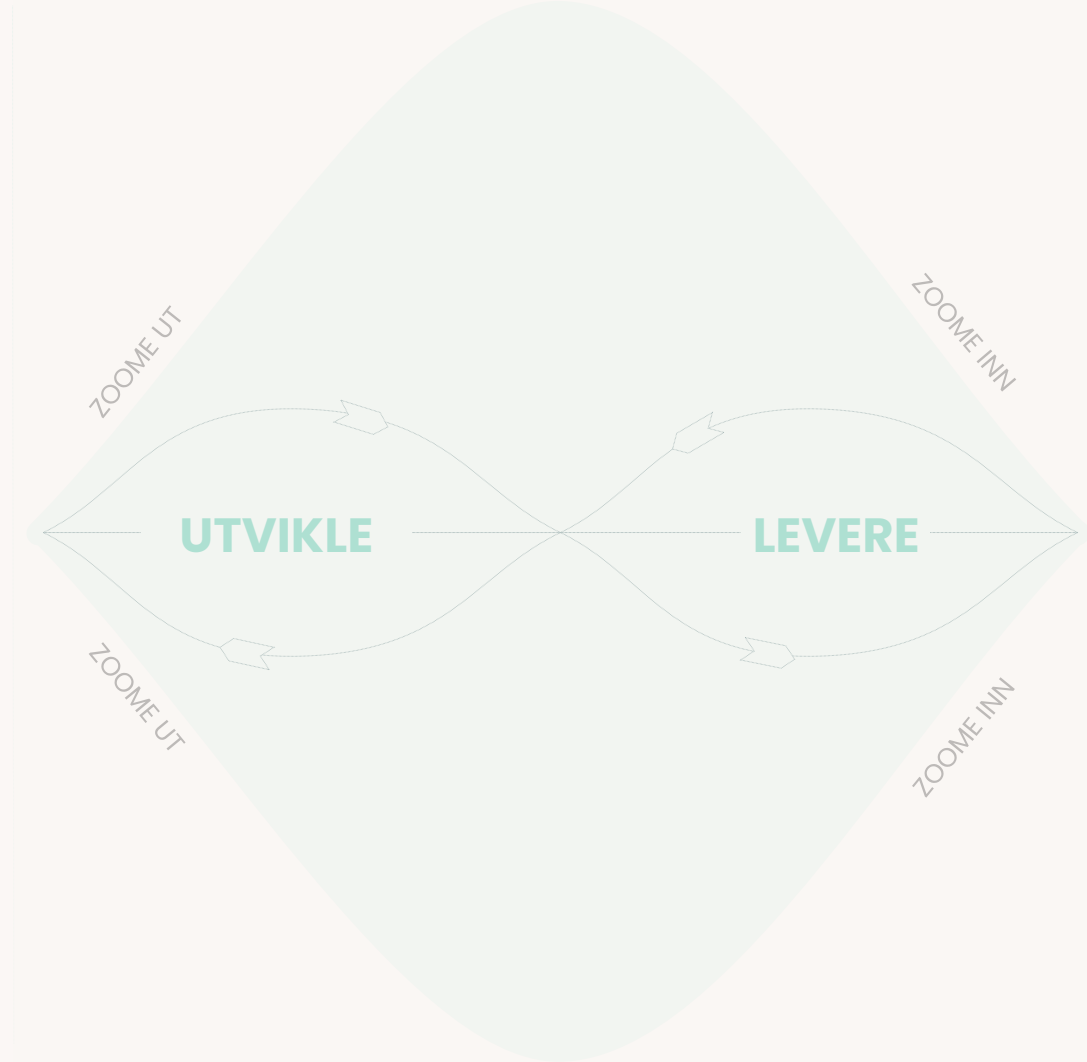
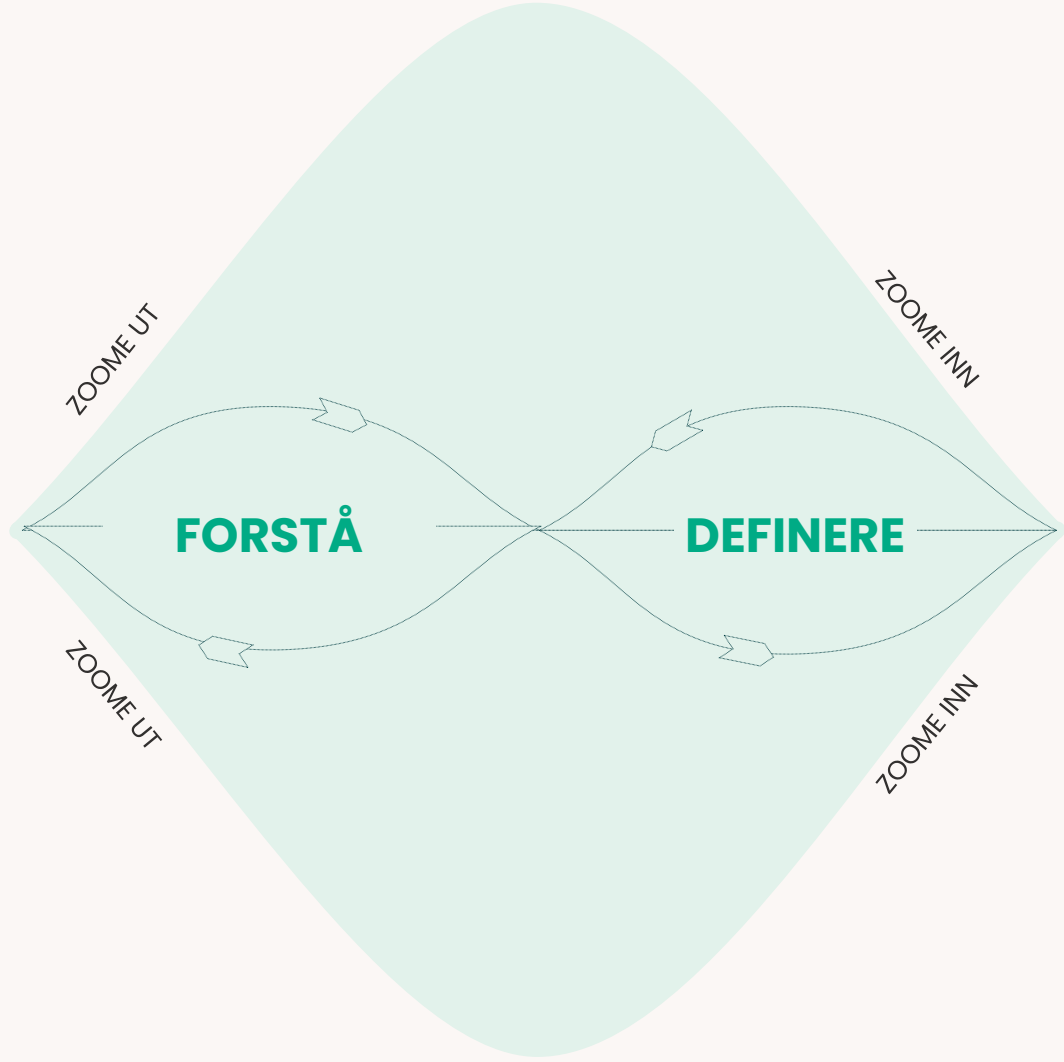
Velge *èn* utfordring/problemstilling dere ønsker å fokusere på som gruppe



LUNSJ



DEFINERE



MÅL

Hva

- Formulere en klar og presis problemstilling som er verdt å løse fra **en målgruppes ståsted**.

Hvordan

- **Formulere problemet** gjennom å stille spørsmål som starter med «**Hvordan kan vi....?**» uten å tenke på **konkrete løsninger**
- Identifisere og prioritere problemet det er verdt å gå videre med.





EKSEMPEL

UTFORDRING

Mange pårørende føler at de ikke har innflytelse over tjenestene som gis.

Mange ansatte opplever møter som enveiskommunikasjon og tidstyver.

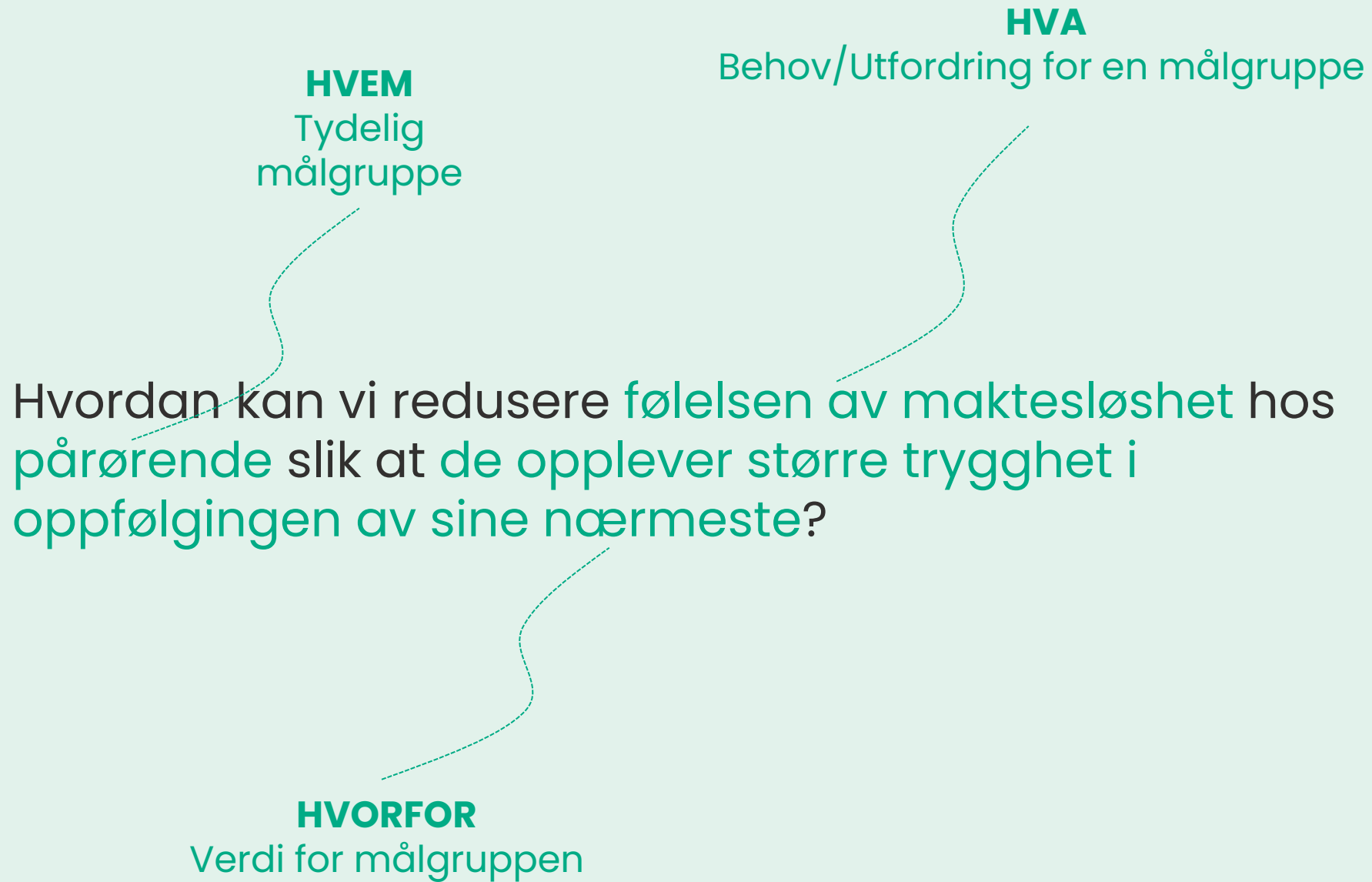
HVORDAN KAN VI...?

Dette HKV-spørsmålet belyser hvordan vi kan gi pårørende mer kontroll og trygghet:

Hvordan kan vi redusere følelsen av maktesløshet hos pårørende slik at de opplever større trygghet i oppfølgingen av sine nærmeste?

Dette HVK-spørsmålet belyser hvordan vi kan øke både engasjementet og viljen til å bidra aktivt:

Hvordan kan vi skape møter som gir ansatte en følelse av deltakelse, innflytelse og mening, slik at de opplever dem som verdifulle og engasjerende?



FOKUSER PÅ FØLELSER





Oppgave 3

Definere problemet

Ta utgangspunkt i gruppas nøkkelinnsikter fra oppgave 2.

- Diskutere 2–3 mulige HKV-spørsmål.
- Et HKV spørsmål utformes etter denne oppskriften:

Hvordan kan vi **[aktivt verb + målgruppen]** med **[behov/utfordring]** slik at målgruppen oppnår **[verdi]**?

- Velg ett (1) av HKV-spørsmålene som dere mener er mest relevant og potensielt løsbart.

**15
min**

Først 15 min med sidemann

**45
min**

Deretter i gruppen

Mål

Velge ett HVK-spørsmål som danner basis for resten av prosessen

BRUK EN KI-ASSISTENT

Generere "Hvordan kan vi..."-spørsmål med KI-assistent

Be KI-assistenten om å formulere flere "Hvordan kan vi..."-spørsmål basert på en spesifikk utfordring. Dette kan gi nye perspektiver og hjelpe dere med å se problemet fra ulike vinkler.



jeg trenger mer hjelp med prosessen. er du klar?

Ja, jeg er klar! 😊 Hva trenger du hjelp med i prosessen? Skal vi dykke dypere inn i en spesifikk fase av **Double Diamond**, eller ønsker du hjelp med hvordan du kan bruke innsiktene dine videre?

📄 👍 🗨️ 🔊 ✎️ ↺

Spør om hva som helst



Oppgave 3

Definere problemet

Ta utgangspunkt i gruppas nøkkelinnsikter fra oppgave 2.

- Diskutere 2–3 mulige HKV-spørsmål.
- Et HKV spørsmål utformes etter denne oppskriften:

Hvordan kan vi [**aktivt verb + målgruppen**] med [**behov/utfordring**] slik at målgruppen oppnår [**verdi**]?

- Velg ett (1) av HKV-spørsmålene som dere mener er mest relevant og potensielt løsbart.

**15
min**

Først 15 min med sidemann

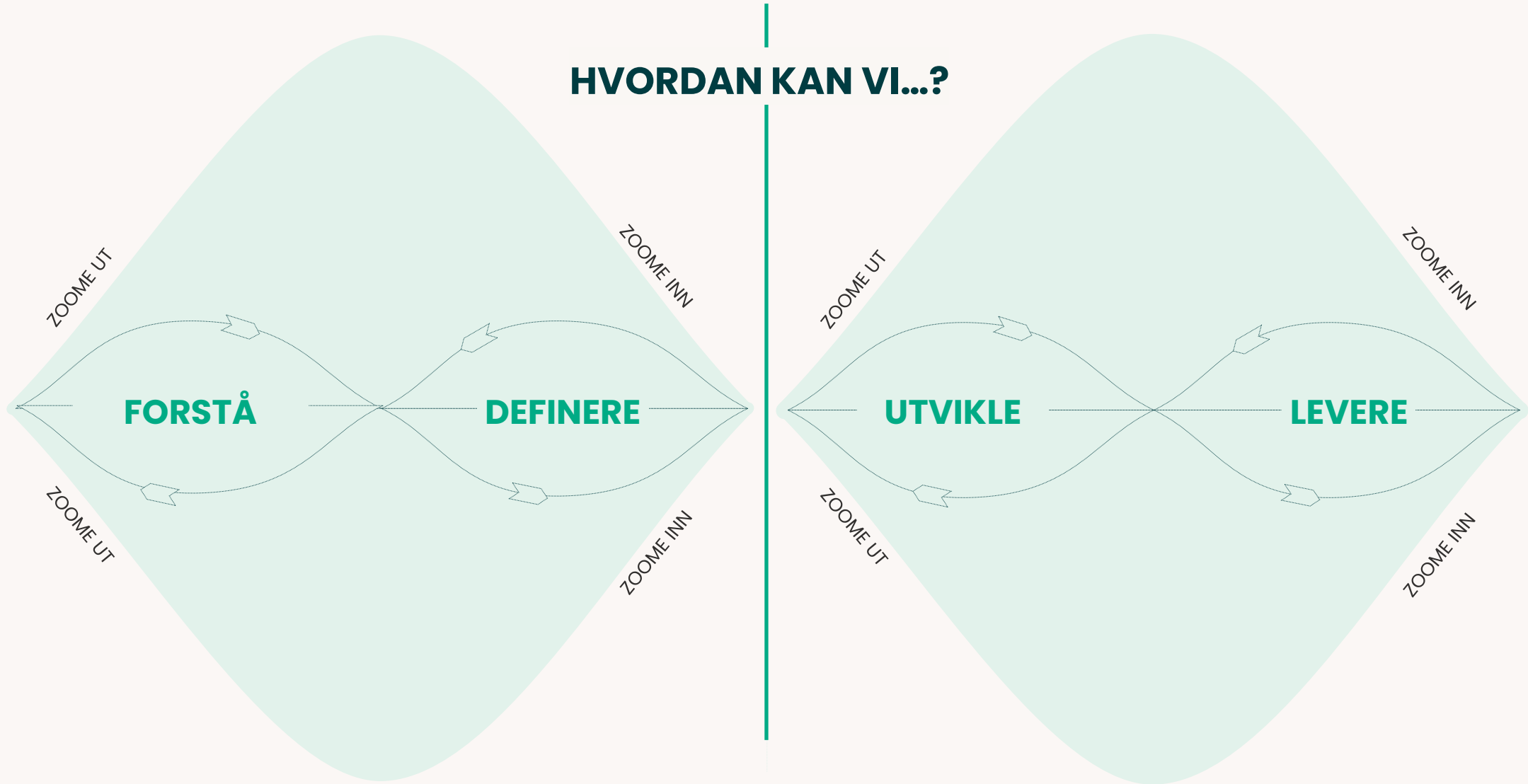
**45
min**

Deretter i gruppen

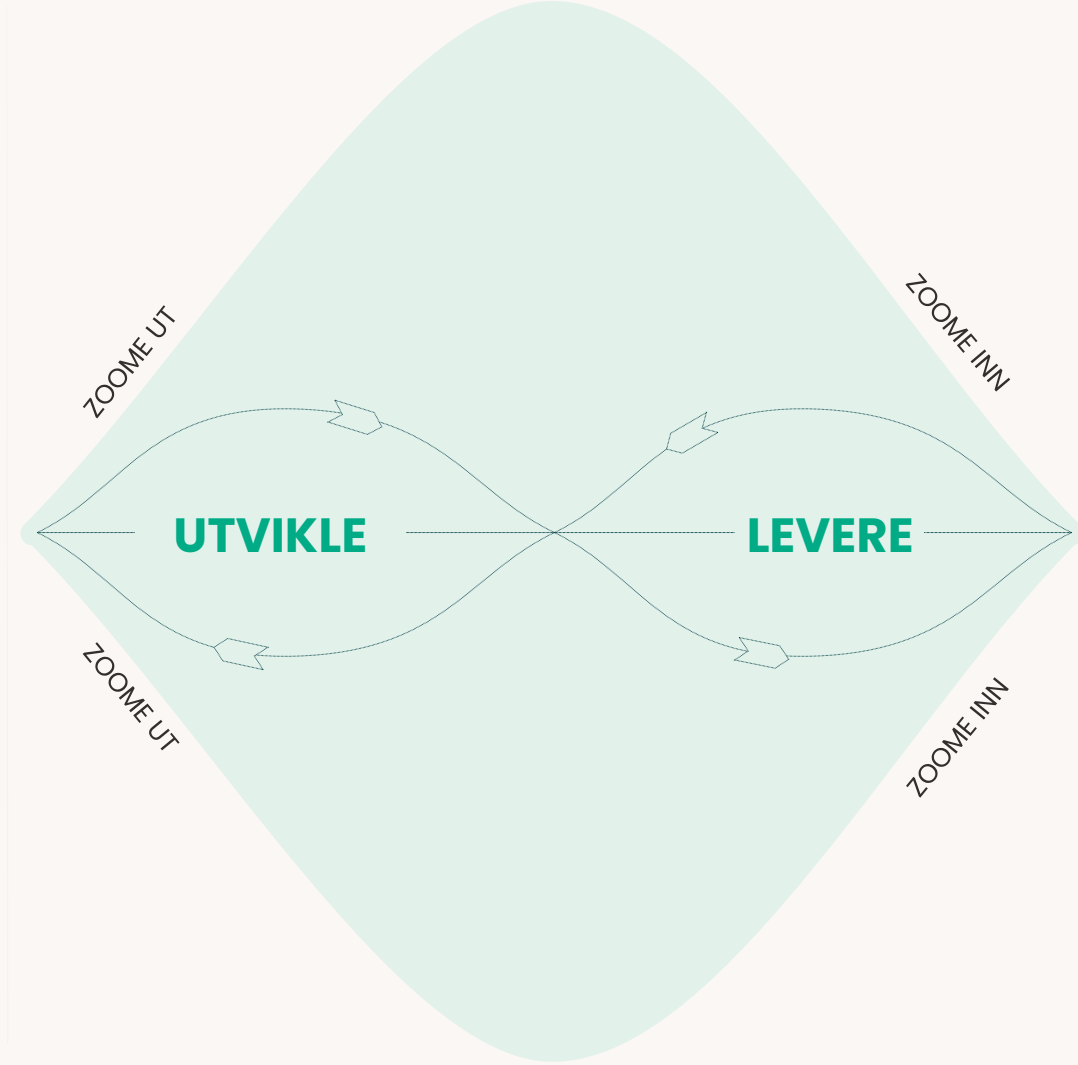
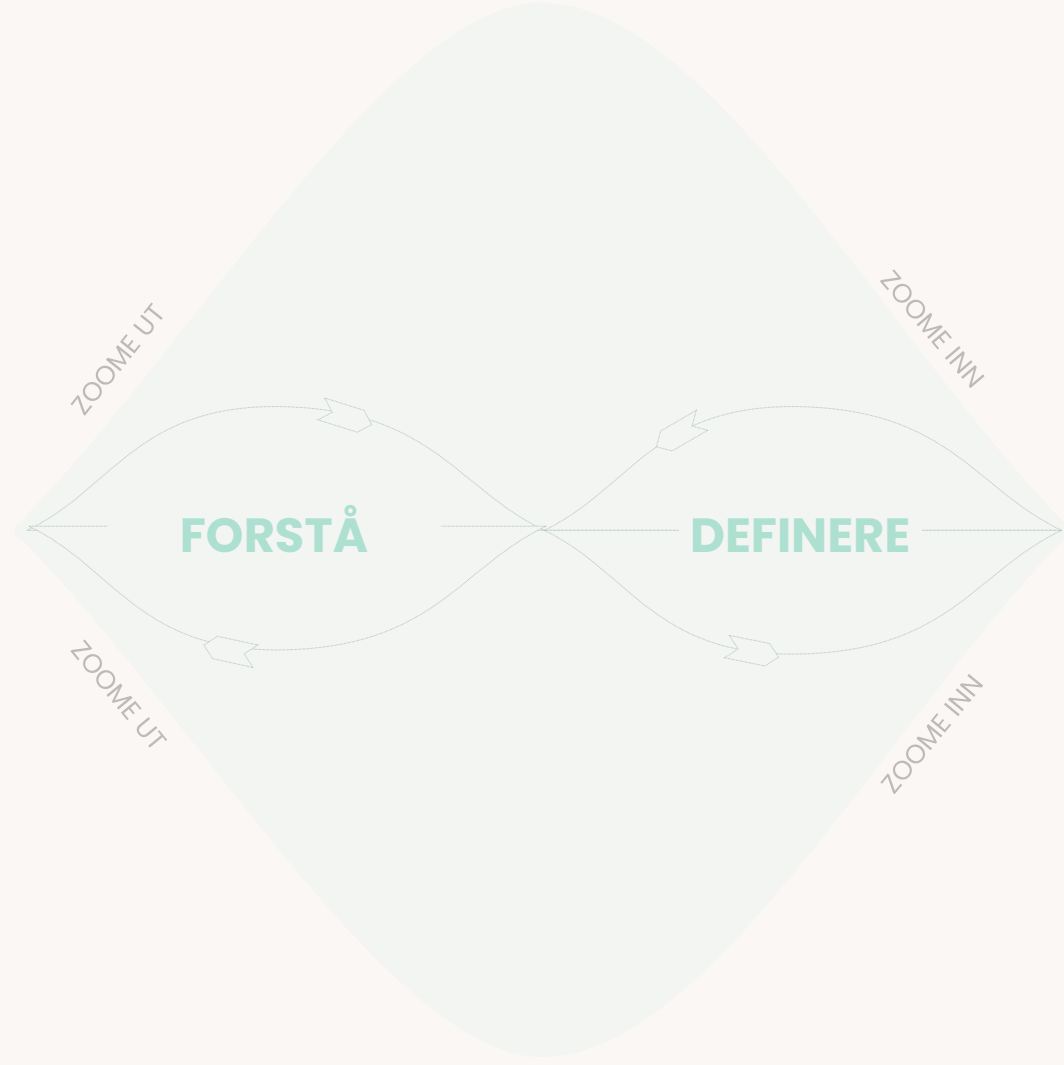
Mål

Velge ett HVK-spørsmål som danner basis for resten av prosessen

OPPSUMMERING



UTVIKLE OG LEVERE



MÅL

1

Hva

- Basert på HVK-spørsmålet, utvikle ideer til løsning

Hvordan

- Utvikle mange ideer! Først individuelt og deretter i felleskap.

2

Hva

- Utvikle og teste ideen dere har valgt

Hvordan

- Utforme verdiforslag
- Lage prototyper til løsninger
- Hvordan kan vi levere løsningen og verdiforslaget?



Idéutvikling

- En idé er et løsningsforslag på en felles problemforståelse
- Ideen kan være knyttet til en ny eller forbedret tjeneste eller produkt, en prosess og til og med en strategi.
- Målet er å utvikle så mange ideer som mulig på kort tid.



Se etter muligheter, ikke begrensninger



Kvantitet over kvalitet!



Det handler om å **bygge på, utvikle og skape**



Det finnes **ingen dumme idéer!**



Skriv ned alle idéer, også de som virker sprø og tullete



Ikke vær djevelens advokat, det kommer senere





oppgave 4

Utvikle ideer

Ta utgangspunkt i gruppas HVK-spørsmål

Individuelt

- Tegn/skriv ut idéer på hvordan du ser for deg at dere kan løse problemet dere definerte.
- Bruk én post-its for hver idé
- Du skal utvikle minst **4 ideer** på 4 minutter

**4
min**

I gruppa

- Tegn en prioriteringsmatrise på et flip-over ark (se oppskriften i heftet)
- Hver av dere presenterer kort ideene, og sammen reflekterer over hvor ideen er på marisen.
- **Bygg på hverandres ideer!**

**45
min**



oppgave 4

Utvikle ideer

Ta utgangspunkt i gruppas HVK-spørsmål

Individuelt

- Tegn/skriv ut idéer på hvordan du ser for deg at dere kan løse problemet dere definerte.
- Bruk én post-its for hver idé
- Du skal utvikle minst **4 ideer** på 4 minutter

**4
min**



Oppgave 4

Utvikle ideer

Ta utgangspunkt i gruppas HVK-spørsmål

Individuelt

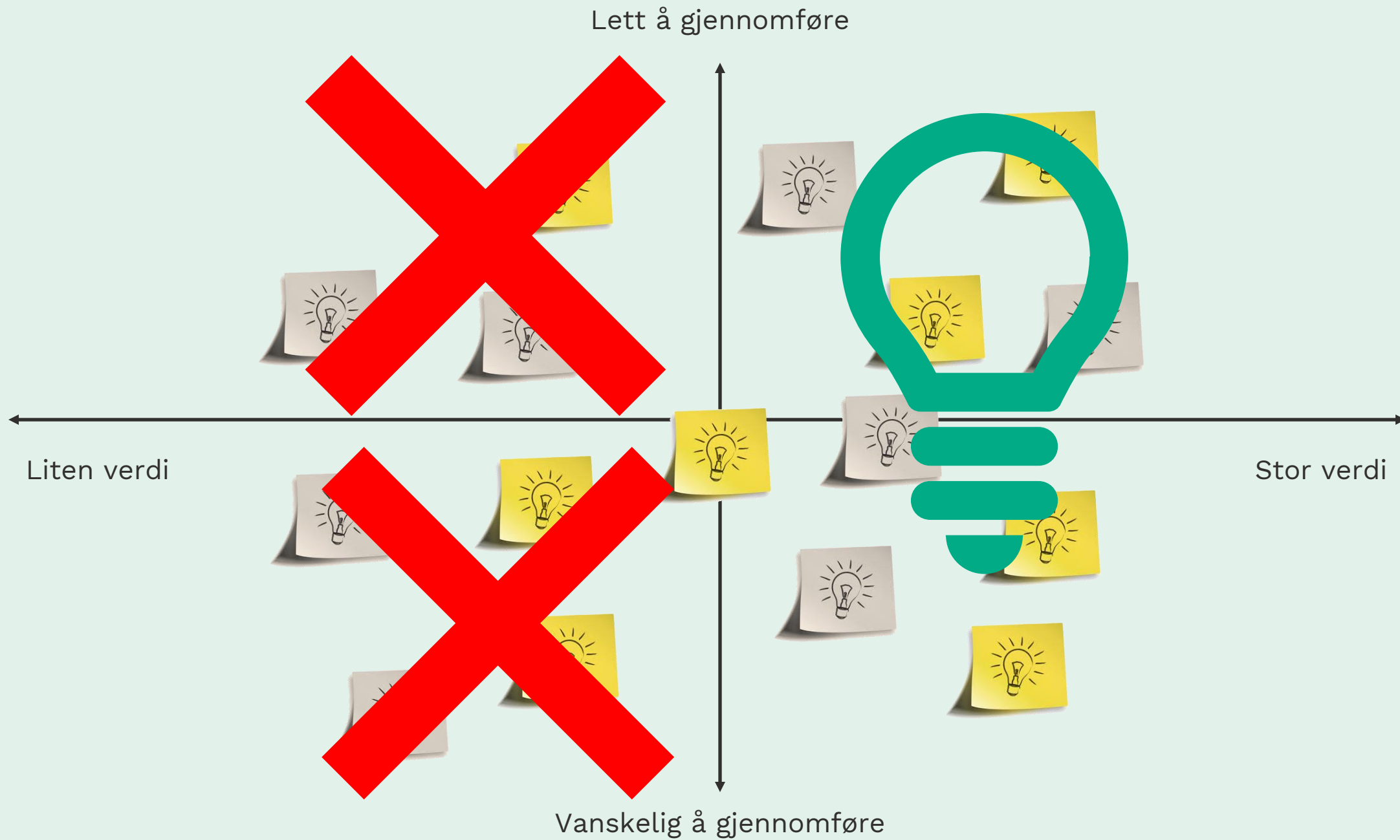
- Tegn/skriv ut idéer på hvordan du ser for deg at dere kan løse problemet dere definerte.
- Bruk én post-its for hver idé
- Du skal utvikle minst **4 ideer** på 4 minutter

**4
min**

I gruppa

- Tegn en prioriteringsmatrise på et flip-over ark (se oppskriften i heftet)
- Hver av dere presenterer kort ideene, og sammen reflekterer over hvor ideen er på marisen.
- **Bygg på hverandres ideer!**

**45
min**





Oppgave 4

Utvikle ideer

Ta utgangspunkt i gruppas HVK-spørsmål

Individuelt

- Tegn/skriv ut idéer på hvordan du ser for deg at dere kan løse problemet dere definerte.
- Bruk én post-its for hver idé
- Du skal utvikle minst **4 ideer** på 4 minutter

**4
min**

I gruppa

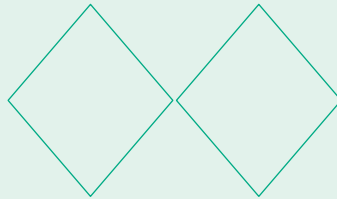
- Tegn en prioriteringsmatrise på et flip-over ark (se oppskriften i heftet)
- Hver av dere presenterer kort ideene, og sammen reflekterer over hvor ideen er på marisen.
- **Bygg på hverandres ideer!**

**45
min**



PAUSE





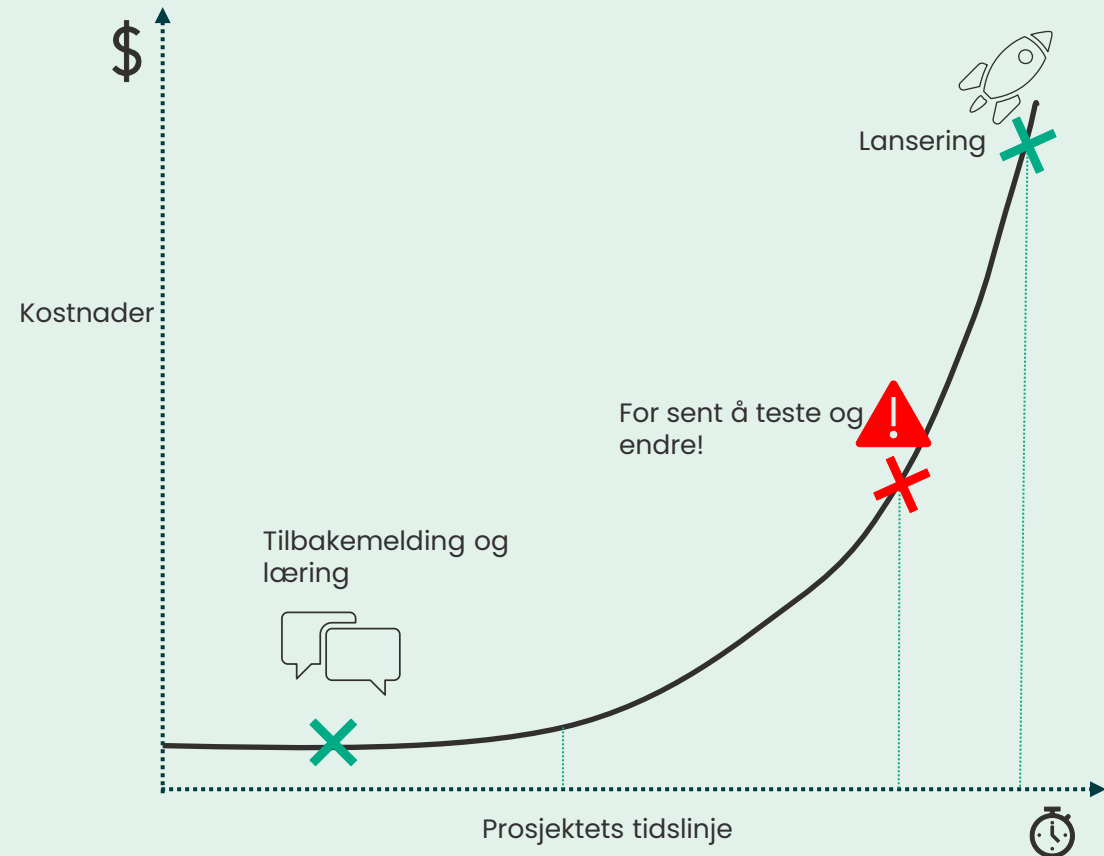
Hvordan er prosessen videre fra ide til konkrete løsningsforslag?

Vi prototyper!



Hvorfor lager vi prototyper?

- Teste om ideen fungerer før du setter i gang med ressurskrevende prosjekter eller aktiviteter
- Redusere usikkerheter knyttet til verdi for målgruppen
- Få tilbakemeldinger fra målgruppen tidlig, og lære fra tilbakemeldingene.
- Unngå ressursbruk på en løsning som ikke bidrar til økt verdi for målgruppen





Storyboard

Ekstremt raskt og billig, og gjør det enklere å få innspill tidlig på en tenkt helhetlig tjenesteopplevelse



Avisforside/Annonse

Gir en beskrivelse som om at tjenesten eller produktet finnes, og hvilke problemer som er løst



Rollespill

Lar oss prøve ut møter mellom mennesker og hvordan nye roller eller arbeidsprosesser kan oppleves



Mock-up

Raskt og billig, og egnet for å teste romlig funksjonalitet eller flyt



Papirprototype

Lar oss prøve ut brukergrensesnitt tidlig før implementering



Klikkbar prototype

Realistisk testing av digitale løsninger og gir pålitelige observasjoner av hva folk gjør



+ mange andre muligheter avhengig av hva løsningsideen er

**Vi skal lage en
pitch som
overbeviser både
ledere og
medarbeidere**



En del av pitchen er et verdiforslaget

Et verdiforslag beskriver hvordan en løsning/ide leverer verdi til målgruppen.

Vi hjelper [målgruppe] med å
[dekke et behov/løse et problem]
gjennom å levere [løsningen/ideen]
som bidrar til [mål/verdi]



Eksempler på verdiforslag

Vi hjelper eldre personer med kroniske sykdommer med å overvåke helsetilstanden sin hjemme gjennom å levere en brukervennlig, digital helseplattform som bidrar til tidlig oppdagelse av helseproblemer og reduserte sykehusinnleggelser.

Vi hjelper pårørende med å forstå, følge opp og støtte sine nærmeste på en trygg og forutsigbar måte gjennom å tilby personlig tilpasset veiledning som bidrar til støtte og avlastning i en krevende situasjon.

Vi hjelper våre medarbeidere med å føles seg hørt og verdsatt gjennom å tilrettelegge for en inkluderende møtekultur som gir en opplevelse av innflytelse på beslutninger





Lag en engasjerende pitch!

Oppgave

- Start med å lage et verdiforslag for målgruppen.

Bruk denne oppskriften (se også s. 14 i Booklet):

Vi hjelper [målgruppe] med å [dekke et behov/løse et problem] gjennom å levere [løsningen/ideen] som bidrar til [mål/verdi]

- Lag pitchen! Pitchen skal gi **mer innhold** til verdiforslaget. Se tips i boka

**10
min**

**20
min**

Mål

En pitch som engasjerer både ledere og medarbeidere



BRUK EN KI-ASSISTENT

(s. 17 i håndboken)

Start med en klar instruksjon til KI-assistenten:

«Jeg ønsker å presentere en idé for daglig leder som kan [kort beskrivelse av ideen]. Målet er å overbevise daglig leder om at implementering. Kan du hjelpe meg med å formulere en tydelig og overbevisende pitch?

Inkluder følgende elementer:

- **Problemstilling:** Hva er utfordringen vi ønsker å løse? (beskriv kort)
- **Verdiforslaget:** [Skriv inn verdiforslaget]
- **Løsning:** Hvordan adresserer ideen dette problemet? (beskriv kort)
- **Verdi:** Hvilken effekt vil løsningen ha for organisasjonen og brukerne? (beskriv kort)
- **Strategisk relevans:** Hvordan henger dette sammen med organisasjonens mål? (beskriv kort)
- **Ressursbehov:** Hva trengs for å realisere ideen? (beskriv kort)
- **Kall til handling:** Hva ønsker vi konkret fra ledelsen? (beskriv kort)

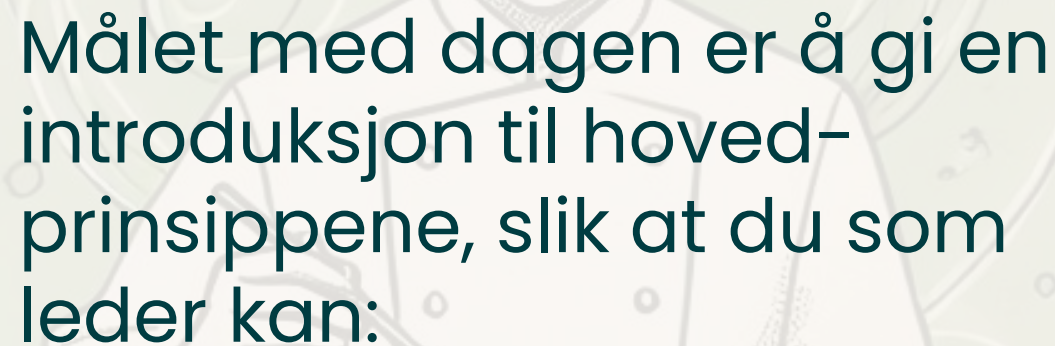
Gi meg en strukturert og profesjonell pitch som er kort og konkret.»





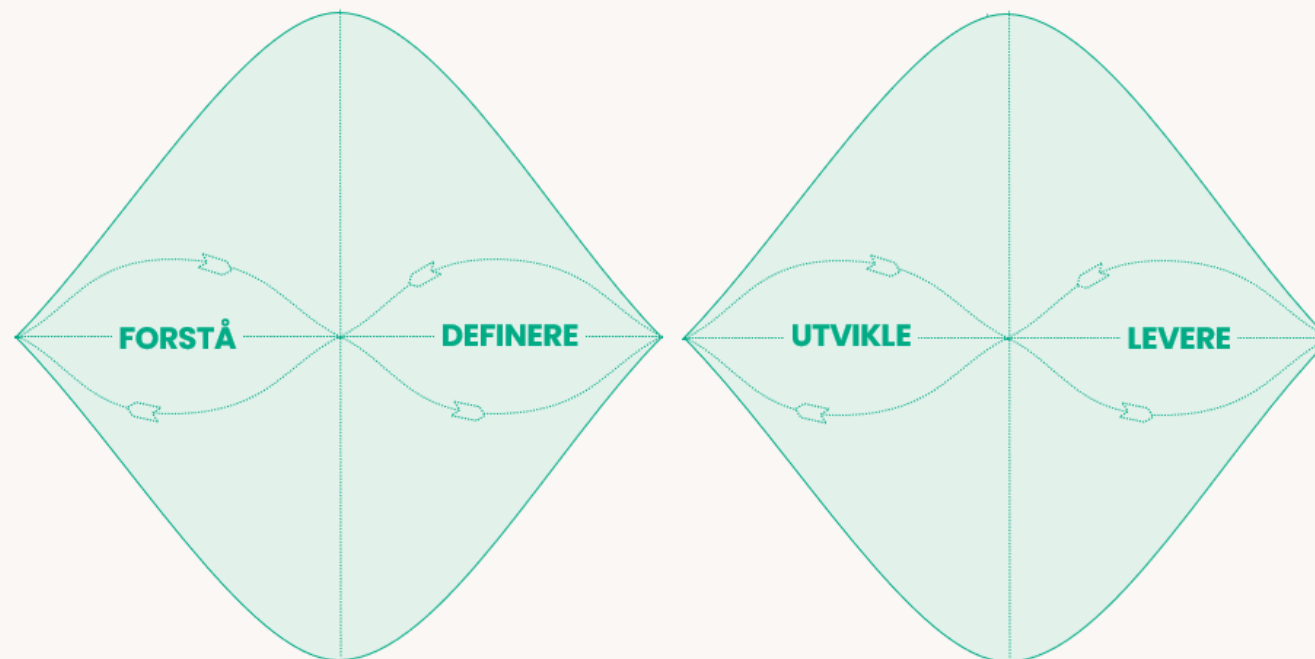
PAUSE





1. Stille relevante spørsmål
2. Oppmuntre medarbeidere til å prøve ut noen av prinsippene i arbeidshverdagen
3. Være en bedre bestiller

Hvordan kan du veilede og støtte medarbeidere gjennom å stille gode spørsmål **underveis** i prosessen?



- Hva slags type innsikt har vi om målgruppen? Hvilke innsikter har overrasket deg mest?
- Er vi sikre på at vi løser riktig problem, eller bør vi dykke dypere for å avdekke «rotårsakene»?
- Hvilke antakelser og/eller innsikter er kritiske å teste gjennom prototyper?
- Hvordan vet vi om løsningen skaper verdi for brukerne?

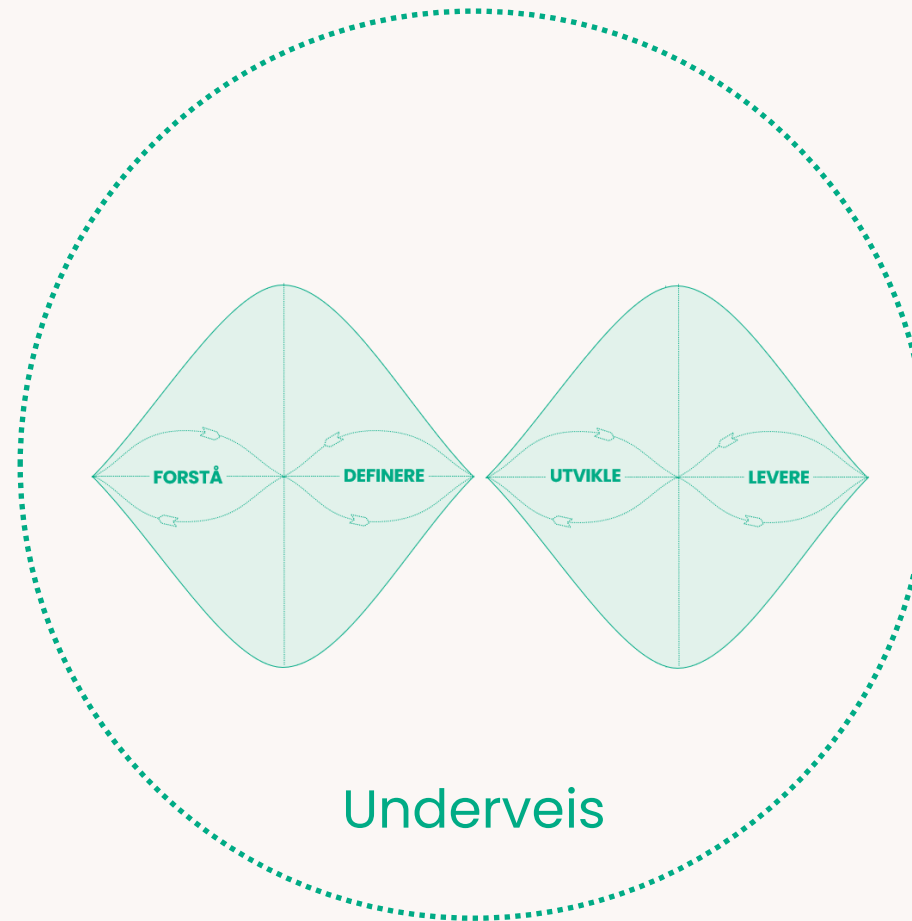


Hvordan kan du veilede og støtte medarbeidere gjennom å stille gode spørsmål

Før og etter prosessen?

Før

- Hvilke ressurser og kompetanser trenger vi for å lykkes, og hvem fra andre avdelinger bør delta?
- Hvordan kan vi som ledere best støtte og følge opp prosjektet underveis?
- Hvordan måler vi fremdrift og sikrer at løsningen skaper faktisk verdi?



Etter

- Hvordan kan vi dele læringene fra dette prosjektet med resten av organisasjonen?
- Hva har vi lært av viktige suksesskriterier som kan være til inspirasjon for andre i organisasjonen?
- Hvordan samler vi tilbakemeldinger for å kunne forbedre løsningen over tid?





Oppgave 6

Hva har du lært i dag som du vil ta med deg videre i hverdagen?

- Gå sammen to-og-to.
Del og reflekter 😊 i gruppa

**10
min**



Eksempler



- To eksempler fra Lillestrøm kommune
Lena Solholt
- Fra ledersamling til hverdag – støtte og ressurser for dere som vil jobbe videre med designdrevne prosesser.
Kristoffer Jansønn Borgen-Byng & Amanda Jullum Ericsson

Nyskaping i det lille formatet

2 eksempler

Teknologi

Automatisering av kalenderoppføringer

Torstein Andreassen
Eline Reiten Sæta

Personalledelse

Friskuskafe for sykmeldte

Nina Kristin Jonassen
Vibeke Johansen Karlsen

Automatisering av kalenderoppføringer

Kalenderoppføringer for drop-in tjenesten

- Tar utgangspunkt i en fast kalenderoppføring som skal opprettes
- Kalenderoppføringene er plassholdere et bestillingsskjema
- Oppretter 40 kalenderoppføringer hver uke to uker frem i tid



^ Jeg vil bestille time til samtale

Du trenger bankID for å bestille time.

Bestill time til samtale

<https://www.lillestrom.kommune.no/helse-og-omsorg/psykisk-helse-og-avhengighet/over-18-ar/tilbud-med-kort-ventetid/>

Hvorfor?

- Legges inn manuelt
- Tar mellom 40-60 minutter å legge inn hver uke
- Risiko for feil, manglende oppføringer og sårbart med tanke på fravær/ferie e.l.

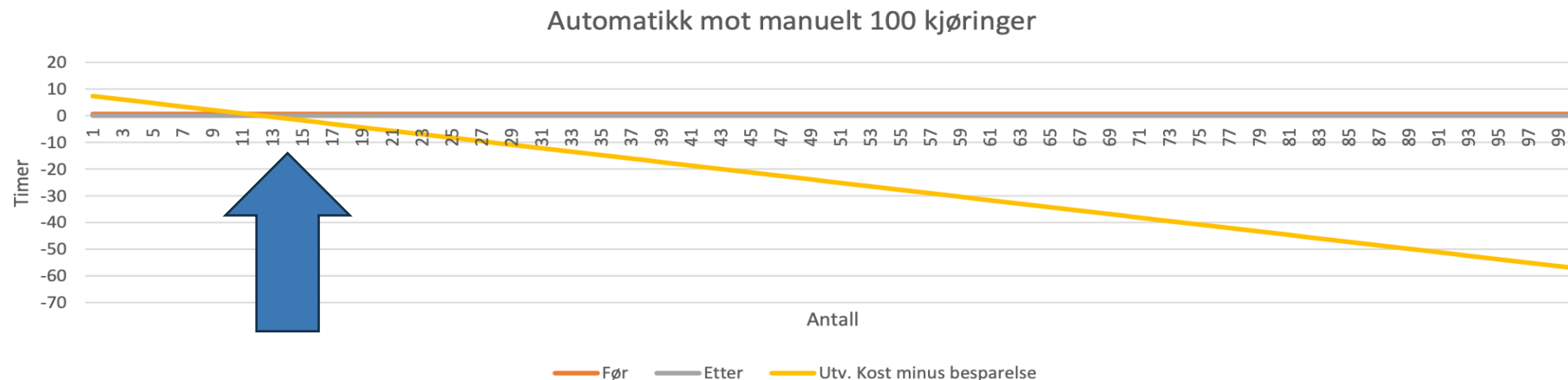
Hvem?

- Innbyggere som skal bestille får tilgjengelige timer
- Seksjonsleder får frigjort tid til andre oppgaver

Gevinster

Utviklingskost	8	timer	≈ 08:00:00	hh:mm:ss
Vedlikeholdskost 10%	0,8	timer	≈ 00:48:00	hh:mm:ss
Vedlikeholdskost 20%	1,6	timer	≈ 01:36:00	hh:mm:ss
Tid som brukes i dag pr operasjon	0,66667	timer	≈ 00:40:00	hh:mm:ss
Tid brukt pr automatikk som går	0,01667	timer	≈ 00:01:00	hh:mm:ss
Volum	52	antall	i ...året/mnd/dagen?	

Antall operasjoner for å gå i 0 uten vedlikehold	12
Antall operasjoner for å gå i 0 med vedlikehold 10%	14
Antall operasjoner for å gå i 0 med vedlikehold 20%	15
Timer spart etter volum 52 kjørt uten vedlikehold	26
Timer spart etter volum 52 kjørt med 10% vedlikehold	25
Timer spart etter volum 52 kjørt med 20% vedlikehold	24



Gevinster

- Kvalitet
- Kontinuitet
- Gjenbrukbarhet
- Motivasjon

Innovasjon

- Selvbooking
- God teknisk løsning
- Rask implementering

Gjenbruk

- Ved andre lignende drop-in løsninger
- Generisk laget ved bruk av ulike innstillinger kan endres

Torstein Andreassen & Eline Reiten Sæta

Innovasjon og digitalisering
&
Tidlig inn psykisk helse og avhengighet

Friskuskafe



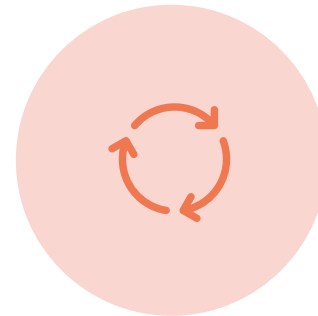
Hva?



Et uformelt
møte hvor
ledere og
ansatte møtes
– men med
formell
gjennomføres i
innkalling
Servicetjeneste
r



For ansatte i
langtidssykmel
ding eller med
hyppig
korttidsfravær
Utviklet i
Skedsmo (?),
og videreført i
Lillestrøm



Hvorfor?

-  Sykefraværsoppfølgingen er veldig formell og regelstyrt
-  Behov for å møte de sykmeldte (eller de med hyppig korttidsfravær) på en mer uformell arena
-  Behov for å få bedre kontakt med denne ansattgruppen og innsikt i deres situasjon og behov
-  **Overordnet mål:** bidrag til å få ansatte raskere tilbake i jobb

Hvordan



Kontekst

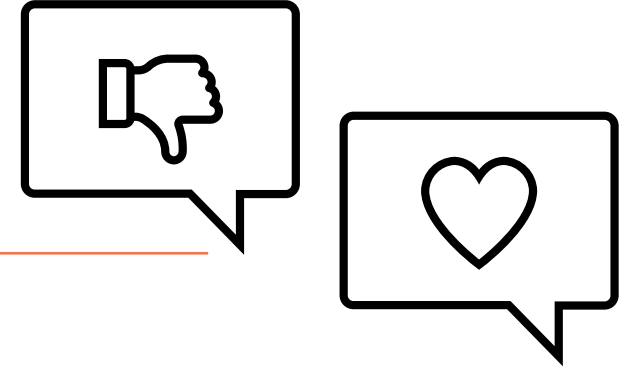


Tema



Informasjon

Motstand?



Absolutt!

Ukjent praksis for mange i ny kommune

De som var vant til dette tiltaket, ønsket det også i Lillestrøm

Hvordan jobbe med motstand?

Viktig å skape forståelse for at dette er en del av vår oppfølging

Gevinster?

- Komprimere dialogen med de sykmeldte – i stedet for å bruke tid hver dag
- En uformell dialog gjør at relasjoner blir tryggere, ansatte finner hverandre OSV.
- Bedre arbeidsmiljø og relasjoner for dem som er sykmeldt -> flere forslag og tilbakemeldinger til leder ang. arbeidet og arbeidssituasjonen -> bedre tilrettelegging
- Leder opplever å få bedre relasjon til de sykmeldte, med økt innsikt i og forståelse for situasjonen



Nina Kristin Jonassen & Vibeke Johansen Karlsen

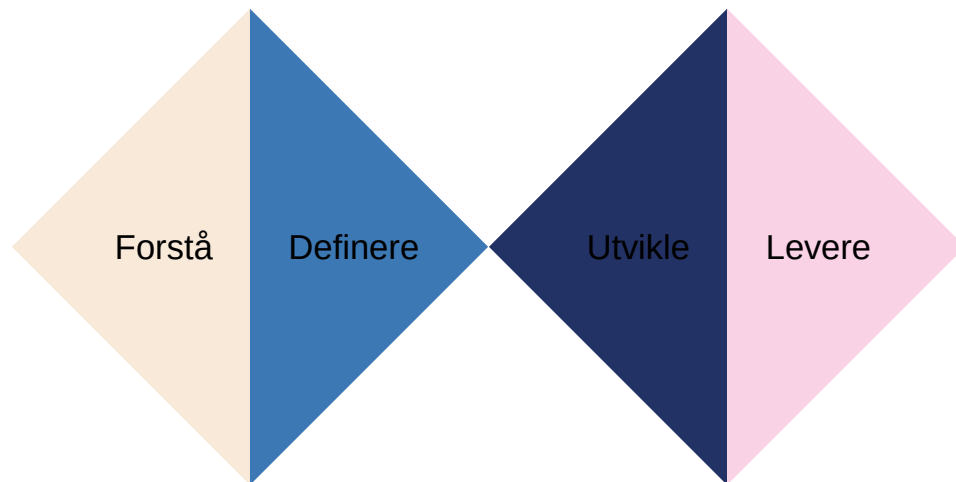
Seksjonsleder renhold Glomma
&
Seksjonsleder renhold Sagdalen

Fra ledersamling til hverdag...



DOGAs dybdekurs i designdrevet innovasjon





FORSTÅ
Modul 1
Utfordring



FORSTÅ
Modul 2
Innsikt



Feltarbeid
Innsikt



DEFINERE
Modul 3
Definere



UTVIKLE
Modul 4
Utvikle



LEVERE
Modul 5
Teste og justere



Feltarbeid
Testing



LEVERE
Modul 6
Ta i bruk

Trenger dere nye løsninger på utfordringer dere jobber med?

Les mer på Ansattportalen, søk etter [«Dybdekurs i Designrevet innovasjon \(DOGA\)»](#)

Kontakt oss på Teams eller e-post

Kristoffer Jansønn Borgen-Byng

krbo08@lillestrom.kommune.no

Amanda Jullum Ericsson

amer01@lillestrom.kommune.no

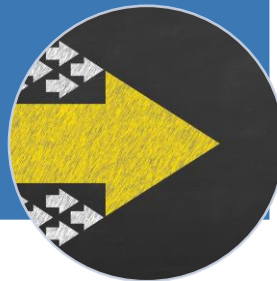
Har ny kunnskap. Hva nå...?



Lederstøtte for nyskaping og utvikling

- Lederstøtte
- Teamutvikling
- Prosesstøtte
- Arbeidsmiljøtiltak
- Strategiarbeid
- Kompetansearbeid
- Organisasjonsutvikling

HR



- Digitalisering
- Innovasjon
- Prosesstøtte
- Prosjektledelse
- Gjennomføring
- Digital innbyggerdialog
- Organisasjonsutvikling

og



Takk for i dag! Vel hjem!

