

KULTURPOLITIK OG KUNSTINSTITUTIONER



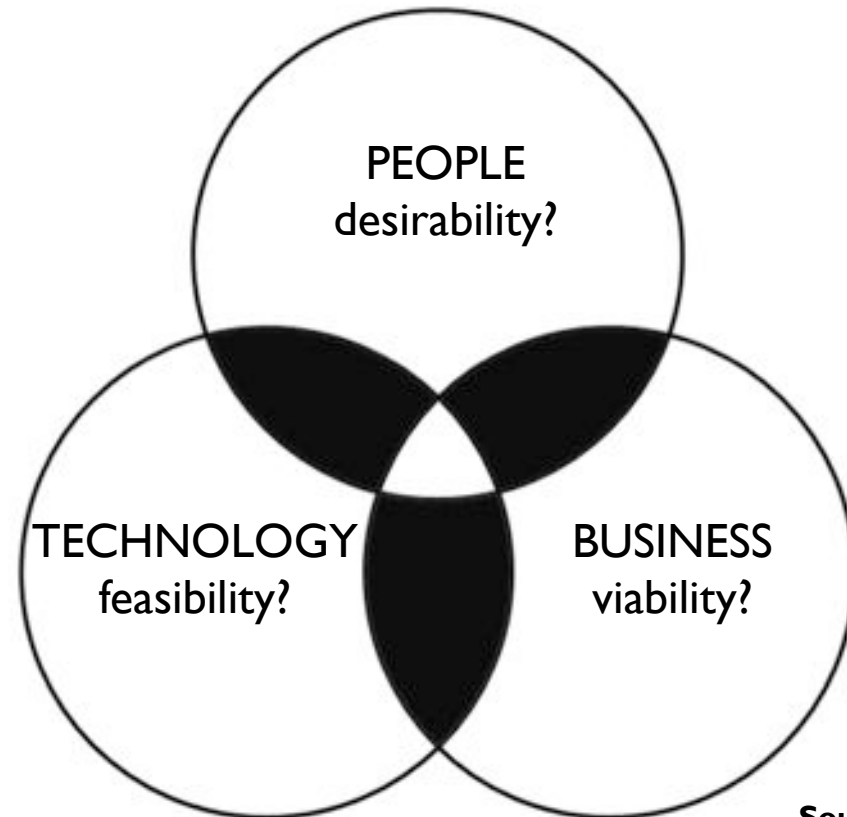
Marjanne Kurth
Innovationskonsulent, Cand.mag.
mkurth@hum.ku.dk

Jesper Lee Jyderup
Innovationskonsulent, Cand.mag.
gyderup@hum.ku.dk

INNOVATION

handler om **nyskabelse og værdiskabelse**.
Det er en proces, der skaber noget nyt,
og fører det hen, hvor det skaber værdi
for nogle. Det er et håndværk, det er en
disciplin, det er kreativt, det er strategisk,
men først og fremmest er det et **mindset**.

Innovation har mange indgangsvinkler. Vi arbejder med innovation ud fra **the human-centered approach**.



Source:
IDEO.com

PEOPLE, PROTOTYPES, PITCH



PITCH

1 UDVIKLING

2 PRÆSENTATION

OUTPUT

- 1 Processslides**
- 2 Udfordringskort**
- 3 Mulighedsrum**

DAGENS 4 ORD

NABC

1 Need

2 Approach

3 Benefit

4 Competition

ØVELSER

1 Need

2 Approach

3 Benefit

4 Competition

INDEN VI GÅR I GANG (dét med småt)

- **Værktøjer er værktøjer.**
- **Et skridt tilbage.**
- **Vi er ikke langt nok.**
- **Brug kursets faglighed**



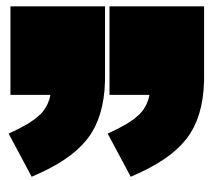
SRI INTERNATIONAL

NABC

Pitch value proposition



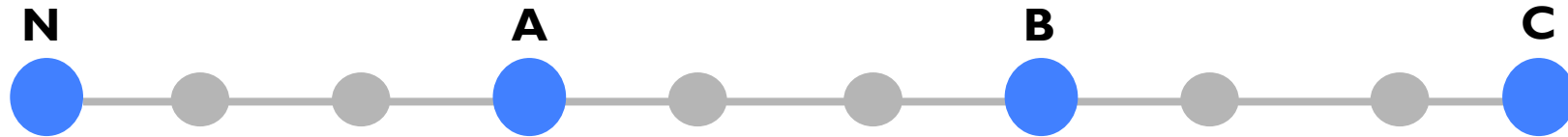
NABC VALUE PROPOSITION



An important client or market **need** addressed by a **unique approach** with **compelling benefits** when compared against the **competition or alternatives**.

An NABC is also a tool your clients can use to sell your solutions within their organizations. They must answer these questions, too, and you should help them.

PITCH VALUE PROPOSITION



N: What is the important customer and market need?

Forslag: Tilbyd relevans og legitimitet gennem "evidencing".

A: What is the unique approach for addressing this need?

Forslag: Synliggør den bærende idé og "afspil" kerneaktiviteterne i løsningen.

B: What are the specific customer benefits?

Forslag: Giv eksempler på brugssituationer og deres positive effekter.

C: How are the benefits superior to the competition's and the alternatives?

Forslag: Beskriv udbyttet af jeres projekt for kunden.

FORDI

Vi bruger ikke idéer. Vi interagerer med **løsninger**, der løser vores **problemer**. Få vil sætte en løsning/projekt i gang, hvis ikke de har **forstået** problemet.

IND I MEDBORGERSKABET

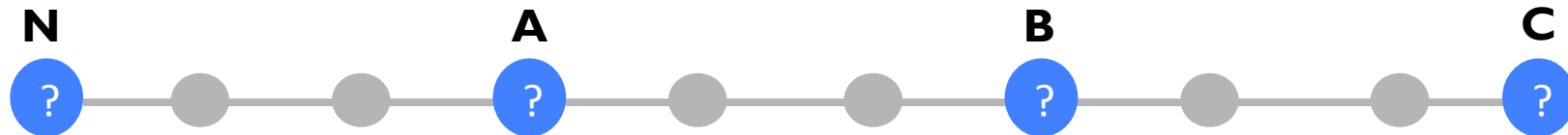
— PÅ 60 SEKUNDER —

PROJEKTPRÆSENTATION

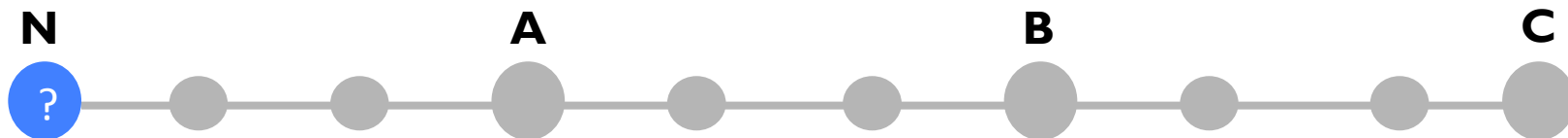
1. Præsenter opgaven (fra opdragsgiver)
2. Præsenter vinklen (fra mindmap)
3. Præsenter en idé (fra gruppemøde)

NABC

ITERATIV VÆRDISKABELSESPROCES



The most **important** customer and market **need**?
Define key question, hypothesis or problem

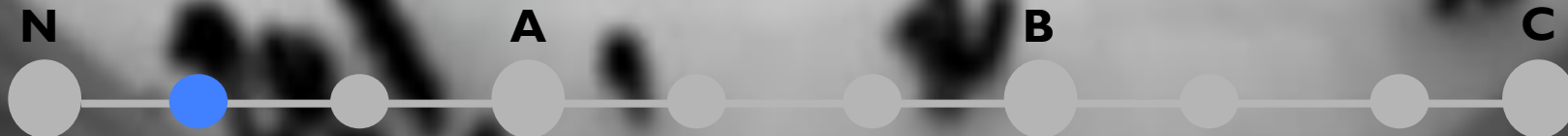


BYG DATAGRUNDLAG

— Observationer og interviews —

Ind i brugerens/borgerens/kundens hverdag

- Deltagerobservation (tilstedeværelse)
- Interviews (semi-strukturerede)
- Deskresearch (teori, rapporter...)
- Metodekritik



DEFINÉR DYBDE

— Analyser og indsigter —

Forstå brugerens/borgerens/kundens udfordring

- Hvad har du/I lært af datagrundlaget?
(behovsprincipper, bevæggrunde)
- Har vi det rigtige spørgsmål/problem/behov?
- Kan vi definere en fremadrettet problemstilling?



STRUKTURÉR INDSIGTER

— Lav udfordringskort —

Om udfordringskort

Udfordringskort viser indsigter fra felten via billeder eller citater fra brugerne/borgerne/kunderne og i en forklarende tekst, der peger på en problematik, barriere eller tematik.

Synlige beslutninger

Ved at oversætte indsigter til udfordringer i spørgsmål, kan I diskutere og idéudvikle sammen med brugere/borgere/leverandører/opdragsgiver/osv..



"Lokalmiljøet inddrages ikke i undervisningen"

- Christina, 18 år, elev i 3.g

Christina fortæller, at der på Rysensteen er elevpolitisk fokus på lokalområdet, fx ved at arbejde for et fikserum på Vesterbro. Hun ærgrer sig over, at lokalområdets udfordringer ikke bliver inddraget mere i undervisningen.



Hvordan kan vi integrere både det lokale og det globale i citizenship-programmet?

Indsæt billede

OVERSKRIFT

VEKTOR X | VEKTORNAVN

”Citat ... ”

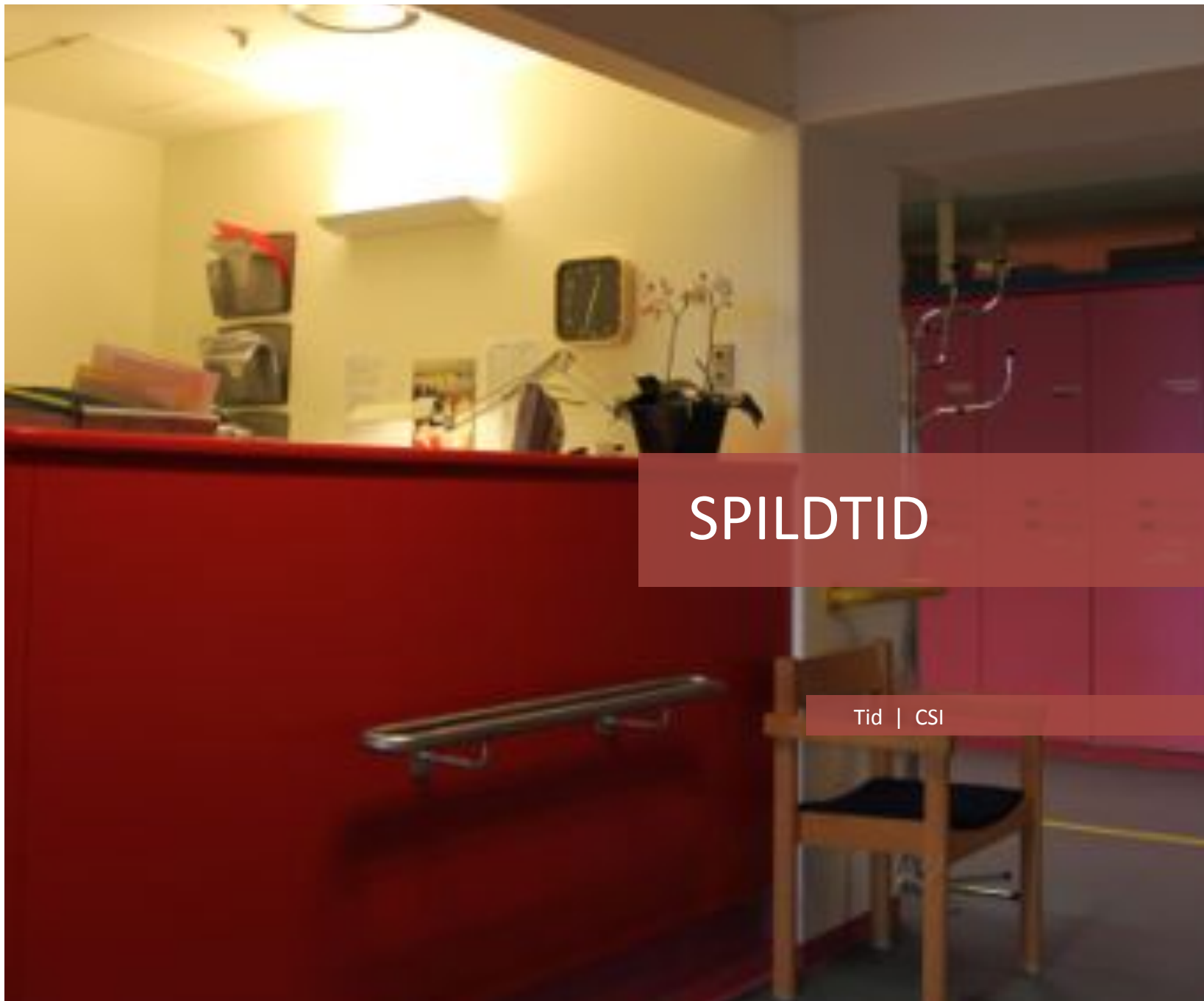
- Navn, alder/segmentering

Forklarende tekst

Indsæt billede
Af citatets
afsender

Navn + projekt

UDFORDRING, SPØRGSMÅL?



SPILDTID

Tid | CSI

”Tiden er meget vigtig, når man er syg. Al ventetid er forfærdelig – jeg kunne jo bruge min tid med min familie”

- Lene, 42, cancerpatient og formand for KUI

Der er megen ventetid, når man er patient: Transport til hospitalet, i venteværelset, før behandling, under behandling f.eks. vente på kemoen løber igennem, (patienthotellet) eller transport hjem igen.

For kræftpatienter er tid noget anderledes end for andre – man ved ikke hvor meget man har eller hvornår man ikke længere har den.



Lene+ CSI

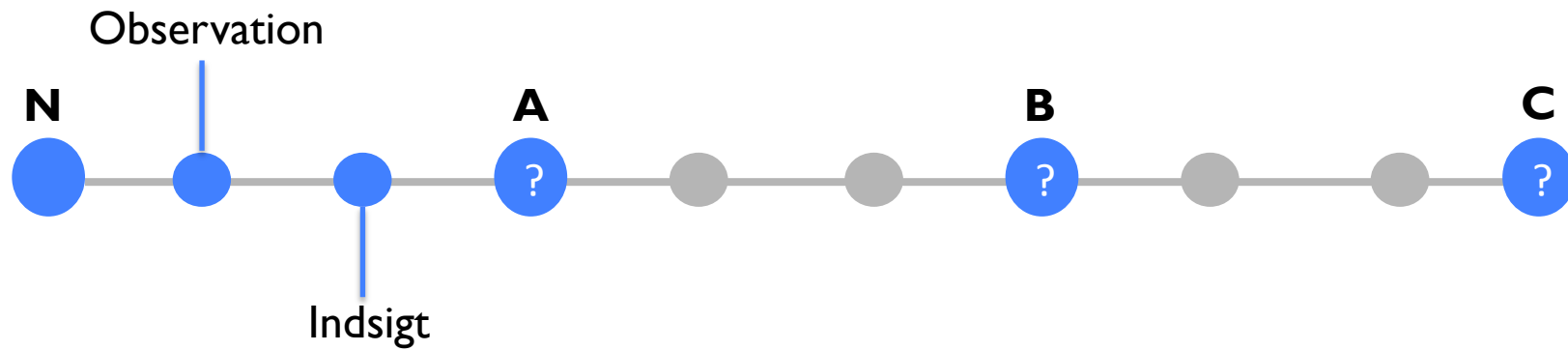
Hvordan kan man berige den ‘in between’ tid som mange kræftpatienter oplever?

2 UDFORDRINGSKORT

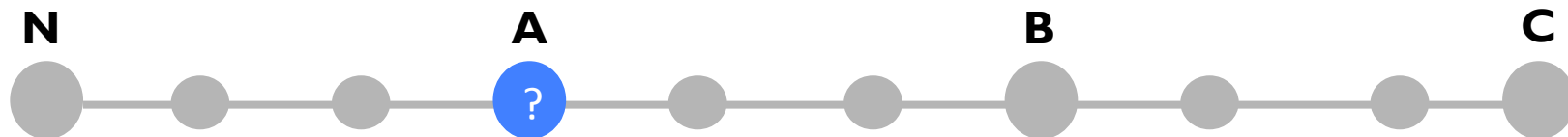
50 MINUTTER

(inklusive frokostpause)

NABC



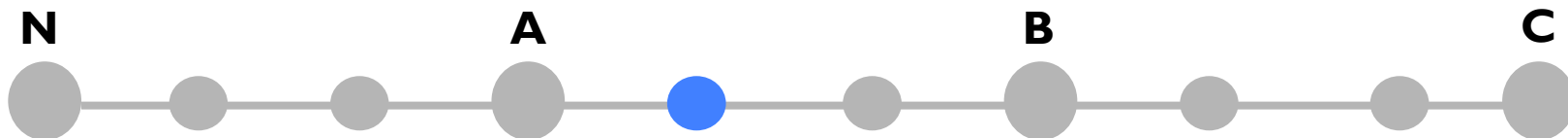
The **unique approach** for addressing the need?
Prototype conceptual solution



BYG MULIGHEDSRUM

Mulighedsrum er funderet i indsigter og kan inspirere og rumme utallige mulighedsforslag.

1. Navn på tematik/mulighedsrum (fx vinkling af ”medborgerskab”).
2. Udvalg er nøgleindsigter fra research (udfordringskort, bruger- og organisationsviden, branchetrends, osv.).
3. Adskillige ”*Hvordan kan vi*”-spørgsmål inspireret af indsigter fra tematikker/ mulighedsrum.
4. Udvælg 2 centrale ”*Hvordan kan vi*”-spørgsmål.



HANDS-ON MINDS-ON LEARNING

TO BECOME THE UNIVERSALLY USED "KINAESTHETIC"
(LEARNING BY MAKING) EDUCATION AND CREATIVITY TOOL

TRENDS & INSIGHTS

Technology & Learning

A rapid movement towards a knowledge and technology based society has shifted the learning process towards a project based collaborative approach.



Learning by making in the form of project-based learning is an inherent aspect.



Technologies like internet, ICT, network, smartphone and mobile platforms are integral in today's education.



ICTs, AR/VR, Taps, Gammas etc. turn the world environment into an interactive learning space.



HOW MIGHT WE?

Empower L2/L3 kids with the skills for the future.

Encourage and value digital invention.

Use creative applications in L2/L3 learning.

Teach kids about creative use of technology.

Provide flexible learning spaces.

Flexibility design & mobility communication learning materials in all L2/L3 products.

Deliver 'Story Content' for attached app.

Multiple learning with mobile platform.



Tap into the L2/L3 learning gap.

Be wider than existing technology skills.

Build on the creative and collaborative energy of the future community.

Use remote monitor and tags to create interactive learning spaces.

Use augmented reality as a learning tool.

Expand students' and teachers' to learn more about world.

Use remote technology to fit kids who are social in their ways.

Use the power of physical gaming as a learning tool.

LAV EN POSTER (brainstorm grundlag)

20 minutter



FÆLLES PRÆSENTATION (brainstorm tuning)

1 minut per gruppe



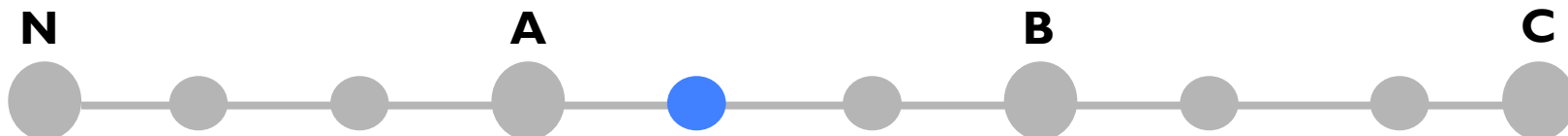
BRAINSTORM (brainstorm regler)

2 runder à 7 minutter

BYG MULIGHEDSRUM

Mulighedsrum er funderet i indsigter og kan inspirere og rumme utallige mulighedsforslag.

1. Navn på tematik/mulighedsrum (fx vinkling af ”medborgerskab”).
2. Udvalg er nøgleindsigter fra research (bruger- og organisationsviden, branchetrends, billeder etc.).
3. Adskillige ”*Hvordan kan vi*”-spørgsmål inspireret af indsigter fra tematikker/ mulighedsrum.
4. Udvælg 2 centrale ”*Hvordan kan vi*”-spørgsmål.



LAV EN POSTER (brainstorm grundlag)

20 minutter



FÆLLES PRÆSENTATION (brainstorm tuning)

1 minut per gruppe



BRAINSTORM (brainstorm regler)

2 runder à 7 minutter

LAV EN POSTER (brainstorm grundlag)

20 minutter



FÆLLES PRÆSENTATION (brainstorm tuning)

1 minut per gruppe



BRAINSTORM (brainstorm regler)

2 runder à 7 minutter

BRAINSTORM

A human skull is shown in profile, facing left. From the top of the skull, several syringes of various colors (red, green, blue, yellow, pink, purple) are protruding, fanning out towards the top right. The background is a dark, textured grey.

2 runder à 7 minutter

- En fra gruppen bliver tilbage og faciliterer.
- Resten træder ind i en anden gruppe.

FACILITATOR SIKRER

1. Defer judgement
2. Go for quantity
3. Encourage wild ideas
4. Build on the ideas of others
5. Deep conversation and knowledge
6. Stay focused on the topic
7. Be visual

NÆSTE 10 MINUTTER

I har jeres poster.

I har jeres egne idéer (grøn).

I har andres idéer (lyserød).

**NU SKAL I GRUPPERE IDÉERNE I
KATEGORIER.**

(Herefter minioplæg om de sidste NABC-faser)

HVORDAN GIK DET?

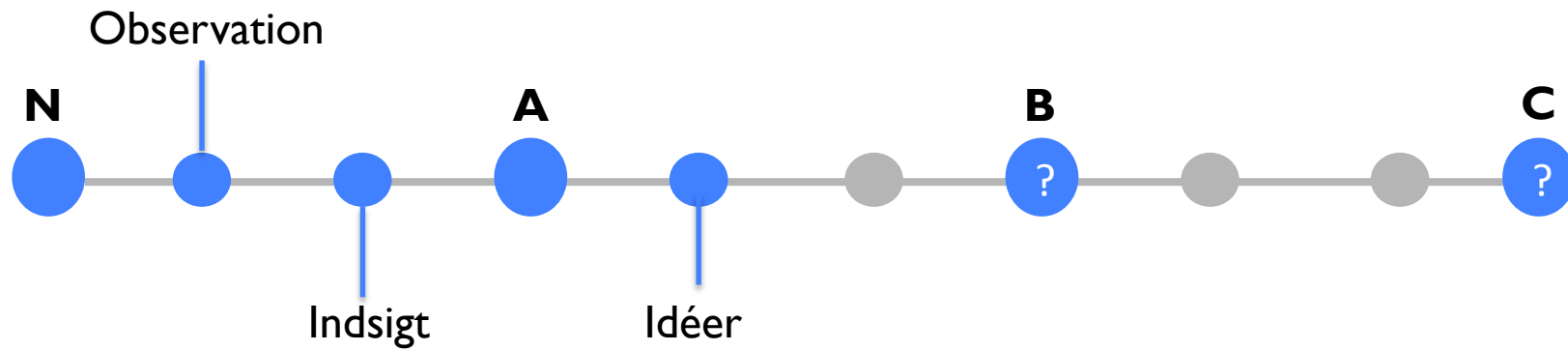
- 1. Var I gode nok til at facilitere?**
- 2. Havde I gode nok "Hvordan kan vi"?**
- 3. Fik I nye idéer?**

PROCESSTOP

Øvelserne giver en forsmag på jeres brugertests.

1. **Insights**
2. **Mulighedsrum**
3. **Idéer i mulighedsrum**
4. **Gruppering af idéer, som løsning kan bygge på.**

NABC

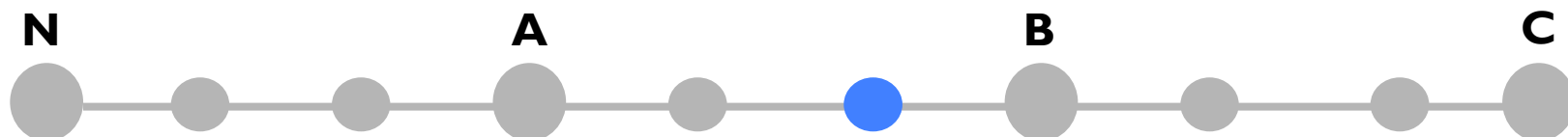


BYG LØSNINGSFORSLAG

— Udvikling og prototyping —

Prototyping bruges til at undersøge og kommunikere løsningens sammenhæng.

- Rapid prototyping
- Experience prototyping (før-under-efter)
- User tests/workshops



ZOOM OUT

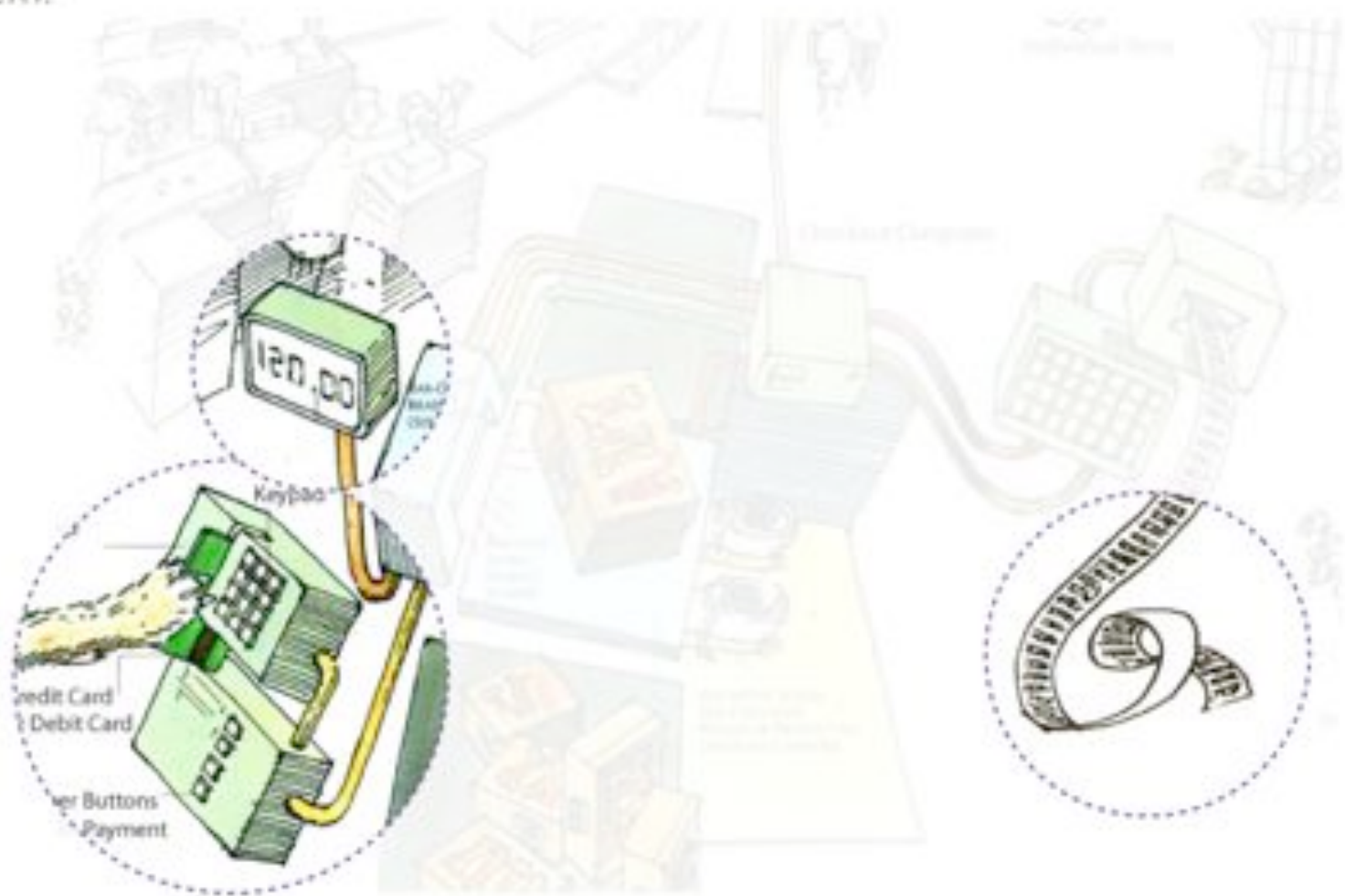
View the service at a systemic view point and see how the service is a product of multiple stakeholders, interactions and other services over time.



Løsninger består som regel af en række serier af små og store idéer.

ZOOM IN

See the specific design details of a service to allow you to understand how people will interact with a certain touch-point and how these can have a ripple effect on entire system.

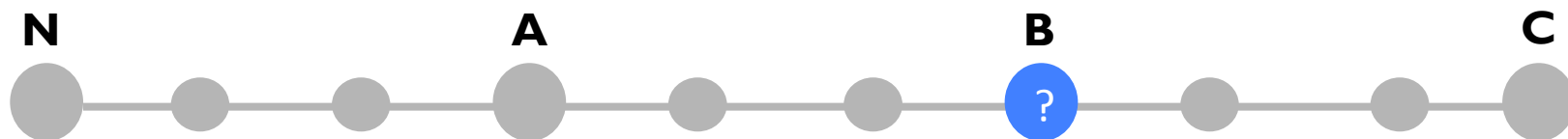


MEGET MERE

**26. september 2011
med Pernille Nielsen
og Katalyst**

The specific **customer benefits?**

Verify and scale solution in relation to user type/need

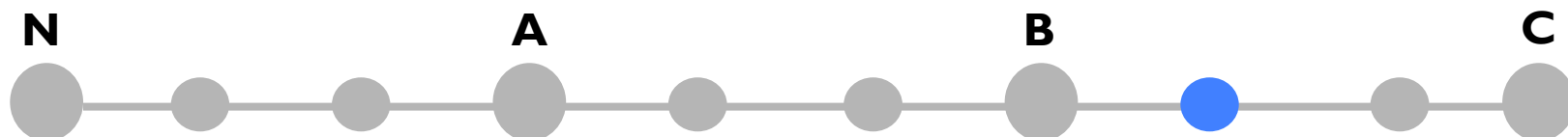


Konkretiser brugsfordele

— Test og behovslink —

Kvalificering af løsningens fordele i forhold til behovet på bruger-/borgerniveau.

- Hvordan får nuværende (og nye) brugere/borgere gavn af løsningen?
- Opnår bruger/borger de forventede effekter?

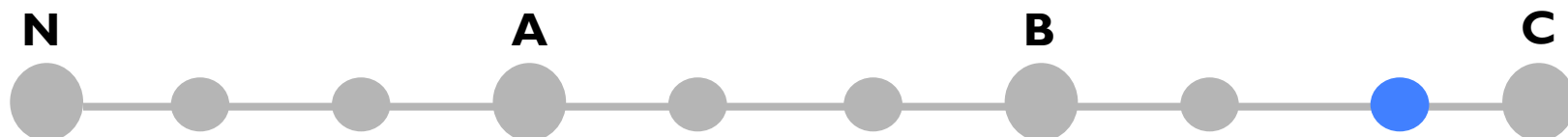


Levér implementeringsfordele

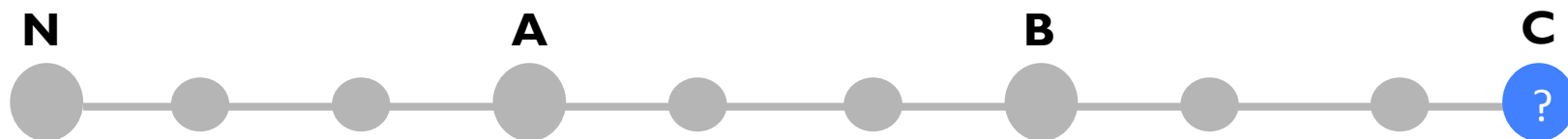
— Strategi og skalering —

Kvalificering af løsningens fordele i forhold til kundens organisation og strategi.

- Hvordan får organisationen gavn af løsningen?
- Hvordan placerer/produceres løsningen sig organisatorisk?
- Hvilke konsekvenser giver løsningen for samarbejdspartnere/leverandører (værdikæden)?
- Hvor stort er markedet/målgruppen?



How are these benefits superior to the competition's and alternatives?

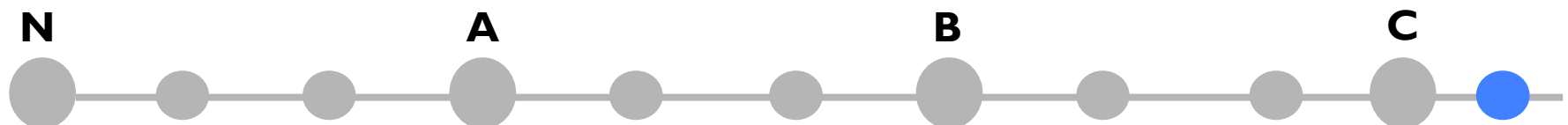


MEDTÆNK KONKURRENCEN

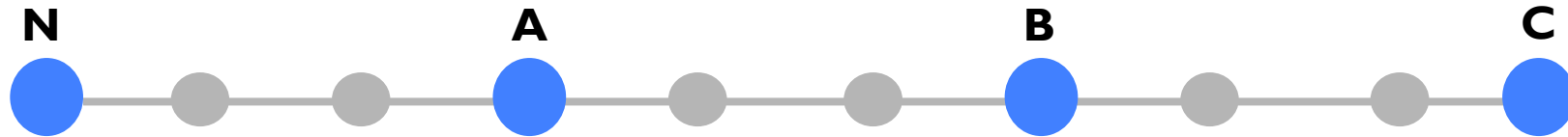
— Fordele og ulemper —

I har besluttet jer for én løsning blandt flere løsningsforslag. Men hvor konkurrencedygtig er løsningen?

- Hvilke alternativer er der til løsningen?
- Hvorfor er din løsning ikke produceret af andre?
- Hvad forhindrer andre i at gøre det samme?



NABC VALUE PROPOSITION



N: What is the important customer and market need?

Forslag: Tilbyd relevans og legitimitet gennem "evidencing".

A: What is the unique approach for addressing this need?

Forslag: Synliggør den bærende idé og "afspil" kerneaktiviteterne i løsningen.

B: What are the specific customer benefits?

Forslag: Giv eksempler på brugssituationer og deres positive effekter.

C: How are the benefits superior to the competition's and the alternatives?

Forslag: Beskriv udbyttet af jeres projekt for kunden.

Forbered (NA-)pitch af jeres projekt.

10 minutter.



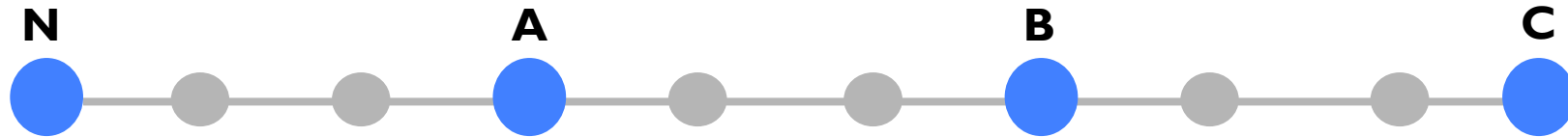
Pitch jeres projekt.

1 minut per gruppe.



Opsummering og på gensyn

NABC VALUE PROPOSITION



N: What is the important customer and market need?

Forslag: Tilbyd relevans og legitimitet gennem "evidencing".

A: What is the unique approach for addressing this need?

Forslag: Synliggør den bærende idé og "afspil" kerneaktiviteterne i løsningen.

B: What are the specific customer benefits?

Forslag: Giv eksempler på brugssituationer og deres positive effekter.

C: How are the benefits superior to the competition's and the alternatives?

Forslag: Beskriv udbyttet af jeres projekt for kunden.



Creativity in teams

- **Size of the project teams positive correlation**
(Paolillo and Brown 1978)
- **Patents: collaboration reduce the number of bad ideas, increased the chance of extremely successful outcomes**
(Singh and Fleming 2009)
- **Individuals generate more ideas than groups**
(Girotra et al., 2009)
- **Groups better at selecting the best ideas**
(Singh & Fleming, 2009)
- **...can be related to "wisdom of the crowds"**
(Surowiecki, 2004)
- **Selection of final ideas kept separate**
(Cummings and O'Connell 1978)
- **People perform very poorly at selecting own creative ideas**
(Faure, 2004; Putman & Paulus, in press; Rietzschel, Nijstad, & Stroebe, 2006)

TAK FOR I DAG.

PÅ GENSYN DEN 26. SEPTEMBER 2011.

