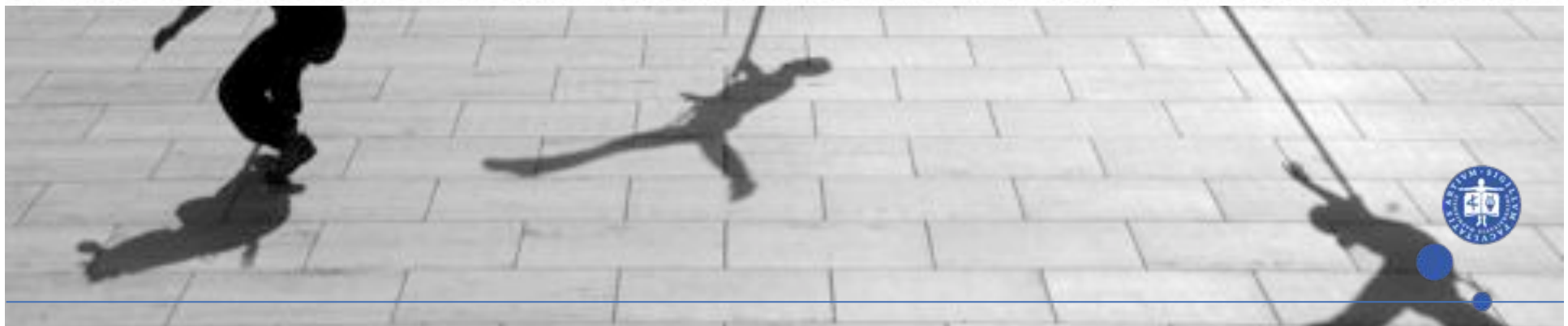


KATALYST

Afdeling for humanistisk innovation

Workshop

Carlsberg A/S Ejendomme | Audiovisuel kommunikation | Katalyst | 16.11..2010



Tirsdag 16. november 2010
Konceptudvikling & Beslutninger

Session Introduktion

Kl. 09.00 Velkommen ved Katalyst
Kl. 09.10 Oplæg ved Carlsberg A/S
Kl. 09.40 Konceptudvikling og Changeboards
v/ Jesper Lee Jyderup

Session Workshop*: Konceptudvikling

Kl. 10.00 /Spor 1: Brugerarbejde
/Spor 2: Feltarbejde
/Spor 3: Idéarbejde

Kl. 12.00 Frokost

Session Workshop: Beslutninger

Kl. 12.30 Storytelling – strategi, tendenser
& praksis v/Marjanne Kurth

Kl. 13.00 Beslutninger & Visuel prototyping

Session Præsentation

Kl. 15.30 Præsentation & Feedback

Kl. 16.45 Opsamling og på gensyn

**Pauser tages af teams under workshopsessioner.*



Carlsberg A/S Ejendomme

v/ Udviklingschef Jacob M. Andersen



KONCEPTER ER
LØSNINGER

IDE PLUS STRATEGI





Dette er ikke
bare et lækkert produkt.



Det er en lækker
indgang til et økosystem

KONCEPTUEL HELHED*



App Store



*med benhårde relationer.



Effekt

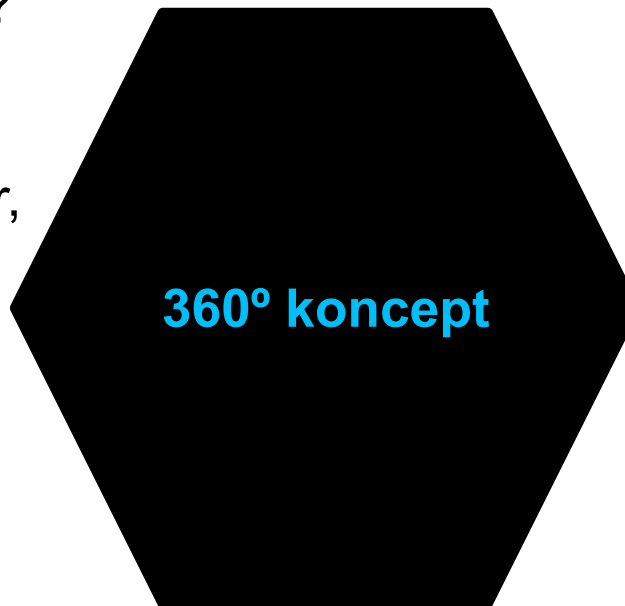
Hvad er call-to-action?
Hvad er blevet bedre?

Løsning

Produkter/services før,
under og efter?
Er deltagelses- og
relevansarkitektur
sammenhængende
(relationsarkitektur)?

Platform

Hvor kan vi nå målgruppen og
glæde dem? Hvad kan de
forskellige platforme (digitale/
fysiske/samle/sprede)?



Formål

Hvad er kernebehovet?
Hvad er den bærende
idé?

Relevans

Hvad er målgruppen
parate til? Hvad er
kunden parat til?
Hvad er konteksten parat
til?

Målsætning

Hvad skal konceptet kunne?
Lyte, påvirke, styrke,
inddrage, sælge?



People need to have a visceral understanding -- an image in their minds -- of why you've chosen a certain strategy and what you're attempting to create with it.



Det gælder både jer, kunden og brugerne.



STRATEGY BY DESIGN

TIM BROWN, CEO,
IDEO

1. Hit the streets.

Very often, you can build an entire strategy based on the experiences your customers go through in their interactions with your organization.

2. Recruit T-shaped people.

We look for people who are so inquisitive about the world that they're willing to try to do what you do.

3. Build to think.

Design thinking is inherently a prototyping process. Once you spot a promising idea, you build it. In a sense, we build to think.

4. The Prototype tells a story.

It's a way of visually and viscerally describing your strategy.

5. Design is never done.

The market is always changing; your strategy needs to change with it. Since design thinking is inherently rooted in the world, it is ideally suited to helping your strategy evolve.



PROTOTYPING*

Udvikling

- Fælles forståelse (misforståelser imødekommes).
- Synliggør muligheder og mangler (specifikationer).
- Fastholder det vigtigste i og sammenhængen for konceptet.
- Fremmer det eksperimenterende.
- Ressourcebesparende (hurtigere og lettere at ændre).

Kommunikation

- Konkret kommunikation (ikke forestillingskrævende).
- Forståelig kommunikation (ikke fagspecifik).
- Involverende kommunikation (indlevelse og evaluerende).
- Beslutningsdygtig kommunikation (komparativt og ja/nej).

* Gengivelsesgraden spiller naturligvis også ind.

CHANGEBOARDS

BRUGEREN

1

Hvem er din bruger?

BEHOVET

2

Hvordan ser brugerens
behov ud?

LØSNINGEN

3

Hvad er din løsning?

BRUGERINTERAKTION

4

Hvordan skal brugeren
benytte din løsning?

FORDELE

5

Hvilke fordele er særligt
relevante for din bruger?

FORANDRINGEN

6

Hvilke forandringer giver
din løsning brugeren?

FREM TIL KL. 12.00

- Spor 1: Brugerarbejde: Indhent brugererfaringer
- Spor 2: Feltarbejde: Undersøg indhold + kontekst
- Spor 3: Idéarbejde: Lav forbedret visionskommunikation

GODE RÅD:

- **Hverdagen, ikke skåltalen.** Tag afsæt i visionens hverdag og beskriv brugerens daglige berøring med visionen.
- **Bedre, ikke mere.** Beskriv den optimale kommunikation af visionen og visualisér hvad det vil forandre for brugerne og Carlsberg.



FROKOST KL. 12.00



Tema

Beslutninger

Brugearbejde + feltarbejde + idéarbejde + kontekst



Storytelling

Strategi, Tendenser og Praksis



Storytelling

- | Fra fortælling til strategisk værktøj
- | Tendenser inden for storytelling
- | Storytelling i praksis



De mange definitioner

STORYtelling

En fortælling med en start, midte og slutning

En sekvens af handlinger, konflikt, plot, karakterer

En måde at organisere informationer

En måde at overføre følelser og skabe fællesskaber

Den mundtlige fortælling eller igennem et medie



STORY Hvorfor?

- | Danner uafrystelige billeder på nethinden
- | Tillader os at sige det som alle tænker, men ikke siger!
- | Hævder et argument inddirekte



Fra fortælling til et strategisk værktøj

- | Branding: Immaterielle værdi
- | Ledelse: Autoritetsafvikling
- | Kommunikation: Fra system til livsverden

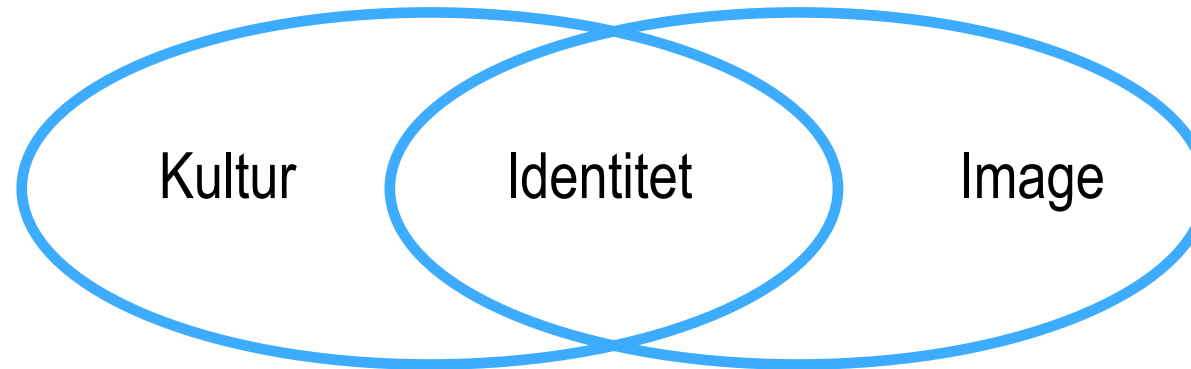


Indre branding

1. Historiefortælling som redskab til at reflektere identitet og påvirke kulturen

Ydre branding

3. Historiefortælling som redskab til at projicere identitet og skabe image

Organisation**Omverden**

2. Historiefortælling som udtryk for kulturen

4. Historiefortælling som spejling af image



Tendenser i Storytelling

En grundlæggende drejning

1. Fra færdige livsstilsfortællinger
til åbne **fortælleuniverser**
2. Fra passivt publikum til **med**skabere,
medfortællere og **med**distributører



METAFORTÆLLINGER





FOURAGERING

SKABERTRANG



KURTISERING



Chevy Tahoe SUV God

jeffersonday 2 videoer  Abonnér



Parasiteffekten hos Pepsi & Caribou

two chinese boys:dadada

younotwolf 1 videoer



0:14 / 1:48

God



Tvillingebrugere

The screenshot shows the Netflix homepage with a red background. At the top, the Netflix logo is on the left, and links for 'Buy / Renew / Gift' and 'Member Sign In' are on the right. Below the logo, there are four tabs: 'Start Your Free Trial', 'How It Works', 'Browse Selection', and 'Free Trial Info'. The main content area is divided into two sections. On the left, a large image of a family sitting on a couch is accompanied by the text 'Rent as many movies as you want!' and 'Free DVD Shipping (containing 1)'. On the right, the 'Start Your Free Trial' form is displayed, featuring input fields for Email, Confirm Email, Password, and Confirm Password, along with a 'Continue' button. Below the form, there is a 'Secure Server' icon and a note about email verification. The 'HOW IT WORKS' section is a horizontal flowchart with five steps: 'Rent' (what you want), 'Receive' (what you need), 'Watch' (what you want), 'Exchange' (as often as you want), and 'Bonus' (to your DVD by mail). Each step is illustrated with an icon and a brief description. The 'Bonus' step includes a 'PLUS' icon and a 'Bonus' icon. At the bottom, there are links for 'Start Your Free Trial', 'How It Works', 'Browse Selection', and 'Free Trial Info', followed by a list of links: 'Gift Subscriptions', 'About Us', 'Affiliate', 'Blog', 'Contact Us', 'Developers', 'Games', 'Investor Relations', 'Jobs', 'Media Center', 'Netflix Creators Kit', 'Netflix Price', and 'RSS'. A footer note states: 'Use of the Netflix service and this Web site constitutes acceptance of our Terms of Use and Privacy Policy. © 1997-2004 Netflix, Inc. All rights reserved. U.S. Patent No. 7,100,407 and U.S. Patent No. 6,894,492 (2005) etc.'.

NETFLIX Buy / Renew / Gift Member Sign In

Start Your Free Trial How It Works Browse Selection Free Trial Info

Rent as many movies as you want!
Free DVD Shipping (containing 1)

Start Your Free Trial

Email

Confirm Email

Password 4-10 characters (none repeating)

Confirm Password

Continue

Secure Server
We value your privacy. Netflix will not sell or rent your email address to third parties.
[Find out what we do.](#)

HOW IT WORKS

Rent
what you want
Just point and click to add movies & TV favorites to your list from over 100,000 titles.

Receive
what you need
We mail DVDs from your list with fast, free delivery in about 3 business days.

Watch
what you want
Keep each movie as long as you want.

Exchange
as often as you want
Simply return 1 movie in its prepaid envelope to get another as often as you like.

PLUS

Bonus
to your DVD by mail
Instantly on your TV
Instantly watch some movies on your TV over the Internet - anytime!
[Mouse over to learn more.](#)

Start Your Free Trial How It Works Browse Selection Free Trial Info

[Gift Subscriptions](#) [About Us](#) [Affiliate](#) [Blog](#) [Contact Us](#) [Developers](#) [Games](#) [Investor Relations](#)
[Jobs](#) [Media Center](#) [Netflix Creators Kit](#) [Netflix Price](#) [RSS](#)

Watch instantly on your TV via devices from Roku, Roku, LG and more.

Use of the Netflix service and this Web site constitutes acceptance of our Terms of Use and Privacy Policy.
© 1997-2004 Netflix, Inc. All rights reserved. U.S. Patent No. 7,100,407 and U.S. Patent No. 6,894,492 (2005) etc.



Google *give it away* & gaver



Slip rettighederne **løs**!



Storytelling i praksis

Den naturlige historie

Pointe

Konflikter

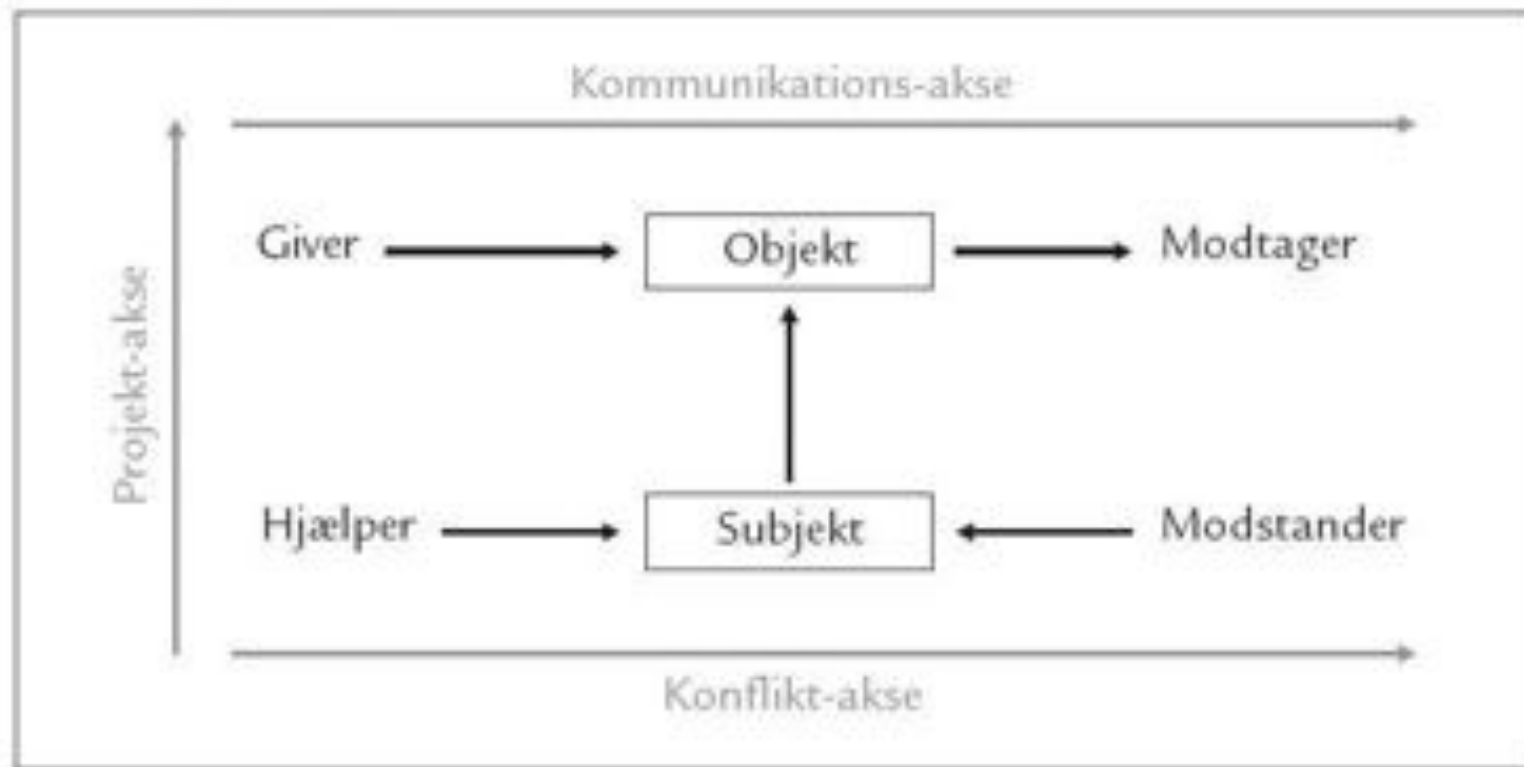


DEN NATURLIGE HISTORIE

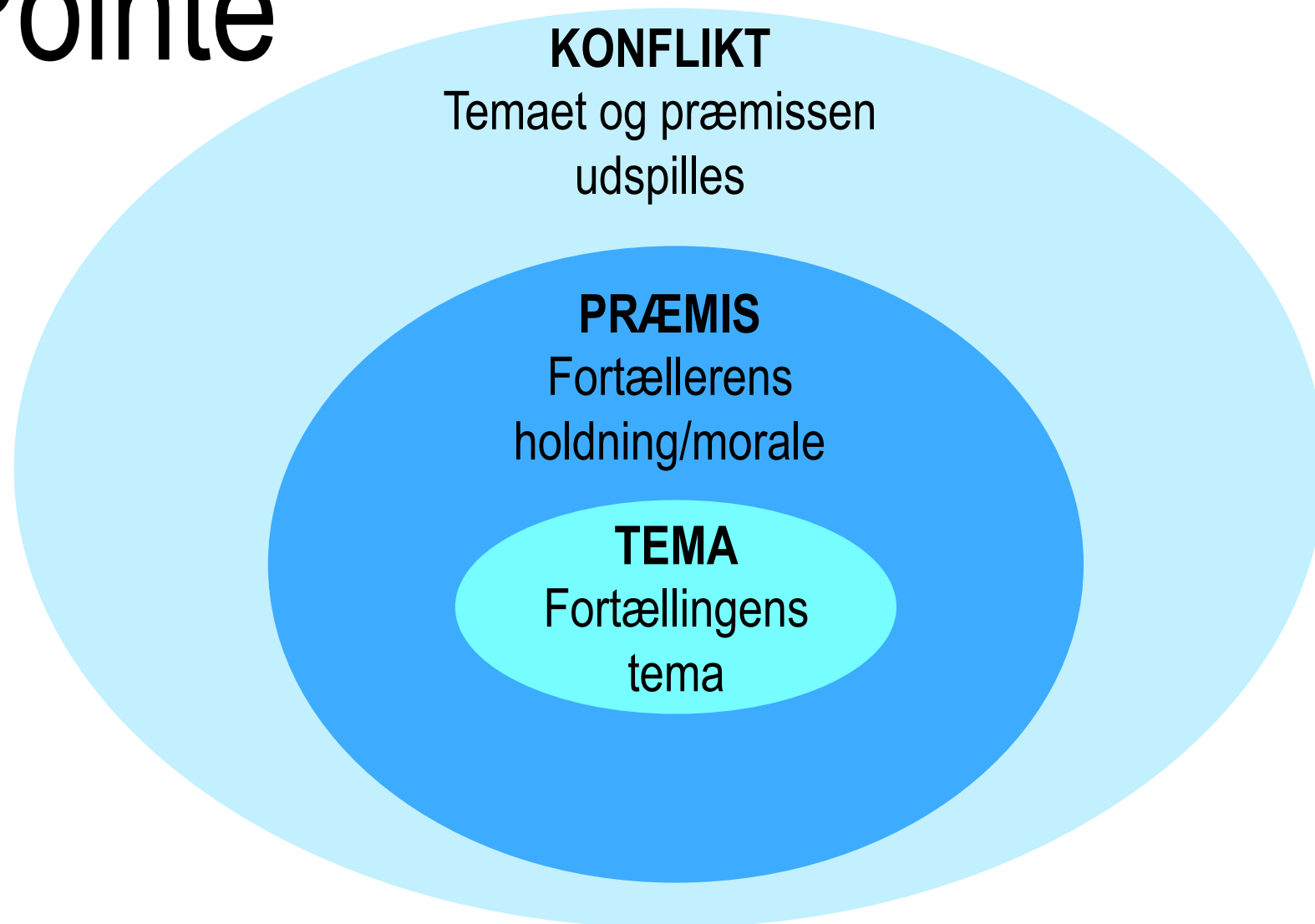


Konflikt

AKTANTMODELLEN



Pointe



Beslutninger om

/Tag og præsenter beslutninger i ChangeBoards!

Hvem er jeres målgruppe?

Hvad er jeres løsning?

Hvad er jeres historie? (konflikt og pointe)

Hvordan kommunikeres jeres historie?



Præsentation & feedback

/Anne Mette Thorhauge | Jesper Lee Jyderup | Marjanne Kurth



Præsentation Spilleregler

- | 5 minutter
- | 5 minutters feedback
- | Rækkefølge: gruppe 1, 2, 3...7



Opsamling

Refleksion | Frustration | Begejstring

