

# IDEATION WORKSHOP

---

## Workshop 1 i kurset HealthZup

**17. april, 2018**

Rikke Okholm, Innovationskonsulent, SCIENCE

Nina Brocks, Innovationskonsulent, Region H.

Nina Riis, Innovationskonsulent, SUND

## PROGRAM, 13.15 – 17.00

Kl. 13.15 Introduktion og rammesætning

Kl. 13.30 Endelig udvælgelse af need statements + beskrive kontekst

Kl. 14.15 Formulere spørgsmål, som afsæt for idéudvikling

Kl. 14.30 Pause

Kl. 15.00 Idéudvikling – divergerende og konvergerende

Kl. 16.45 Afrunding



# INTRODUKTION

## Nina Brocks

Innovationskonsulent,  
Region Hovedstaden

- Cand.IT Digitalt design og Kommunikation
- Velfærds og sundhedsinnovation
- OPP og OPI samarbejder

## Nina Riis

Innovationskonsulent,  
KU SUND

- Cand. Mag
- Kreativt procesdesign

## Rikke Okholm

Innovationskonsulent  
IND, SCIENCE

- MSc design & innovation
- Brugerorienteret design og metoder
- Sundhed/medico og nu natur/biovidenskab
- Redaktør:

[www.innovation.sites.ku.dk](http://www.innovation.sites.ku.dk)



# COPENHAGEN HEALTH INNOVATION

**Et partnerskab, der fremmer sundhedsinnovation gennem uddannelse:**

Unikt møde og samspil mellem **sundhedssektor og vidensinstitutioner**

**Tværfaglige kurser og uddannelser** inden for sundhedsinnovation

**Innovationskompetencer** og **entreprenant mindset** blandt studerende, undervisere, forskere og sundhedsprofessionelle

I&E i sundhedsuddannelser & sundhed i I&E uddannelser

Teori & praksis: **Sundhedsudfordringer** i undervisningen

Uddannelser: Sundhed/IT, IHC, MedTek, BBIP, Sundhedsteknologi etc.

Styrker **økosystemet** for sundhedsinnovation

[www.copenhagenhealthinnovation.dk](http://www.copenhagenhealthinnovation.dk)

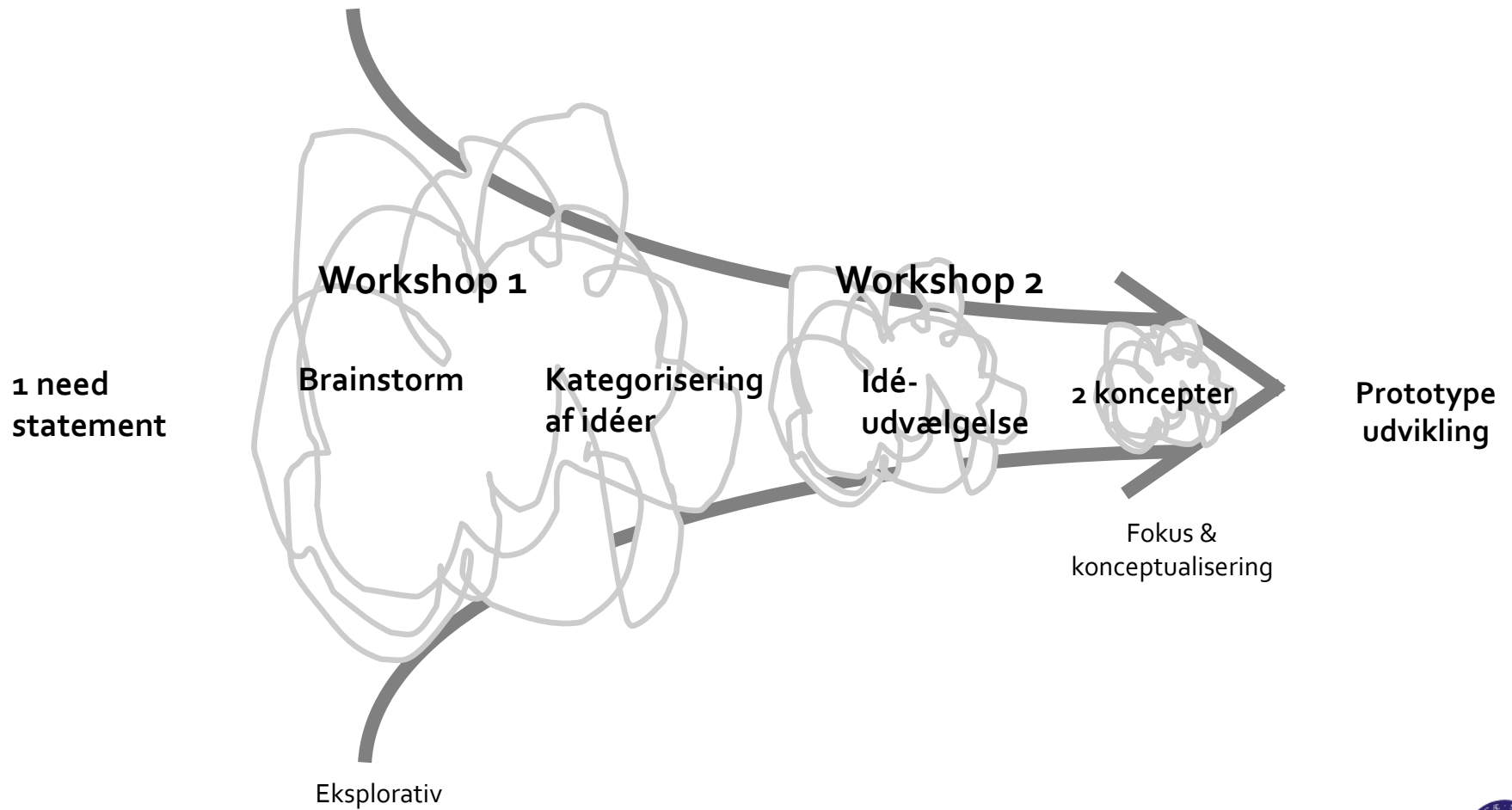


## FORMÅL MED WORKSHOP I DAG

- Udvikle idéer med udgangspunkt i eet af jeres need statements
- Omsætte problemer og behov til løsninger
- Praktisk kendskab til idégenerering, så I evt. kan gentage det på egen hånd med jeres andre need statements



# JERES INNOVATIONSPROCES



# IDEATION

Kreativitet: Divergent tænkning, iterationer, et andet tankesæt (mindset)

“The need to be perfect is the enemy of ideation”  
(Biodesign, Zenios, Makower, Yock, pp. 177)

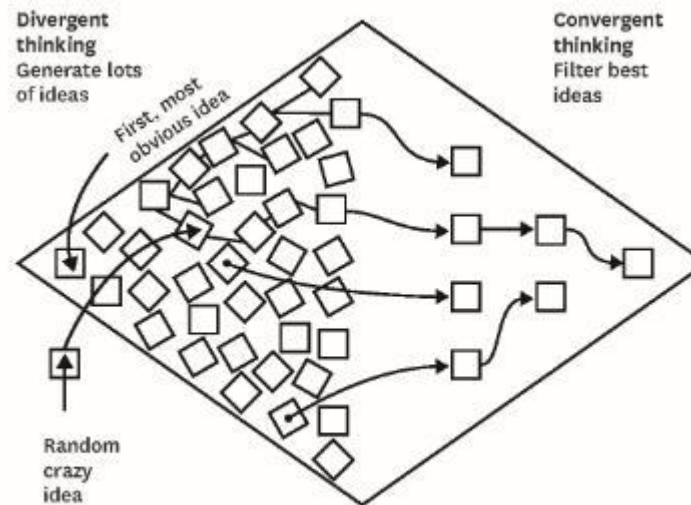
Eksplorativ, intens proces i nogle timer i dag....

- Men den bedste idé har det med at dukke op på andre tidspunkter.



# MINDSET: DIVERGENT THINKING AND CONVERGENT THINKING

- **Convergent** thinking: aiming for a **single**, correct solution
- **Divergent** thinking: creating **multiple** possible solutions to a (reframed) problem
- Be **conscious** about it!





## IDEATION: HOW DO YOU COME UP WITH IDEAS?

Approaches for generating ideas:

- Framing: Setting the right **constraints**
- **Quantity** - getting as many ideas as possible
- Collaborating **across disciplines** (cross-pollination)
- Generate ideas **alone**
- **Combining** existing ideas into new ideas
- Different types of **inspiration** (from potential users, existing solutions, other industries, trends, ancient history, etc. )
- **Random** input to trigger new and different ideas (Lateral thinking)
- Taking a **break!**



Yoshiro  
Nakamatsu  
Japanese  
inventor who  
claims to get his  
best ideas while  
holding his breath  
under water



# INNOVATIONSUDFORDRINGER I SUNDHEDSSEKTOREN

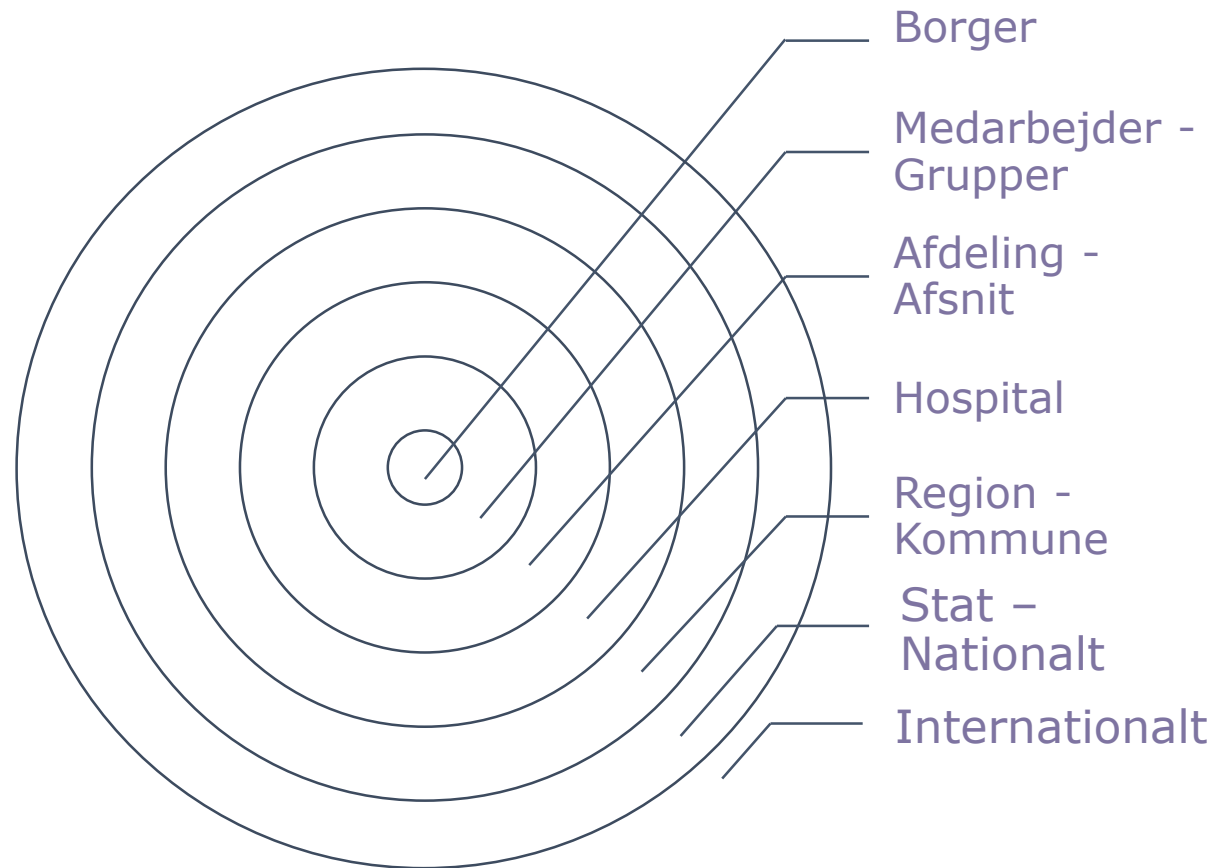


# FÆRDIGGØR JERES NEED STATEMENTS (KONVERGERENDE)

...og udvælg eet, som I vil arbejde på resten af dagen



# CONTEXT / VALUE MAPPING (DIVERGERENDE)



Lav jeres egen context mapping ud fra det need I arbejder med, hvem bliver berørt, hvordan.... Hvor er det win - loose?



# BRUGERREJSE FOR NEED STATEMENT

De aktører I har identificeret, skal nu mappes ind på den brugerrejse der ligger i jeres need statement

Noterer de enkelte trin af brugerrejsen på post-its

- Hvem er i spil, hvad sker der



Brug flipcharts og postits, gerne forskellige farver til forskellige roller/ handlinger ect.



# HVORDAN KAN VI...? (KONVERGERENDE)

Formulér et spørgsmål baseret på jeres udvalgte need statement, der kan danne et afsæt for jeres idégenereringsproces.

Start med **“hvordan kan vi...”**

Vigtigt med den rette formulering:

- For abstrakt og ambitiøst : Hvordan kan vi gøre brugeroplevelsen perfekt?
- For smalt og løsningsorienteret : Hvordan kan vi forbedre brugeroplevelsen ved at opsætte et bordfodbold bord i fællesrummet?
- Passende formulering: Hvordan kan vi hjælpe patienterne med at fastholde deres sociale identitet [formål], mens de er brugere i patienthuset [kontekst]?

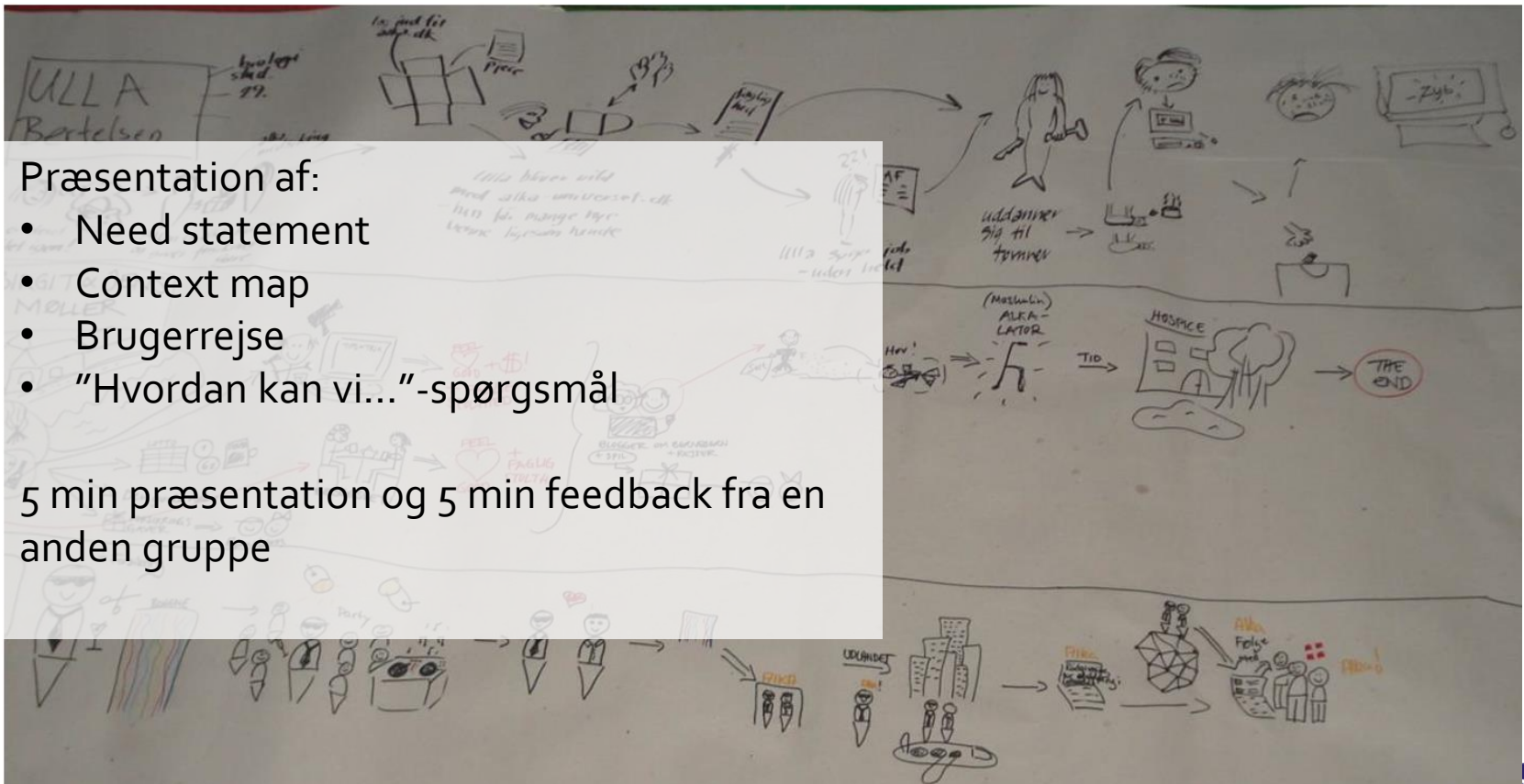


# PRÆSENTATION OG FEEDBACK

Præsentation af:

- Need statement
- Context map
- Brugerrejse
- "Hvordan kan vi..."-spørgsmål

5 min præsentation og 5 min feedback fra en anden gruppe



**PAUSE**







# Workshop Ideation

# BRAINSTORM REGLER

## Husk brainstorm reglerne

- Defer judgment: No critique, always say yes
- Encourage wild ideas
- Build on each other's ideas and support each other
- Go for quantity
- One conversation at a time
- Stay focused on the topic
- Be visual

*(IDEO/Stanford + Biodesign, Zenios, Makower, Yock, pp. 179)*

**Praktisk:** Skriv ned (1 idé) og tegn på post-its. Giv jeres idéer navne, så er de lettere at huske.



## BRAINSTORM I: INDIVIDUEL BRAINSTORM I STILHED - DIVERGERENDE

- Skriv ned på post-its jeres umiddelbare idéer med udgangspunkt i jeres "hvordan kan vi...?" (så mange idéer som muligt)
- Dette er en stille øvelse

Gå evt. en tur.

Lyt til musik.

Find en sofa.

15 min.



## BRAINSTORM II: KLASSISK BRAINSTORM - DIVERGERENDE

Start med at gennemgå de idéer, som I hver især fik ved den individuelle brainstorm – minder nogle af idéerne om hinanden? Slå dem evt. sammen.

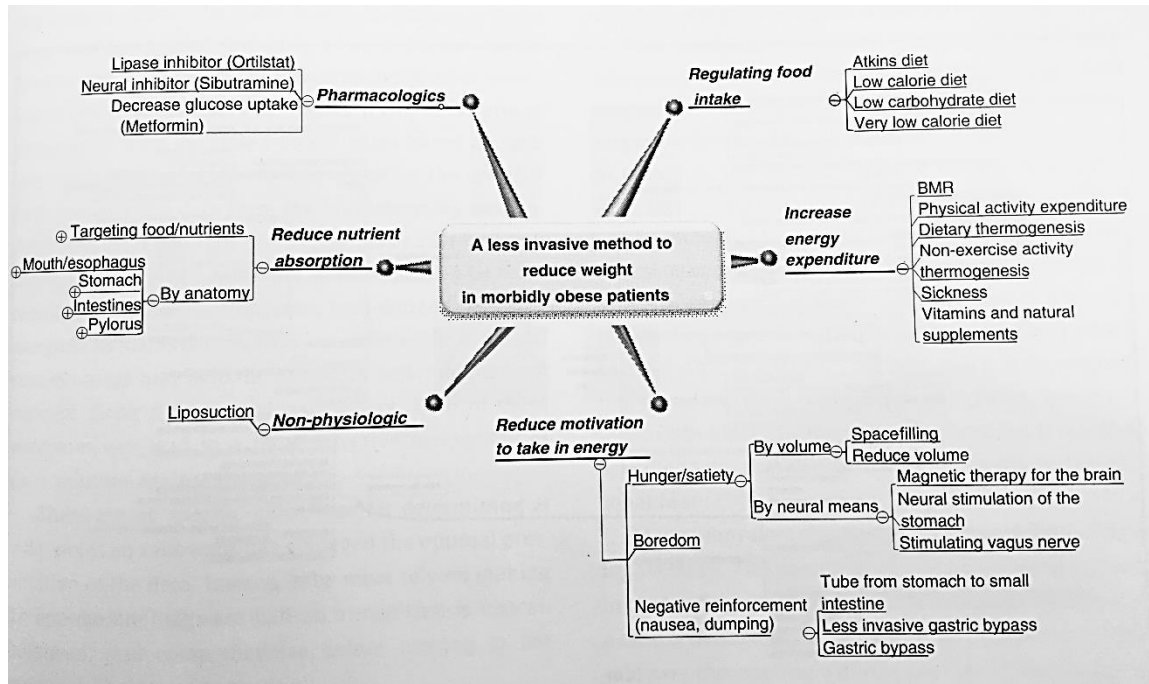
Derefter brainstorm i gruppen:

- Få så mange idéer som muligt (min 30 stk)
- Idéerne må gerne bygge ovenpå eksisterende idéer fra den individuelle brainstorm



# KATEGORISERING AF IDÉER - KONVERGERENDE

- Kategoriser jeres idéer efter temaer
- Omgruppér eventuelt indtil I opnår den bedste kategorisering
- Navngiv temaer
- 15 min.



(Biodesign, Zenios, Makower, Yock, pp. 197)



## BRAINSTORM III: INSPIRATIONSKORT - DIVERGERENDE

- *Teknologi*
- *Situationer*
- *Tilfældig*
- *Fødevarer*
- *Værdier*
- *Sundhedstendenser*

Bliv enige om tre kategorier I vil trække ét inspirationskort ud fra.



## PLACER JERES NYE IDÉER I EVT. NYE KATEGORIER - KONVERGERENDE

- Kombiner evt. flere idéer, hvor det giver mening.



# FEEDBACK SESSION

- 5 min præsentation og 5 min feedback fra en anden gruppe
- Feedback må gerne indeholde nye idéer til hinandens projekter





# NÆSTE GANG, 24. APRIL: KONCEPTUALISERING

Næste tirsdag til workshop 2: Idéudvælgelse og konceptualisering



# REFERENCES AND RESOURCES

Brown, T. (2009). *Change by Design, How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Collins Publishers.

Haner, U. E. (2005). Spaces for creativity and innovation in two established organizations. *Creativity and innovation management*, 14(3), 288-298.

Koen, Peter A., et al. *Fuzzy front end: effective methods, tools, and techniques*. Wiley, New York, NY, 2002.

Mednick, S. (1962). The associative basis of the creative process. *Psychological review*, 69(3), 220.

Parnes, S. (1967). *Creative Behavior Guidebook*. New York: Scribner.

Pavitt, K. (2006). Innovation Process. In: J. Fagerberg, D.C. Mowery & R.R. Nelson (red.), *The Oxford Handbook of Innovation* (s. 86-114). Oxford: Oxford University Press.

Tidd, Joe, John Bessant, and Keith Pavitt. *Managing innovation integrating technological, market and organizational change*. John Wiley and Sons Ltd, 2005.

Von Stamm, B. (2008). *Managing innovation, design and creativity*. John Wiley & Sons Inc, 2008 (2nd ed.).

Toolbox for innovation and entrepreneurship in teaching : <http://innovation.sites.ku.dk/>

Stanford University - D-school's creative methods: <http://dschool.stanford.edu/use-our-methods/>



# Tak

DEN EUROPÆISKE UNION



Den Europæiske Socialfond

Vi investerer i din fremtid

