

AFF

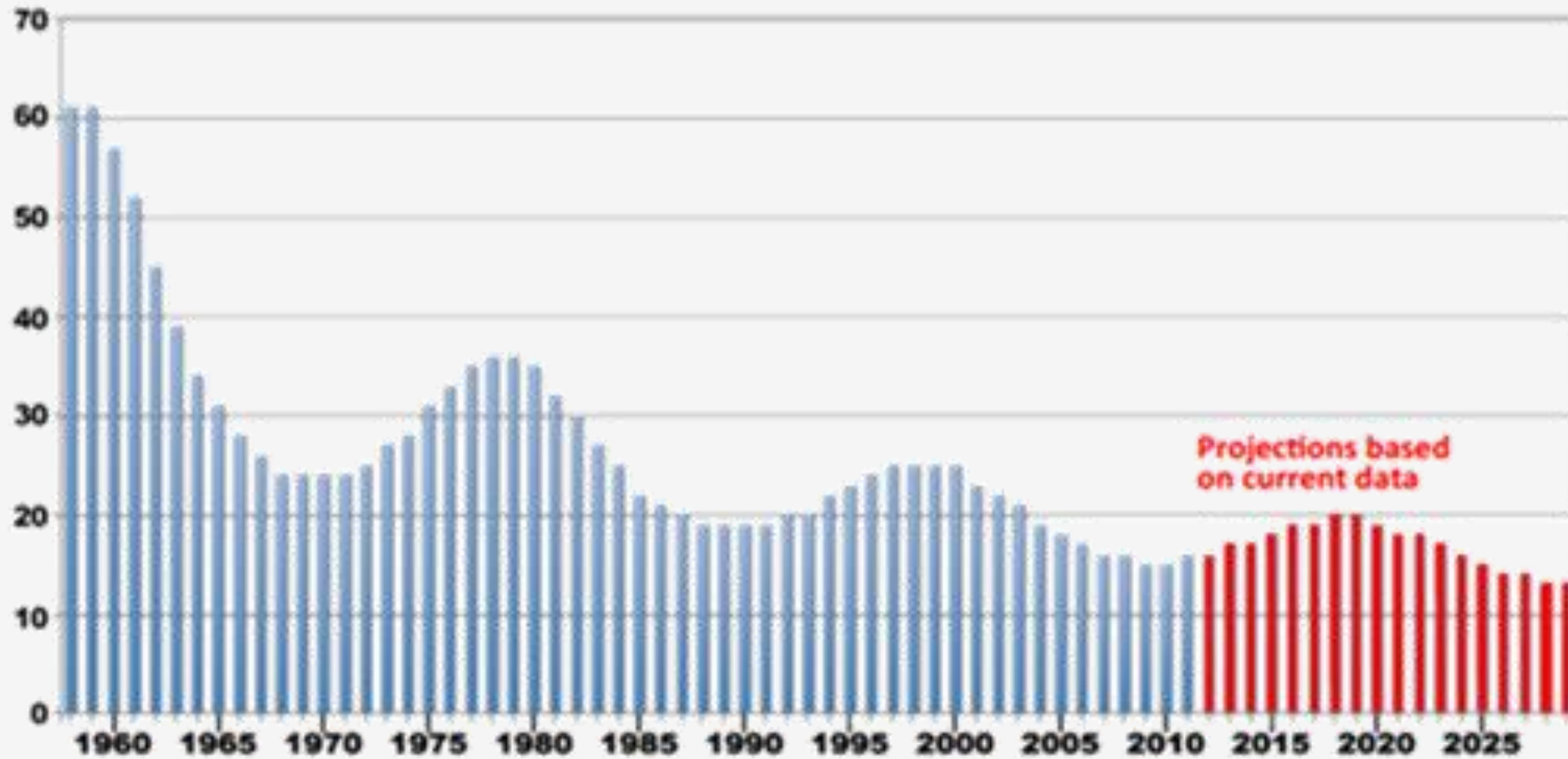


SVØMMEFORBUNDET

Forandring fryder – eller?

GARDERMOEN 29.08.2010

Levetid for de største selskapene i verden



Year (each data point represents a rolling 7-year average of average lifespan)

DATA: INNOSIGHT/Richard N. Foster/Standard & Poor's



Viljen til å utfordre
organisasjonens måte å
levere verdi til sine
«kunder»



Peter Wilton
Haas School of Business
Berkeley University

AFF



En ny og bedre løsning



FOR BRUKEREN!

En løsning for hvem?



AFF





Bildet er laget av Eirik Solheim



Bildet er laget av Eirik Solheim



Mulighetene oppstår alltid
fordi en «kundes» behov er
oversett eller for dårlig
dekket



Peter Wilton
Haas School of Business
Berkeley University

AFF



Aftenposten: Om arbeidsledighet blant innvandrere

”Seks regjeringer har på 20 år laget 7 stortingsmeldinger, 12 offentlige utredninger og 23 handlingsplaner med 672 tiltak. Likevel er arbeidsledigheten blant innvandrere tre ganger høyere enn i øvrig befolkning.”

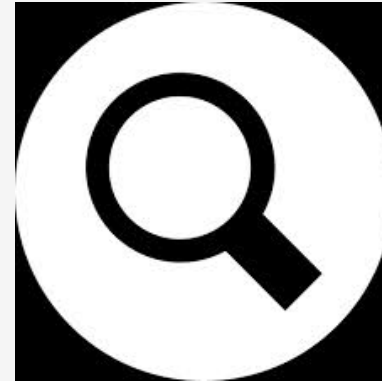
AFF



Sannsynlighet for å lykkes



28 %



69%

Hvilket er det viktigste brukerbehov du kjenner til - som ikke blir dekket i dag?

Hvordan kan vi utvikle et arbeidsfellesskap hvor en etisk dimensjon i individuell tjenestetilpasning vektlegges i forhold til behovsdrevet innovasjon, i skjæringspunktet mellom ansvar og makt?



Hvordan skal vi møte pårørende som kommer for å besøke sin mor eller far?

AFF





Guy Kawasaki, Venture kapitalist



”Hvis jeg ikke opplever at du
dekker et *brennende* viktig behov...

...er jeg ikke interessert i løsningen”





Geir Aspeslåen

”Hver gang jeg klatrer i en stolpe er jeg usikker på om den faller ned eller ikke. De siste årene har en person omkommet hvert år i Norge”

Montør, Eidsiva

”Det koster i snitt 20.000 kroner å erstatte én stolpe.
Vi har 300.000 stykker og aner ikke når de må skiftes”

Adm. Dir., Eidsiva Nett

AFF







Aut. banktjenester



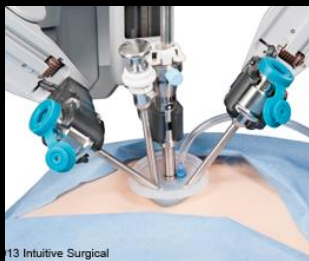
Vær-satelitt



LCD



Datamus



Robotkirurgi

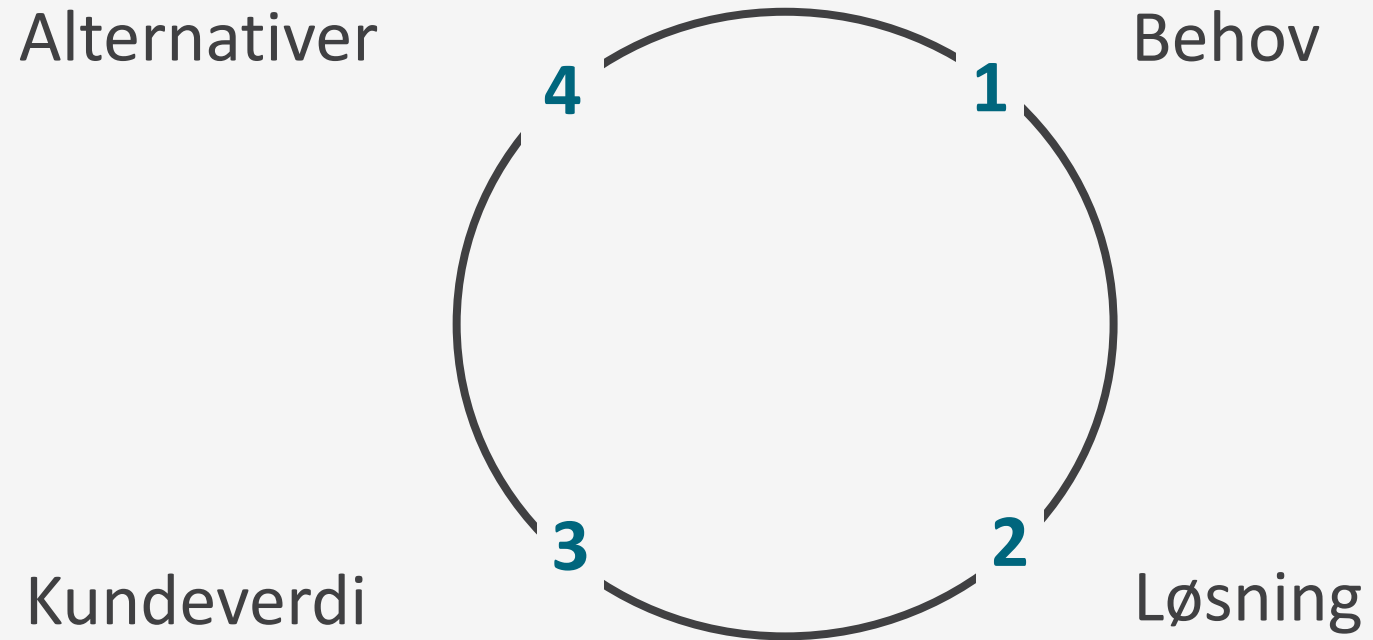


Siri



Curtis Carlson, SRI 1998-14

SRI International





Jony Ive
SVP Design



”Mens de fleste studentene lagde fem-seks prototyper, hadde Ive flere hundre av sin modell av en kombinert mikrofon og høreapparat”

Clive Grinyer



AFF



”Ingen har større
problemer med å
tenke nytt enn
en ekspert.”



Allan Snyder
Centre for the mind

AFF







AFF



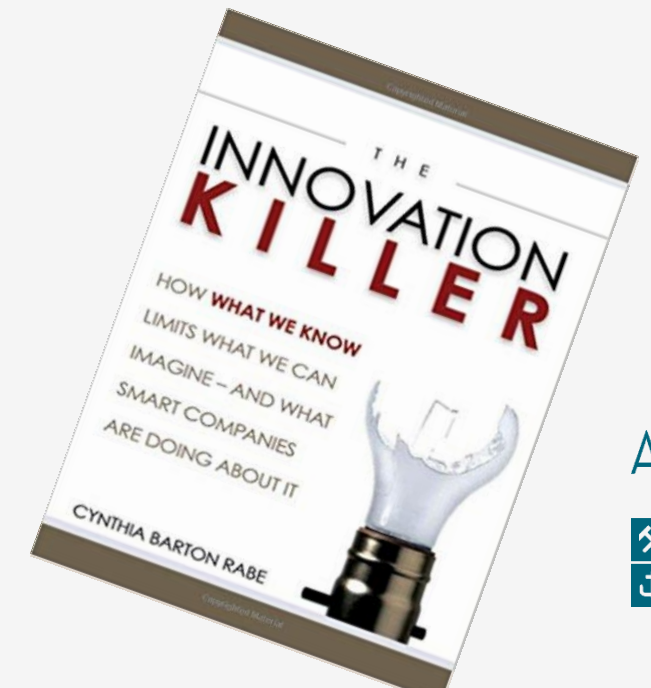
Ekspertise-tenkning

Tendensen til å lete etter nye løsninger, basert på

- ▶ det du kan og vet
- ▶ det teamet ditt kan og vet
- ▶ det virksomheten din kan og vet



Cynthia Barton Rabe

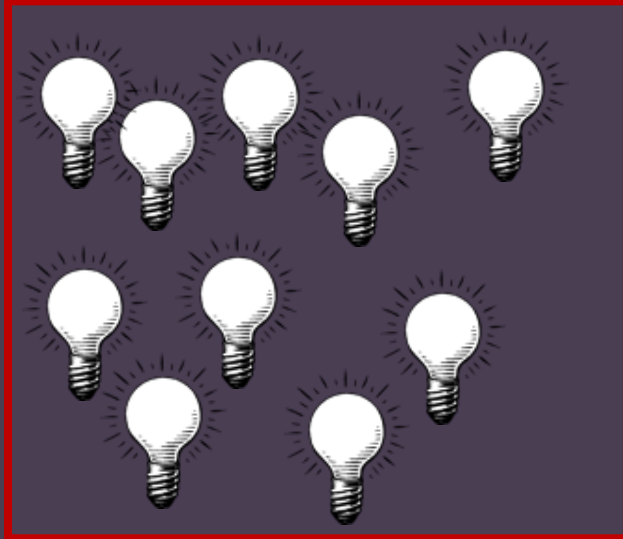


AFF





Vår ekspertise/ Etablerte sannheter



Hvilken «uheldig» ekspertise eller etablerte sannheter finnes hos deg?

“

The story of innovation hasn't changed. It has always been a **small team of people** who have a new idea,

typically **not understood** by people around them and their executives.

”



Eric Schmidt, Styreformann, Google

Suksess =

Behov

x Kundeverti

x Pådriver

x Team

x Forankring



Curtis Carlson, SRI 1998-14



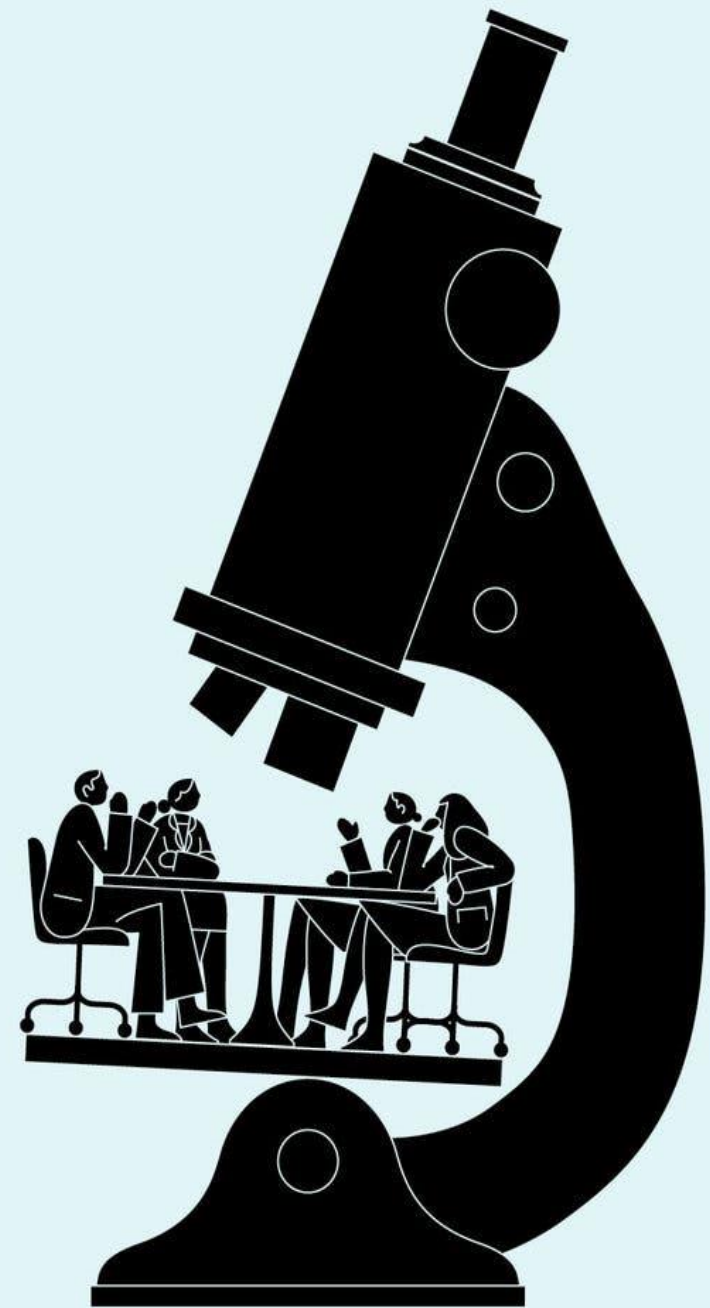
The New York Times Magazine

The Work Issue

What Google Learned From Its Quest to Build the Perfect Team

New research reveals surprising truths about why some work groups thrive and others falter.

By Charles Duhigg, Feb. 25, 2016

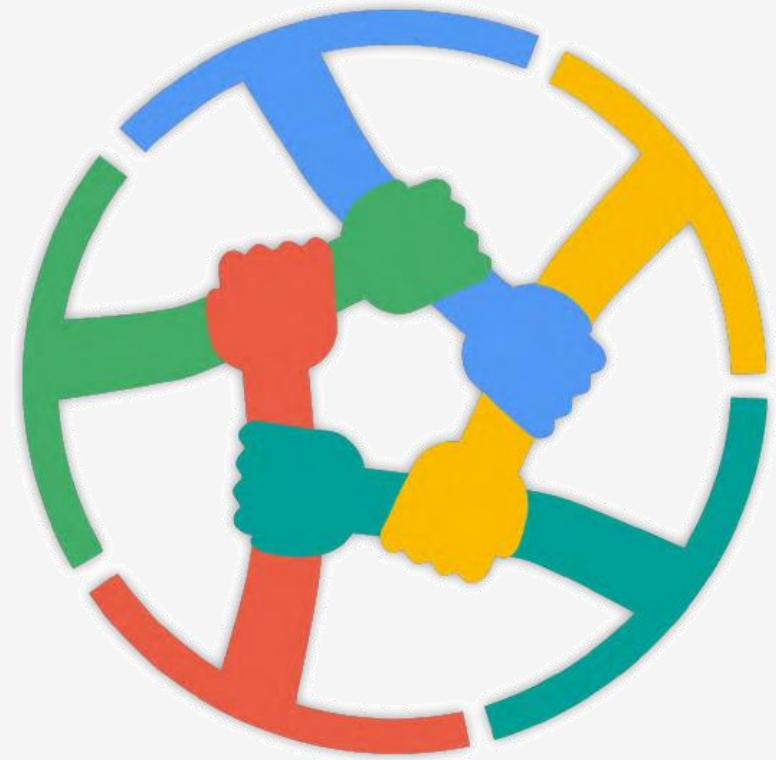


AFF

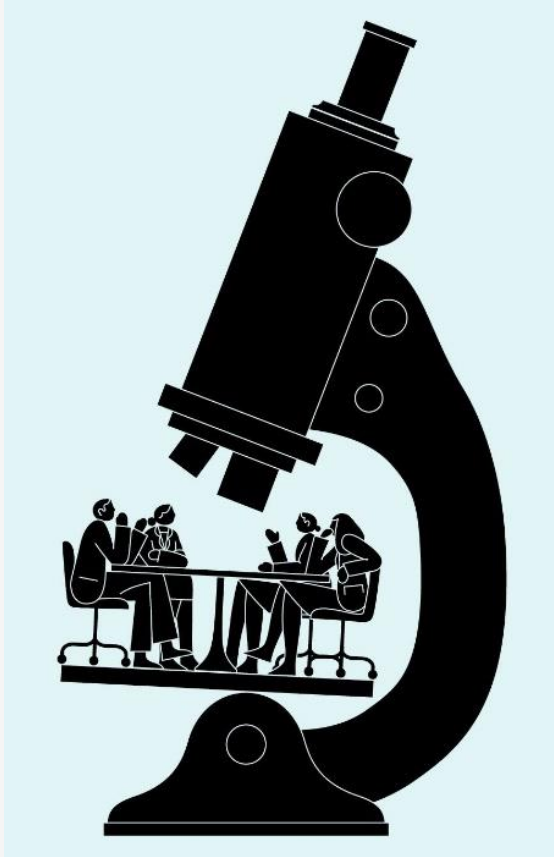


Syv faktorer som ikke hadde sammenheng med effektivitet i team

- ▶ Å sitte samlet / jobbe på samme kontor
- ▶ Å være enige om beslutninger
- ▶ Utadvendte teammedlemmer
- ▶ Den enkeltes prestasjoner og intelligens
- ▶ Arbeidsmengde
- ▶ Erfaring – enkeltvis eller samlet
- ▶ Teamets størrelse



De beste teamene...



1. Snakker like mye

2. Lytter aktivt

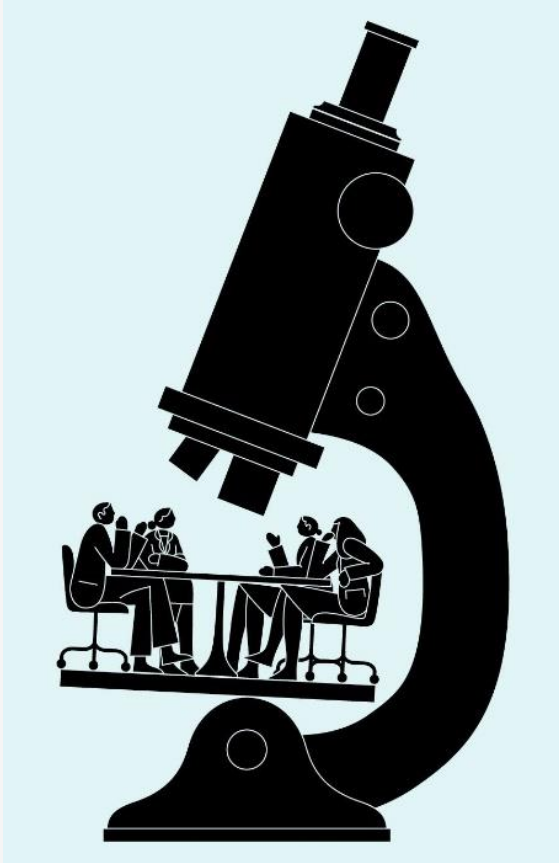
<https://www.nytimes.com/2016/02/28/magazine/what-google-learned-from-its-quest-to-build-the-perfect-team.html>

AFF



Det perfekte teamet

Project Aristotle by Google



<https://www.nytimes.com/2016/02/28/magazine/wh-at-google-learned-from-its-quest-to-build-the-perfect-team.html>



1

Psykologisk trygghet

Medlemmene opplever at det er trygt å ta risiko og å være sårbare overfor hverandre



2

Pålitelighet

Medlemmene får oppgavene gjort i tide og når høye kvalitetskrav



3

Struktur og klare forventninger

Teamet har klare roller, planer og mål



4

Mening

Medlemmene opplever at oppgavene er av personlig betydning



5

Gjennomslag

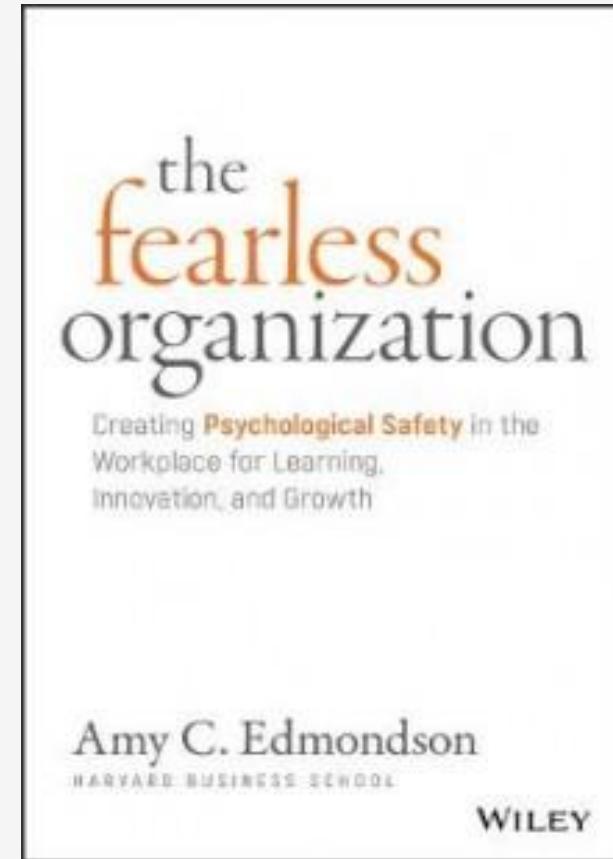
Medlemmene opplever at oppgavene gir mening og fører til endring

AFF



*«**Psykologisk trygghet** er troen på at en ikke vil bli straffet eller ydmyket for å mene, dele ideer, stille spørsmål, utrykke bekymring eller påvise feil»*

Amy Edmondson,
professor ved Harvard Business School



AFF



Visualisering

Hva merker du, hva ser du,
hva hører du i en trygg gruppe?

Hva merker du, hva ser du,
hva hører du i en utrygg gruppe?



Operasjonalisering av psykologisk trygghet i team

Score påstandene 1-7 der 1 er enig og 7 er uenig

1. Hvis du gjør en feil i dette teamet, blir det ofte brukt mot deg (R).
2. I dette teamet er det lett å diskutere problemer og vanskelige saker.
3. I dette teamet kan man oppleve å bli avvist fordi man er for forskjellig (R).
4. Det er trygt å ta sosial risiko i dette teamet.
5. Det er helt trygt å si hva du mener i dette teamet.
6. Det er vanskelig å be andre medlemmer i dette teamet om hjelp (R).
7. Medlemmer i dette teamet verdsetter og respekterer hverandres bidrag.



Dysfunksjonelle team

AFF



Suksess =

Behov

x Kundeverti

x Pådriver

x Team

x Forankring



Curtis Carlson, SRI 1998-14



70%

AFF





$$Q \times A = E$$

Quality of
Solution

Acceptance,
Ownership

Effectiveness
of the change

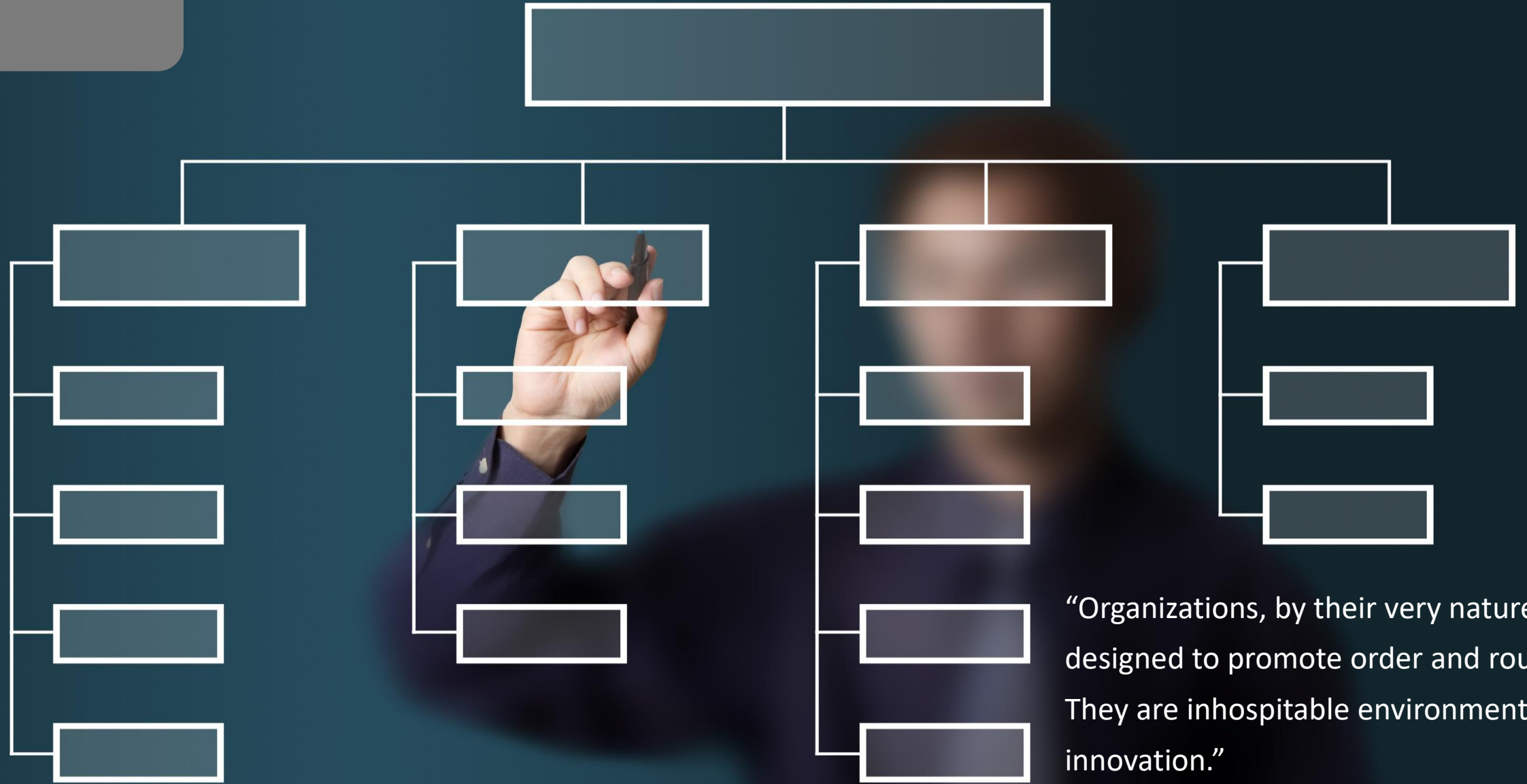
100% of **SUCCESSFUL** change projects have a **HIGH 'Q'** and a **HIGH 'A'**

98% of **FAILED** change projects have a **HIGH 'Q'**

AFF



ORGANISERING



“Organizations, by their very nature are designed to promote order and routine. They are inhospitable environments for innovation.”

(T. Levitt)

Hvordan kan DU bidra til å la enkeltpersoner og team få lov til å eksperimentere med nye løsninger?

BMW begynte...

**Congratulations to Audi for winning
South African Car of the Year 2006.**



**From the Winner of
World Car of the Year 2006.**

Although not possible to see from the front view of the car, the car is equipped with a full range of safety features. It also
possesses a range of advanced safety features. All of these features are standard on the car. The car is also equipped with a range of
advanced safety features. All of these features are standard on the car. The car is also equipped with a range of advanced safety
features. All of these features are standard on the car. The car is also equipped with a range of advanced safety features.
BMW is a registered trademark of BMW Group. © 2006 BMW Group. All rights reserved. BMW is a registered trademark of BMW Group.



AFF



Audi svarte



**Congratulations to BMW for Winning
World Car of the Year 2006**



**From the Winner of Six Consecutive
Le Mans 24 Hour Races
2000-2006**



Vorsprung durch Technik audi.co.za

AFF



Subaru kunne heller ikke holde munn

Well done to Audi and BMW for winning the beauty contest.
From the winner of the 2006 International Engine of the Year.



SUBARU
THE ULTIMATE ALL-WHEEL DRIVE

AFF



Takk for meg!



AFF

