

Idégenerering og sortering

Gå i detaljer med din idé, involver andre og vurder forhold som potentiale og implementering

Et af succeskriterierne i idéfasen er, at vi evner at opsætte optimale rammer for en kort koncentreret idé-generering.

Fra de fælles screeningskriterier kan man udvælge de mest centrale spørgsmål til den indledende grovsortering. For at styrke vores kundefokus kan det være givtigt, at spørge ind til, hvordan idé-ejeren har testet ideen på kollegaer, andre afdelinger, relevante kunder – og hvad deres reaktioner var.

Centrale spørgsmål / screeningskriterier omfatter:

- Hvilken værdi skaber ideen for kunden?
- Hvordan får vi ideen udviklet og implementeret?
- Hvad er nyt?
- Hvad er markedspotentialet?
- Hvad er vurderingen af omkostningerne?

Idé-dating – en metode til videreudvikling af ideer og innovationskompetencer

Begrebet idé-dating bruges om et struktureret forløb, hvor deltagere og idé-ejere via et workshop lignende forløb på skift uddyber ideer og giver indspil, hvorved ideerne modnes, udbygges, konkretiseres og eventuel afslutningsvis prioriteres og sorteres. Forløbet varer typisk 2-4 timer – alt afhængig af antal ideer og deltagere.

En mulig model:

- Introduktion
 - idéejere har lavet planche/flipover/beskrivelse af idé
 - Idé-ejeren introducerer ideen meget kort (evt. faseopdelt i temaer?)
- Workshops (ca. 15 min)
 - Deltagere vælger hvilke(n) idé, de ønsker at høre mere om/udfordre
 - Idé-ejer uddyber ideen 3-4 min – og tilhører spørger ind og udfordrer ideen
 - Hold fokus på at workshopen bliver afklarende, kritisk og nytænkende..
- Plan for opfølgning – hvad er næste step?

For at forløbet funderer optimalt - er det vigtigt, at I på forhånd har udfordret idé-ejerne, således at de allerede har foretaget indledende sonderinger i forhold til kunders/kollegaers respons på ideerne.

Ofte er det også givtigt at invitere kollegaer med anderledes baggrund og kompetencer med – det giver nye vinkler og platforme for samarbejde om videreudvikling af ideen. Ligeså kan I med fordel invitere kollegaer/udviklingsdirektører fra centrene til at deltage og/eller spille ind med ideer.



Screening af ideer – hvordan kan det tilrettelægges?

Anvendelse af screeningskriterier skal være med til at sikre, at vi siger "ja" til de rigtige projekter, at vi bliver skarpere i planlægningsfasen af et projekt, og at vi siger "nej" til projekter, som ikke lever op til kriterierne, og som vi i bund og grund ikke tror på.

Screeningen kan tilrettelægges på forskellig vis – men afgørende for succesen er en stram tidsstyring og at forløbet er afdækkende, således at der skabes, det bedst mulige grundlag for at prioritere. Screeningen kan med fordel struktureres ved, at der udpeges et spørgepanel – gerne med både faglige og andre tværgående kompetencer.

Panelet har ansvaret for at alle screeningskriterier afdækkes og at idé-ejeren får lejlighed til at præsentere og uddybe ideen. Tilhører kan eventuel få et par minutter til efterfølgende at supplere med opklarende spørgsmål. Afgørende for et godt forløb er – at man undgår diskussion – det forlænger, fjerner fokus og hører til i næste fase, hvor de udvalgte ideer skal konkretiseres yderligere.

Som udgangspunkt kan forløbet struktureres med screening af en række ideer og én fælles vurdering, hvor der afsættes 10 min. til præsentation af ideen – med afsæt i en på forhånd udleveret kortfattet skriftlig beskrivelse af ideen. Herefter afsættes 8-10 min. til at spørge ind til ideen.

En god idéfase er nøglen til
succesfulde projekter

