



**Kreativ
på jobbet**

**Roligare och
smartare
möten**

**Ewa Svensson
& Kristina Swenningsson**

Innehåll

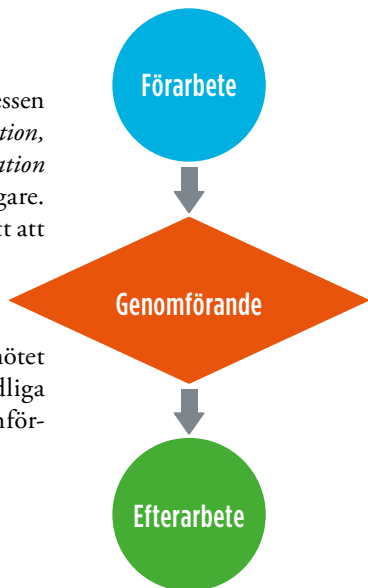
Förord	5
Kreativitet – en introduktion	7
Varför vara kreativ på jobbet?	7
Öka kreativiteten – hur gör man det?	10
Människor	11
Miljö	14
Metod	21
Kreativa möten	24
Idédiamanten – en effektiv metod för kreativa möten	28
Nu kör vi möte!	33
Uppstart av mötet	33
1. Frågeställning	38
2. Fokus	41
3. Idégenerering	44
4. Idéutveckling	48

5. Urval av idéer	50
6. Handlingsplan	53
Avsluta mötet	54
Kort om att genomföra idéer	55
Slutord	58
Övningar, exempel och mallar	59
Exempelövning Idédiamanten: Ryggsäcken	60
Mötesplanering – checklista	65
Körschema – mall	66
Uppvärmning och presentationer	67
Energigivare	73
Fokus	77
Idéer och idéutveckling	79
Urval och värdering av idéer	86
Handlingsplan	90
Som avslutning	91
Lästips	92
Om författarna	94

Kreativa möten

Tre faser

Hela den kreativa processen omfattar *insikter*, *inkubation*, *idéarbete* och *implementation* som vi har beskrivit tidigare. Kreativa möten är ett sätt att jobba med idéarbetet. Det underlättar för dig som ska planera, leda och följa upp idémötet att tänka i dessa tre tydliga faser: förarbete, genomförande och efterarbete.



Förarbete

Ett kreativt möte börjar i behovet av att tänka nytt kring en **viktig frågeställning**, till exempel *Hur kan vi öka kundnöjdheten?*

Inom vilket område, till vilka utmaningar eller för vilka mål behöver ni hitta nya lösningar? Analysen av det som ni vill ha en kreativ diskussion om är central, då den ger en riktning och en ram för gruppens idéer. Dessutom ska den engagera och inspirera till att vilja bidra med idéer.

Varför är frågan viktig? Detta är en grundläggande fråga som avgör om man får resurser, deltagande och engagemang, och är en förutsättning för att resultaten blir genomförda.

Varför behöver ni hitta nya lösningar för den aktuella frågan? Den som är beställare av frågeställningen behöver tydliggöra detta och sedan är det naturligtvis viktigt att stämma av svaret även med gruppen. De kan ha andra åsikter!

Vilka behov täcker frågan? Vem har behovet? Vad gör vi med resultatet? Redan nu behöver du som mötesledare säkra att resultaten tas om hand. Det är absolut det viktigaste för ett långsiktigt engagemang – att visa att utvalda idéer kommer att bli genomförda.

Sätt sedan ihop en grupp med rätt människor utifrån den frågeställning som ska bearbetas (se stycket om Kreativitet i grupp på sidan 11).

Genomförande

Själva mötet kan se ut på många olika sätt. Agenda, innehåll, mötesmiljö och vilka som deltar anpassas till syftet med mötet och till verksamhetens målsättning.

Det som är speciellt i genomförandet av ett kreativt möte jämfört med andra typer av möten är att vi, beroende på frågeställning och gruppdeltagare, behöver hitta sätt att locka fram en kreativ stämning och att inspirera och utmana deltagarna till nya idéer och tankar.

Enligt vår erfarenhet ger en genomtänkt planering också möjlighet till att vara flexibel under själva mötet och att lita

Dokumentation

Dokumentation av idémöten kan vara en utmaning. Hur vill vi använda materialet? Ett tips är att planera in dokumentationstid direkt efter workshopen. Dels kommer du ihåg bättre och det går därmed fortare att dokumentera, men det är också viktigt är att ge deltagarna snabb återkoppling, speciellt om de ska arbeta vidare i processen. Då har de fått igång tankarna och finner säkert ännu fler idéer och lösningar.

Det finns digitala verktyg som gör det lättare att dokumentera och att vidareutveckla idéer, framför allt om gruppdeltagare deltar i idémöten på distans. Området digitala verktyg som stöd i idé- och innovationsutveckling utvecklas snabbt med nya lösningar och funktioner hela tiden.

på den kreativa processen. Ibland måste man nämligen göra avsteg från planeringen för att det uppkommer idéer som man inte är förberedd på, och uppslag som man inte har förberett, men vill ta vara på i stunden. En bra planering gör det lätt att följa eventuella sidospår och sedan komma tillbaka till det som är fokus för mötet.

I de kommande avsnitten får du praktisk vägledning genom idéutvecklingens alla faser, vad de innebär och vilka metoder och verktyg som hjälper dig att genomföra smarta och roliga kreativa möten.

Efterarbete

Redan innan mötet är det bra att ha tänkt igenom hur resultatet ska tas omhand. Hur ser ni till att det är tydligt vad som ska hända och vem som är ansvarig? Att kunna ta upp detta tidigt med gruppen ger också extra motivation under själva mötet. Bestäm också hur ni vill visa resultatet, både internt och externt.

Det är lätt att innovativa uppslag och idéer dränks i det dagliga arbetet, och därför är efterarbetet extra viktigt. Vi har träffat många människor som är skeptiska till workshoppar och spånarmöten – just för att resultat och idéer inte tagits om hand tidigare. Man får inte så många nya chanser till människors engagemang om man missar att se till att utvalda idéer verkligen stöttas till genomförande och blir till värde för organisationen. Ett sätt att hålla igång processen är

att processledaren bokar in regelbundna uppföljningsmöten tills dess att arbetet verkligen kommer igång eller idén har kommit i mål.

Idédiamanten – en effektiv metod för kreativa möten

Ett kreativt arbetssätt innebär – i motsats till vad många tror – ett strukturerat arbete för att få fram idéer. Det räcker inte att ohämmat släppa lös kreativa krafter.

Man måste ge rätt förutsättningar, se till att gruppen är bekväm och förstår uppgiften och lotsa deltagarna igenom ett antal väldefinierade steg för att slutligen förvalta det råmaterial som blir resultatet av metoderna.

På de kommande uppslagen följer en beskrivning av Idédiamanten och dess sex steg, parallellt med ett enkelt exempel. Idédiamanten är en metodik som är baserad på

Reflektion

Har ni aktuella frågor eller utmaningar i din verksamhet som du tycker skulle lämpa sig för ett kreativt möte?

Vad skulle du vilja testa om du skulle planera ett kreativt möte?

Vad tror du skulle vara svårt eller utmanande?

forskning av Göran Ekvall. Den följer en vedertagen struktur som är effektiv vid idéutveckling.

Varje enskilt steg är lika viktigt för att idéer ska födas, formas och genomföras på bästa sätt. Idédiamanten ger en effektiv struktur och ett övergripande körschema för kreativt arbete. Den börjar med att man tillsammans definierar den frågeställning man på förhand har analyserat fram och bestämt att behandla under mötet. Den slutar med att man fastslår en handlingsplan.

Idédiamanten är huvudprocessen i det kreativa mötet och fungerar för alla typer av frågeställningar, och olika typer av grupper. Ett bra kreativt möte sker när spelreglerna är satta, gruppen är tydliggjord, och steg 1 *Frågeställningen* är väl genomgången. Ett väl utfört steg 2 *Fokusområdena* ger gemensamma insikter kring utgångspunkten, och bidrar till goda förutsättningar för genomförandet samt färre konflikter, enligt Wheelands teorier om effektiva grupprocesser.

Tips

En hel del möten är virtuella. På distans blir det svårare med de spontana diskussionerna och delaktigheten, men samma processer gäller ju även för sådana möten. Det brukar fungera väldigt bra om man blandar fysiska möten med virtuella. Särskilt viktigt är det med en fysisk uppstart – det gör mycket för det kreativa klimatet och gör det lättare att ringa in området som ska utvecklas.

Andra branscher

Att tänka kreativt handlar i stort om fokus och om att tänka ur olika perspektiv. Att fundera kring hur andra branscher hanterar olika situationer kan vara ett sätt att hitta inspiration till det egna företaget.

Instruktion

Välj en organisation som är känd för att vara riktigt bra på det ni vill ha idéer och inspiration kring, till exempel ICA om ni jobbar med marknadsföring eller en riktigt bra förskola om ni jobbar med att skapa en miljö som gynnar lärande. Antingen kan du som processledare ta fram exempel på bransch, eller så ber du gruppen att först spåna fram vilka organisationer som är bra på det ni ska diskutera.

Fundera och diskutera kring hur organisationen ni valt jobbar. Låt deltagarna komma med förslag i en öppen brainstorming. Lista på en tavla eller ett blädderblock. Vilka av dessa aspekter skulle ni kunna överföra till er organisation – och göra ännu bättre och twista på olika sätt? Jobba två och två eller tre och tre med de aspekter som deltagarna själva tycker är mest intressanta. Vilka idéer får ni som passar er verksamhet? Kan något användas och anpassas?

Exempel på andra användbara branscher

Förskola – för idéer kring en lärande organisation

Akuten – för säkerhet och prioriteringar

Ikea – för logistik eller smarta lösningar

Köp ett bokpaket med 40 böcker och ställ i fikarummet på jobbet. Du får med ett häfte som ger tips på hur du använder böckerna så att kunskapen sätter sig. Läs mer på egetforlag.se

Pausa – en handbok om återhämtning

Nå dina mål

Utvecklingssamtal – en handbok för chefer

Krama Dracula och andra teaterövningar

Matlåderoulette och annat roligt på jobbet

Nätverka med hjärtat

Fråga farmor – varumärkesarbete i vardagen

Människor till läns

Försäljning – enklare än du tror

Bli ditt bästa jag

Alla kan rita symboler

Extra allt – en handbok för duktiga flickor

Gör det nu – om effektivitet och inre lugn

Kreativ på jobbet

ORKA! Träning och äventyr i vardagen

VÅGA! En väldigt annorlunda reseguide

Teambuilding

Joakims överlevnadsguide till adhd

Digital omtanke

Jakten på papperstigern – effektivare

kvalitetsledning

