

OSCAR BERG & HENRIK GUSTAFSSON

DEN
DIGITALA
ARBETSPLATSEN
Arbetsboken



UPPSTART

NULÄGE

BÖRLÄGE

FÄRDPLAN

AVSLUT

Den här arbetsboken bygger på den pragmatiska och beprövade metodik för strategisk utveckling av den digitala arbetsplatsen som beskrivs i boken *Den digitala arbetsplatsen – Strategi & design*.

Syftet med den är att hjälpa dig att utveckla färdigheter i denna metodik genom att använda dess mallar, instruktioner och exempel. Arbetsboken skapades särskilt för att användas i den masterclass Oscar Berg och Henrik Gustafsson ger. Läs mer på www.berggustafsson.se



Arbetsboken är licensierad under en [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Det innebär att du får dela arbetsboken, men du får inte ändra den eller använda den i kommersiellt syfte.



INTRODUKTION

EN ARBETSBOK SOM FÖLJER STRATEGIPROCESSEN

Denna arbetsbok är framtagen som ett komplement till boken *Den digitala arbetsplatsen* och fokuserar på strategiprocessen som beskrivs i boken. Arbetsbokens syfte är att ge dig praktiskt stöd i att utföra ett antal viktiga aktiviteter som ingår i strategiprocessen.

Arbetsboken är därför uppdelad enligt processens olika steg. I varje steg beskrivs ett antal aktiviteter: vad syftet är med aktiviteten, vilka modeller och mallar som du kan ta till hjälp samt hur du använder dem.

För att vägleda dig är mallarna ifyllda med exempel från verkligheten. Dessa exempel är tänkta som inspiration och är inte kompletta. Vi har blandat exempel från olika typer av verksamheter och försökt välja exempel som vi tror är lättbegripliga.

Eftersom mallarna redan är delvis ifyllda behöver du använda separata mallar när du arbetar med din egen verksamhet. Digitala mallar i PowerPoint finns att hämta via www.dendigitalaarbetsplatsen.se.



UPPSTART



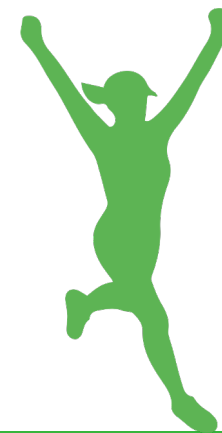
NULÄGE



BÖRLÄGE



FÄRDPLAN



AVSLUT

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

UPPSTART	NULÄGE	BÖRLÄGE	FÄRDPLAN
<p>1 KARTLÄGG INTRESSETER</p>	<p>1 BEDÖM DEN DIGITALA MEDARBETAR-UPPLEVELSEN</p>	<p>1 UTFORSKA EXTERNA DRIVKRAFTER</p>	<p>1 IDENTIFIERA OCH PRIORITERA ÅTGÄRDER</p>
<p>2 BEDÖM ORGANISATIONENS MOGNAD</p>	<p>2 IDENTIFIERA ANVÄNDARGRUPPER</p>	<p>2 KONKRETISERA VISIONEN</p>	<p>2 SKAPA FÄRDPLANEN</p>
<p>3 IDENTIFIERA INTERNA DRIVKRAFTER</p>	<p>3 BESKRIV ANVÄNDARGRUPPER</p>	<p>3 DEFINIERA OCH PRIORITERA MÅL</p>	<p>AVSLUT</p>
<p>4 FORMULERA UPPDRAGET</p>	<p>4 KARTLÄGG DIGITALA FÖRMÅGOR</p>	<p>4 IDENTIFIERA ANVÄNDNINGS-SITUATIONER</p>	<p>1 RETROSPEKTIV</p>
<p>5 FORMULERA VISIONEN</p>	<p>5 KARTLÄGG DIGITALA TJÄNSTER</p>	<p>5 FÅNGA ANVÄNDAR-GRUPPERNAS BEHOV</p>	
	<p>6 KARTLÄGG DIGITALA PLATTFORMAR</p>	<p>6 IDENTIFIERA ERBJUDANDET</p>	
	<p>7 KARTLÄGG INFORMATIONSTILLGÅNGAR</p>	<p>7 ANALYSERA LEVERANSFÖRMÅGAN</p>	
	<p>8 SUMMERA NULÄGET I KANVASEN</p>	<p>8 SUMMERA BÖRLÄGET I KANVASEN</p>	

1. Uppstart

1

KARTLÄGG INTRESSENER

2

BEDÖM ORGANISATIONENS
MOGNAD

3

IDENTIFIERA INTERNA
DRIVKRAFTER

4

FORMULERA UPPDRAGET

5

FORMULERA VISIONEN



UPPSTART

NULÄGE

BÖRLÄGE

FÄRDPLAN

AVSLUT



1 KARTLÄGG INTRESSENTER

När insikten om att det behövs en strategi för den digitala arbetsplatsen har uppstått behöver relevanta intressenter engageras och involveras i strategiarbetet.

Denna aktivitet syftar till att identifiera vilka dessa intressenter är, på vilket sätt de är relevanta och hur var och en av dessa bör involveras i strategiarbetet.

Så här går ni tillväga

1. Idéstorma kring möjliga intressenter.
2. Beskriv följande för varje identifierad intressent:

Vilka roller denne har?

Vad denne i huvudsak arbetar med?

Vilka huvudsakliga utmaningar denne har i sin nuvarande position?

3. Placera respektive intressent i *Intresse- och påverkansmatrisen*.



Tips! Skapa en mindmap för att underlätta idéstormningen kring möjliga intressenter.

I mallen visas några exempel på roller som en internationell telekomverksamhet valde att ha i sin intressentmatris.



INTRESSE- OCH PÅVERKANSMATRIS

STORT INTRESSE

GÖR TILL FÖRÄNDRINGSAGENTER

Superanvändare

Verksamhetschef

Utbildningsansvarig

Supportchef

KNYT NÄRA STRATEGIARBETET

Digital strateg

Kommunikations-
ansvarig

HR-ansvarig

Affärsutvecklare

IT-chef

LITET INTRESSE

INFORMERA OCH FÖRKLARA

Administrativ chef

Kvalitetschef

Säljare

VISA NYTTA OCH FRAMGÅNG

Ekonomiansvarig

Säkerhetschef

LÅG PÅVERKAN

HÖG PÅVERKAN



2 BEDÖM ORGANISATIONENS MOGNAD

Med hjälp av en mognadsmodell kan din organisation snabbt få en bild av var organisationen står idag och hur vägen framåt ser ut. Den kan även användas som ett verktyg för att se var verksamheten står i förhållande till konkurrenter eller andra jämförbara verksamheter.

Denna aktivitet syftar till att skapa en uppfattning om vart organisationen behöver gå och en känsla över hur mycket arbete som krävs för att nå dit.

Så här går ni tillväga

1. Positionera var organisationen befinner sig i mognadsmatrisen och diskutera konsekvenserna av det.
2. Gör en bedömning av var betydelsefulla konkurrenter eller andra jämförbara organisationer befinner sig och placera ut dessa.
3. Diskutera organisationens ambitionsnivåer och inom vilken tidsrymd ambitionerna ska förverkligas.



Tips! Låt var och en sätta ut var de anser att organisationen befinner sig och motivera varför. Diskutera!

Exemplet är hämtat från ett konsultföretag som använde mognadsmatrisen till att beskriva var de befann sig och önskad förflyttning utifrån viktiga kunders och konkurrenters positioner.



MOGNADSMATRIS

UTFORSKAR

ENTUSIAST

LEDARE

Här är vi idag

Här ska vi vara imorgon

Kund A

Kund B

Konkurrent A

Konkurrent F

Samarbetspartner

Kund C

NYBÖRJARE

KONSERVATIV

Konkurrent B

Kund D

Konkurrent E

Kund E

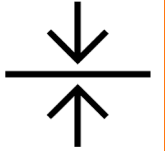
UTFORSKAR INTE

Konkurrent C

Konkurrent D

PLANERAR INTE

PLANERAR



3 IDENTIFIERA INTERNA DRIVKRAFTER

Strategin för den digitala arbetsplatsen behöver kopplas till andra verksamhets-, stabs- och IT-strategier och större pågående initiativ och program i verksamheten.

Denna aktivitet syftar till att identifiera vilka av verksamhetens strategier som har påverkan på den digitala arbetsplatsen och på vilket sätt. Resultatet blir det vi kallar för interna drivkrafter.

Så här går ni tillväga

1. Gå igenom det underlag som samlats in och anteckningar från eventuella intervjuer och identifiera viktiga nyckelbegrepp. Leta efter verksamhetsstrategier, fokusområden och utmaningar.
1. Gruppera eventuella liknande nyckelord i teman.
1. Formulera nu interna drivkrafterna utifrån de identifierade nyckelbegreppen och hur de påverkar den digitala arbetsplatsen.
1. Prioritera de interna drivkrafterna i förhållande till varandra.



Tips! Denna aktivitet kan även användas till att harmonisera befintliga strategier inom områden som HR, kommunikation och IT.

I mallen ges några exempel på nyckelord som ett tvärfunktionellt team från ett försäkringsbolag identifierade under en workshop.



INTERNA DRIVKRAFTER

VERKSAMHETSSTRATEGIER

Ökad kundorientering

Snabbrörlighet

Attraktiv arbetsgivare

Hållbarhet - människa
och miljö

FOKUSOMRÅDEN

Agila team

Bättre kundbemötande

Ökat självledarskap

UTMANINGAR

Krängliga system

Långsamma beslut

“Återupptäcker hjulet”

Platsberoende arbete

PÅVERKAN PÅ DEN DIGITALA ARBETSPLATSEN

Förbättra
medarbetarupplevelse

Underlätta nätverkande

Minska admin och
slöserier

Stödja balans arbete-
fritid

Mobila lösningar

Erbjud intern
arbetsmarknad

Synliggöra idéer
och kunskap

Stötta lärande i små
steg

Enklare följa processer



FORMULERA UPPDRAGET

Den roll som digitala arbetsplatsen ska spela för organisationens verksamhet behöver vara tydlig. Rollen ska knyta an till verksamhetens övergripande uppdrag och sätta kursen för den digitala arbetsplatsen.

Denna aktivitet syftar till att definiera den digitala arbetsplatsens uppdrag. Detta ska svara på tre huvudsakliga frågor:

- *Syfte:* Vad ska erbjudas?
- *Användarsegment:* Vem riktar sig erbjudandet till?
- *Medel:* Hur tillhandahålls erbjudandet?

OBS! Undvik referenser till tidstypiska trender och tekniska koncept.

Så här går ni tillväga

1. Börja med att titta närmare på organisationens övergripande uppdrag för att se om och hur det går att referera till detta.
2. Idéstorma svar på de frågor som uppdraget ska besvara. Lägg in dessa i mallen.
1. Diskutera och prioritera svaren för att hitta de mest relevanta och viktigaste.
2. Summera och formulera uppdraget i en enda mening med svaren som underlag.



Tips! Ta reda på och inspireras av uppdrag som andra organisationer formulerat för sina digitala arbetsplatser.

Exemplet är hämtat från ett globalt konsumentelektronikföretag. Uppdraget formulerades under en workshop med representanter från flertalet verksamhetsområden.



UPPDRAG

VAD SKA DEN DIGITALA ARBETSPLATSEN ERBJUDA?

Effektivt samarbete

Effektiv kommunikation

VILKA SKA DEN ERBJUDA DET TILL?

Medarbetare

Konsulter

Externa partners

HUR SKA ERBJUDANDET TILLHANDAHÅLLAS?

Digitala tjänster

Tillgängligt

Säkert

Mobilt

Enkelt

FORMULERING AV UPPDRAGET

Tillhandahålla digitala tjänster som möjliggör effektiv kommunikation och samarbete för medarbetare och andra intressenter på ett enkelt, tillgängligt och säkert sätt.

5 FORMULERA VISIONEN



Visionen är något vi strävar mot att uppnå med den digitala arbetsplatsen. Den är en bild av framtiden för den digitala arbetsplatsen, gärna mer än fem år bort.

En bra vision...

...beskriver det önskade framtida tillståndet för den digitala arbetsplatsen
...skapar en stark mental bild för alla som hör den
...motiverar och intresserar människor

Denna aktivitet syftar till att formulera utkast till en vision som ska vägleda det fortsatta strategiarbetet. I detta skede räcker det med en textuell version. Visionen förtydligas och berikas sedan i börlägessteget när ni har en bättre bild av var ni behöver förflytta er.

Så här går ni tillväga

1. Idéstorma kring hur den digitala arbetsplatsen kan skapa mer värde givet dess uppdrag. I mallen.
1. Identifiera vilka egenskaper som den digitala arbetsplatsen bör ha för att skapa detta värde. För in dessa på sin plats i mallen.
1. Organisera och prioritera identifierade värden respektive egenskaper.
1. Försök summera och formulera visionen i en enda mening med de högst prioriterade värdena och egenskaperna som underlag.



Tips! Använd mognadsanalysen som utgångspunkt för att hitta en rimlig ambitionsnivå på visionen. Den måste vara uppnåbar även om den är långt bort.

Exemplet är hämtat från ett globalt konsumentelektronik-företag. Uppdraget formulerades under en workshop med representanter från flertalet verksamhetsområden.



VISION

HUR KAN DEN DIGITALA ARBETSPLATSEN SKAPA MER VÄRDE GIVET DESS UPPDRAG?

Ökad kunskapsdelning
genom öppenhet

Bygga tillit genom
transparens

Underlätta
decentraliserade beslut

Uppmuntra och stödja
ökad kreativitet

Ökad snabbriklighet

Få fler att bidra genom
ökat engagemang

VILKA EGENSKAPER BÖR DEN HA FÖR ATT KUNNA SKAPA DETTA VÄRDE?

Enkelt att använda

Säkert

Tillgängligt

Relevant

Inspirerande

FORMULERING AV VISIONEN

En inspirerande och samarbetsfrämjande digital arbetsplats som möjliggör innovation och engagemang över alla gränser.

2. Nuläge



NULÄGE

UPPSTART

BÖRLÄGE

FÄRDPLAN

AVSLUT

1

BEDÖM DEN DIGITALA
MEDARBETARUPPLEVELSEN

2

IDENTIFIERA ANVÄNDAR-
GRUPPER

3

BESKRIV
ANVÄNDARGRUPPER

4

KARTLÄGG DIGITALA
FÖRMÅGOR

5

KARTLÄGG DIGITALA
TJÄNSTER

6

KARTLÄGG DIGITALA
PLATTFORMAR

7

KARTLÄGG INFORMATIONS-
TILLGÅNGAR

8

SUMMERA NULÄGET I
KANVASEN



1 BEDÖM DEN DIGITALA MEDARBETARUPPLEVELSEN

Den digitala medarbetarupplevelsen är summan av de upplevelser som en medarbetare fått efter att ha använt digitala verktyg och system på jobbet. Med andra ord är den upplevelsen av att ha använt den digitala arbetsmiljön, över tiden.

Denna aktivitet syftar till att försöka skapa en bild av hur den digitala arbetsmiljön generellt upplevs av medarbetarna, det vill säga hur den digitala medarbetarupplevelsen ser ut i nuläget.

Så här går ni tillväga

1. Hämta input från medarbetare om hur de upplever den digitala arbetsmiljön med hjälp av lämpliga tekniker såsom enkäter, intervjuer, observationer och fokusgrupper.
1. Organisera denna input, diskutera och försök identifiera vad som kännetecknar upplevelsen av den digitala arbetsmiljön i nuläget.

Extra - Lägg in nyckelord gällande organisationens värderingar och varumärke på relevant plats i mallen för att jämföra den faktiska medarbetarupplevelsen med det organisationen vill att medarbetarna ska uppleva.



Tips! Mallen kan användas även för att fånga en individuell medarbetares upplevelse. Prova låta några medarbetare fylla i mallen som underlag till denna aktivitet..

Exemplet kommer från ett globalt konsumentelektronik-företag och baseras på input från ett antal workshops och en enkät med öppna svarsalternativ som gick ut till samtliga medarbetare.



MEDARBETARUPPLEVELSE

TÄNKER

Ser och bryr sig inte om oss

Jag kan inte påverka

Pinsamt för ett teknikföretag som vårt

Ett företag för de som gör presentationer och går

GÖR

Letar andra lösningar "Skugg-IT"

Använder inte de system som man har

Gör lite som man tycker

DEN DIGITALA ARBETSPLATSEN

KÄNNER

Uppgivenhet

Frustration

Ovilja mot vissa leverantörer

SÄGER

Förstår inte våra behov

Långsamt, instabilt och dålig access

Systemen är till för företaget, inte användarna

Dålig sökfunktion

Verktygen funkar inte bra ihop

Det finns ingen strategi

Ingen har frågat vad vi behöver

Byggt för Microsoft-användare, inte Linux-användare

2 IDENTIFIERA ANVÄNDARGRUPPER



Genom att skapa en förståelse för användarna och deras behov får vi reda på vad de efterfrågar för förmågor från den digitala arbetsplatsen och hur dessa behöver fungera, se ut och tillhandahållas.

Denna aktivitet syftar till att försöka identifiera användargrupper - användare som har liknande behov och förväntningar på den digitala arbetsplatsen och dess tjänster.

Så här går ni tillväga

1. Börja med att lista de roller som finns i verksamheten och placera dessa var de bäst hör hemma bland de fyra olika användarsegmenten.
2. Försök hitta roller som har liknande behov och beteenden och skapa användargrupper för dessa. Ge respektive användargrupp ett namn.
3. Beskriv därefter respektive användargrupp genom att skapa en användarprofil.
1. Prioritera användargrupperna sinsemellan för att identifiera vilkas behov som är viktigast att tillgodose.



Tips! Utgå från material som organisationsscheman och rollbeskrivningar för att hitta roller.

Exemplet är hämtat från ett internationellt företag som tillverkar oljeprodukter. Verksamheten hade en mångfald av användargrupper varav några visas på nästa sida. Exemplet visar utvalda användargrupper och har inte prioriterats.



SEGMENTERINGSKARTA



LEDARE



ADMINISTRATÖR



SPECIALIST



FÄLTARBETARE

Strategiska ledare

Operativa ledare

Supportfunktions-
administratörer

Operationella
administratörer

IT-supportare

Kundtjänstarbetar
e

Produktutvecklare

Affärsutvecklare

Supportfunktions-
personal

Affärsutvecklare

Underhållsarbetare

Säljare

Operatör

Kontorsservare

3 BESKRIV ANVÄNDARGRUPPER



Denna aktivitet syftar till att skapa en större förståelse för de identifierade användargrupperna och dokumentera denna förståelse för det fortsatta strategi- och designarbetet.

Det handlar bland annat om att identifiera vilka uppgifter användare i den aktuella användargruppen typiskt utför, vilka enheter de använder och i vilka användningssituationer de vanligtvis befinner sig i.

Så här går ni tillväga

Beskriv respektive användargrupp genom att skapa en användarprofil och dokumentera följande i avsedd del av mallen:

- Typiska arbetsuppgifter som den här användargruppen utför i sitt arbete.
- Användningssituationer som användargruppen behöver komma åt den digital arbetsplatsens tjänster när de utför sitt arbete.
- Digitala enheter som användargruppen normalt har tillgång till i de olika användningssituationerna.
- Framgångsfaktorer för att den här användargruppen ska lyckas i sitt arbete.



Tips! Bland användningssituationer kan det vara bra att lista vilka olika situationer där individer inom användargruppen behöver samarbeta med andra.

Exemplet är ett utdrag från en profil skapad av representanter från en butikskedja med praktisk erfarenhet av butiksarbete.



ANVÄNDARGRUPPSPROFIL

NAMN PÅ ANVÄNDARGRUPP

Försäljare

BESKRIVNING

Försäljaren är verksamhetens ansikte utåt. Det dagliga arbetet som försäljare i butik innebär att du växlar mellan att möta kunder, arbeta i kassa och i lager och plocka upp varor.

“Kunderna ska alltid känna sig välkomna och att de kan lära sig något hos oss”

CITAT

TYPISKA ARBETSUPPGIFTER

Kolla arbetschema och butiksstatus

Ta emot leveranser

Medverka på morgonmöte

Öppna butik

Sitta i kassan

Serva kund

PERSONLIGA ENHETER

Stationär dator

Kassa

Smart mobil

Kiosk

TYPISKA ANVÄNDNINGSSITUATIONER

Hemma

Utlämningsdisk

Personalrum

Kassa

Butiksgolvet

Lagret

FRAMGÅNGSFAKTORER

Tydlig kommunikation

Gemensamma rutiner

Färre och förenklade system

Snabbt hitta info

Bättre planering och överlämning

Mobil åtkomst

4 KARTLÄGG DIGITALA FÖRMÅGOR



Med digital förmåga avses här som en samling digitala tjänster och arbetssätt. I hjärtat av den digitala arbetsplatsen ser vi förmågor inom följande fem områden: information, kommunikation, samarbete, arbetsflöden och förbättringar.

Denna aktivitet syftar till att kartlägga vilka digitala förmågor som finns idag för att tillgodose användargruppernas behov.

Så här går ni tillväga

1. Ställ följande frågor för respektive förmåga och notera svaren på avsedd plats i mallen:

*Vilka tjänster/verktyg tillhandahålls?
Finns det gemensamma arbetssätt?*

2. Bedöm därefter hur respektive förmåga fungerar idag enligt en skala från 1 till 5, där 5 är bäst.
3. Notera även de problem och utmaningar som finns i nuläget och eventuella idéer om hur förmågan kan förbättras.



Tips! Utgå från förmågemodellen som beskrivs i boken under denna aktivitet.

Exemplet är ett urval hämtat från en internationell organisation som arbetar med bistånd till människor som lever i fattigdom.



DIGITALA FÖRMÅGOR

VERKTYG

ARBETSSÄTT

PROBLEM & UTMANINGAR

IDÉER TILL FÖRBÄTTRINGAR

Omdöme: 1



INFORMATION

MS Office, OneNote,
OneDrive, Outlook, Teams
SharePoint, Public 360
Dropbox, Slack, Intranät...

Används ofta från många
olika platser. Information i
stora volymer delas med
kollegor och partners

Svåra att komma åt.
Begränsade utrymmen.
Avsaknad av vägledning
Mejl används för fildelning

Omdöme: 2



KOMMUNIKATION

Slack, MS Teams
Outlook, WebEx
MS Skype, Intranät,
Telefoni, SMS, FaceTime...

Används dagligen.
Mejlandet dominerar.
Olika medarbetare
använder på olika sätt

För många verktyg.
Okunskap. Mejlen stressar,
överbeklämmer och bryter mot
informationssäkerhet..



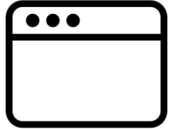
SAMARBETE



ARBETSFLÖDEN



FÖRBÄTTRINGAR



5 KARTLÄGG DIGITALA TJÄNSTER

Genom att titta på vilka digitala tjänster som finns i nuläget går det att snabbt få en uppfattning av vilka behov som tillgodoses av den digitala arbetsplatsen.

Denna aktivitet syftar till att närmare identifiera och klassificera befintliga digitala tjänster som tillhandahålls.

Detta är också en övning i att beskriva den nuvarande digitala arbetsplatsen som tjänster - aktivitet eller funktion som tillför värde till en mottagare - istället för system och program.

Så här går ni tillväga

1. Inventera befintliga digitala tjänster utifrån tillgänglig dokumentation, egna erfarenheter och andra källor.
1. Gruppera tjänsterna i relevanta kategorier och för in dessa i mallen.



Tips! Använd gärna ikoner eller illustrationer för att beskriva de olika tjänsterna. Det gör dem mer konkreta och lättare att skilja åt.

Exemplet kommer från ett globalt tillverkningsföretag och var sammanställdes under några workshops med deltagare från kommunikations- och IT-avdelningarna.



TJÄNSTEKATALOG

KATEGORI:

Samarbete

TJÄNSTER

Teamytor

Communities

Wikis

Diskussionsgrupper

Webbmöten

Socialt nätverk

Gruppchatt

Projektplanering

KATEGORI:

Information

TJÄNSTER

Ordbehandling

Kalkylark

Presentationer

Uppgifter

Support

Bildbehandling

Informationssökning

Personsökning

KATEGORI:

Kommunikation

TJÄNSTER

Nyheter

Bloggar

Videos

*Personaliserad
hemsida*

Chatt

Mejl

KATEGORI:

Förbättringar

TJÄNSTER

Idégenerering

Enkäter

Undersökningar

KATEGORI:

Arbetsflöden

TJÄNSTER

Utlägg

Tidrapporter

ERP

CRM

PLM

KATEGORI:

TJÄNSTER

6 KARTLÄGG DIGITALA PLATTFORMAR



En digital plattform är en slags paketering eller gruppering av funktionalitet. De digitala tjänster som används inom en verksamhet kan baseras på en eller flera olika digitala plattformar.

Denna aktivitet syftar till att kartlägga befintliga digitala plattformar. Det görs med en modell för digitala plattformar som är leverantörsoberoende men som kan kopplas till olika leverantörserbjudanden (exempelvis Microsoft Office 365).

Så här går ni tillväga

1. Utgå från de nio typerna av digitala plattformar och lista de leverantörserbjudanden som verksamheten har av respektive typ.
2. Mappa in var respektive leverantörserbjudande hör hemma i mallen. Om de sträcker sig över flera olika typer, markera detta på lämpligt sätt.



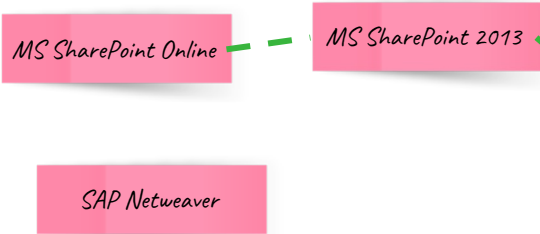
Tips! Dokumentera eventuella problem och förslag och idéer som ni kommer fram till under denna övning.

Exemplet kommer från en Svensk myndighet och visar några av deras digitala plattformar. Uppgiften klargjorde att de hade flera konkurrerande plattformar av samma typ och dessutom flera versioner av samma leverantörserbjudande.

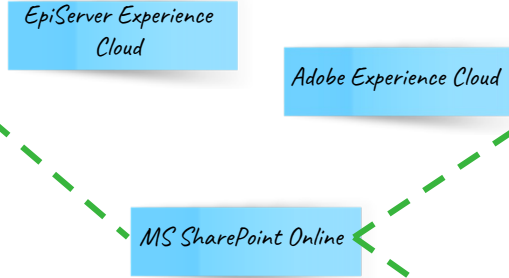


DIGITALA PLATTFORMAR

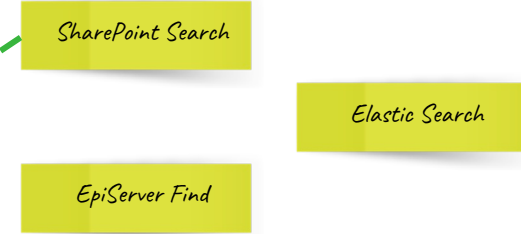
PORTALER & APPAR



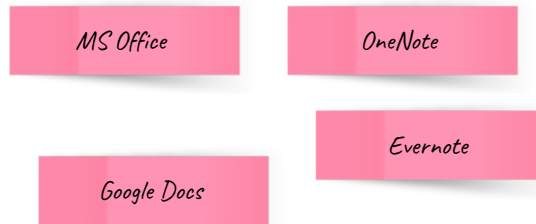
PUBLISERING & UPPELSE



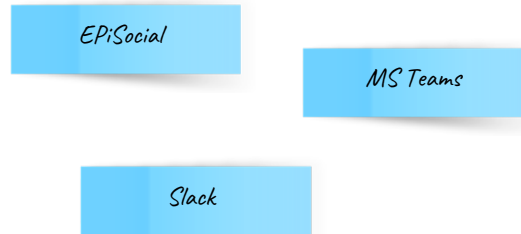
UPPTÄCKBARHET



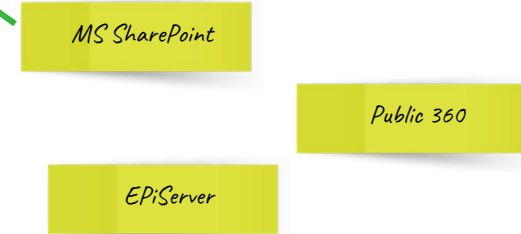
PRODUKTIVITET



SOCIALT SAMARBETE



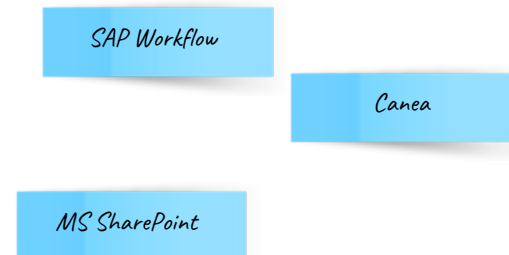
INNEHÅLLSHANTERING



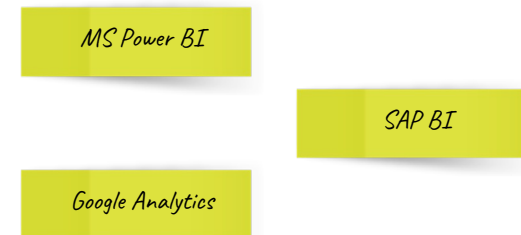
LÄRANDE OCH IDÉHANTERING



ARBETSFLÖDESHANTERING



ANALYS- OCH BESLUTSSTÖD



7 KARTLÄGG INFORMATIONSTILLGÅNGAR



Information kan ses som verksamhetens bränsle. Ett bränsle som driver kommunikation, samarbete, kunskapsdelning och verksamhetsprocesser av olika slag. Vilken information är då så viktig att verksamhetens motor kan öka eller tappa i hastighet eller kanske rent av slutar fungera, om bränslet inte finns tillgängligt eller är av dålig kvalitet?

I denna aktivitet kartlägger vi informationstillgångar - information med ett betydande värde för verksamheten. Genom att titta på samlingar av innehåll snarare än specifikt innehåll kan vi ta fram en översiktlig karta av de viktigaste tillgångarna.

Så här går ni tillväga

1. Börja gemensamt lista kring vilken information som har ett betydande värde för verksamheten. Tänk utifrån huvudsakliga innehållsformat: webbsidor, dokument och data.
1. Utgå nu ifrån hur innehållet är tänkt att användas: ledning, process, samarbete, personligt. Finns det något viktigt innehåll som ni missat? Lägg detta till listan.
2. Prioritera de identifierade informationstillgångarna utifrån vilket värde de bedöms ha för verksamheten.



Tips! Håll det på en övergripande nivå och fokusera på det som efterfrågas av användargrupperna.

Exemplet är från en internationellt konsultbolag och visar några av deras informationstillgångar i nuläget.



INFORMATIONSTILLGÅNGAR

WEBBSIDOR

DOKUMENT & FILER

DATA



LEDNING

Externwebb

Intranät

Chefsportal

Vision & värdegrund

Organisationsstruktur

Finansiella data



PROCESS

Supportportal

Processkarta

Konceptprocess

Molnarkitektur

Resursplanering



SAMARBETE

Samarbetsrum

Chattverktyg

Projektplan

Protokoll

Användarstatistik



PERSONLIGA

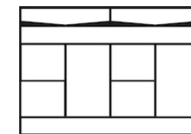
Uppgiftslistor

Rapporter

Tidrapportering

Utlägg

8 SUMMERA NULÄGET I KANVASEN



En organisation behöver skaffa sig en helhetsbild av den digitala arbetsplatsen för att utveckla den åt rätt håll och åtgärda de generella problem som finns, till exempel redundant funktionalitet och onödig komplexitet.

Denna aktivitet syftar till att med hjälp av en kanvas skapa en översikt av hur den digitala arbetsplatsen ser ut i nuläget. Kanvasen visar de viktigaste aspekterna och hur dessa förhåller sig till varandra. Den blir en yta att samlas kring för att se helheter, diskutera och fatta beslut.

Så här går ni tillväga

1. För in resultatet från de genomförda aktiviteterna i kanvasen. Om nödvändigt, summera informationen för att få plats. Utgå från tidigare prioriteringar för att ta med den viktigaste informationen till kanvasen.
1. Gå igenom de frågor som ställs i boken kring respektive beståndsdel i kanvasen. Diskutera i vilken grad dessa frågor besvaras.
1. Diskutera vilka generella problem och utmaningar ni ser i hur den nuvarande digitala arbetsplatsen ser ut.



Tips! Kanvasen är tänkt att skapa överblick och helhetssyn. Det kan därför räcka med att lista de viktigaste användargrupperna, digitala förmågorna och så vidare.

Exemplet visar valda delar av en nulägeskanvas för ett företag inom installationsbranschen.



INTERNA DRIVKRAFTER

Lönsamhet

Hälsa & säkerhet

Hållbarhet

Attraktiv
arbetsgivare

EXTERNA DRIVKRAFTER

VISION & MÅL

En inspirerande och samarbetsfrämjande digital arbetsplats som möjliggör innovation och engagemang över alla gränser.

DIGITALA PLATTFORMAR

Episerver

CAD-system

Office 365

Affärssystem

DIGITALA FÖRMÅGOR

Projektering

Budgetering

Samordning

Möten

Dokumentation

Materialhantering

ENHETER

Mobil

Surfplatta

Laptop

ANVÄNDARGRUPPER

Administratör

Chef

Projektledare

Ledande montör

Montör

Besiktningsman

INFORMATIONSTILLGÅNGAR

Planer

Upphandlings-
underlag

Arbetsordrar

Rutinbeskrivningar

Ritningar

ANVÄNDNINGSSITUATIONER

Kontor mötesrum

Kontor arbetsplats

Byggarbetsplats

STYRNING & SAMORDNING

3. Börsläge

1

UTFORSKA EXTERNA
DRIVKRAFTER

2

KONKRETISERA VISIONEN

3

DEFINIERA OCH PRIORITERA
MÅL

4

FÅNGA ANVÄNDAR-
GRUPPERNAS BEHOV



BÖRSLÄGE

5

IDENTIFIERA ERBJUDANDET

6

BESKRIV ANVÄNDNINGS-
SITUATIONER

7

ANALYSERA
LEVERANSFÖRMÅGAN

8

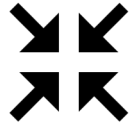
SUMMERA BÖRSLÄGET I
KANVASEN

UPPSTART

NULÄGE

FÄRDPLAN

AVSLUT



1 UTFORSKA EXTERNA DRIVKRAFTER

Det uppkommer ständigt nya digitala möjligheter som man bör ta hänsyn till. Digitaliseringen drivs framför allt av externa drivkrafter och det är därför viktigt att hålla koll på och förstå dessa, samt välja ut vilka som är viktigast att fokusera på.

Denna aktivitet syftar till att identifiera och välja ut vilka trender och drivkrafter som bedöms vara de mest väsentliga och har mest inflytande på den digitala arbetsplatsen.

Så här går ni tillväga

1. Lista nyckelbegrepp från verksamhetens strategier och placera dessa i mitten av mallen.
2. Idéstorma kring de trender och drivkrafter som är relevanta för er organisation. Gå tillbaka till tidigare material i nuläget och hämta in från externa källor.



Tips! Använd de trender och drivkrafter som kommer fram i en kreativ övning för att generera nya idéer, infallsvinklar och lösningar för den digitala arbetsplatsen.

I mallen listas några exempel hämtade från en myndighet som ger olika former av stöd till företag.



EXTERNA DRIVKRAFTER

NYA BETEENDEN & FÖRVÄNTNINGAR

Förväntan om digital interaktion

Kräver ökad transparens

Ökad service

FÖRÄNDRADE OMVÄRLDSFAKTORER

Nya regelverk

Hållbarhet

Ökad komplexitet

TEKNOLOGISK UTVECKLING

Robotstyrd processautomatisering

Artificiell intelligens

PÅVERKAN PÅ DEN DIGITALA ARBETSPLATSEN

Spårbarhet i informationshantering

Förenkla externt samarbete

Underlätta beslutsfattande

Förenkla distansarbete

2 KONKRETISERA VISIONEN



Den vision som formulerades i uppstartssteget gav en riktning för det fortsatta strategiarbetet. En viktig del i arbetet med att definiera bör läget är att skapa en mer konkret vision av den framtida den digitala arbetsplatsen. Förutom att förtydliga kan den hjälpa till att väcka intresse och engagemang.

Denna aktivitet syftar till att konkretisera visionen med olika visualiseringar och beskrivningar. Detta görs genom att ni föreställer er ett framtida tillstånd, säg om 3 år, där den digitala arbetsplatsen har blivit en succé. Detta har resulterat i en artikel och ett omslag på en populär tidskrift.

Så här går ni tillväga

1. Utgå från visionen som formulerades i nulägessteget och de värden och egenskaper som då identifierades. Använd även de externa drivkrafter som noterats.
1. Skapa ett löpsedel och en artikel (uppslag) som summerar berättelsen med huvudrubriker, korta paragrafer, citat, faktaruta och framgångsexempel.

Extra: Illustrera på ett separat papper några situationer och konkreta förslag på hur bra det går att arbeta i det framtida läget.



Tips! Undvik att referera till verktyg och olika tekniker. Fokusera istället på hur den digitala arbetsplatsen upplevs och vad den möjliggör för arbetssätt.

Exempel visar några fraser som en Svensk butikskedja tog fram för att konkretisera visionen för huvudkontorets digitala arbetsplats.



LÖPSEDEL

DEN MODERNA
ARBETSPLATSEN DÄR
MEDARBETARNA ÄR
TRYGGA OCH
ENGAGERADE!

Nu vet vi hur vi får ut
den samlade kraften hos
medarbetarna.

UPPSLAG

Smart digital teknik
gör vardagen enklare
och hjälper
medarbetarna att få
jobbet gjort.

Löpande coachning
gör det möjligt att
omfamna nya
digitala tjänster och
arbetssätt.

BILD



CITAT

“Vi utvecklar vår digitala
arbetsplats och skapar
samtidigt en harmonisk
arbetsplats”

IDÉER

Smart
möteskultur

Agila
kontorsytor

Ingen dags-
pendling med flyg

FAKTARUTA

Sveriges mest
idérika kontor med
tvärfunktionella
team och
involverande möten.
1:a pris Bästa
huvudkontor
NMI upp 100%

FRAMGÅNGSEXEMPEL

Nyckel till framgång:
En flexibel och
anpassad digital
miljö som skapar
samband och
hållbarhet för
människa och miljö.



DEFINIERA OCH PRIORITERA MÅL

Väl definierade mål ger vägledning i vilka behov som behöver prioriteras och därigenom förändringar som behöver göras. Målen ska uttrycka vilken effekt som organisationen vill uppnå med hjälp av den digitala arbetsplatsen.

Denna aktivitet syftar till att definiera SMARTA mål:

- Specifikt - tydligt och konkret
- Mätbart - det går att mäta
- Accepterat - organisationen vill göra det
- Realistiskt - det är möjligt att göra
- Tidssatt - tidsramen är realistisk

Så här går ni tillväga

1. Gå igenom de interna och externa drivkrafternas påverkan på den digitala arbetsplatsen samt den konkretiserade visionen.
2. Identifiera mål och prioritera dessa inbördes.
 1. Gör följande för vart och ett av de mål som identifierats:
 - Specificera det kort och koncist med med aktivt ord såsom "öka", "minska" och "utveckla".
 - Ange vad som kan mätas, hur och när.
 - Bedöm om det finns acceptans för målet och hos vilka intressenter.
 - Bedöm om det är realistiskt eller inte.
 - Sätt en tidsgräns för när målet ska vara uppnått.



Tips! Undersök möjligheterna att mäta måluppfyllelse med redan befintliga metoder, till exempel medarbetarundersökningar.

Exemplet är baserat på ett mål som formulerats för en svensk myndighet.



SMART MÅL



SPECIFIKT

Ökad medarbetarnöjdhet med den digitala arbetsplatsen



MÄTBART

Målet är 15% ökning

Nöjdhetsindex för medarbetare mäts i årlig medarbetarundersökning



ACCEPTERAT

*Krävs för att strategin att bli en mer attraktiv arbetsgivare uppfylls.
Fackföreningar är informerade och stödjer målet.*



REALISTISKT

*Andra organisationer har uppnått ökad medarbetarnöjdhet genom förbättringar av den digitala arbetsmiljön och bättre IT-stöd.
Stress och ohälsa kopplat till digitalisering kommer öka om inget görs.*



TIDSSATT

*Målet ska vara uppfyllt inom 2 år.
En märkbart positiv effekt ska ha uppnåtts inom 12 månader.*

4 FÅNGA ANVÄNDARGRUPPERNAS BEHOV



För att kunna definiera bör läget för den digitala arbetsplatsen är det avgörande att förstå vilka behov den behöver tillgodose och för vem.

Denna aktivitet syftar till att skapa en översiktlig bild av de identifierade användargruppernas behov. Det gör vi genom att ställa två huvudsakliga frågor:

- Vad vill användargrupperna utföra i termer av "veta" eller "göra"?
- Vad vill användargrupperna uppleva i termer av "känna" eller "undvika"?

Så här går ni tillväga

1. Försöka svara på vad användargrupperna behöver kunna utföra och uppleva för att kunna göra sitt arbete. För in dessa i behovsdelen.
1. Bedöm om de viktigaste behoven för användargrupperna har fångats genom att ställa följande frågor:

*Kommer användargruppen att vara nöjd om dessa behov tillgodoses?
Om behoven tillgodoses, kommer detta att bidra till de identifierade målen?*

2. Prioritera därefter de identifierade behoven i relation till de tidigare satta målen.



Tips! Behoven är endast hypoteser tills dess att de validerats med representanter från användargrupperna. Gör detta med exempelvis intervjuer och fältstudier.

Exemplet är hämtat från en svensk myndighet som utför arbetsplatsinspektioner och visar några av deras behov.



BEHOVS- & ERBJUDANDEKARTA

ANVÄNDARGRUPP:

Arbetsmiljöinspektörer

ERBJUDANDE

INNEHÅLL & TJÄNSTER

EGENSKAPER

BEHOV

BEHÖVER KUNNA
VETA & GÖRA

Ta del av
nyheter från
olika delar av
verksamheten

Bevaka vad
som händer i
verksamhetens
omvärld

Dela
anteckningar i
möten med
kollegor

Lagra och dela
innehåll och
filer

Rapportera
nedlagd tid

Kunna
använda
tjänsterna på
fältet

Kunna komma
åt tjänster
utan krångel

Undvika
tidskrävande
utbildningar

Kunna
använda egna
datorer och
mobiler

VILL KUNNA KÄNNA
& UNDVIKA

5 IDENTIFIERA ERBJUDANDET



En användargrups behov av att “veta” eller “göra” kan tillgodoses av en eller flera digitala tjänster. Vad de vill “känna” och “undvika” pekar i sin tur på viktiga egenskaper hos den digitala tjänsterna.

I denna aktivitet försöker ni identifiera vilket digitalt innehåll och tjänster som ni behöver erbjuda för att möta behoven och vilka egenskaper dessa bör ha.

Så här går ni tillväga

1. Gå igenom behoven för respektive användargrupp för att identifiera vilka tjänster och egenskaper som de efterfrågar. Lista dessa i erbjudandedelen.
2. Prioritera identifierade tjänster och egenskaper i mallen i enlighet med hur behoven prioriterats.
3. Diskutera hur de erbjudanden som beskrivits kommer att bidra till att förverkliga visionen och målen.



Tips! Använd bedömningen av medarbetarupplevelsen och kartläggningen av digitala tjänster i nulägessteget som underlag.

Exemplet visar användarbehov och förslag på digitala tjänster som framkom i arbetet med en myndighet som arbetar med inspektioner.



BEHOVS- & ERBJUDANDEKARTA

ANVÄNDARGRUPP:

Arbetsmiljöinspektörer

ERBJUDANDE

INNEHÅLL & TJÄNSTER

Nyheter

Möte

Anteckningar

Omvärlds-
bevakning

Fildelning

Tid-
rapportering

Utformad för
mobila
enheter

Användar-
vänliga

Mobilt stöd

Enkel
åtkomst

EGENSKAPER

BEHOV

BEHÖVER KUNNA VETA & GÖRA

Ta del av
nyheter från
olika delar av
verksamheten

Bevaka vad
som händer i
verksamhetens
omvärld

Dela
anteckningar i
möten med
kollegor

Lagra och dela
innehåll och
filer

Rapportera
nedlagd tid

Kunna
använda
tjänsterna på
fältet

Kunna komma
åt tjänster
utan krångel

Undvika
tidskrävande
utbildningar

Kunna
använda egna
datorer och
mobiler

VILL KUNNA KÄNNA & UNDVIKA

6 BESKRIV ANVÄNDNINGSSITUATIONER



Genom att identifiera användningssituationer blir möjligt att förstå hur de digitala tjänsterna behöver tillhandahållas och användas i praktiken. Användningssituationerna ger oss också förutsättningar att kommunicera hur den digitala arbetsplatsen är tänkt att fungera. De hjälper med andra ord till att förtydliga börläget.

När ett antal typiska användningssituationer identifierats kan de kombineras för att sätta ihop mer sammanhängande användarresor.

Så här går ni tillväga

1. Utgå från en användargrupp och föreställ er hur en dag i framtiden skulle kunna se ut för någon som tillhör denna användargrupp. När, hur och var börjar arbetet? I vilka situationer sker arbete under dagen? Vad är det sista som sker när arbetsdagen tar slut?
1. Lista de användningssituationer som framträder av denna övning.
2. Fyll in mallen för respektive användarsituation för att bättre förstå förutsättningarna i den aktuella användningssituationen.
3. Upprepa 1-3 för ytterligare användargrupper.



Tips! Tänk på hur hela miljön kan påverka vad som är möjligt och lämpligt att göra i en användningssituation - är det stökigt, skumpigt, blött etc?

Exemplet i mallen är hämtat från ett internationellt byggbolag vars medarbetare bättre ville utnyttja tiden för pendling till arbetet.



ANVÄNDNINGSSITUATIONSPROFIL

PLATS

Pendeltåg

TIDPUNKT OCH LÄNGD

Ca 30 minuter

BESKRIVNING AV ANVÄNDNINGSSITUATION

Pendla med tåg till jobbet. Passar på att använda tiden till att komma igång med arbetsdagen.

MILJÖ

*En miljö med liv och rörelse i omgivningen.
Mest lämplig för att konsumera
information eller utföra enklare uppgifter.*

TILLGÄNGLIG UTRUSTNING

*Wifi på tåget
Smart mobil/platta
Hörlurar som tar bort störande ljud*

DELTAGARE

Egen produktiv tid

TYPISKA ARBETSUPPGIFTER

*Kolla nyhetsflöden, viktiga notifieringar
och kalenderhändelser
Planera och prioritera uppgifter
Ansöka om ledighet*

DIGITALA VERKTYG OCH SYSTEM

*E-post
Nyhetstjänst
Kalendertjänst
Uppgiftslista
Självbetjäningstjänst*

FRAMGÅNGSFAKTORER

*Få koll på arbetsdagen och viktiga
aktiviteter.
Enkelt utföra administration.*

7 ANALYSERA LEVERANSFÖRMÅGAN



Nu vet vi bättre vilka digitala tjänster som användargrupperna behöver. Hur påverkar dessa insikter de förmågor, digitala plattformar och informationstillgångar som vi kartlade i nuläget? Vad behöver vi kunna leverera för att realisera de digitala tjänsterna och höja vår förmåga?

Denna aktivitet syftar till att synliggöra eventuella gap mellan den nuvarande leveransförmågan och den som behövs för att uppnå börsläget.

Så här går ni tillväga

1. Bedöm vad den nya efterfrågan som uttryckts i behovs- och erbjudandekartorna kräver för förändringar av förmågorna.
2. Markera vilka förmågor som behöver stärkas eller tillkomma och resonera om hur detta kan göras.
1. Identifiera vilka digitala plattformar och informationstillgångar som eventuellt behövs för att kunna stärka befintliga förmågor eller möjliggöra nya.
2. Prioritera slutligen förmågorna baserat på prioriteringen av mål, användargrupper och behov.



Tips! Ta hänsyn hur nya tjänster ska kunna realiseras och hur de digitala plattformarna och tillgångar kan konsolideras eller förbättras.

Exemplen i mallarna bygger vidare det exempel som användes i nulägessteget. Förändringar eller fokusområden är inringade med streckade linjer.



DIGITALA FÖRMÅGOR

VERKTYG

ARBETSSÄTT

PROBLEM & UTMANINGAR

IDÉER TILL FÖRBÄTTRINGAR

Prio: 2



INFORMATION

MS Office, OneNote,
OneDrive, Outlook, Teams
SharePoint, Public 360
Dropbox, Slack, Intranät...

Används ofta från många
olika platser. Information i
stora volymer delas med
kollegor och partners

Svåra att komma åt.
Begränsade utrymmen.
Avsaknad av vägledning
Mejl används för fildelning

Inventera informationen.
Förenkla access och sök.
Synliggör slöserier, risker
och kostnader!

Prio: 1



KOMMUNIKATION

Slack, MS Teams
Outlook, WebEx
MS Skype, Intranät,
Telefoni, SMS, FaceTime...

Används dagligen.
Mejlandet dominerar.
Olika medarbetare
använder på olika sätt

För många verktyg.
Okunskap. Mejlen stressar,
överbeklästar och bryter mot
informationssäkerhet..

Samordna ansvaret.
Rensa bland verktygen.
Coacha medarbetarna i
smarta arbetssätt.



SAMARBETE



ARBETSFLÖDEN

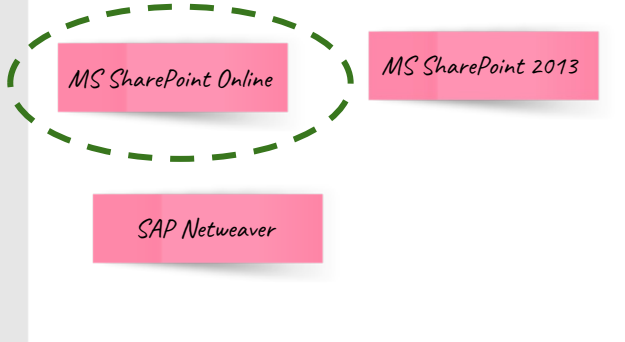


FÖRBÄTTRINGAR

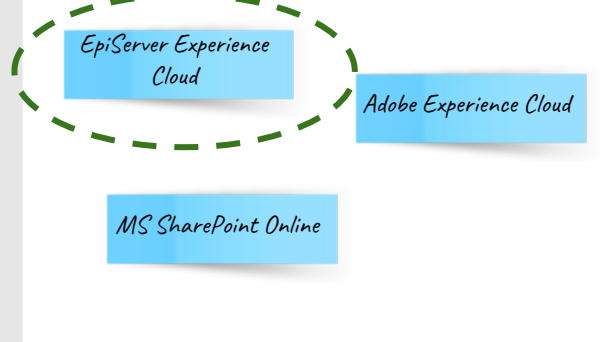
DIGITALA PLATTFORMAR

Plattformer i fokus för att nå börsläge

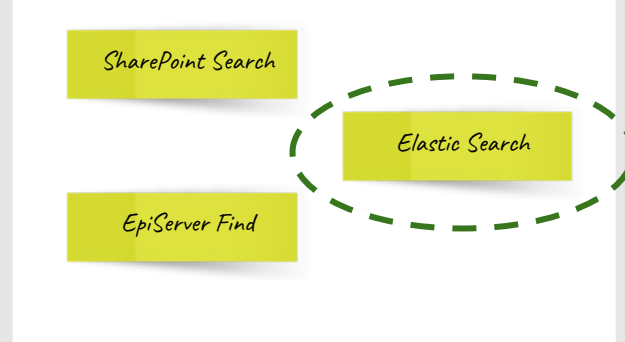
PORTALER & APPAR



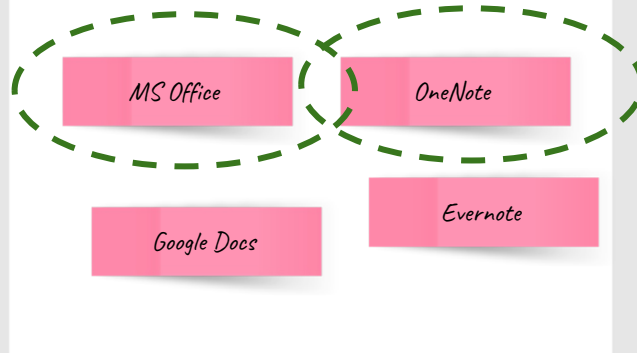
PUBLISERING & UPPELSE



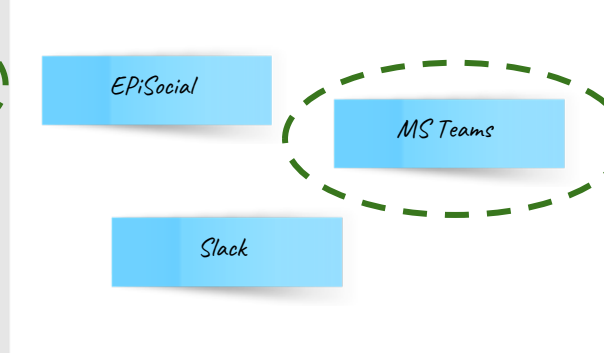
UPPTÄCKBARHET



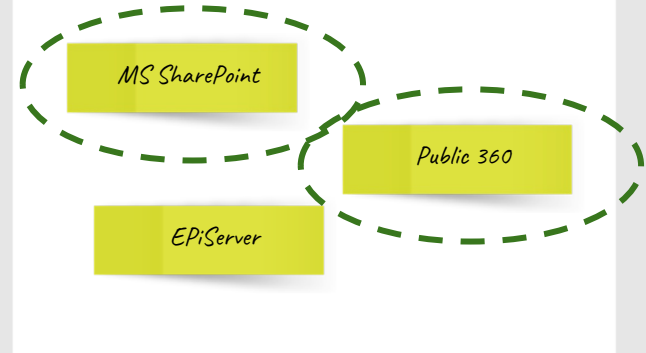
PRODUKTIVITET



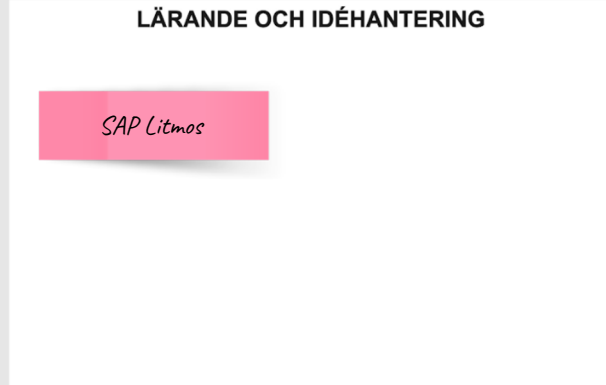
SOCIALT SAMARBETE



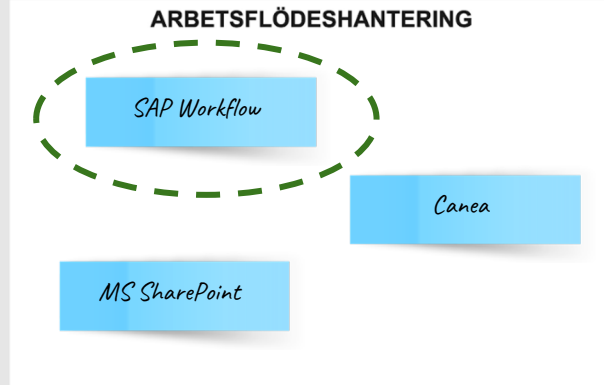
INNEHÅLLSHANTERING



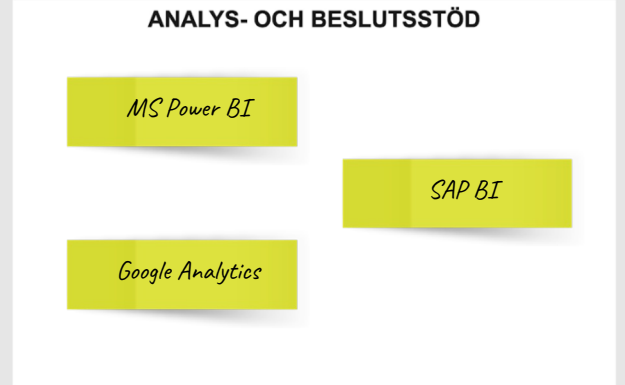
LÄRANDE OCH IDÉHANTERING



ARBETSFLÖDESHANTERING



ANALYS- OCH BESLUTSSTÖD



INFORMATIONSTILLGÅNGAR

 Nya informationstillgångar

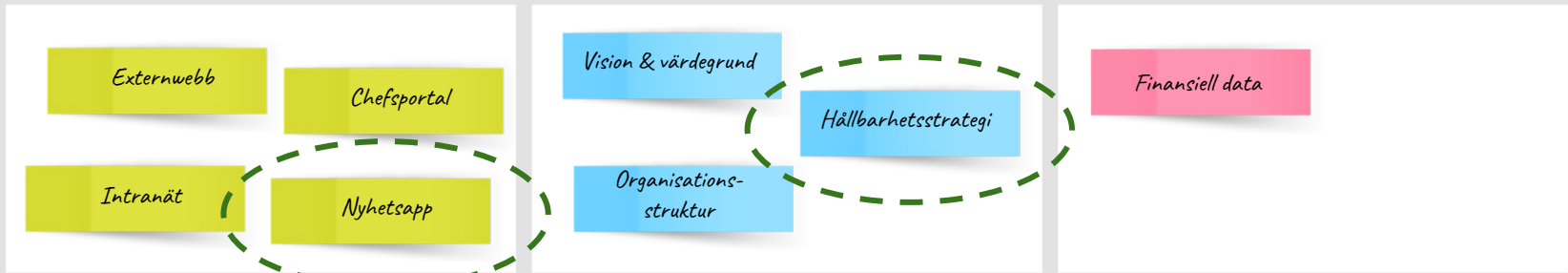
WEBBSIDOR

DOKUMENT & FILER

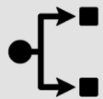
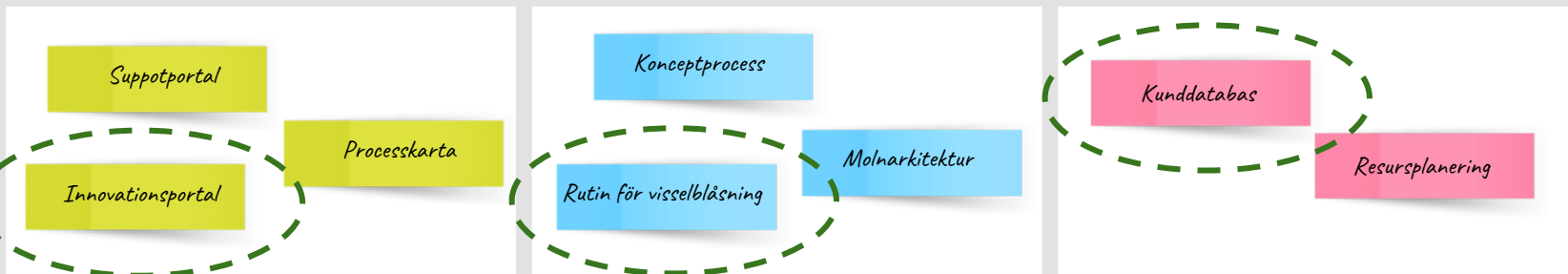
DATA



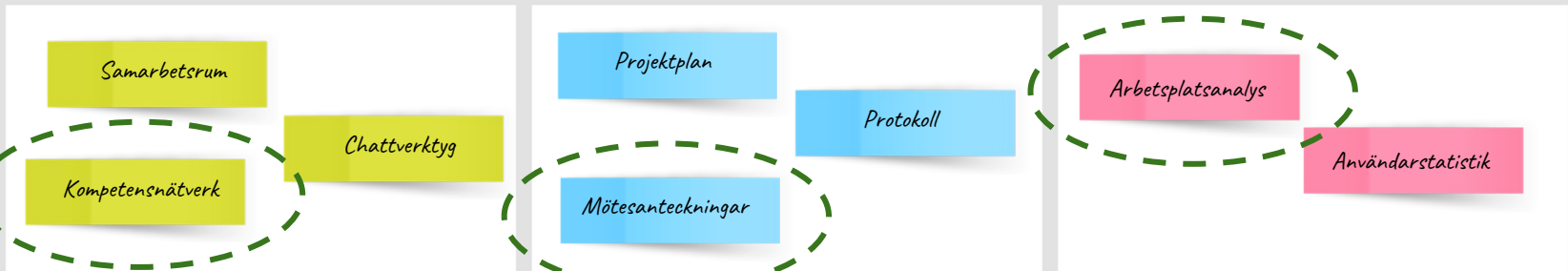
LEDNING



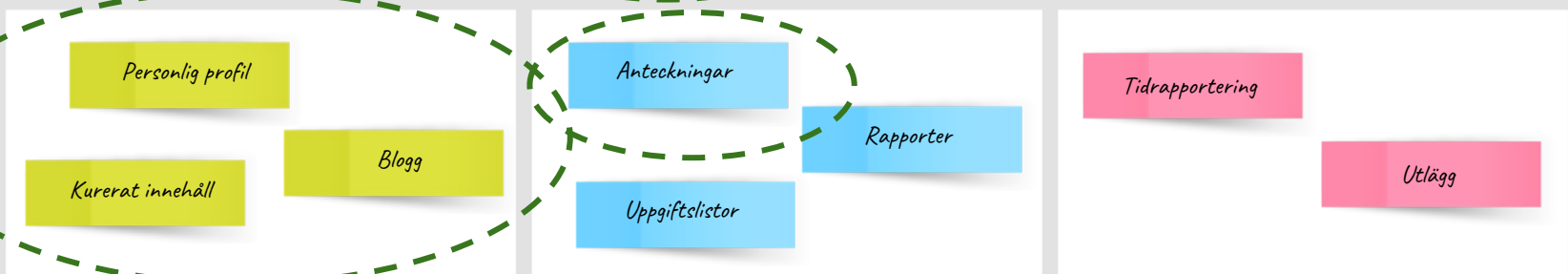
PROCESS



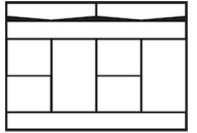
SAMARBETE



PERSONLIGA



8 SUMMERA BÖRLÄGET I KANVASEN



I nulägessteget fyllde ni i resultatet av aktiviteterna i en kanvas som ger en översikt av hur den digitala arbetsplatsen ser ut i nuläget..

Denna aktivitet syftar till att skapa en översikt över bör läget. Genom att ni utgår från den kanvas som skapades i nulägessteget blir det tydligt vad som skiljer nuläget från bör läget, det vill säga vad som behöver förändras.

Så här går ni tillväga

1. För in resultatet från de genomförda aktiviteterna i kanvasen. Om nödvändigt, summera informationen för att få plats men håll innehållet på samma nivå som i nulägessteget. Utgå från tidigare prioriteringar för att ta med den viktigaste informationen till kanvasen.
1. Markera på lämpligt sätt det som tillkommit och/eller ändrats jämfört nuläget.



Tips! Använd ikoner för att göra det lättare att snabbt se och förstå vad kanvasen innehåller.

Exemplet är baserat på samma företag som den i nulägessteget och utgår från ett bör läge 3-4 år framåt i tiden. Gröna post-its används för att lista exempel på nya digitala tjänster etc.



INTERNA DRIVKRAFTER

Lönsamhet

Hälsa & säkerhet

Hållbarhet

Attraktiv
arbetsgivare

EXTERNA DRIVKRAFTER

Partnering

Digitala tvillingar

Automatisering och
robotisering

Cirkulär ekonomi

Delningsplattformar

VISION & MÅL

En inspirerande och samarbetsfrämjande digital arbetsplats som möjliggör innovation och engagemang över alla gränser.

Ökad medarbetar-
nöjdhet

15% minskat
materialsvin

100% utförda
egenkontroller

Minskat CO2-
avtryck

DIGITALA PLATTFORMAR

Episerver

CAD-system

Office 365

Affärssystem

GIS-system

VR/AR-plattform

Ärendehanterings-
system

RPS

DIGITALA FÖRMÅGOR

Projektering

Budgetering

Samordning

Möten

Dokumentation

Materialhantering

Arbetsordrar

Material-
lokalisering

Konflikthantering

Mängdning

Ärendehantering

Besiktning

Förstärkt verklighet

Virtuell verklighet

Avancerad analys

Simulering

ENHETER

Mobil

Surfplatta

Laptop

Smarta glasögon

Smart handske

Smart klocka

Smart mic

ANVÄNDARGRUPPER

Administratör

Chef

Projektledare

Ledande montör

Montör

Besiktningsman

Smart assistent

INFORMATIONSTILLGÅNGAR

Planer

Upphandlings-
underlag

Arbetsordrar

Rutinbeskrivningar

Ritningar

BIM-objekt

3D-manualer

ANVÄNDNINGSSITUATIONER

Kontor mötesrum

Kontor arbetsplats

Byggarbetsplats

I förflyttning

Vid monteringsplats

STYRNING & SAMORDNING

4.

Färdplan

- 1 IDENTIFIERA OCH
PRIORITERA ÅTGÄRDER
- 2 SKAPA FÄRDPLANEN



UPPSTART

NULÄGE

BÖRLÄGE

FÄRDPLAN

AVSLUT



1 IDENTIFIERA OCH PRIORITERA ÅTGÄRDER

Både i arbetet med att beskriva nuläget och ta fram börläget har det sannolikt framkommit många problem och förbättringsmöjligheter. De som är enkla att genomföra och ger högt värde bör genomföras direkt när de identifieras utan att invänta färdplanen. På så sätt visar ni att strategiarbetet är resultatinkänt och skapar omedelbara effekter. Nu är det dags att bedöma övriga problem och förbättringsmöjligheter, och de som ni ännu inte hunnit genomföra, för att se om de ska genomföras och i så fall när.

Syftet med denna aktivitet är att prioritera dem för att sedan kunna gruppera (eller dela upp) och planera in dem i färdplanen.

Så här går ni tillväga

1. Gå igenom åtgärderna och bedöm värdet av som respektive potentiellt sett kan ge verksamheten samt vilken ansträngning som krävs för att genomföra den.
1. Placera in respektive åtgärden i prioriteringsmatrisen. Försök att placera de åtgärder som hamnar i samma ruta i förhållande till varandras värde och ansträngning.



Tips! Genomför genast åtgärder som är enkla att genomföra och ger högt värde. På så sätt visar ni att strategiarbetet är resultatinkänt och skapar effekter omedelbart.

I mallen ges några exempel på åtgärder som identifierats för ett fastighetsföretag och hur de prioriterats.



VÄRDE / ANSTRÄNGNINGSMATRIS

HÖGT VÄRDE

GENOMFÖR OMEDELBART

Samarbetsytor

Ärendehanteringssystem

AD-integration

OneNote

PLANERA FÖR DESSA

Chattbott för support

Robot Process Automatisering

Smart assistent

LÅGT VÄRDE

ÖVERVÄG ÅTGÄRDER

AVVAKTA ELLER UNDVIK

Hitta mötesrum-app

LÅG ANSTRÄNGNING

HÖG ANSTRÄNGNING

2 SKAPA FÄRDPLANEN



Syftet med denna aktivitet är att gruppera (eller dela upp) de prioriterade idéerna och förslagen på aktiviteter och åtgärder i relevanta initiativ och planera in dessa initiativ i färdplanen.

Initiativ med ett högt värde och lägre ansträngning eller handlar om att skapa grundläggande förutsättningar ska placeras in så tidigt som möjligt.

Om det finns särskilda beroenden mellan olika initiativ behöver de läggas in i rätt inbördes ordning i färdplanen.

Om det finns initiativ som kan medföra större risker bör dessa brytas ned dessa i mindre och mer hanterbara initiativ.

Så här går ni tillväga

1. Gruppera eller dela upp aktiviteter och åtgärder i relevanta initiativ. Försök att använda de olika beståndsdelarna i kanvasen som utgångspunkt.
2. Planera in initiativen i färdplanen.

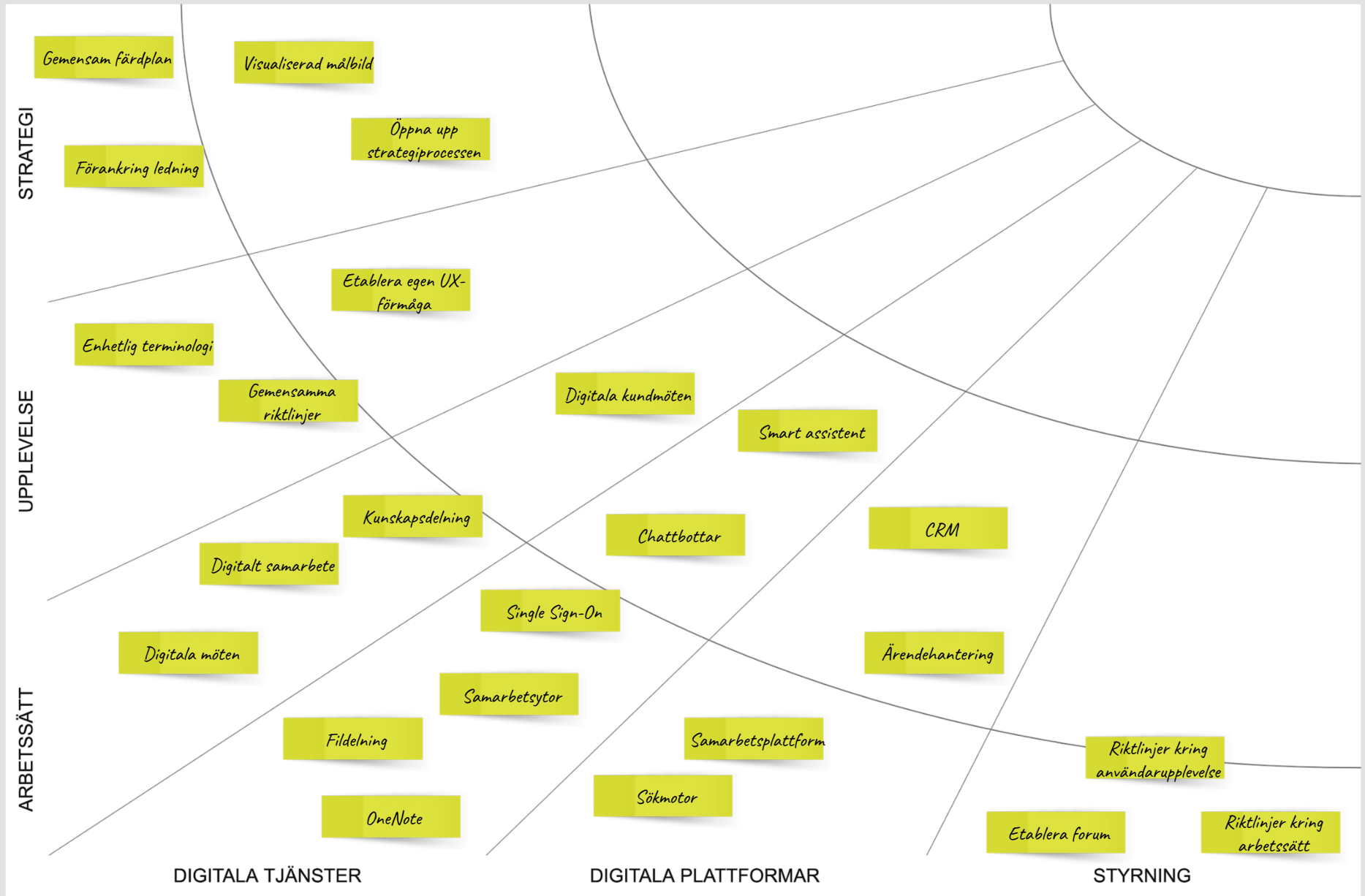


Tips! Det går att använda en annan indelning av färdplanen, alternativt lägga till fler dimensioner, vid behov.

Exemplet är en förenklad färdplan som baseras på en plan framtagen för ett fastighetsbolag.



FÄRDPLAN



5. Avslut

1

RETROSPEKTIV



AVSLUT

UPPSTART

NULÄGE

BÖRLÄGE

FÄRDPLAN



Innan den första iterationen av strategiarbetet avslutas är det viktigt att ta tillvara på insikter och lärdomar. I ett retrospektiv går ni igenom vad som gått bra under strategiarbetet och vad som kan göras bättre nästa gång. Ur den här återblicken kan ett antal förslag tas fram för hur det praktiska genomförandet av strategiarbetet kan förbättras till nästa iteration.

Så här går ni tillväga

1. Börja med det positiva. Be varje deltagare skriva ned vad de anser gick bra på gröna post-its. Gruppera liknande eller dubletter.
2. Upprepa förfarandet med det som kan förbättras och använd röda post-its. Påminn deltagarna att det handlar om vad som gjorts och hur, inte av vem.
3. Identifiera nu förbättringar som kan göras till nästa iteration på blå post-its. Gruppera dem och diskutera dem tillsammans, och bestäm vilka åtgärder som ska göras, av vem och till när.



Tips! Låt någon annan än den som leder strategiarbetet facilitera denna aktivitet. Det kan göra att viktiga men obekväma sanningar kommer fram.

I mallen ges exempel på typiska kommentarer som kan komma om representationen i workshops är för snäv eller om processen inte är digitaliserad.





VAD FUNGERADE BRA?

Bra attityd hos deltagarna

Proffsiga mallar

Tydlig metodik

Effektiv facilitering

VAD FUNGERADE MINDRE BRA?



Mer pålästa inför workshops

Behövs deltagare från facket?

Dela underlag snabbt efter workshop

Vill diskutera mer mellan workshops



VAD KAN VI GÖRA BÄTTRE NÄSTA ITERATION?

Skapa samarbetsyta

Alla gör sin hemläxa

Kolla med facket om intresse

Bra jobbat!



Bra jobbat!

Du har nu genomfört ett antal aktiviteter som ingår i denna praktiska arbetsbok som syftar till att vägleda organisationer genom processen att utveckla en strategi för den digitala arbetsplatsen.

Du bör nu ha fått insikter om användarnas behov, identifierat luckor i din digitala kapacitet och skapat en vision för en framgångsrik digital arbetsplats. Du bör också ha lärt dig hur du skapar SMART-mål, prioriterar initiativ och kartlägger det nuvarande och önskade framtida tillståndet för din digitala arbetsplats.

Glöm inte att använda insikterna och lärdomarna från retrospektivet för att förbättra strategiprocessen för framtida iterationer!

