

VERKTYG



Kreativitet
+ effektivitet
= innovation

När kreativitet och effektivitet gifter sig kan resultatet bli bättre och förankrade lösningar på olika sorts utmaningar. Idéutveckling måste vara strukturerad, menar Ewa Svensson och Kristina Swenningsson, som skrivit en handbok för roligare och smartare möten.

TEXT **Anneli Kamlin**

I **NNOVATIONSFÖRMÅGA OCH KREATIVITET** är inte något man kan välja att arbeta med – det är nödvändigt för den som vill hålla sig framme i förhållande till konkurrenterna. Förändringstrycket kan ibland bli överväldigande, och organisationens förmåga till förnyelse kan behöva tränas upp.

– Om man lyckas lägga energi och engagemang på rätt saker, där det behövs nya lösningar, kan det leda till många idéer och spännande diskussioner i verksamheten, konstaterar Ewa Svensson.

Hon har tillsammans med Kristina Swenningsson skrivit boken *Kreativ på jobbet – Roligare och smartare möten*. Författarna är processledare inom kreativitet

och strukturerat innovationsarbete på konsultföretaget Crearum. Deras metodik förenar förbättringsarbete med innovationsarbete, och bygger innovationsförmåga.

Effektivitet lika viktigt som kreativitet

– Kreativitet krävs för att hitta nya lösningar, men med enbart kreativitet riskerar man att få en popcorn-kastroll av idéer utan struktur och inriktning. Effektivitet och kreativitet bygger däremot tillsammans innovation, säger Kristina Swenningsson.

Viktiga grundläggande frågor för en organisation eller grupp att ställa sig är vilka utmaningar i



Effektivitet och kreativitet bygger tillsammans innovation, enligt Ewa Svensson och Kristina Swenningsson.

»» omvärlden som kräver nytänkande, och hur frågeställningarna kring detta kan formuleras. Frågeställningen styr den fortsatta processen, så den ska definieras tillsammans. Nästa steg är »hur håller vi oss kreativa inom dessa ramar?«.

– En grundförutsättning är att människor vågar bidra. Man törs inte vara kreativ om man inte har en trygg arbetsmiljö. Därför är det viktigt att skapa en avslappnad miljö utan prestige, där varje individ blir bemött och bemöter andra med en positiv attityd, säger Ewa Svensson.

Diamant för skapande

Idédiamanten, som författarna kallar sitt verktyg, börjar med frågeställning och problem för att sedan övergå till själva idékläckningen. Det första steget innebär att identifiera »rätt« frågeställning så att man lägger sin energi på det som verkligen betyder något och som man ändå måste ta hand om.

En lekfull miljö och stimulans för alla sinnen kan bana väg för kreativiteten.

– Ett tips är att tänka på förskolan när det gäller den fysiska miljön, använd färger och möblera om, lyssna på musik, experimentera med lukt och smak. Eller visualisera, tävla och bygg modeller. Det handlar inte

om lattjolajban för sakens egen skull, utan ett arbetssätt som bidrar till att fokusera på rätt saker och konsten att tänka nytt, säger Kristina Swenningsson.

Spelreglerna ska dock vara tydliga; vad syftet är, vad som förväntas av personerna, vilka ramar som gäller etc. Inom detta finns svängrum för olika övningar som främjar kreativiteten, gärna på ett roligt och lekfullt sätt. Processen avslutas med urval och handlingsplan.

Koppling till Lean och Kvalitet

Ewa Svensson och Kristina Swenningsson sätter naturligt sin metodik och sitt arbetssätt i samband med systematiskt kvalitetsarbete.

– Många av våra kunder arbetar med verksamhetsutveckling eller innovationsledning på olika sätt, ofta Iso-baserat eller enligt Lean. Vår metod passar väl in oavsett om omfattningen är en enklare frågeställning som tar en kvart vid förbättringstavlan eller en större utmaning som kan behandlas under flera månader. Även de som arbetar med verksamhetsutveckling enligt en fastlagd struktur kan behöva kraft att tänka nytt ibland och vitalisera processerna, i smått och stort. Det går till exempel att variera den dagliga samlingen kring förbättringstavlan, menar Ewa Swensson. ✘

»SNABBDIAMANTEN«

en förenklad version av Idédiamanten®
- i ett företag som tillverkar ryggsäckar

1

Frågeställning

Hur utvecklar vi en ryggsäck till en säljsuccé? Vilka är vi, vad menar vi med att utveckla, vad är en ryggsäck - »anordning för att bära saker på ryggen«, vad innebär säljsuccé - volym, marginal etc?

2

Problem

Vilka problem finns - kan inte ställa ifrån sig den, svårt att hitta saker i den, fel storlek, inte snygg etc

3

Idéer

Välj ett problem i taget, generera idéer - kan remmarna justeras, delar tas av etc. Idéutveckling: kombinera eller utveckla tillsammans.

4

Urval

Gå tillbaka till frågeställningen för att tänka till på vilka idéer som bäst besvarar frågeställningen. Vilka kan bli en säljsuccé, vilka är genomförbara för oss, vad finns redan på marknaden etc?

5

Handlingsplan

Vem ska göra vad efter mötet?

Källa: *Kreativ på jobbet - Roligare och smartare möten* av Ewa Svensson och Kristina Swenningsson.