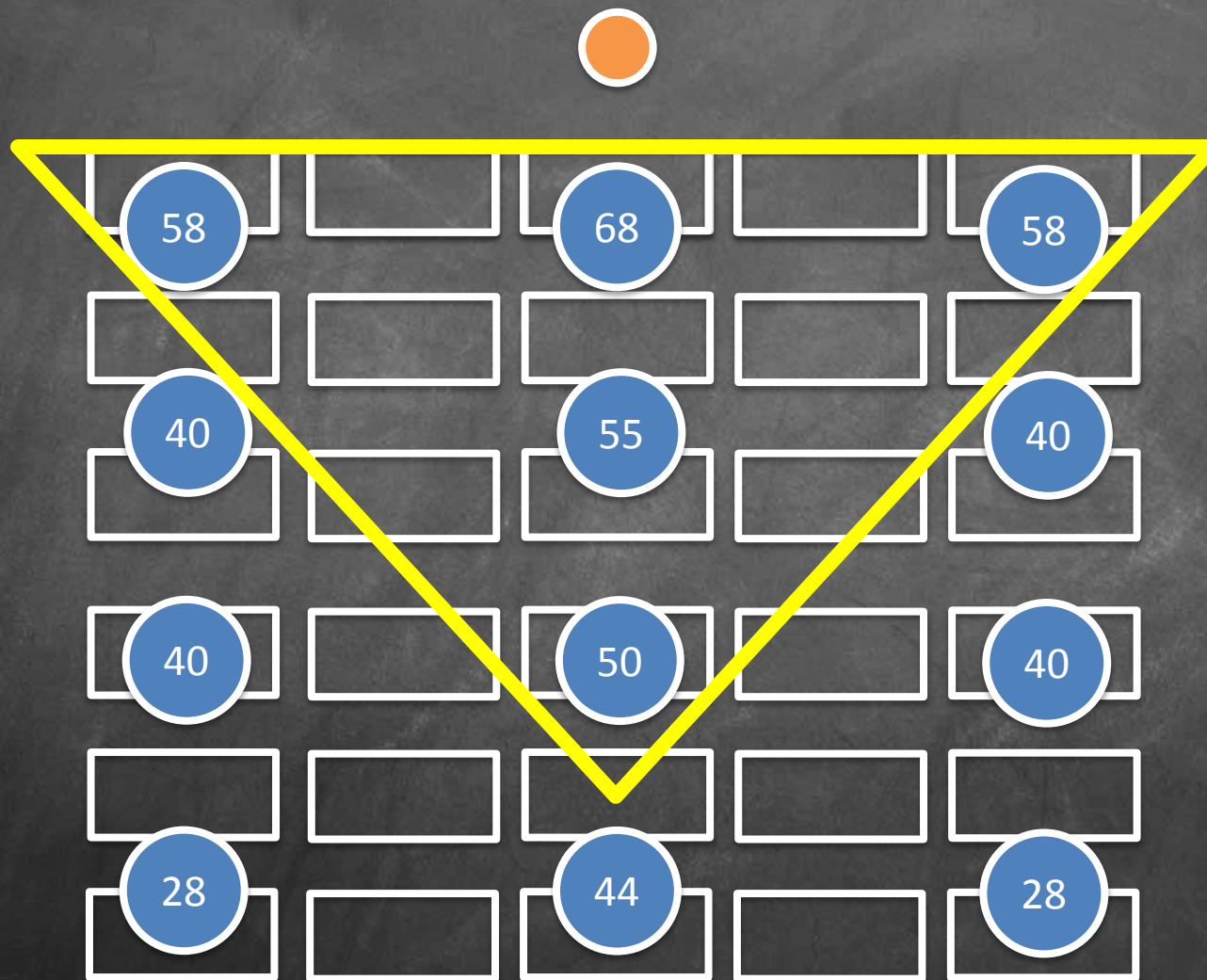


*Det finns ingenting så svårt att ta itu med,
ingenting så vådligt att leda,
ingenting så osäkert i framgång
som att söka införa de nya tingens ordning.*

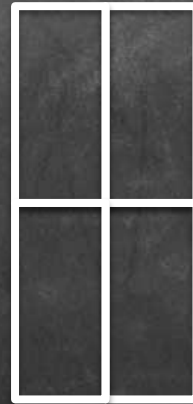
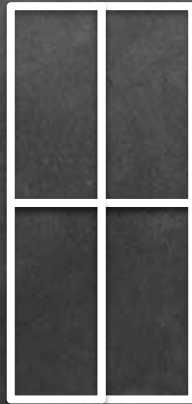
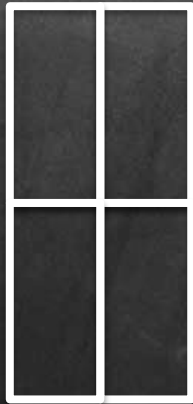
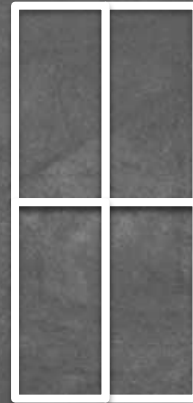
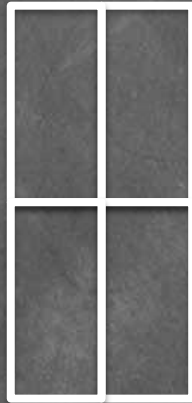
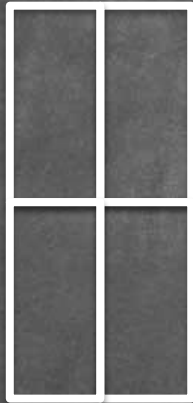
*Den som förändrar
får nämligen som motståndare alla dem,
som lyckats i de gamla spåren
och endast ljumma försvarare i dem
som kan tänkas fungera i det nya.*

Niccolo Machiavelli 1469









Vision

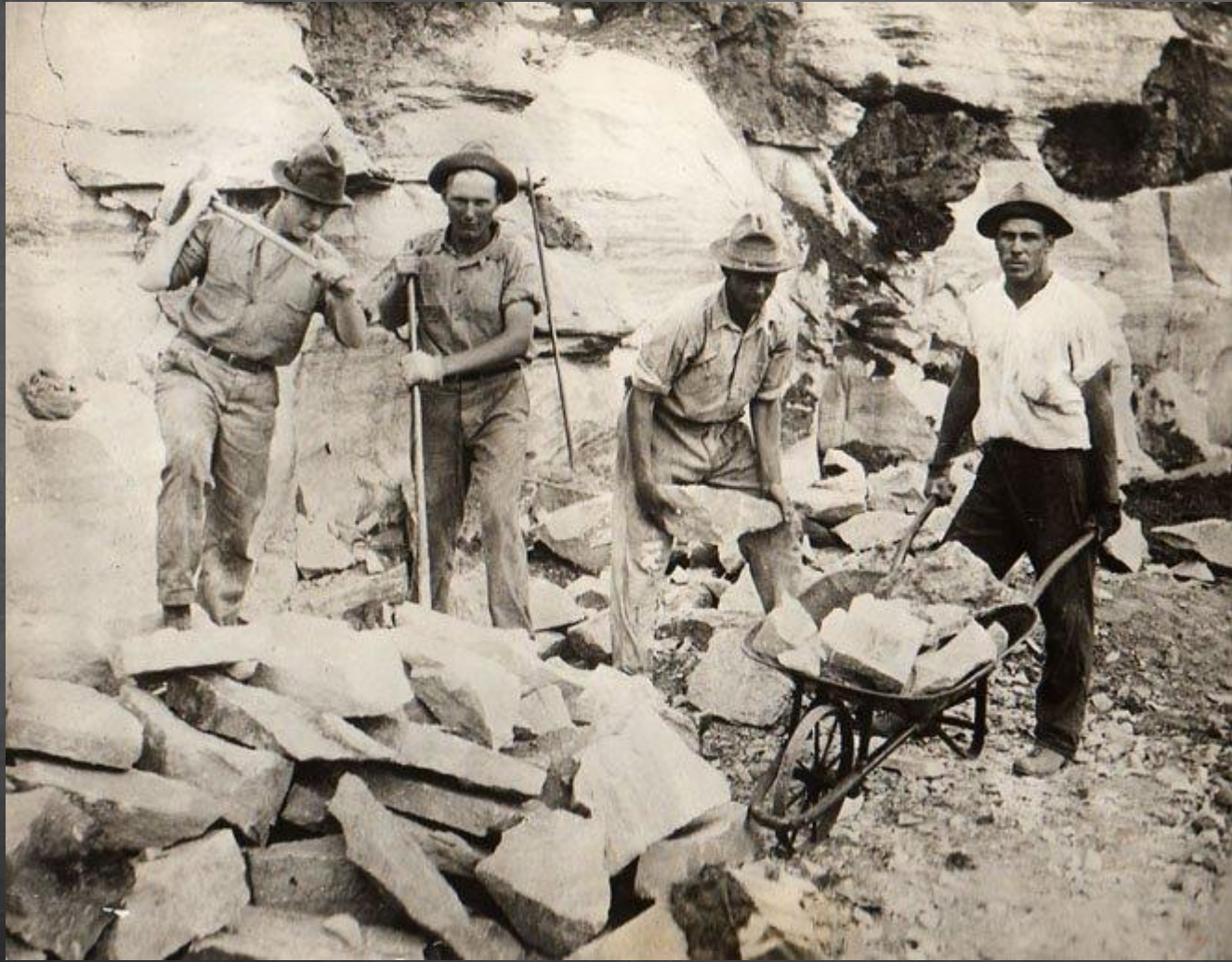
Saol

Framtidssyn

Wikipedia

Något man vill uppnå.

En vision uttrycks oftast som ett framtida tillstånd som man vill uppnå, och behöver inte uppfylla formella krav på realism, tidsbundenhet eller mätbarhet



Material:

Blankt blädderblock med "Skola Sigtuna 2018" skrivet mitt på.
Alla har en penna och post-it-lappar.

Genomförande:

1. Skriv det som du tänker/känner utifrån rubriken på post-it-lapparna. En punkt per lapp. Lägg lapparna framför dig.

Helt tyst övning – inget prat. Så många tankar/Idéer som möjligt.

2. Diskussion:

Alla lägger ut sina lappar på pappret. Var och en får sedan kort berätta om sina punkter.

Ställ frågor om ni inte förstår vad ngn skrivit eller ritat.

Diskutera inte om ngt skall vara med eller inte.

Förberedelser

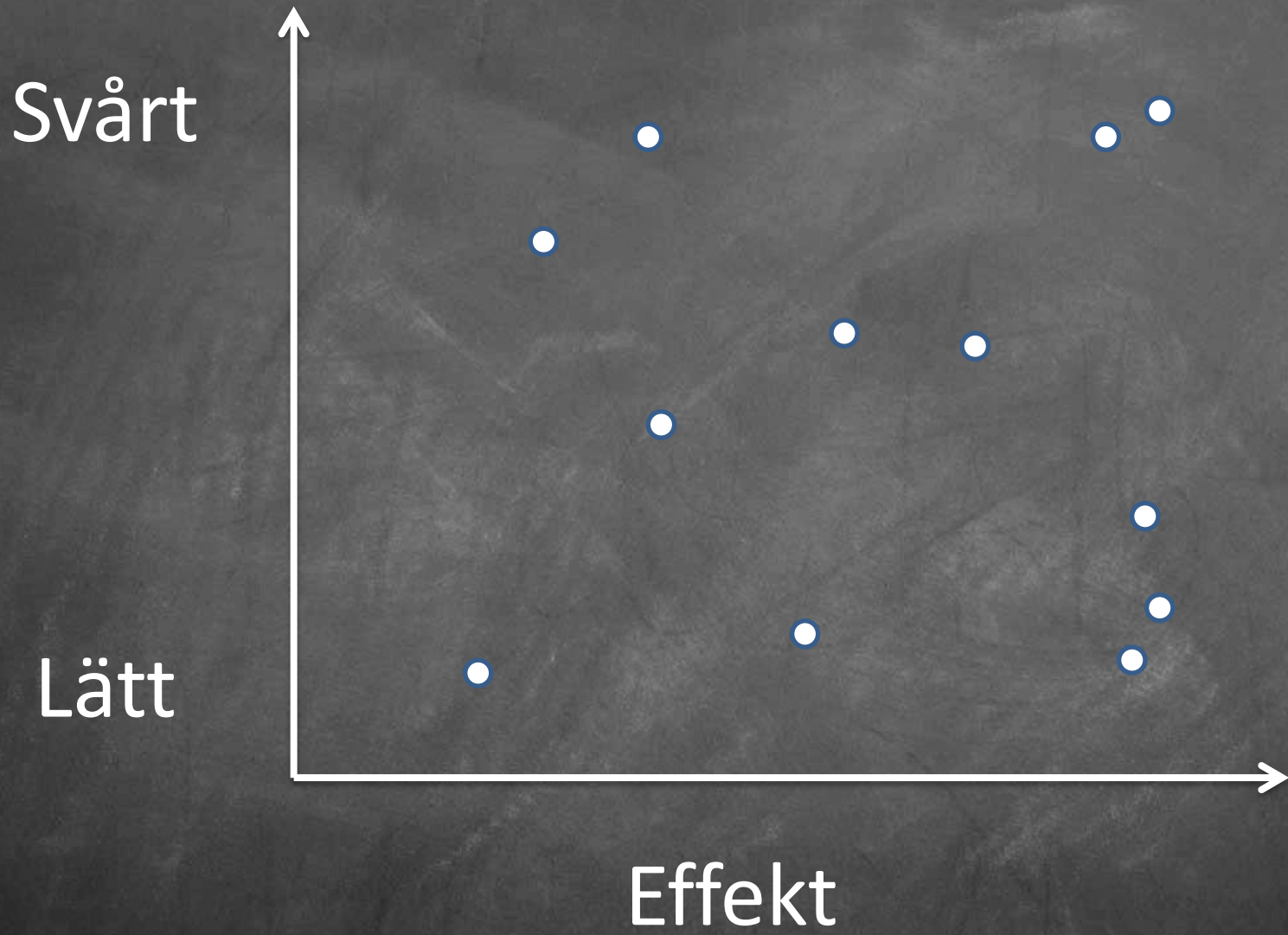
Nytt papper med ett stort diagram på. Lätt till Svårt på Y-axeln. Hög effekt till Mycket hög effekt på X-axeln.

Genomförande:

Punkterna som skrivits ned på post-it skall placeras ut i diagrammet beroende på hur svårt det är och hur stor effekt/genomslag det/den har.

1. Läs upp punkten. Därefter räkna till 5 sedan sätter alla ner fingret samtidigt i diagrammet där man tycker det hör hemma. Ingen får passa.
2. Kom sedan överens om vart den skall vara. Låt inte detta ta lång tid – max 1 min. Hävda era positioner! Ordf fattar inte beslut om var den skall sättas utan hjälper gruppen komma överens. Ni skall sätta ner erat finger exakt samtidigt, ingen får vara före eller efter.

Fortsätt med nästa punkt på samma sätt.



Material

Dator för anteckningar.

Utse en sekreterare.

Genomförande

5 korta meningar

Utifrån de saker som ni har diskuterat i tidigare övningar ta fram de 5 viktigaste delarna enligt er grupp.

Försök konkretisera dem så mycket det går – gärna enstaka ord eller korta meningar. Kortfattat men inte vagt. Något tydligt och begripligt. Eftersträva att summera era tidigare tankar och föra samman dem i ord eller begrepp.

Tänk på att vara visionära – något att sträva efter!

Ikea: Att skapa en bättre vardag för de många människorna.

Microsoft (Den ursprungliga): En PC på varje skrivbord i varje hem.
(Idag): Att underlätta för människor och affärsverksamheter i hela världen att förstå och realisera sin fulla potential.

Hi-fi Klubben: Att vara det mest spännande stället att köpa underhållning till hemmet på.

Nokia: Att skapa en personlig kommunikationsteknologi som gör det möjligt för människor att skapa sin egen mobila värld.

Tetra Pak: Att minska svälten i fattiga länder, genom att effektivt kunna få ut mat till många människor.

Apple: Vår vision är att vi precis har börjat.

Ford (under Henry Fords tid): Att göra bilen tillgänglig för många.

Vision

Mål

Mål

Mål

SMARTA mål:

Specifikt, målet ska vara konkret och tydligt. Fokusera på resultat, inte aktiviteter.

Mätbart, det skall uttryckas på ett sätt som medger mätning av målet. Hur mycket? Hur många?

Accepterat, människor inom organisationen ska acceptera målet som sitt eget.

Realistiskt, målet skall kunna nås och anpassat till verksamheten

Tidsbundet, man skall tala om när målet skall nås. Sätt upp milstolpar för bättre överblick av framskridandet.

Inte vara för tidsspecifik, eftersom formuleringen ska hålla över tid.

Innehålla en formulering som lyfter fram vad som gör bolaget unikt.

Vara engagerande, stimulerande och motiverande.

Tas fram internt av nyckelpersoner i bolaget, inte av PR-expert eller reklambyråer, eftersom visionen ska spegla företagets själ.

Fungera både internt och externt.

Inte vara så allmän, att den fungerar på ett dussin olika bolag.

Vara kortfattad men inte för vag.

Vara tydlig och begriplig.

Vara ett destillat av – och lyfta fram – bolagets affärsidé och själva syfte, alltså hur produkten eller tjänsten kan förbättra kundernas liv.

Förmedla grundarens ursprungliga tankar.

Kunna motivera.

Det är *inte* de starkaste, snabbaste eller smartaste som överlever. Det är de som är mest benägna att förändra sig.

/Darwin