

Workshop Idégenerering

Mjukvarutekniskt entreprenörskap
 TDDE02 8 726085
 Asseel Berglund
 asseel.berglund@liu.se



1

Agenda

- Teamet
- NABC
- Pitch
- Skapa förutsättningar för att lyckas



2

Grupp eller team?



3



Ett team är mer än bara en grupp

4



En grupp människor med olika kunskaper och olika uppgifter, som arbetar tillsammans på ett gemensamt syfte / mål.

5

Övning 1
 kompetensinventering i ert
 team!

6

Steg 1 (7 min)

JAG

- 1 sak som gör mig unik
- 5 saker som jag är extra bra på
- 1 sak som jag tycker är utmanande

Bildkälla: <https://i1.picopl.com/photos/640/637/85/pen-note-paper-document-preview.jpg>

7

Steg 2 (20 min)

- Vad finns det för erfarenheter, kunskaper, intressen och personliga egenskaper representerade hos var och en i teamet?
- Vad saknar ni?

8

Hårda faktorer			Mjuka faktorer				
Kunskaper	Erfarenheter	Intressen	Kunskaper	Erfarenheter	Intressen	Personliga egenskaper	Roll i arbetsgrupper
Python	Testning	Utvärdering	Ledarskap	Projektleddning	Kundrelationer	Lagarbetare	Älskade
Programmering	Testning	Testning	Social kompetens	Säll	Säll	Älskade	Älskade
Grafik		Administration	Säll			Älskade	Älskade
Ja			Kommunikation			Älskade	Älskade
Älskade						Älskade	Älskade
Älskade						Älskade	Älskade
Älskade						Älskade	Älskade
Älskade						Älskade	Älskade
Älskade						Älskade	Älskade

9

Övning 2

N.A.B.C



10

NEED
Vilket behov har dina kunder eller användare?
Vilket problem löser din idé?

APPROACH
Vad är själva idén?
Hur löser idén problemet?

BENEFIT
Vilka fördelar har din idé framför dina konkurrenter?
Vilket mervärde får dina kunder eller användare?

COMPETITION
Vilka lösningar kan kunden använda istället?
Vilka är dina konkurrenter?
Vilka är dina samarbetspartner?

11

Need
Spåkbarrärer i sjukvården. Tolk tar lång tid. Tolk blir en osäkerhet för patienten.

Approach
Digitalt översättningsverktyg anpassat för sjukvården och läkare-patient kontakt.

Benefit
Korrekt och certifierade översättningar. Endast läkare och patient i rummet.

Competition
Tolk. Släktingar. Handgester.




12

Vem har behovet?

BEHOV: MÖNSTERIGENKÄNNING

13

Vem är kunden?

	Privatperson	Företag	Myndighet
Betalare	Mamma	Chef	skattebetalare
Inköpare	Syster	IT-avdelning	Tjänstemän
Användare	Bror	Administratör	Medborgare

14

Marknadssegmentering



15



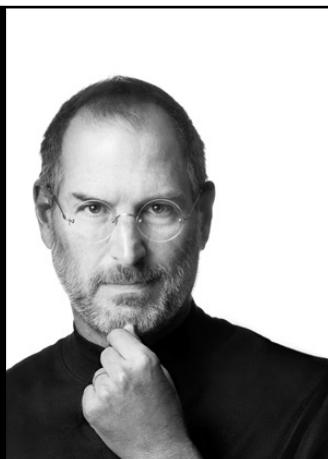
"If I'd asked my customers what they wanted, they'd have said a faster horse."

Henry Ford

16

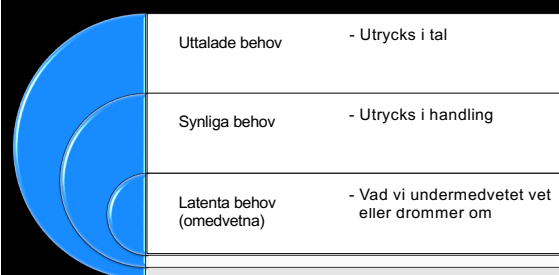
You can't just ask customers what they want and then try to give that to them. By the time you get it built, they'll want something new.

Steve Jobs



17

Hur uttrycker vi våra behov?



18

Vad ger störst värde?

APPROACH: EN VÄRDEFULL LÖSNING

19

Lär känna fienden

**KONKURRENS/ALTERNATIV: SYNA
MOTSTÅNDARLAGET**

20

NEED - Behov

Beskriver kundens och marknadens viktiga behov som idén ska lösa.
Vem är kunden? Vad är problemet?

APPROACH – tillvägagångssätt

Förklarar idéns unika tillvägagångssätt för att tillfredsställa detta viktiga behov.

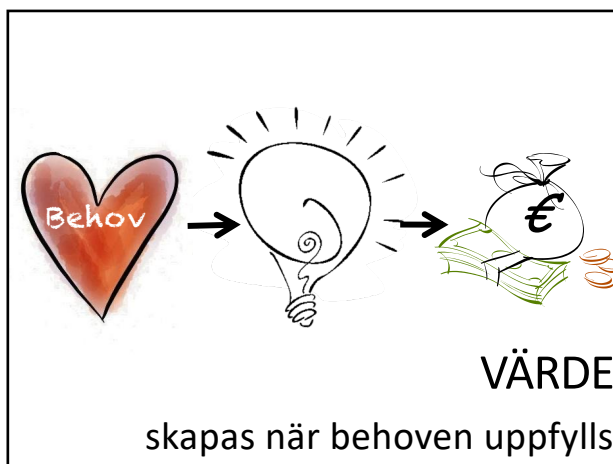
BENEFITS - Fördelar

Beskriver den kvantifierade nyttan i relation till kundens kostnad.
Värde = Nyttå/Kostnad.

COMPETITION – konkurrens

Vilka är konkurrenterna eller andra alternativ som kan tillfredsställa behovet?

21



22

Övning 3

Pitch

23

Pitch

HOOK
N A B C
CLOSE

24

Pitch

HOOK - skapar intresse och reaktion

N A B C

CLOSE



25

25

Pitch

HOOK

N A B C

CLOSE – Vad vill ni?

- Väcka känslor
- Lyssnare agerar
 - Ett nytt möte?
 - Finansiering?
 - Ytterligare partners?
- Order



26

26

Pitch

HOOK – 5%

NEED – 20%

APPROACH – 50%

BENEFIT – 10%

COMPETITION – 10%

CLOSE – 5%



27

27

Exempel:

- https://www.youtube.com/watch?v=dqIEE-g_-Uc&index=5&list=PL4aWCbdDxXyAB0YO8FMq8AXARx07oFA0t
- <https://www.youtube.com/watch?v=2sE5UXVikz0>
- <https://www.youtube.com/watch?v=Blo-enMAIxE>
- <https://www.youtube.com/watch?v=i6O98o2FRHw&feature=youtu.be>



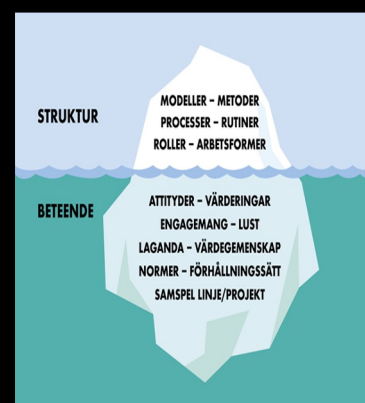
28

28

Övning 4

Skapa förutsättningar för att lyckas

29



30

30

- Komma överens om vad som gäller



- MÅL

- Mål över och under vattenytan:
 - Struktur och processrelaterade mål (milstolpar, vad ska göras, betyg att sikta på, etc)
 - Beteenderelaterade mål (hålla tider, inte avbryta, låta alla komma till tals, vad händer om någon inte levererar, etc.)



31

31

SMARTa mål

Specifika

Mätbara

Accepterade

Realistiska

Tidsbundna



32

Spelregler

Gruppen skapar egna regler

- Beslut
- Roller
- Ansvar
- Möten
- Praktiska förutsättningar



33

33

Summering

- Teamet
- NABC
- Pitch
- Skapa förutsättningar för att lyckas

34

34