

Uskalla kokeilla -työpaja

13.12.2017

Ryhmä 5





Ajattelee ja tuntee?

Haluaa rikkoa rajoja, kehittää tehokkaampia ratkaisuja
Innostuu helposti ja on ennakkoluuloinen
Kehityksen hitaus turhauttaa
Organisaation jäykkyyys

Kuulee?

Kuulee helposti kritiikkiä
Poimii kuulemastaan mahdollisuuksia

Näkee?

Mahdollisuuksia ympärillä
"Mitään konkreettista ei tapahdu"

Sanoo ja tekee?

"Eikö me voita?" - Minulla on idea
Halu käynnistää uusia/monia muutosprojekteja

Kipupisteet

Ei halua kuulla/nähdä vaihtoehtoja

Onnistumiset

Parantaa maailmaa ja olla aikaansaamassa uutta kehitystä aikaisiksi

Havainto, väittämä tai huomio

Kokeiluun liittyvän strategisuuden kehittäminen

Ensin mieleen tulevat kysymykset

Miten voisimme?

Voiko kokeilut korvata strategian?

Miten voisimme korvata strategian kokeiluilla?

Miten voisimme?

Miten voidaan tunnistaa, että kokeilu vastaa strategiaan?

Miten voisimme?

Onko kokeiluun valittu oikeat sidosryhmät?

Laajenna tai tarkenna näkökulmaa

Miten voisimme?

Miten voisimme kehittää organisaatioon kokeilukulttuurin?

Miten voisimme?

Miten voisimme todentaa, että kokeilu vie kohti visiota?

Miten voisimme?

Mitkä ovat sidosryhmien tarpeet ja intressit (ml. resurssit)?

Katso asiaa vastakkaisesta näkökulmasta tai kärkeä

Miten voisimme?

Luopua strategiasta ja siirtyä visiolähtöiseen toimintaan

Miten voisimme?

varmistaa, että kokeilu ei aja vision yli?
↓
onko visio relevantti?

Miten voisimme?

varmistaa, että mukana on myös haastelliset sidosryhmät?



Vision ymmärtäminen

Vision kohderyhmä mukaan vision "rakentamiseen"

Ajatusmalli tarpeeksi laaja -onnistumisen tarkastelu/arviointi riittävän laajasti

Kokcikutarpeen peruskku visionlähheissii
(viiolchhinen polku)

Etknemisen
estiden kartoittaminen

Mitii tarvitsemme
lisää, jotta kokciku
johtaa tulokseen?





MITÄ?

Miten kokeiluilla
luodaan stratak-
gia ja visio?

Kokeiluilla on
tärkeä strateginen
merkitys

KENELLE?

- Koko organisaatio
ja asiakkaat
- Sidosryhmät

MITEN?

- Vuorovaikutteisen
kokeilukulttuurin
vahvistaminen
- Yhteistyö
- Asiakasymmärryk-
sen kasvattaminen
- Uuden tiedon
jalostaminen
- Mahdollisuuksien
tunnistaminen
- Lisäimellä ketteryys





