Agenda 10 april

- Presentation av alla
- Vintergatan – Intro
- Kundresor

Lunch

- Värdeflödet
- Förmågorna i Vintergatan
- Vintergatan, IT-system & Information

Kundresor – Vad är det?

Gå i era kunders skor…

Kundresa

- En kundresa gör vad namnet säger – den följer en kunds resa – VÄLJ EN KUND
- Fokus är på vad kunden gör
  - Vad företaget/verksamheten gör internt är inte intressant
- Kundresor kan målas upp på många olika sätt beroende på vilka delar som är viktigast för uppgiften. Vanliga delar är dock:
  - Touchpoints
  - Kanaler
  - Kundens känslor

© IRM AB All rights reserved

Jobba med kunderna

You'll learn more **in a day** talking to customers than:

- **a week** of brainstorming
- **a month** of watching competitors
- or **a year** of market research

- Aaron Levie

Kundresa

Fas	FÖRE	UNDER	EFTER

© IRM AB All rights reserved

Kundresa

Fas	FÖRE					UNDER			EFTER	
Delfaser	Upptäcka	Behov	Utvärdera	Jämföra	Förbereda	Köpa	Leverans	Nyttja	Support	Omdöme

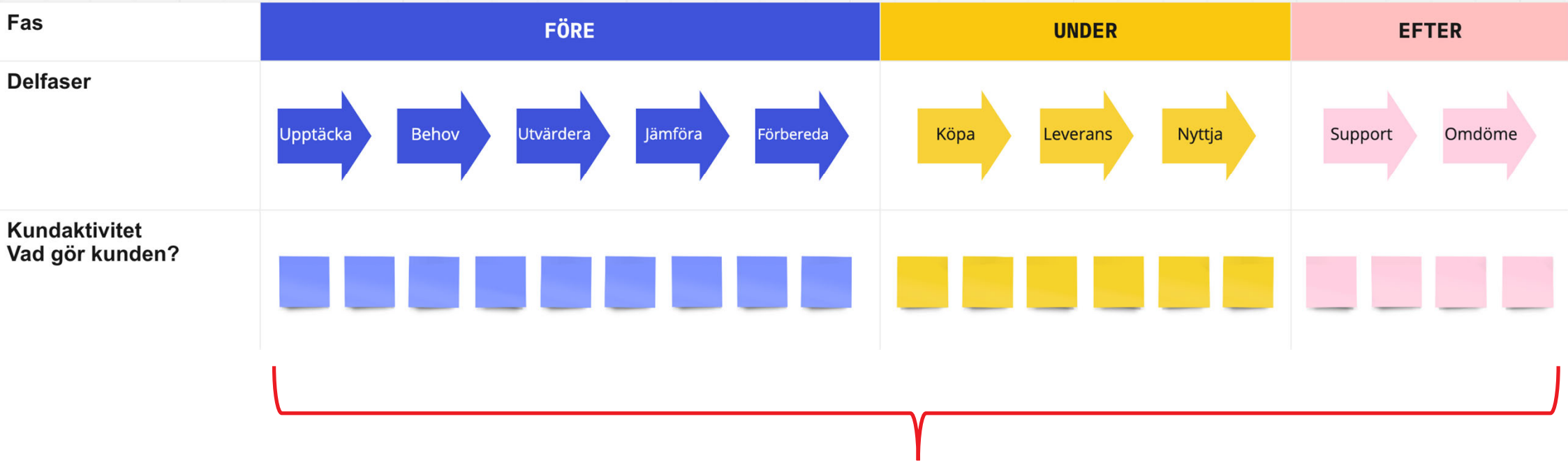
© IRM AB All rights reserved

Kundresa

Fas	FÖRE	UNDER	EFTER
Delfaser	Upptäcka → Behov → Utvärdera → Jämföra → Förbereda	Köpa → Leverans → Nyttja	Support → Omdöme
Kundaktivitet Vad gör kunden?			

© IRM AB All rights reserved

Kundresa



Aktiviteter kunden gör, t.ex. ”Hitta information om kursutbud”.

© IRM AB All rights reserved

Övning

Hur ser er kundresa ut?

Hur ser er kundresa ut?

- Vad gör era kunder för att hitta er?
- Vad gör befintliga kunder?
- Vad gör tidigare kunder?

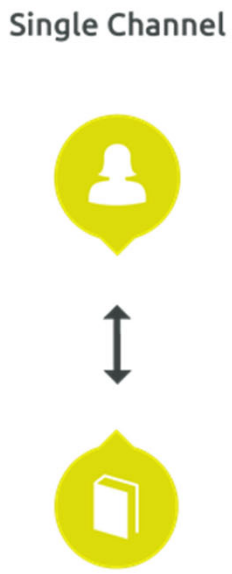
- Finns det något framtaget som redan används?

✓Rita och fundera

© IRM AB All rights reserved

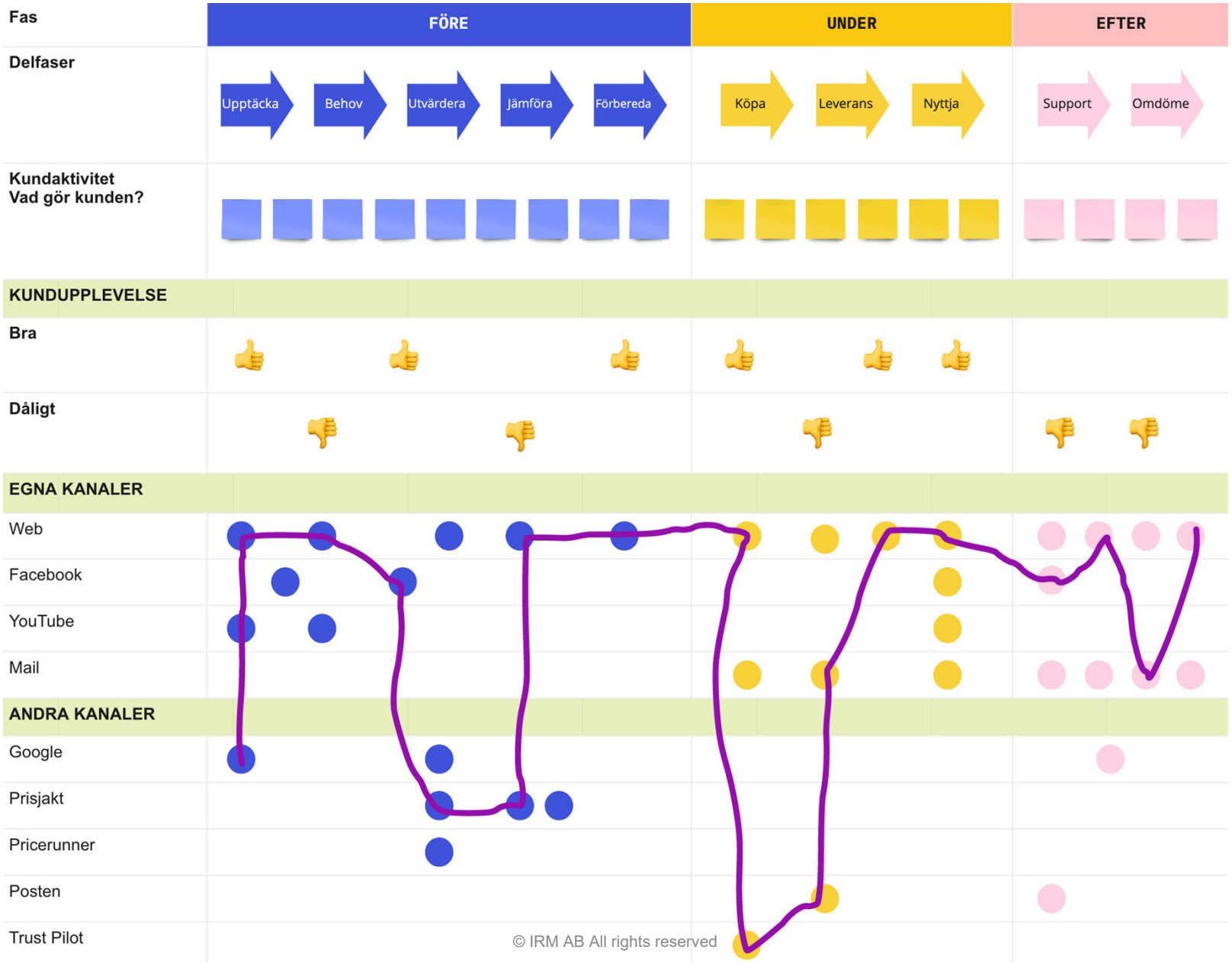
Lite mer om vad kundresan är

Hur möter vi kunden?



© IRM AB All rights reserved

Fas	FÖRE	UNDER	EFTER
Delfaser	Upptäcka → Behov → Utvärdera → Jämföra → Förbereda	Köpa → Leverans → Nyttja	Support → Omdöme
Kundaktivitet Vad gör kunden?			



© IRM AB All rights reserved

Övning

Hur ser ert värdeflöde ut?

Hur ser ert värdeflöde ut?

Lägg kundresan utanför som referens till i vilken ordning ni gör vad.

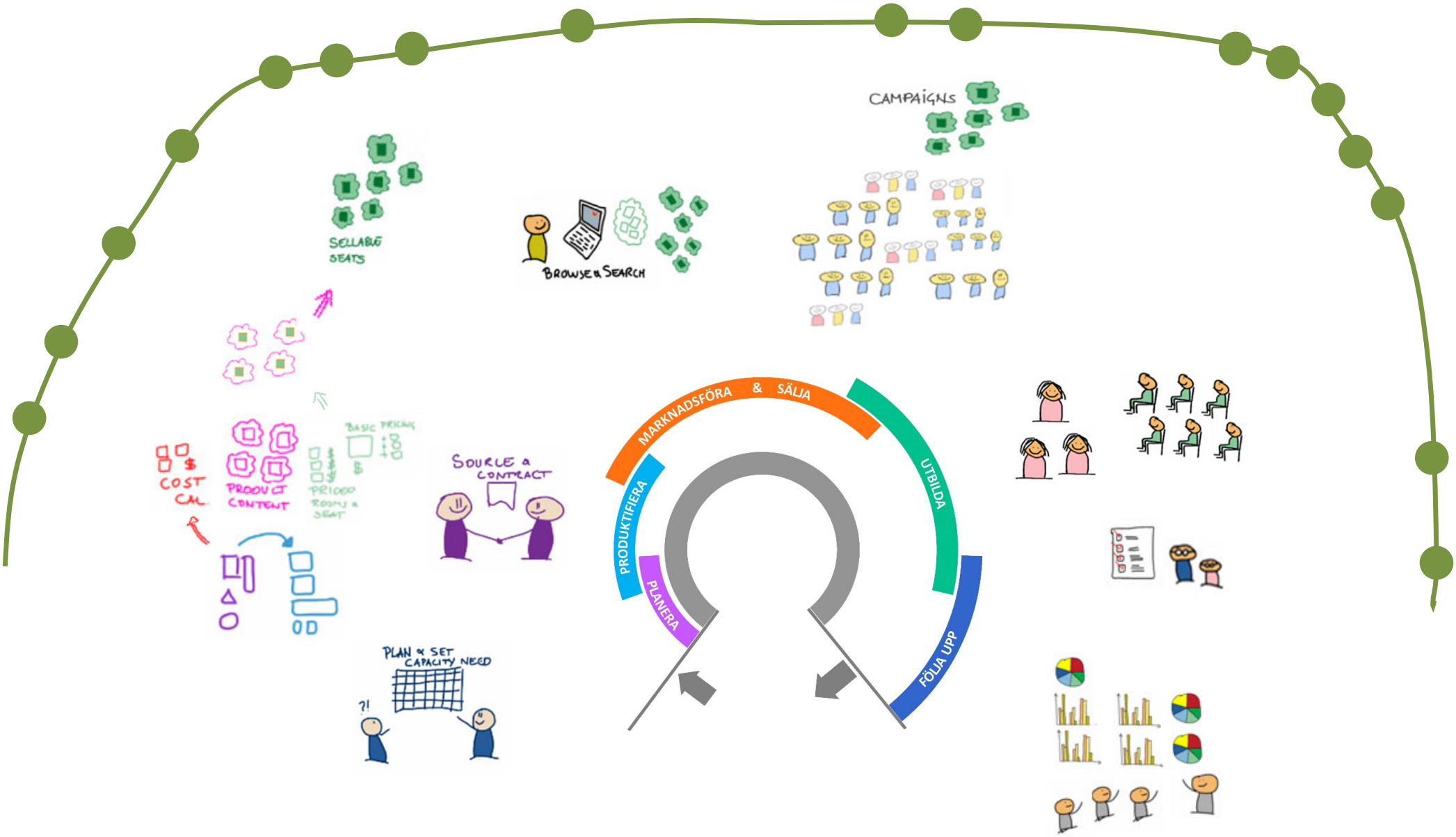
- Vad är det organisationen gör?
- Hur interagerar ni med era kunder?

- Vilka är de operativa processerna?
- Värdeflödet – hur skapar ni värde i ert arbete?
- Vilka är de stora stegen i ert värdeflöde?

- Finns det någon form, riktning som redan används?
- Finns det några färger som ni kan använda?

✓Rita och fundera
✓Sätt namn i navet

© IRM AB All rights reserved



© IRM AB All rights reserved

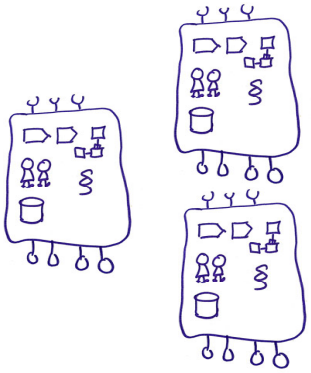
Övning

Vilka förmågor har ni?

Vilka förmågor har ni?

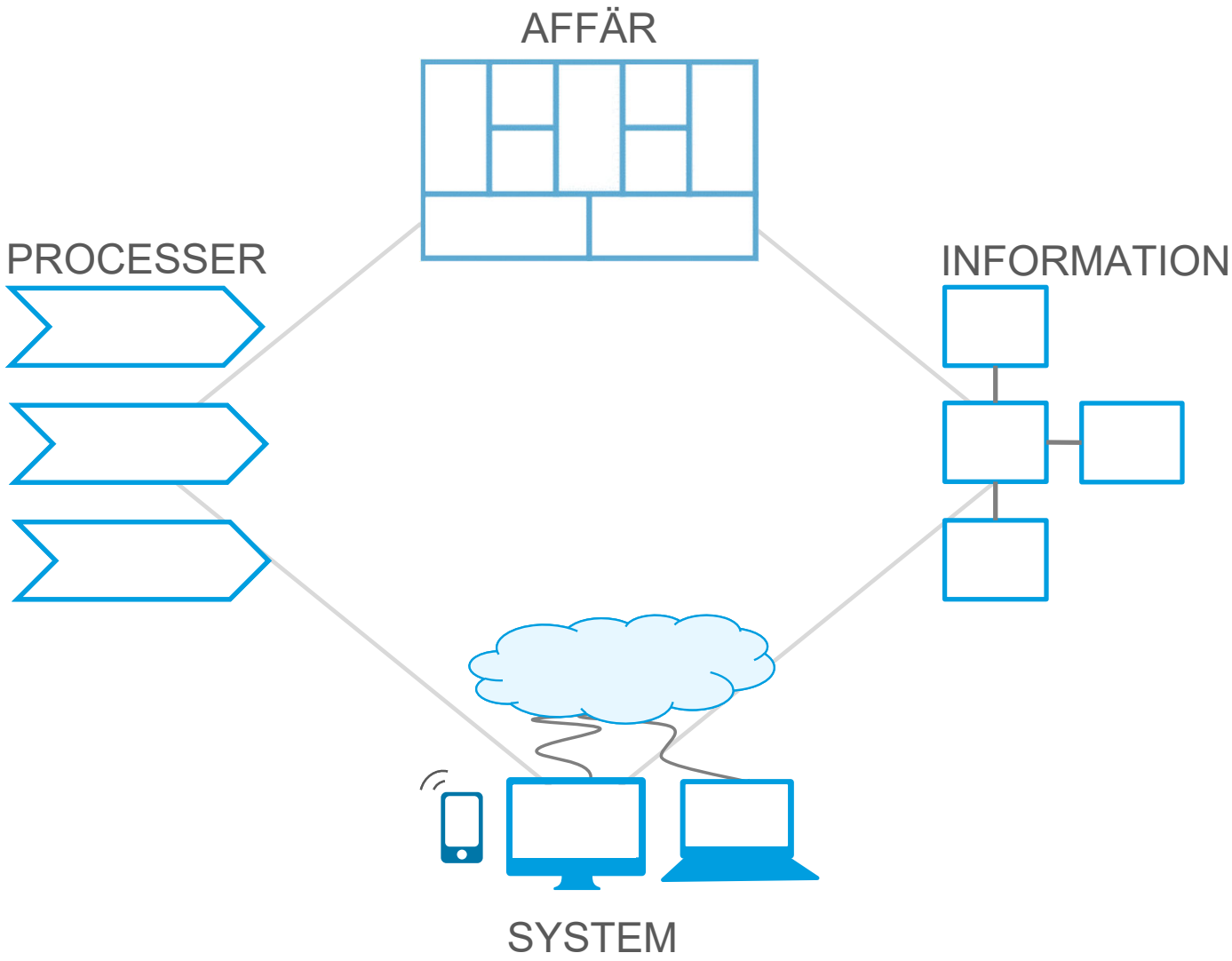
- Sätt ut förmågorna och namnsätt dem
- Vandra igenom din Vintergata och se om du fått med de viktigaste förmågorna
- Använd de gråa förmågelapparna från ”Teckenförklaring/Legend” i Vintergatanmallen
- Kontrollera mot er kundresa

✓Skriv, lägg ut och fundera



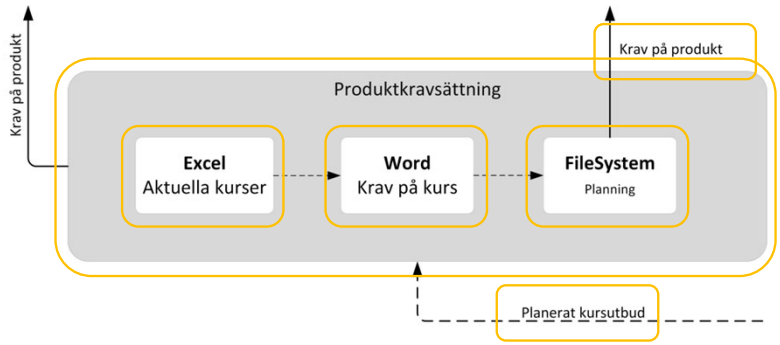
© IRM AB All rights reserved

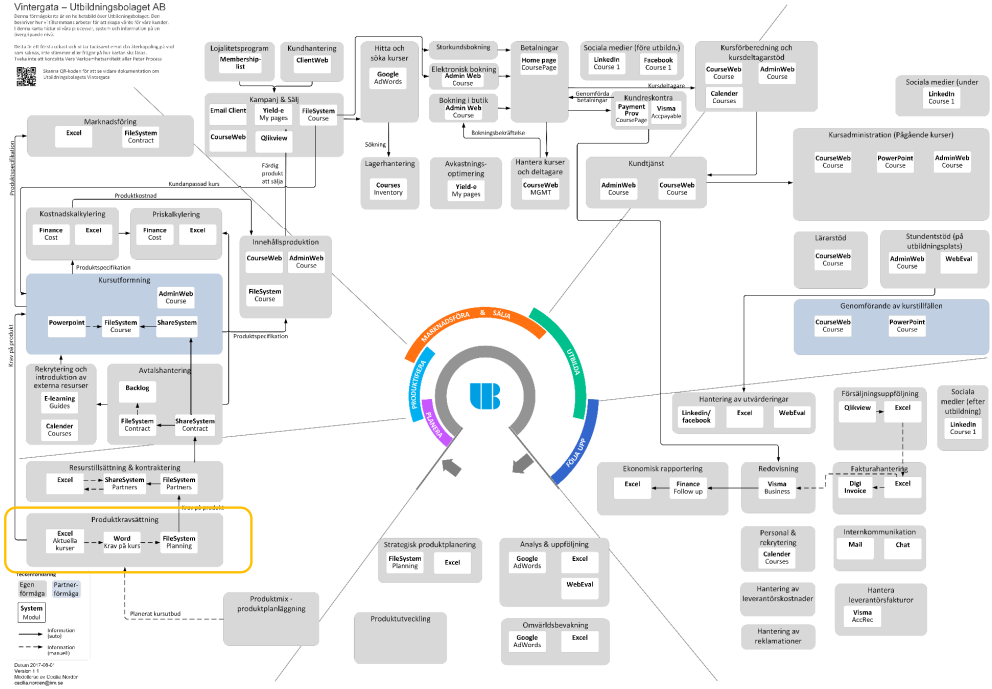
Förmågorna, IT-systemen och Informationen – Beroenden



© IRM AB All rights reserved

Vintergatans delar





© IRM AB All rights reserved

Övning

Fyll era förmågor med innehåll

Bygg vidare

- Ta de största systemen ni har och placera ut dem i förmågorna i er Vintergata

- Har ni stora system som finns på flera ställen? Dela dem i moduler, t ex ”Ekonomisystem X – Faktureringsmodul”

- Ikoner
  - Vita = system – du hittar dessa under ”teckenförklaring/Legend” i mallen

- Jobba i er frame

- Hittar du nya förmågor? Lägg till dessa!

© IRM AB All rights reserved

Se samband mellan förmågorna

- Visa vilka informationsflöden som går mellan förmågorna

- Ikoner
  - Pilar = information – du hittar dessa under ”teckenförklaring/Legend” i mallen

- Jobba i er frame

- Hittar du nya förmågor? Lägg till dessa!

© IRM AB All rights reserved

Övning

Beskriv era verksamheter för varandra

Storytelling

På egen hand

- Fundera över vad du har kommit fram till i tidigare övningar.
  Hur kan du använda detta som underlag för en berättelse om din verksamhet?

I era grupper, turas om att berätta

- Gör en berättelse om hur verksamheten fungerar för andra med hjälp av förmågekartan du tagit fram.

© IRM AB All rights reserved

Förslag på hemläxa

Städa upp i den senaste Vintergatan och färdigställ med system och informationsflöden

Agenda 11 april

- Fördjupning förmågor
- Vintergatan, IT-system & Information kopplat till kundresan
- Hantera komplexitet
- Vintergatan och era projekt

Lunch

- Produkter och tjänster i Vintergatan
- Organisation
- Samspel mellan förmågor, värdeströmmar och organisation
- Projekt utifrån ett värdeströmsperspektiv
- Vintergatan som underlag för kravarbete

Fördjupning – Vad är en verksamhetsförmåga?

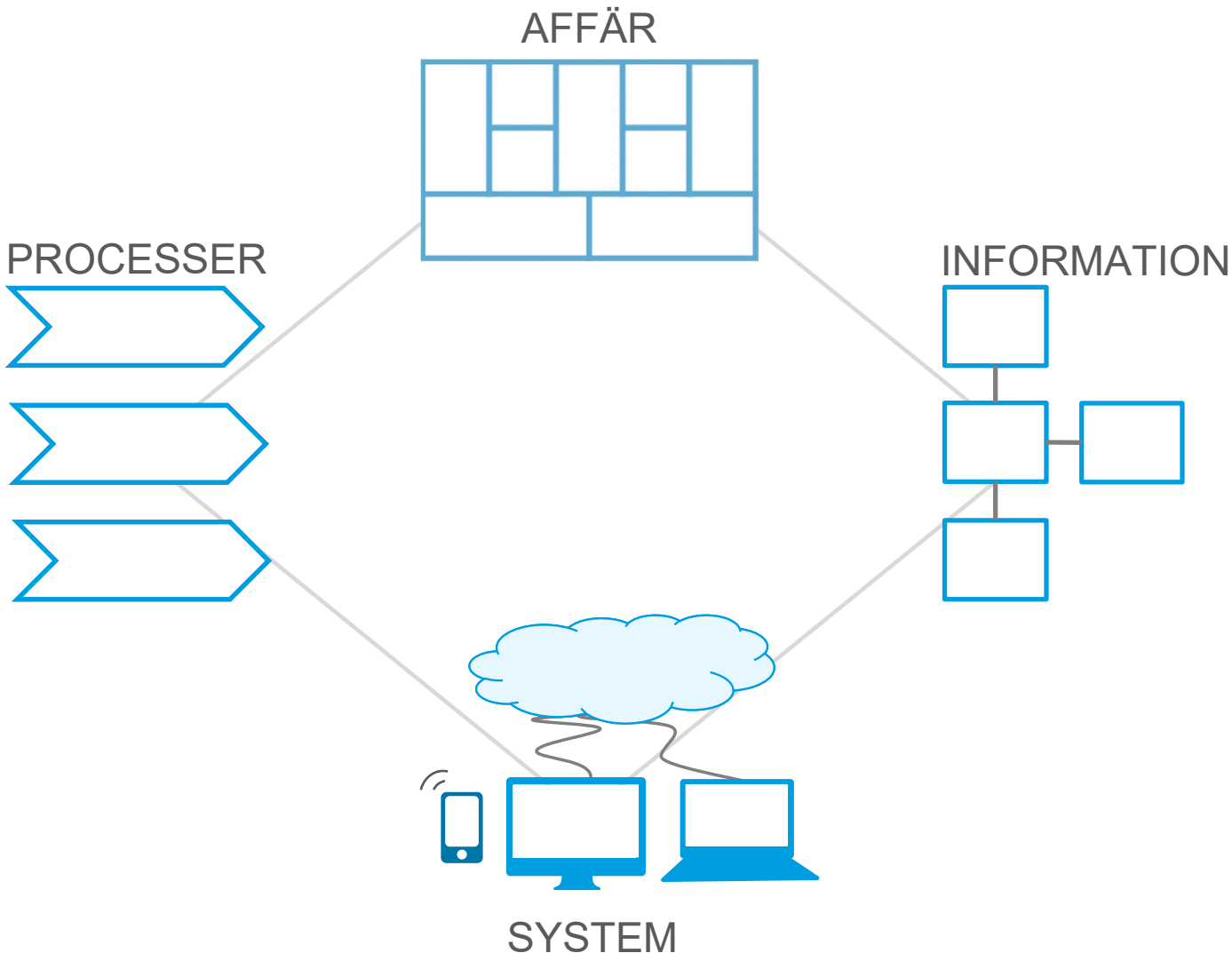
Vad är en förmåga???

© IRM AB All rights reserved

Definition av en förmåga IASA:s version

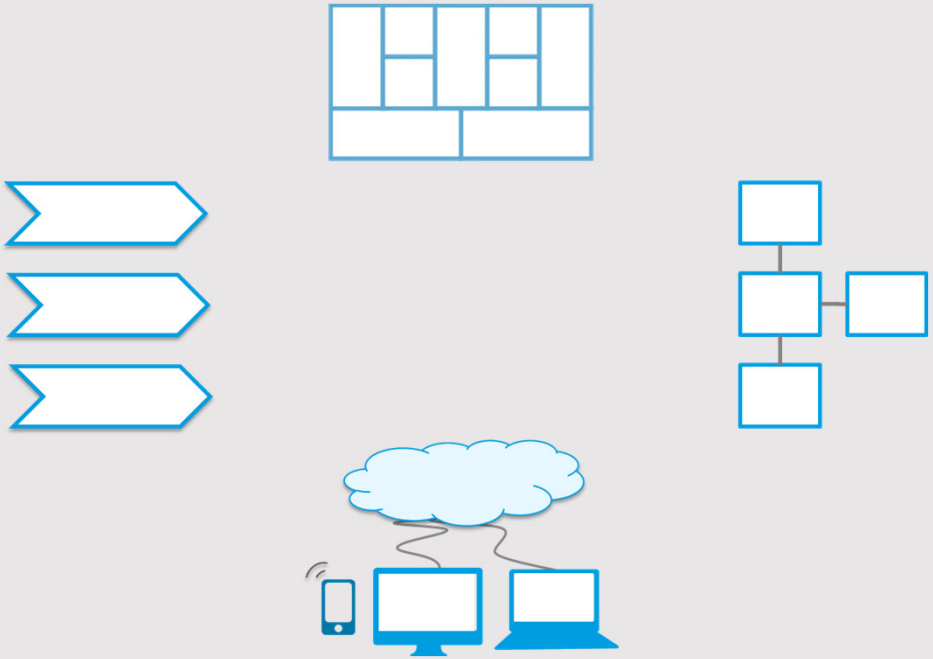
En verksamhetsförmåga är en sammanhållen, avgränsad och självständig komponent av verksamheten och i verksamhetsarkitkekturen. Det är en komponent som består av processer, information, kompetenser, regelverk, IT-stöd m.m. (s 106-107)

© IRM AB All rights reserved



© IRM AB All rights reserved

VERKSAMHETSFÖRMÅGA



© IRM AB All rights reserved

© IRM AB All rights reserved

Business Capability – Synonymer

”En sammansättning av människor, processer och teknik lämpad för ett visst syfte” går under olika namn i olika ramverk och metoder:

Business Capability	Microsoft, Gartner, Forrester, (även Wikipedia)
Business Component	IBM (Component Business Model)
Autonomous Business Component	Roger Sessions, Udi Dahan
Business Capability Configuration	Modaf
Business Function	

© IRM AB All rights reserved

Business Capability vs Process

Process = HUR
En process kan definieras på olika sätt men är alltid en samling koordinerade aktiviteter som utförs i en ordning så att de producerar ett värde för en kund.

Processer är viktiga, men hur viktiga de än är, är de ändå bara en del av en verksamhetsförmåga

Business Capability = VAD
(fast olika ”vad” beroende på om man är affärsstrateg eller verksamhetsarkitekt)

Affärsstrateg: **Vad** ett företag behöver kunna göra.

Verksamhetsarkitekt: **Vad** som behövs. De resurser en verksamhet behöver för att skapa resultat.
En sammansättning av människor och resurser som behöver betraktas och hanteras som en helhet.

© IRM AB All rights reserved

Förmåga – hur du kommer höra det användas – men inte vad vi menar

”Vi ska ha förmågan att möta kund.”

Affärsmål – men hur nå det? Hur vill vi möta kund, av vem, på vilket sätt, i vilka kanaler?

”Vi ska ha förmågan att digitalisera oss.”

Mål – Vårt sätt att organisera oss och använda IT-stöd ska vara enkel att ändra i.

”Vi har förmågan Ekonomi”

Avdelning – men vad gör den avdelning just nu i värdeflödet? Troligtvis flera olika verksamhetsförmågor

”Vi har förmågan Inskriven kund”

Resultat/output från någon verksamhetsförmåga. Även en viktig affärshändelse.

”Vi har förmågan att kvalitetssäkra våra produkter”

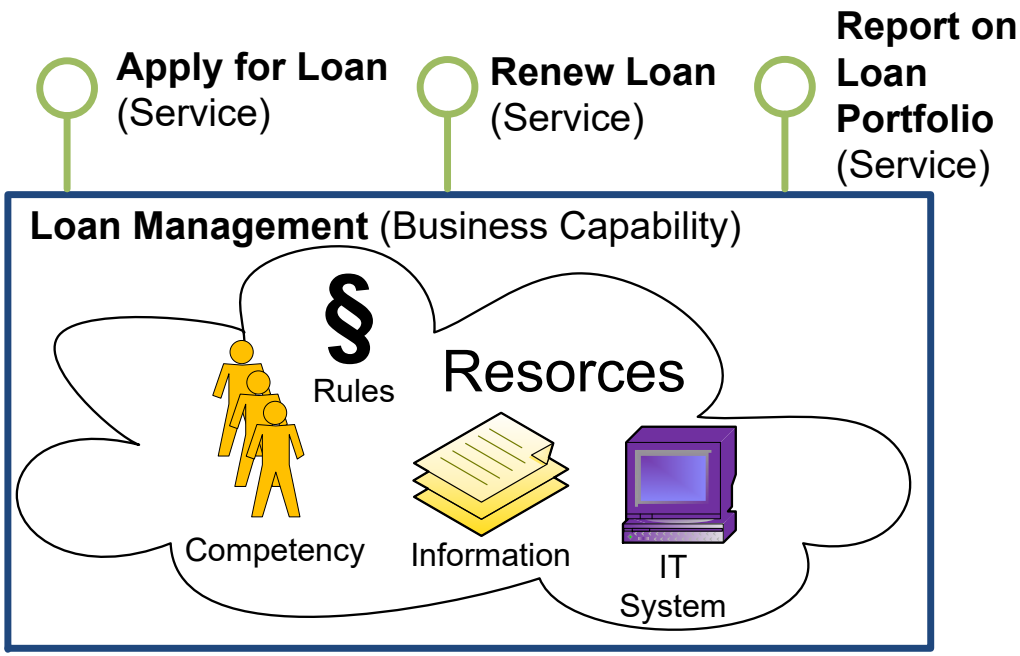
Kompetens som utförs i flera olika verksamhetsförmågor. Ev någon specifik verksamhetsförmåga. Hittas ofta som en stödprocess i processkartor.

“Vi har förmågan Systemingenjör”

Roll – den rollen har specifik kompetens som används I flera olika förmågor.

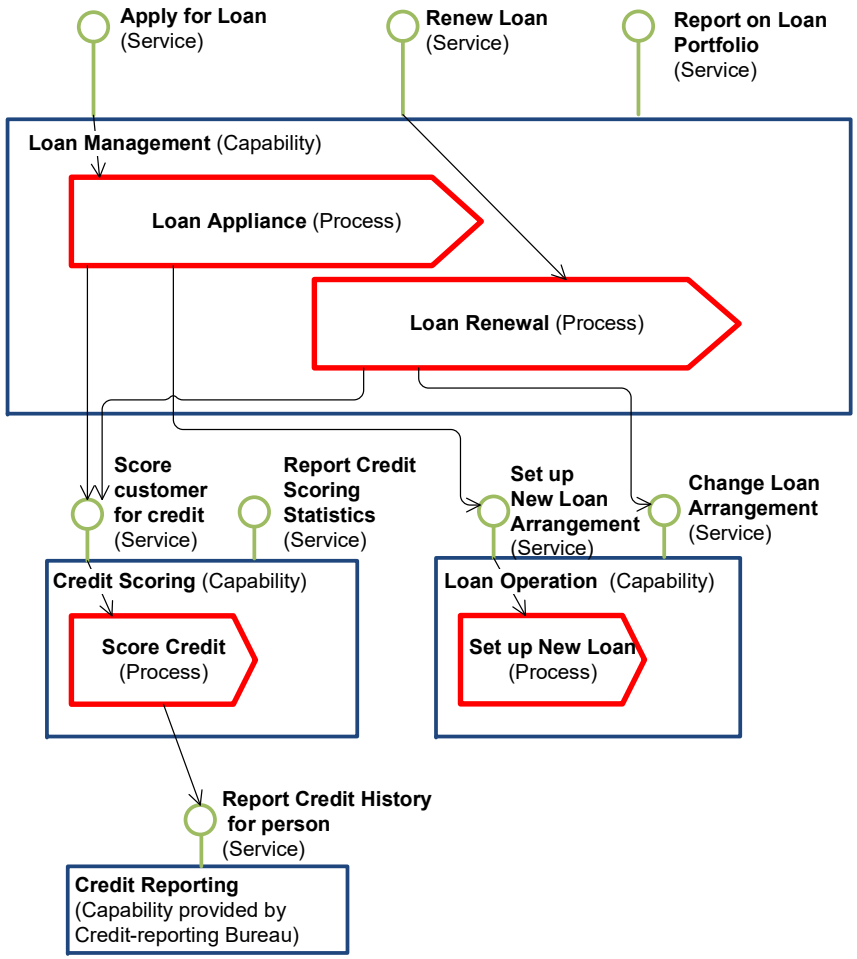
© IRM AB All rights reserved

Business Capability – Generella egenskaper



© IRM AB All rights reserved

Business Capabilities



© IRM AB All rights reserved

Vad finns mer?

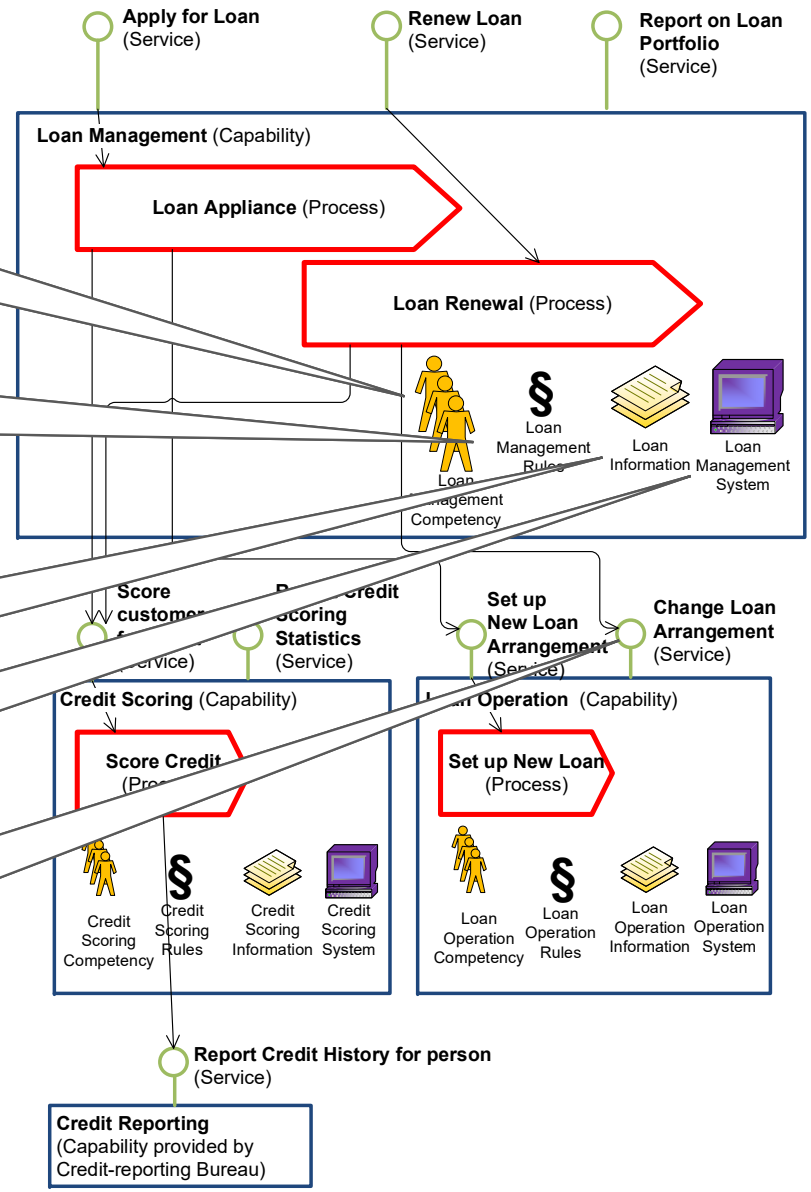
Kompetens
Människor och kompetens för att styra och arbeta i verksamheten.

Verksamhetsregler
Beskrivning av verksamhetens logik, dvs fakta av betydelse för verksamheten, allt från styrande regler till specificering av alla slags detaljer.

Verksamhetsinformation
Information som verksamhetsförmågan behöver hantera. En del är intern endast och en del delas med andra.

Informationssystem
Informationssystem som är integrerade delar av verksamheten.

Tjänst
Berättar om verksamhetshändelser som har utförts av förmågan. Grund till händelsedriven arkitektur.



© IRM AB All rights reserved

Fördelar med verksamhetsförmågor

Ger en <u>komponentmodell</u> av en verksamhet

Ger en grund för samverkan mellan olika discipliner (inte minst it och verksamhet)

Ger en stabil grund till verksamhetsarkitekturen

Ger flexibel verksamhetsarkitektur

Ger förankring i verksamhet för tjänsteorienterad IT-arkitektur

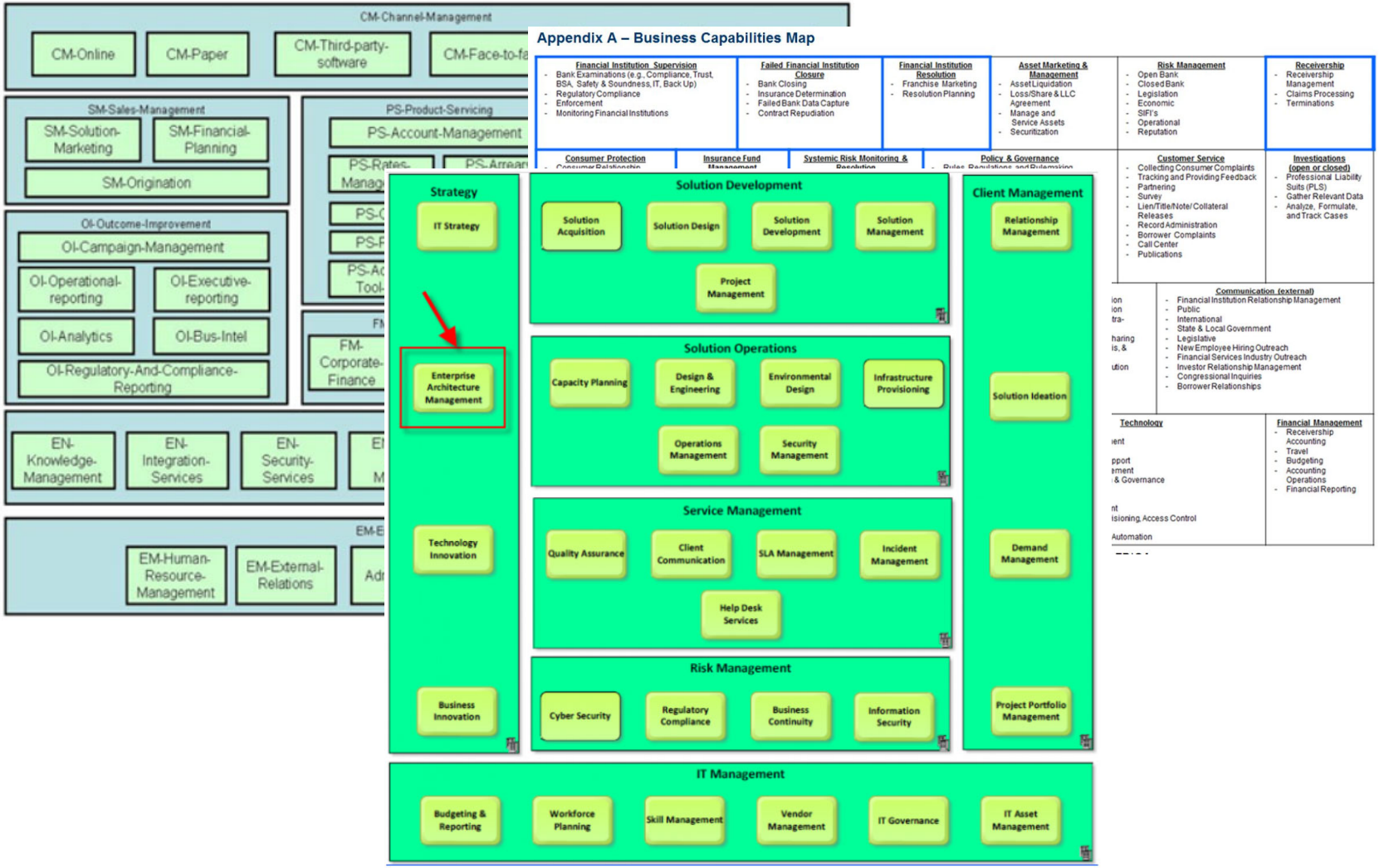
Ger en praktisk beskrivning av verksamheten utan hierarkiska nivåer

© IRM AB All rights reserved

Förmågemodeller vs Vintergatan

En introduktion och översikt

Flera Business Capabilities



Produkt-
utveckling

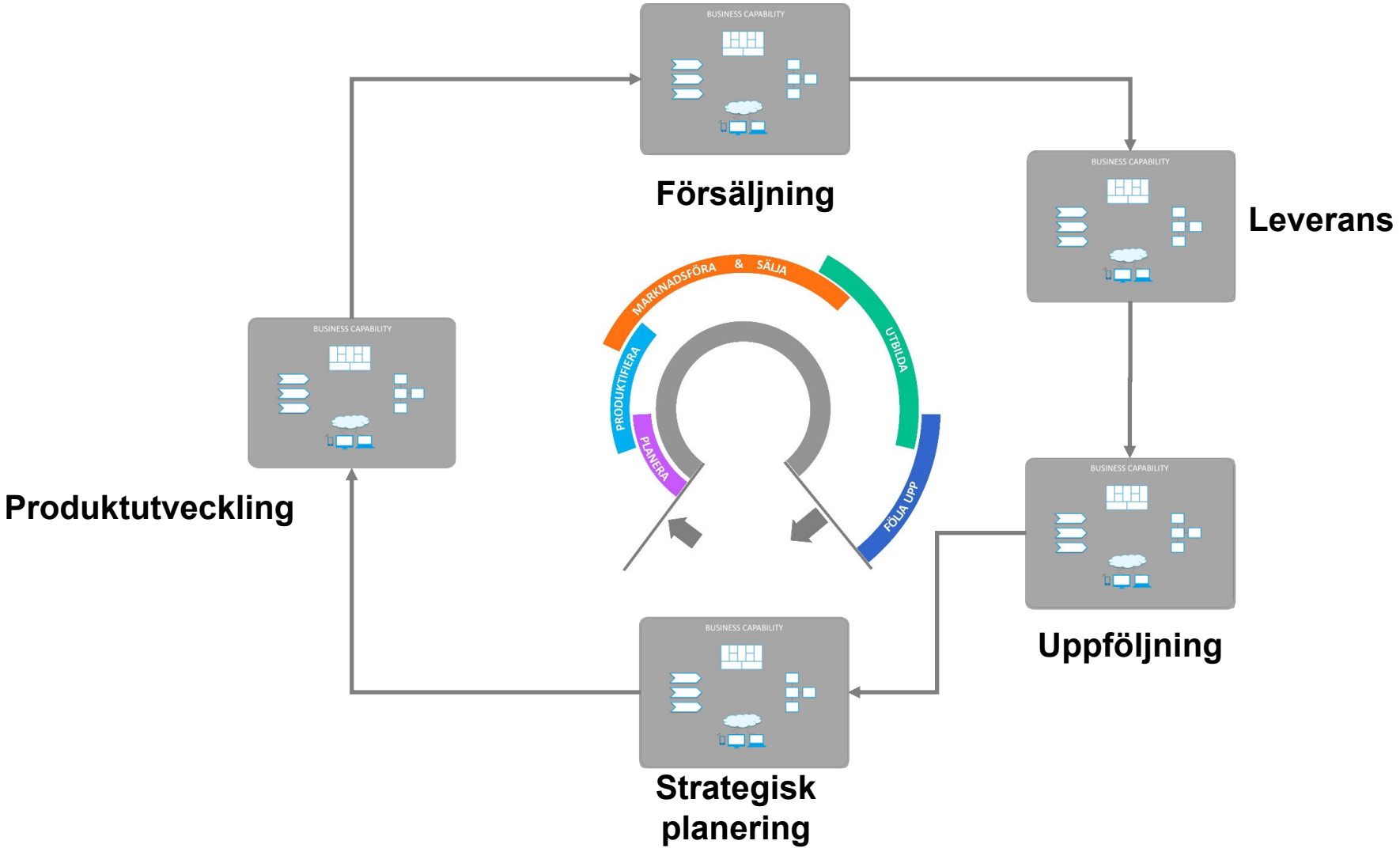
Strategisk
planering

Leverans

Uppföljning

Försäljning

© IRM AB All rights reserved



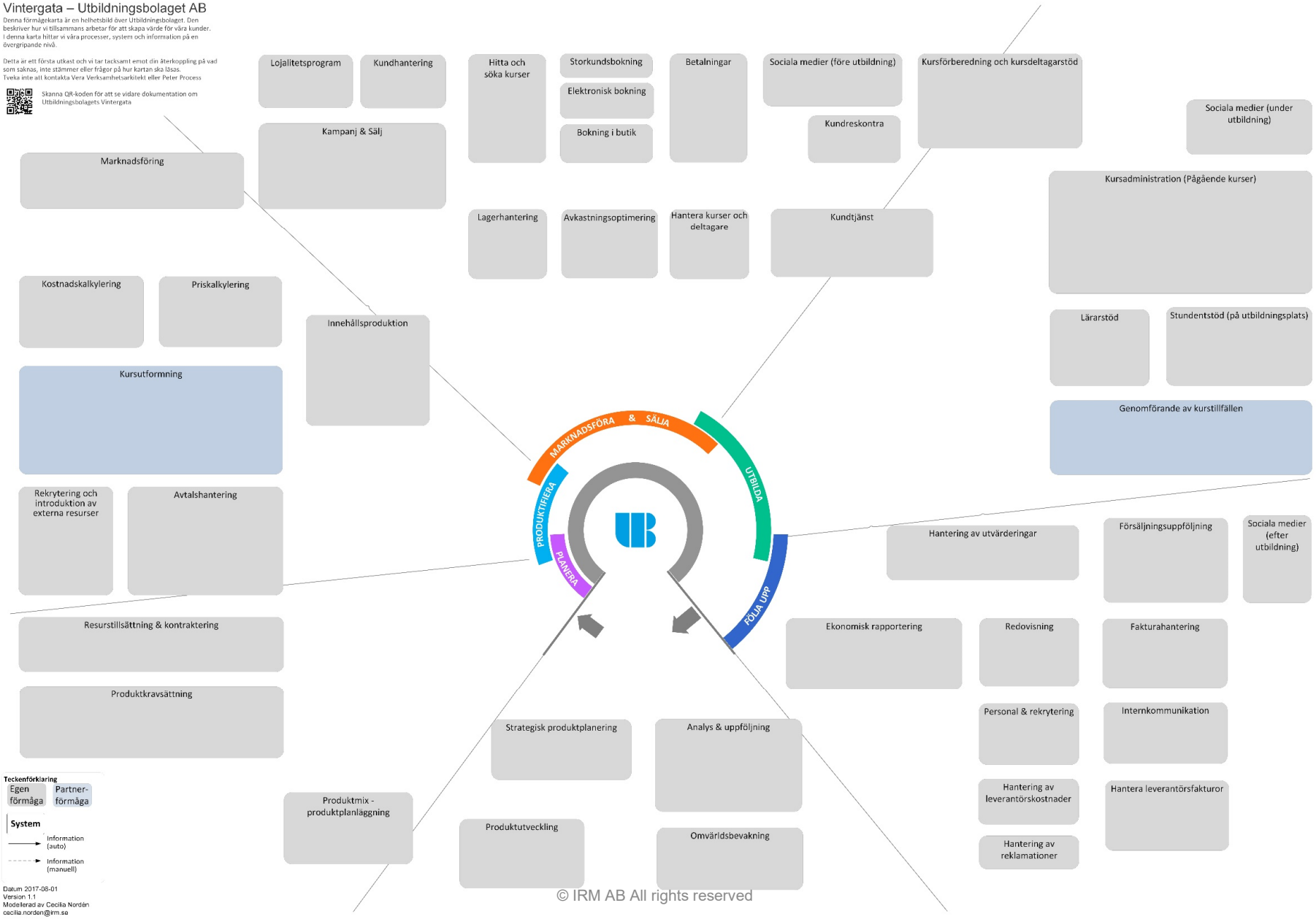
© IRM AB All rights reserved

Vintergata – Utbildningsbolaget AB

Denna förmågekarta är en helhetsbild över Utbildningsbolaget. Den beskriver hur vi tillsammans arbetar för att skapa värde för våra kunder. I denna karta hittar vi våra processer, system och information på en övergripande nivå.

Detta är ett första utkast och vi tar tacksamt emot din återkoppling på vad som saknas, inte stämmer eller frågor på hur kartan ska läsas.
Tveka inte att kontakta Vera Verksamhetsarkitekt eller Peter Process

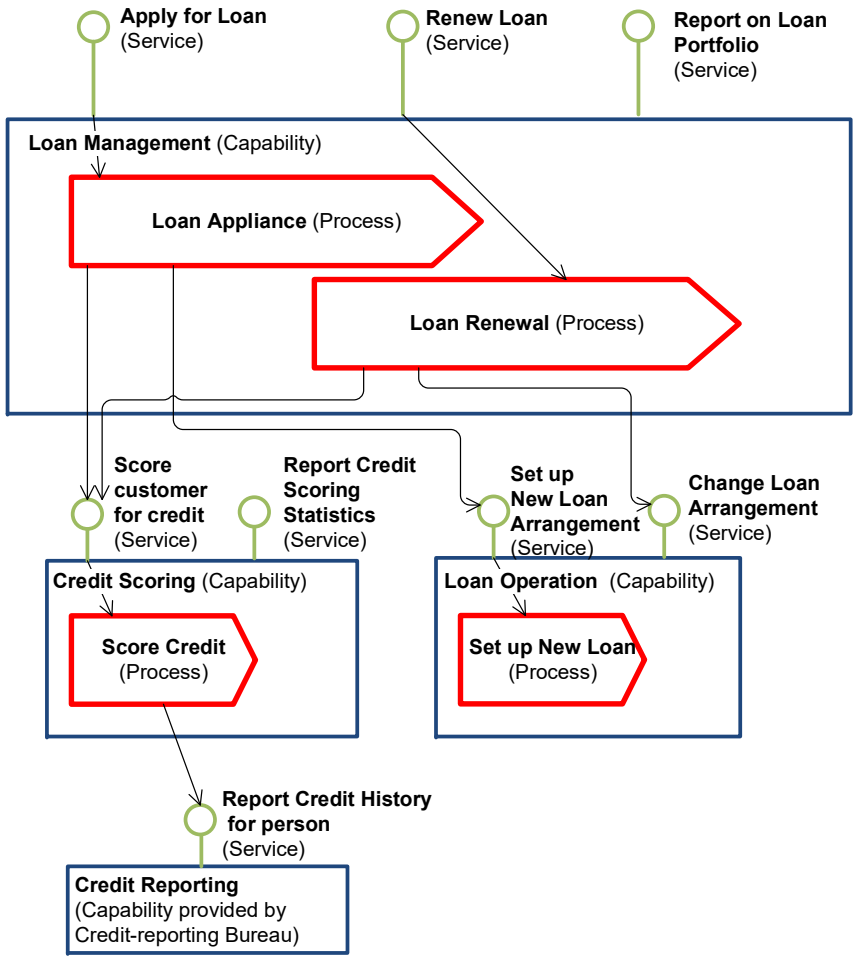
Skanna QR-koden för att se vidare dokumentation om Utbildningsbolagets Vintergata



Datum 2017-08-01
Version 1.1
Modellerad av Cecilia Nordén
cecilia.norden@irm.se

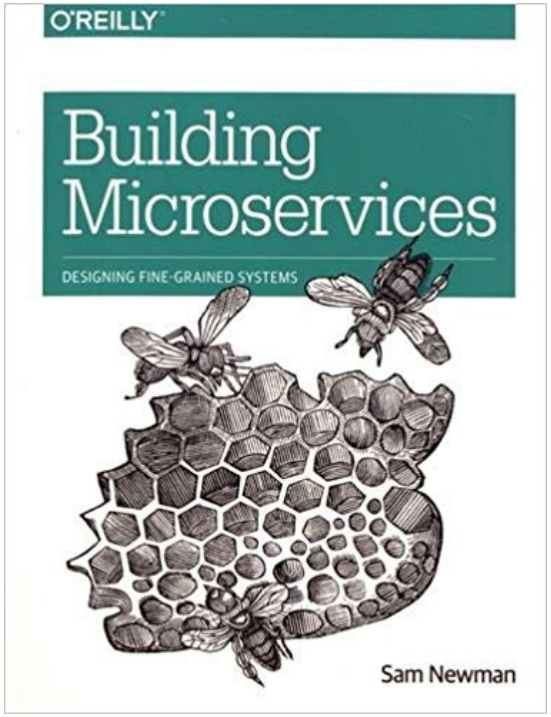
© IRM AB All rights reserved

Verksamhetsförmåga – i Vintergatan är det OK med OLIKA skalor i en och samma bild



© IRM AB All rights reserved

Vilka fördelar ser ni med verksamhetsgeografi?



Business Capabilities

When you start to think about the bounded contexts that exist in your organization, you should be thinking not in terms of data that is shared, but about the capabilities those contexts provide the rest of the domain. The warehouse may provide the capability to get a current stock list, for example, or the finance context may well expose the end-of-month accounts or let you set up payroll for a new recruit. These capabilities may require the interchange of information—shared models—but I have seen too often that thinking about *data* leads to anemic, CRUD-based (create, read, update, delete) services. So ask first "What does this context do?", and then "So what data does it need to do that?"

When modeled as services, these capabilities become the key operations that will be exposed over the wire to other collaborators.

John Green - Why learning is awesome (Första 3,5 min)

https://youtu.be/NgDGIcxYrhQ?si=kOF1JfGyvZOG3X_N

Kund- och leverantörsresor med Vintergatan

Vilken information utbyter vi och när?

Jobba med kunderna

You'll learn more **in a day** talking to customers than:

- **a week** of brainstorming
- **a month** of watching competitors
- or **a year** of market research

- Aaron Levie

Vintergata – Utbildningsbolaget AB

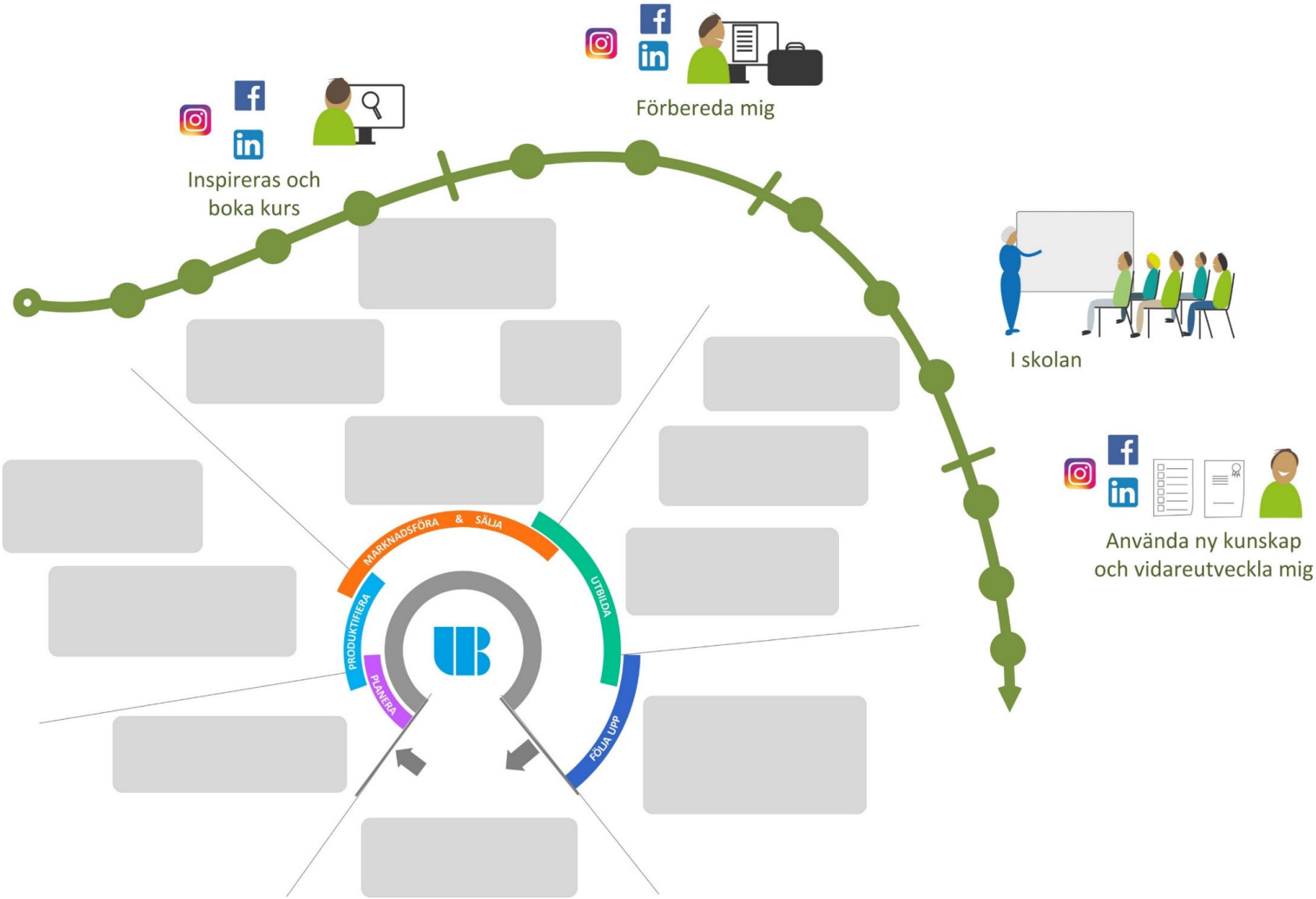
Denna förmågekarta är en helhetsbild över Utbildningsbolaget. Den beskriver hur vi tillsammans arbetar för att skapa värde för våra kunder. I denna karta hittar vi våra processer, system och information på en övergripande nivå.

Detta är ett första utkast och vi tar tacksamt emot din återkoppling på vad som saknas, inte stämmer eller frågor på hur kartan ska läsas.
Tveka inte att kontakta Vera Verksamhetsarkitekt eller Peter Process

Skanna QR-koden för att se vidare dokumentation om Uttbildningsbolagets Vintergata

Datum 2017-08-01
Version 1.1
Modellerad av Cecilia Nordén
cecilia.norden@irm.se

© IRM AB All rights reserved



© IRM AB All rights reserved

Före

Inspireras söka och boka

- Inspireras
- Söka brett
- Hitta erbjudanden
- Hitta rätt kurs
- Anmäla mig
- Betala

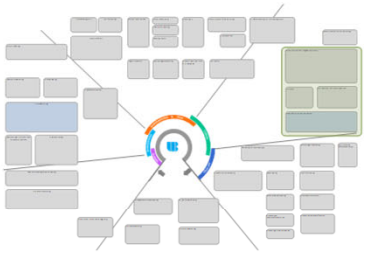
Under

Förbereda mig

- Hitta till skolan
- Hitta information om förberedelser
- Hitta mer referenslitteratur
- Hitta och göra övningar
- Köpa böcker
- Kolla kursdetaljer

I skolan

- Leta efter litteraturhänvisningar
- Göra och lämna in uppgifter
- Plugga
- Ge feedback
- Dela med mig på sociala medier

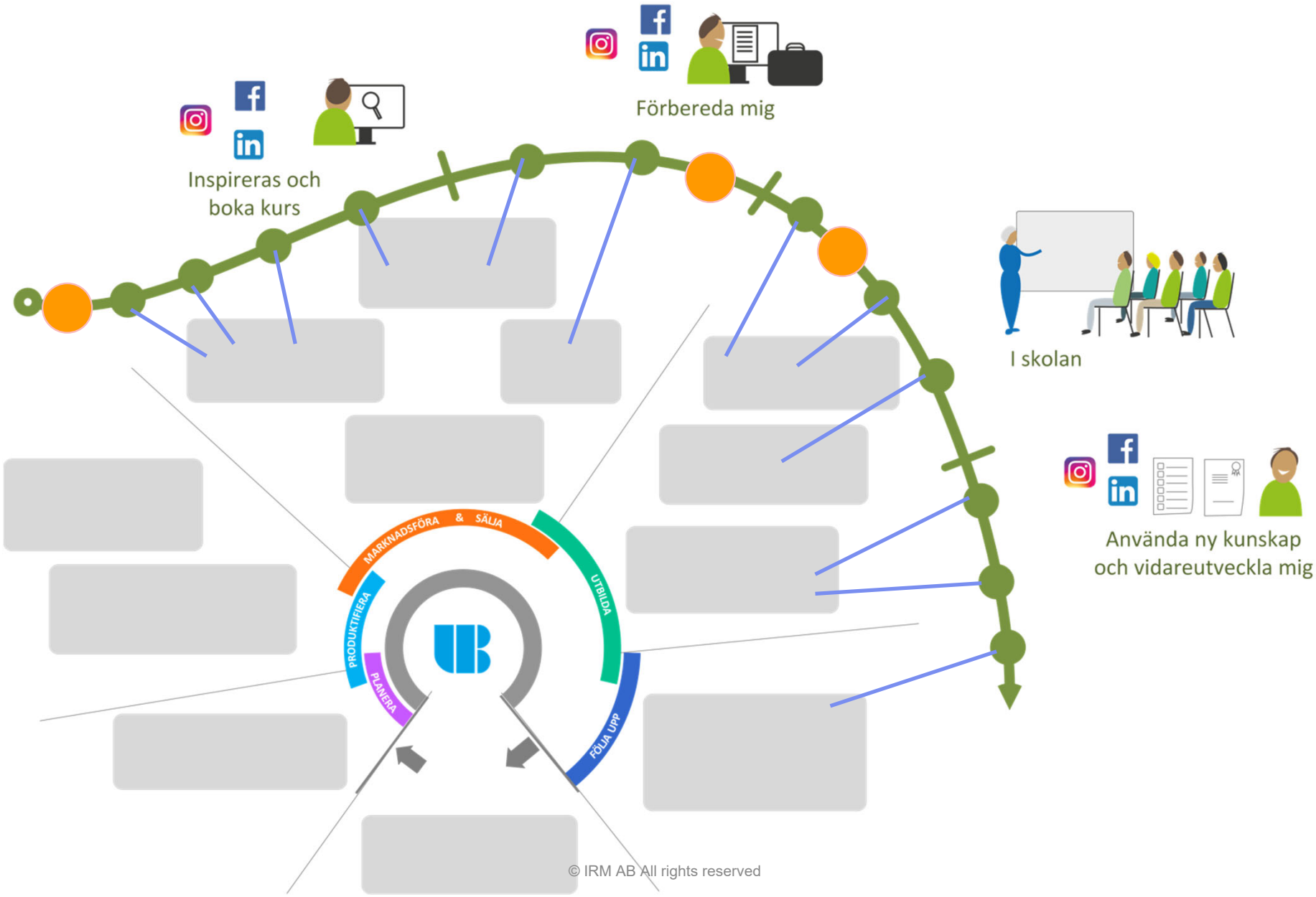


Efter

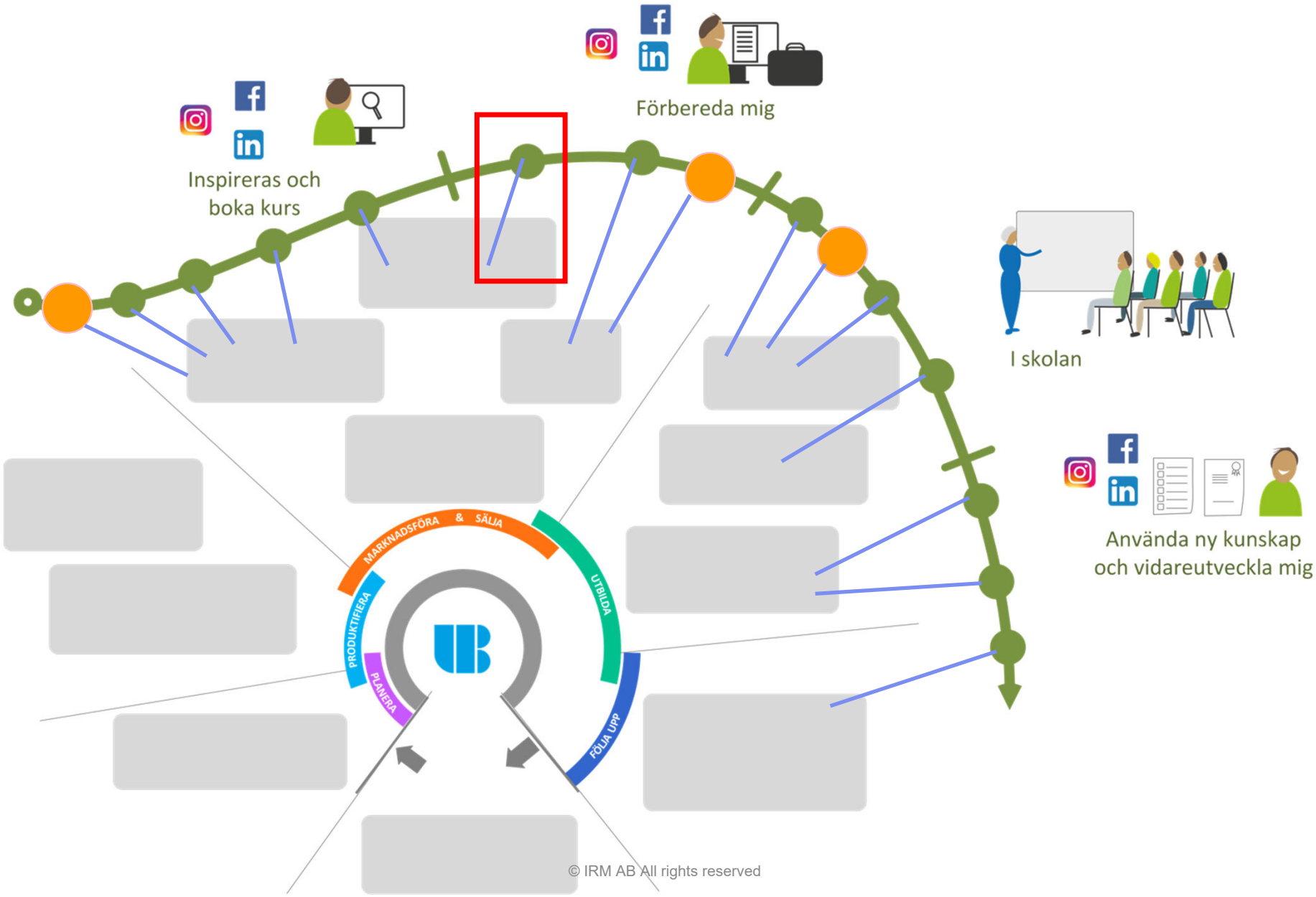
Använd och vidareutveckla mig

- Utvärdera kursen
- Få hjälp med klagomål
- Dela med mig av mina erfarenheter och nya kunskaper
- Delta i vidareutbildning via andra kurser

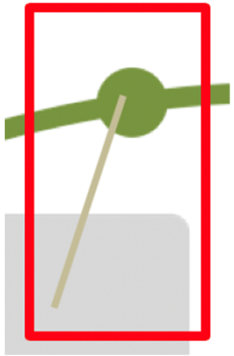
© IRM AB All rights reserved



© IRM AB All rights reserved

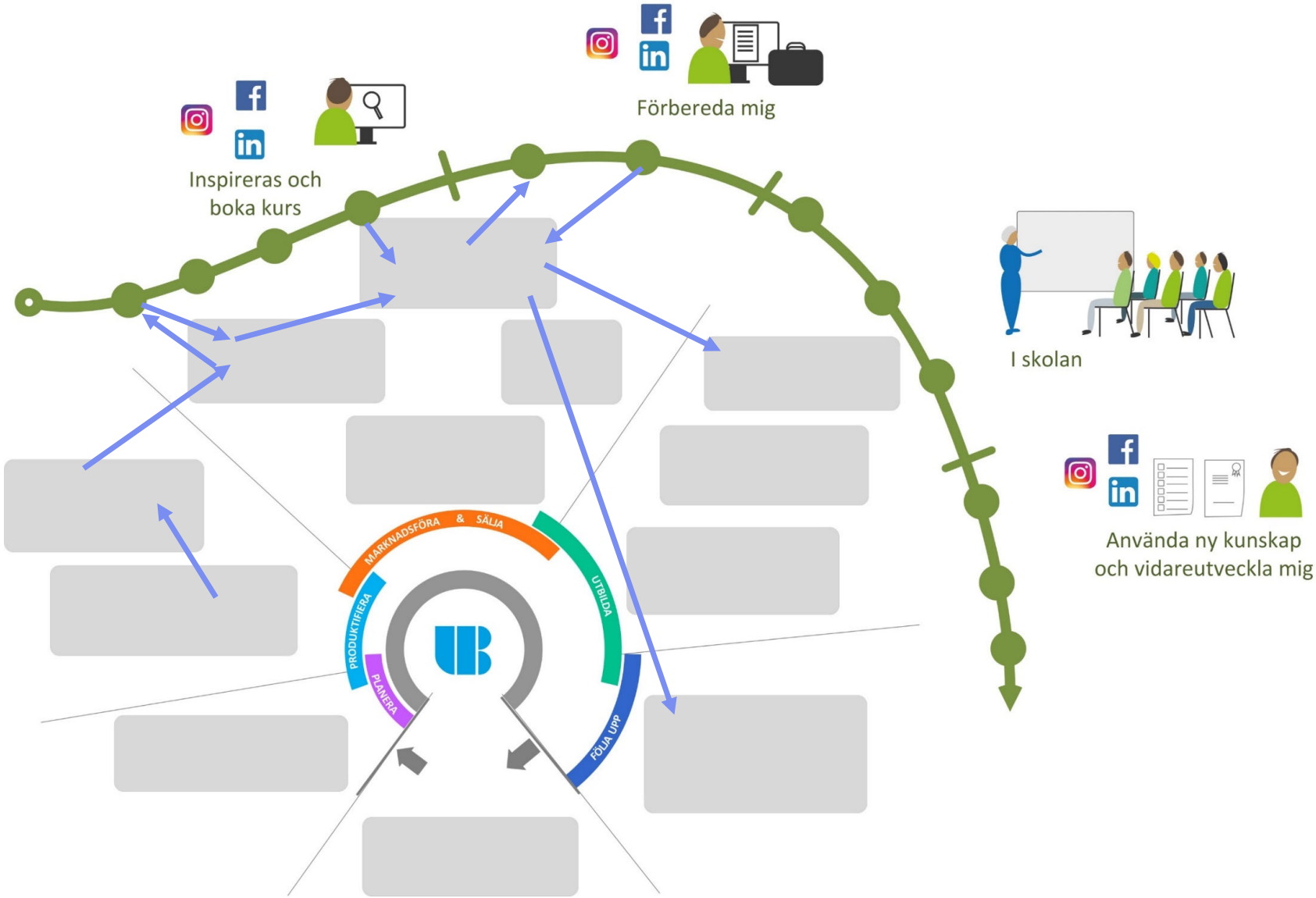


© IRM AB All rights reserved



- Vilken information utbyts?
- På vilket sätt utbyts informationen?
- I vilka kanaler?
- Är någon annan förmåga längre fram i behov av att känna till något av detta?
- Hur för vi informationen vidare?
- Behöver förmågan känna till något mer för att kunna utföra sitt arbete på bästa sätt?
- Har vi den informationen någon annanstans tidigare i flödet?

© IRM AB All rights reserved



© IRM AB All rights reserved

Övning

Fyll era förmågor med innehåll

Bygg vidare

- Vilka förmågor ansvarar för vilka touchpoints?

- Titta på informationsutbyte mellan er kundresas touchpoints och er Vintergata

- Hittar ni nya system och informationsströmmar?

  Ikoner:

  Vita – system

  Pilar - information

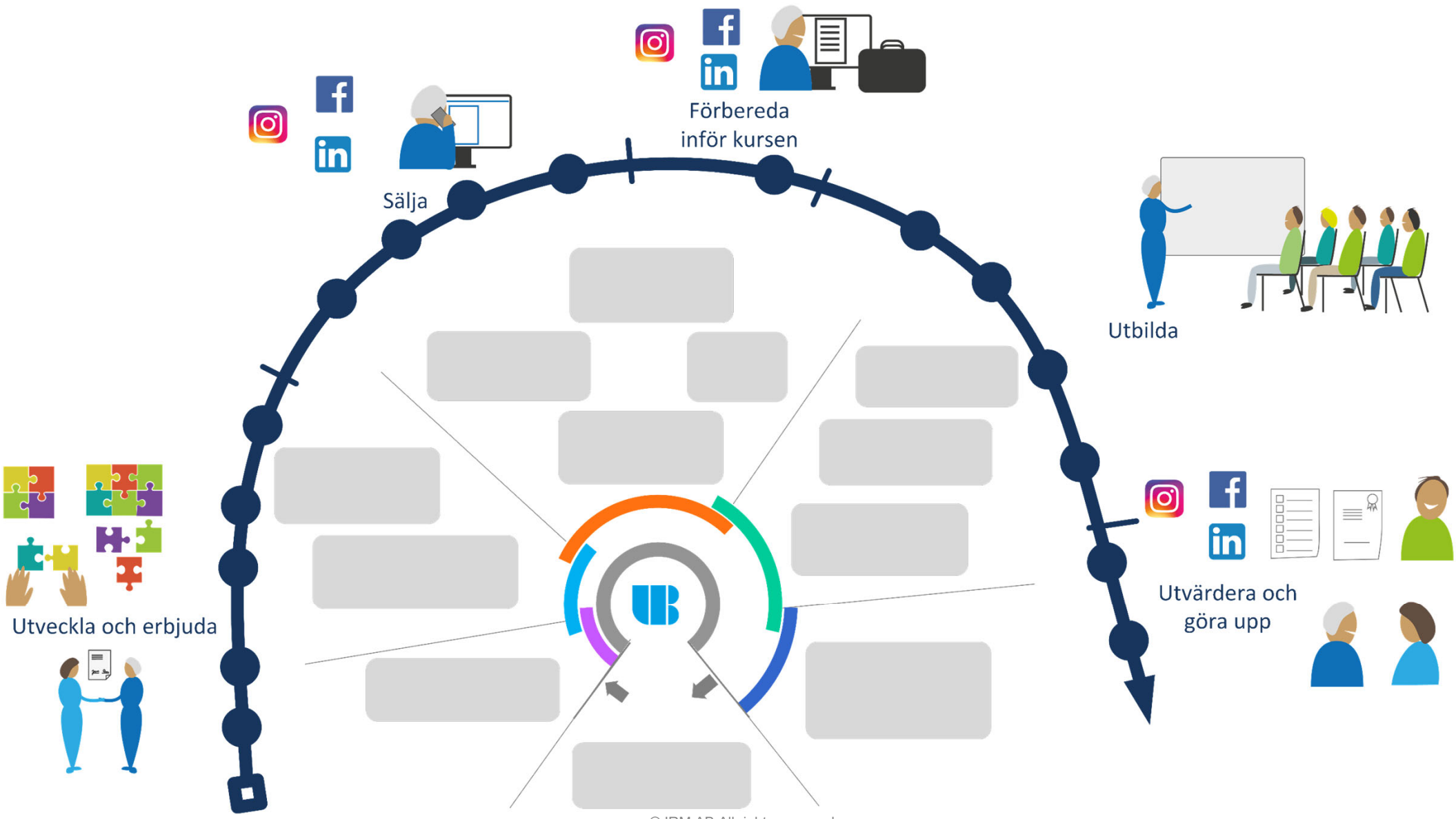
- Jobba på övningsytan i er frame

- Hittar du nya förmågor? Lägg till dessa!

© IRM AB All rights reserved

Förslag på hemläxa

Gör en partnerresa, eller fler kundresor



© IRM AB All rights reserved

Bygg vidare - hemläxa

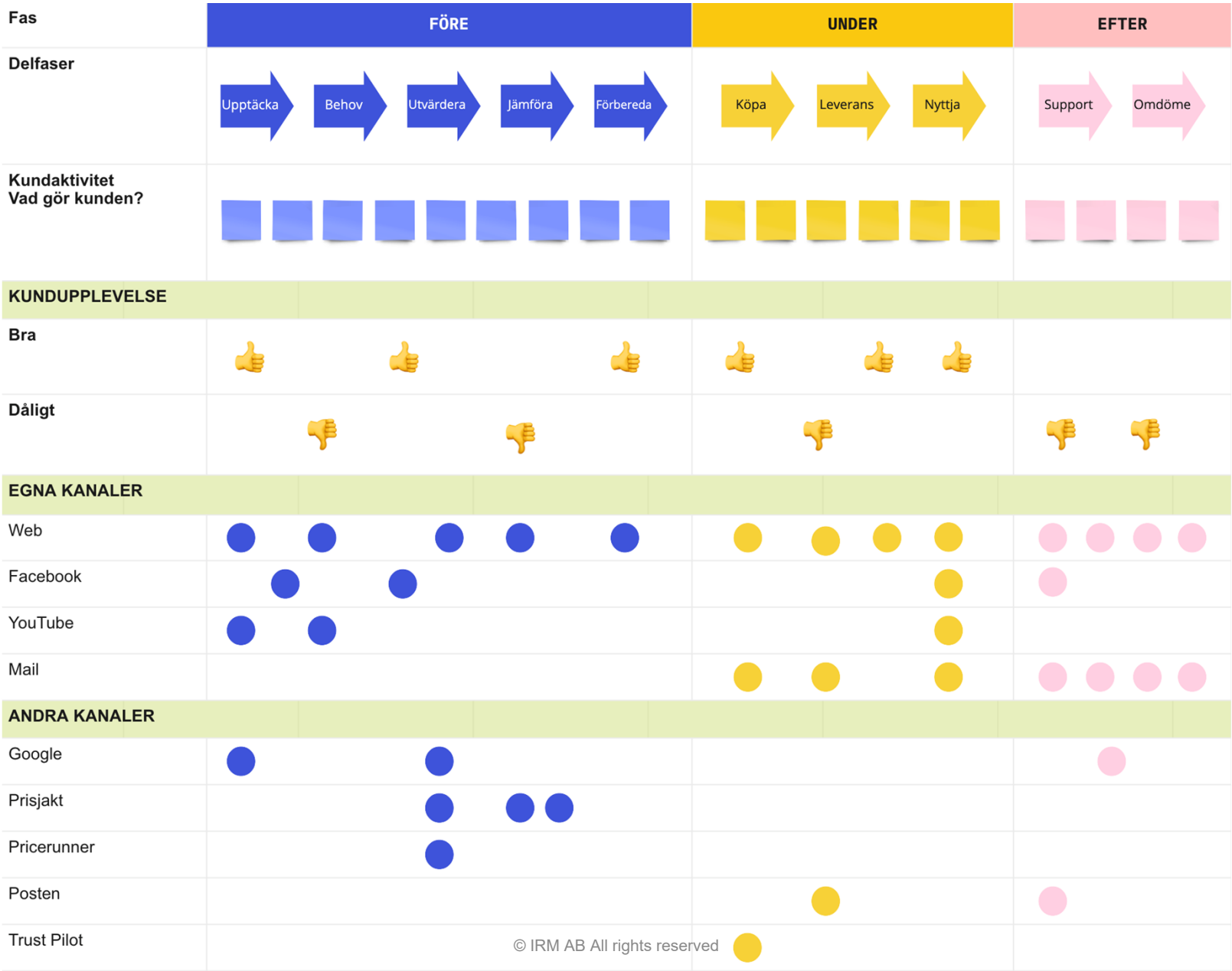
- Gör partner/leverantörsresor och identifiera liknande informationsutbyte.
- Gör fler kundresor och identifiera liknande informationsutbyte
- Hittar du nya förmågor? Lägg till dessa!

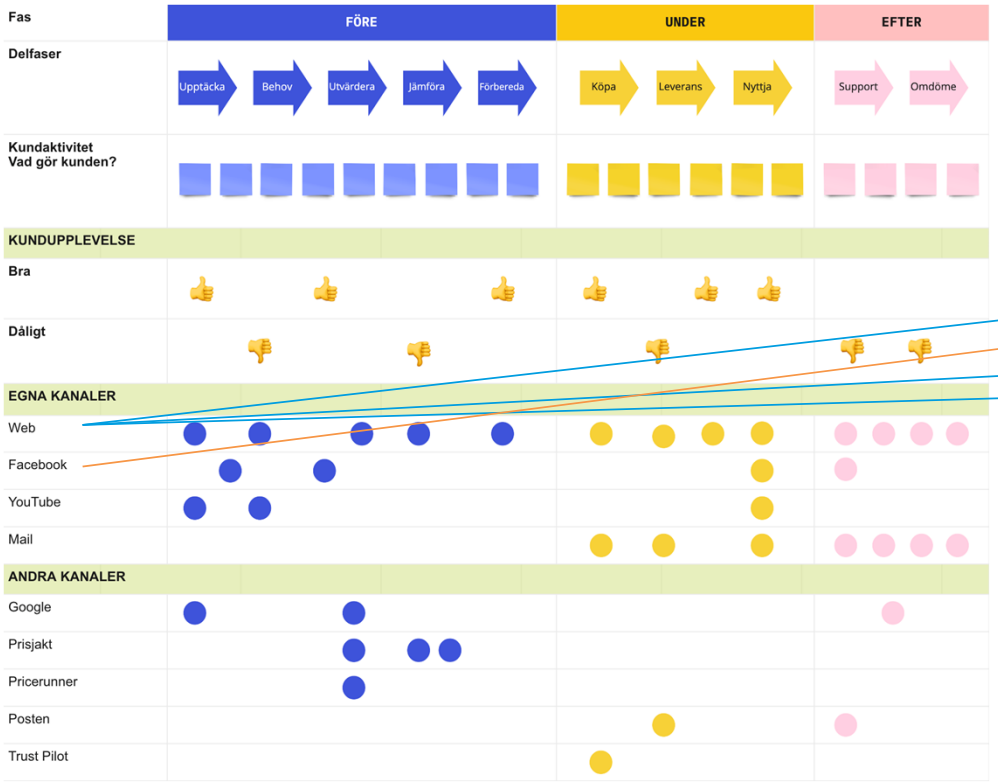
© IRM AB All rights reserved

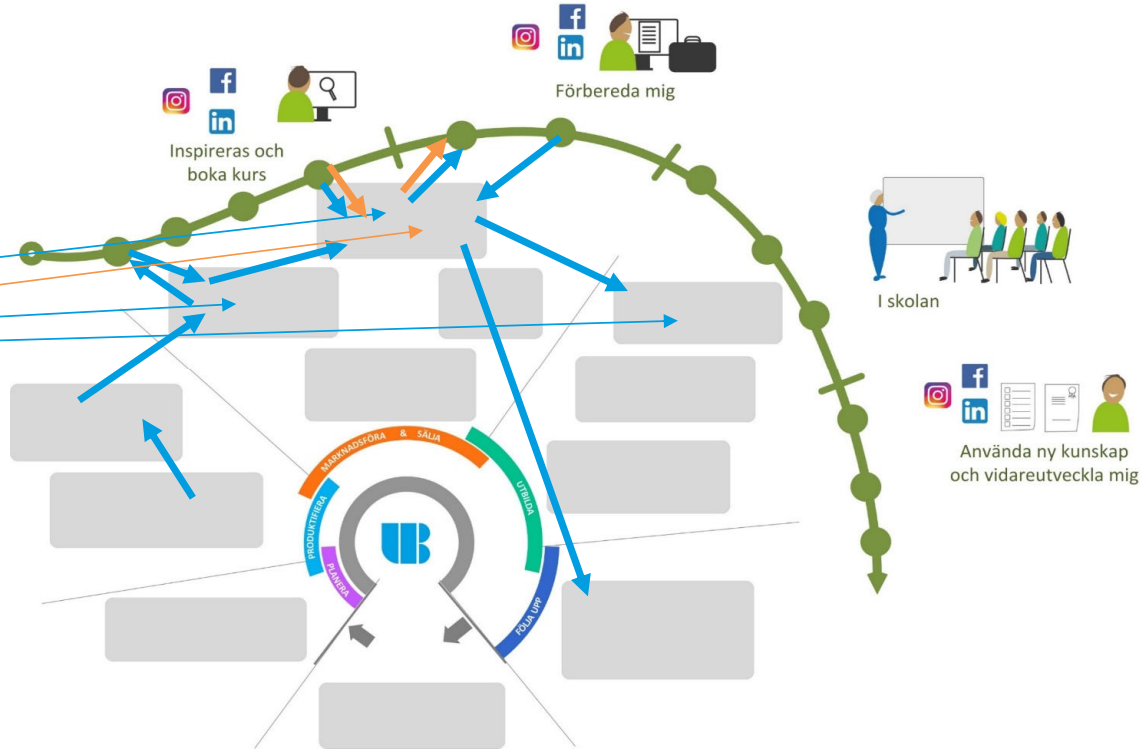
Hur hänger detta ihop med kundresemodeller?

Återblick till gårdagens genomgång av kundresor

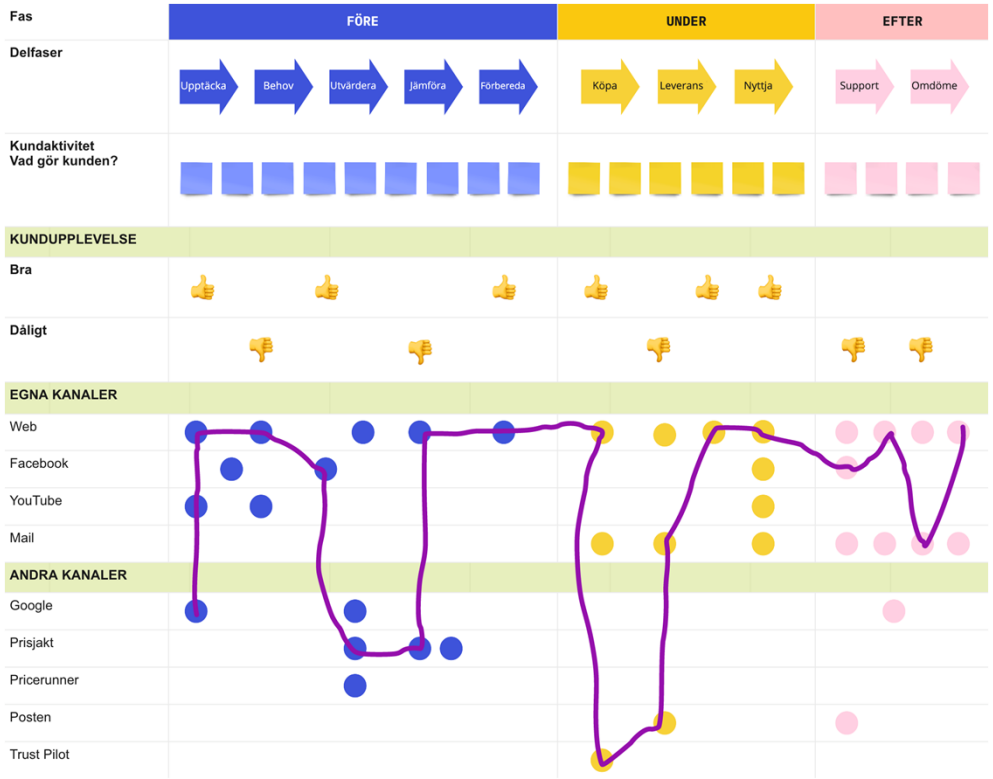
© IRM AB All rights reserved

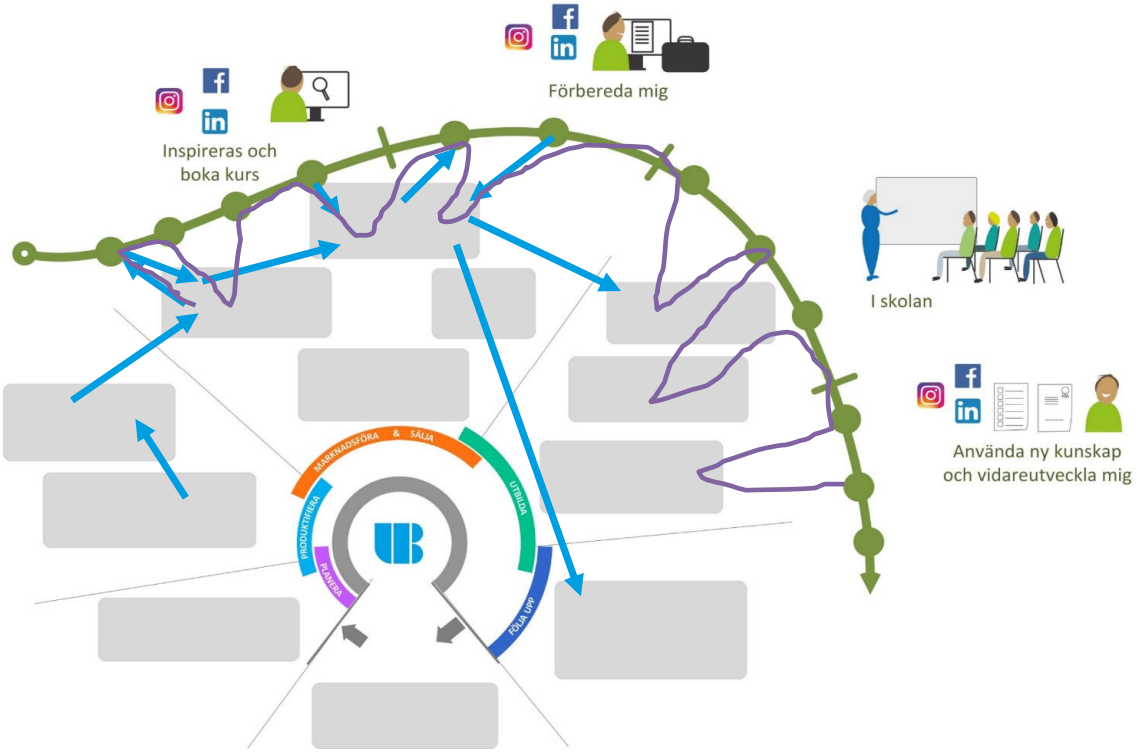

Fas
FÖRE
UNDER
EFTER
Delfaser
Upptäcka
Behov
Utvärdera
Jämföra
Förbereda
Köpa
Leverans
Nyttja
Support
Omdöme
Kundaktivitet
Vad gör kunden?
KUNDUPPLEVELSE
Bra
Dåligt
EGNA KANALER
Web
Facebook
YouTube
Mail
ANDRA KANALER
Google
Prisjakt
Pricerunner
Posten
Trust Pilot
© IRM AB All rights reserved





© IRM AB All rights reserved

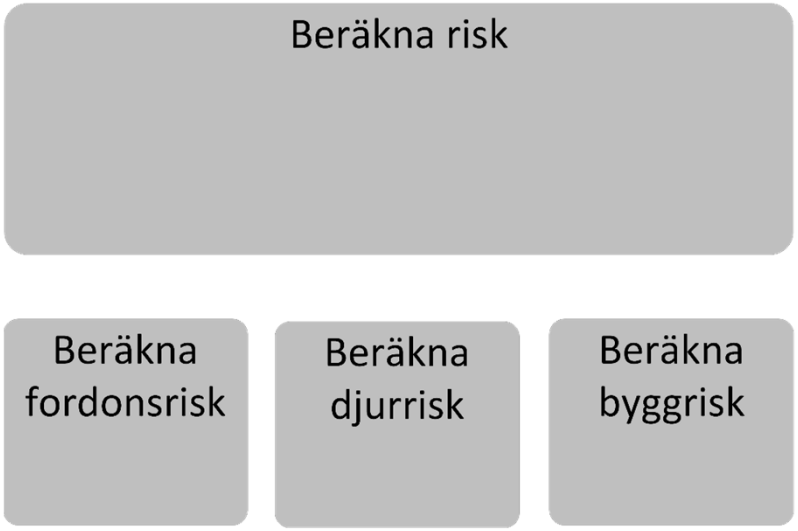




© IRM AB All rights reserved

Hantera komplexitet – förmågor

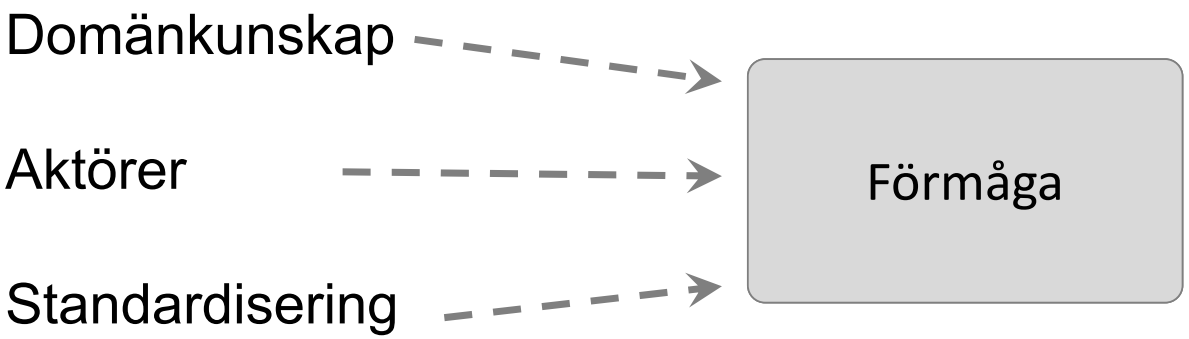
Förmågor / Princip – komplexitet



- Skapa förmågor som inte är för komplexa.
- Frågor: Ökar denna gruppering komplexiteten, eller inte? Minskar uppdelningen komplexiteten?

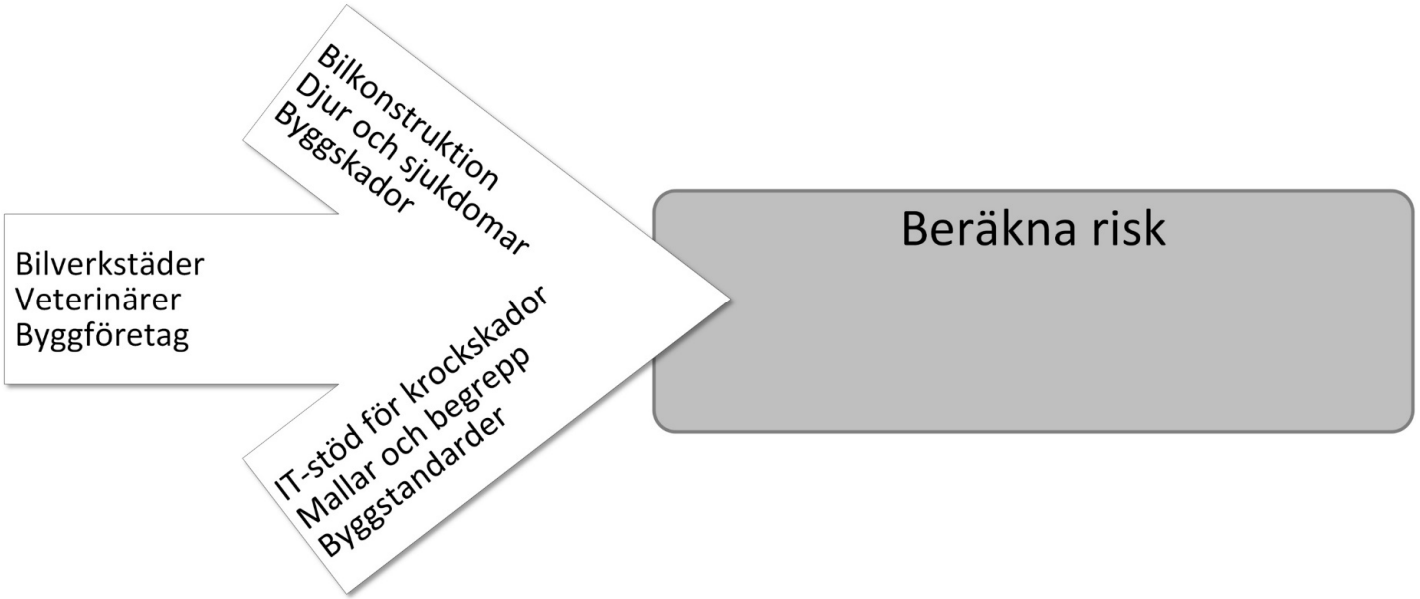
© IRM AB All rights reserved

Analysera vad som driver komplexitet (Ashby's lag)



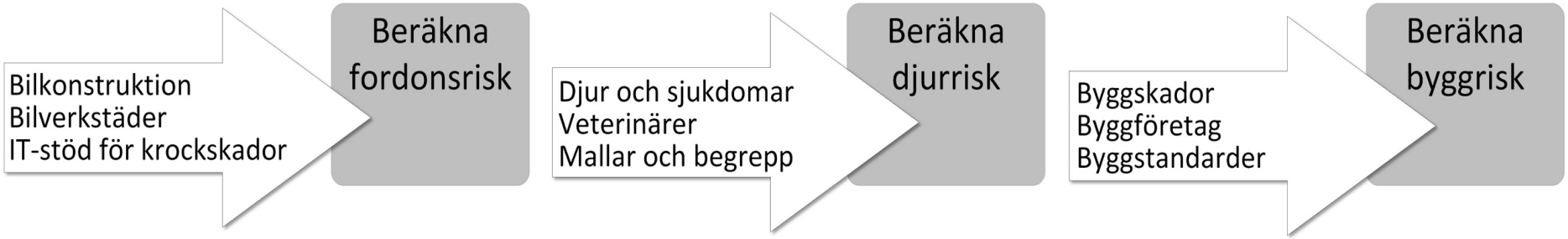
© IRM AB All rights reserved

Analysera vilka externa drivare som skulle påverka en generell förmåga



© IRM AB All rights reserved

Jämför komplexitet med små enskilda förmågor



Om den sammanslagna förmågan är för komplex, dela upp i mindre förmågor

© IRM AB All rights reserved

Hur många förmågor?

Många:

- Ger flexibilitet i processmodeller
- Ger små väldefinierade, och därmed, säkrare projekt vid behov av förändringar
- Ger ökat behov av samordning mellan förmågor eftersom det finns fler beroenden till andra förmågor

Få:

- Minskar flexibilitet
- Större och mer svårdefinierade riskfyllda projekt vid behov av förändringar
- Färre förmågor att hantera och samordna men mer komplex samordning inom förmågan

© IRM AB All rights reserved

En vanlig frågeställning:

Hur representerar vi funktioner som skär tvärs över hela verksamheten?

Exempel kan vara **stödfunktioner** som IT, bokföring och HR

Alternativ 1:
Se en stödfunktion som två delar, en som är integrerad i varje verksamhetsförmåga och en som är en central stödförmåga som stödjer specifika behov hos varje verksamhetsförmåga.

Alternativ 2:
Se funktionen som en integrerad del av ordinarie verksamhetsförmåga.
Vi vill till exempel gärna se IT-utveckling som en oupplöslig del av verksamhetsutveckling och menar att varje verksamhetsförmåga bör ha sin inbyggda kapacitet till egen kontinuerlig utveckling. Därmed blir IT-utveckling en integrerad del i varje verksamhetsförmåga.

Alternativ 3:
Se stödfunktionen som en egen verksamhetsförmåga.

© IRM AB All rights reserved

En vanlig frågeställning:

Hur representerar vi funktioner som skär tvärs över hela verksamheten?

Exempel kan vara **ledningsfunktioner** som strategi och planering

Alternativ 1:
Se en ledningsfunktion som två delar, en som är integrerad i varje verksamhetsförmåga och en som är en central ledningsförmåga som leder/stödjer specifika behov hos varje verksamhetsförmåga.

Alternativ 2:

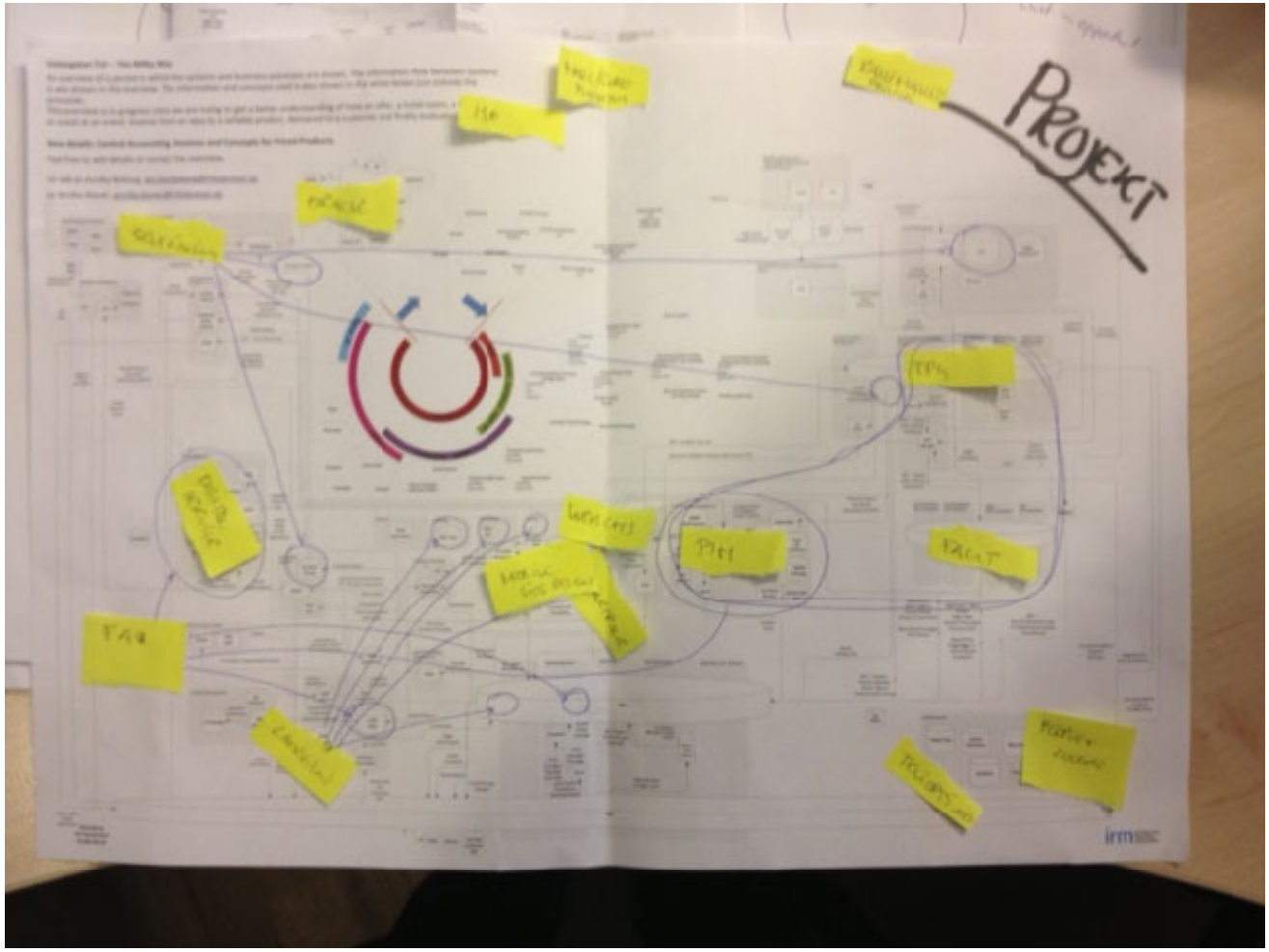
Se ledningsarbetet som en integrerad del av ordinarie verksamhetsförmågor.
Vi vill gärna se en verksamhet som fraktal det vill saga att varje verksamhetsförmåga har sin egen ledning.

Alternativ 3:
Se ledningsfunktionen som en egen verksamhetsförmåga.

© IRM AB All rights reserved

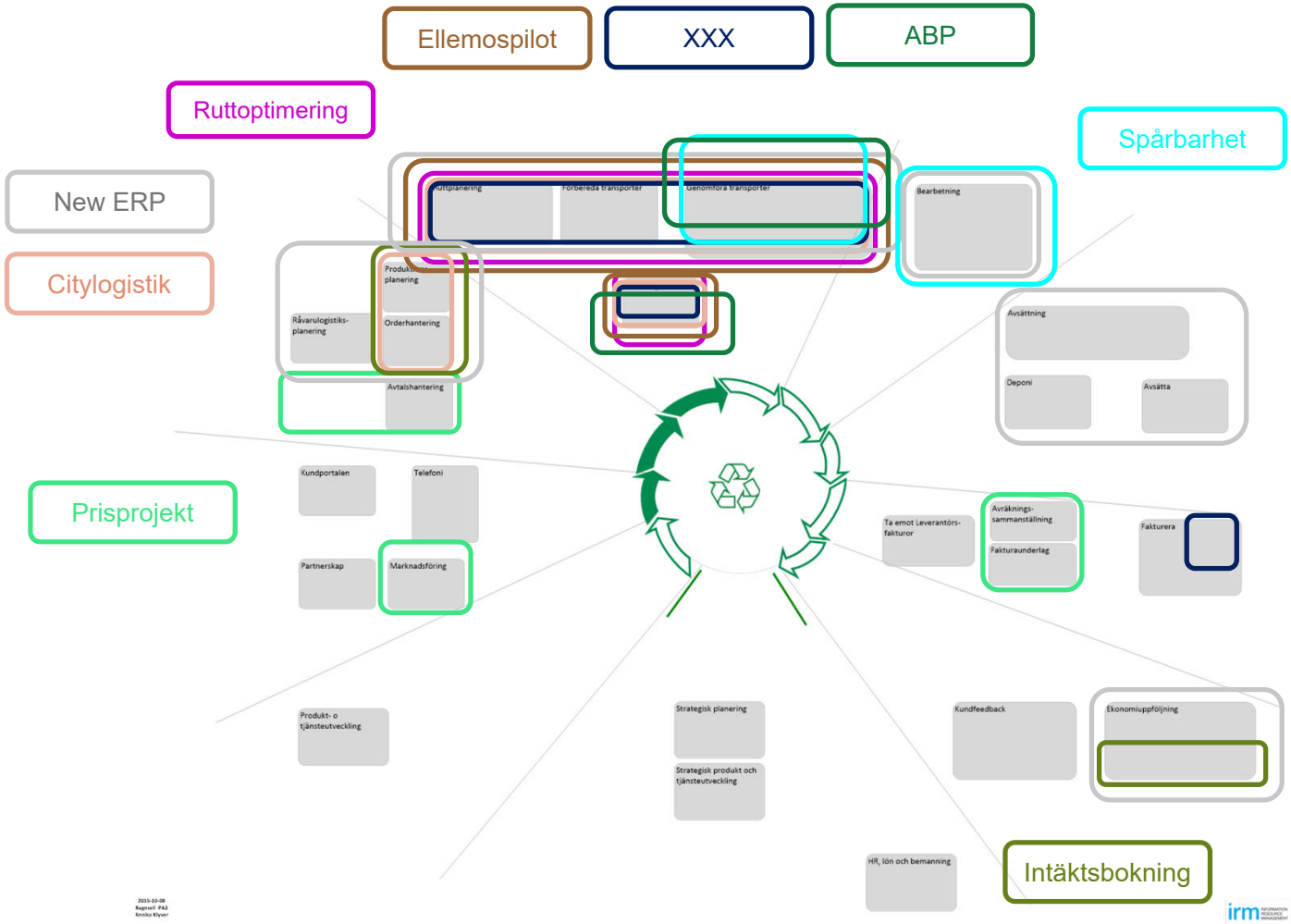
Vintergatan och era projekt

Kombinera med projektperspektivet



© IRM AB All rights reserved

The Milky Way & the Project Portfolio



© IRM AB All rights reserved

Övning

Vintergatan och projekt

Vintergatan och era projekt

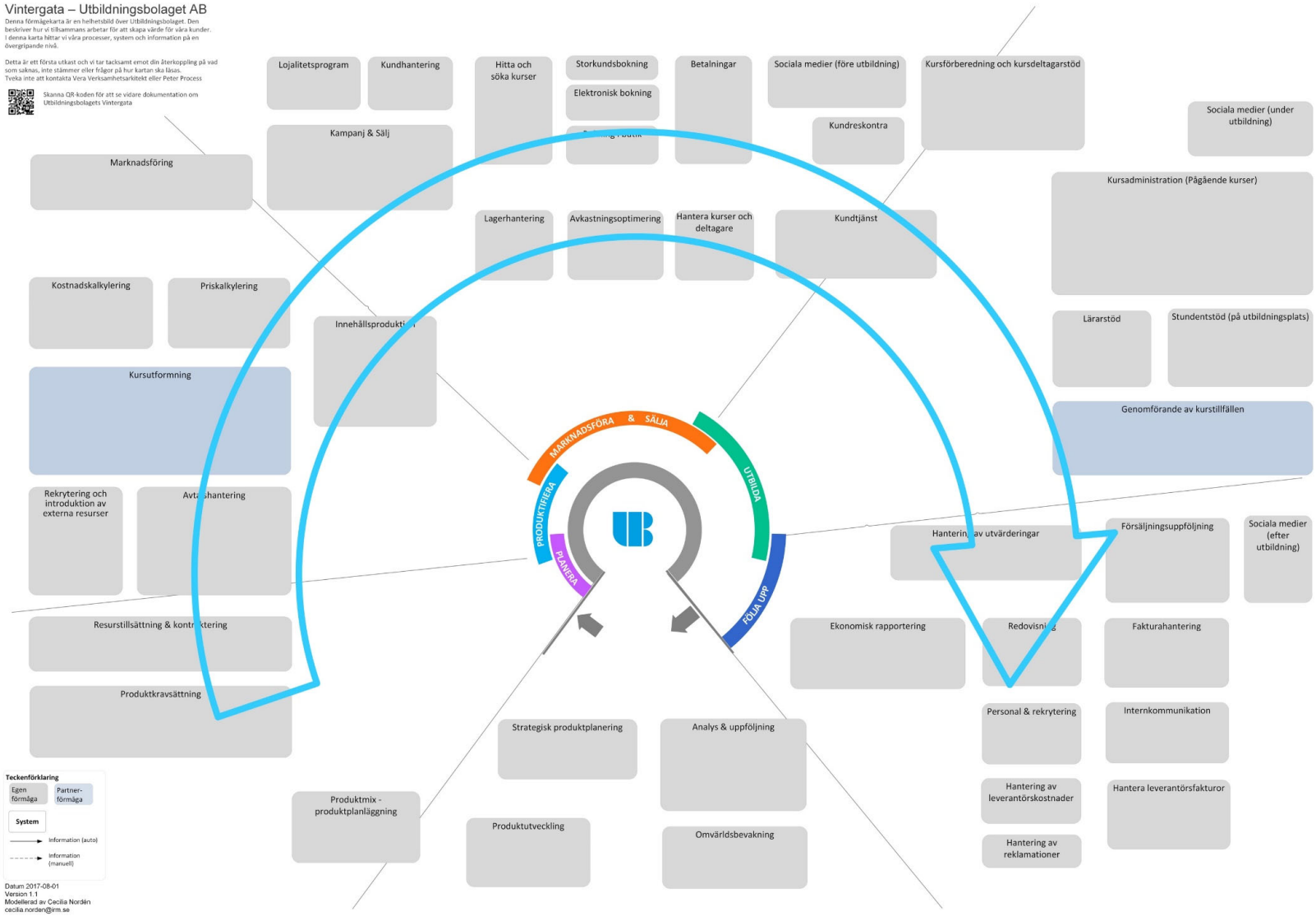
- Vilka är de 5 – 10 största projekten som pågår idag?
- Rita in var projekten ”ligger” i er vintergata
- Lägg till förmågor som ev saknades tidigare
- Presentera för de andra grupperna

© IRM AB All rights reserved

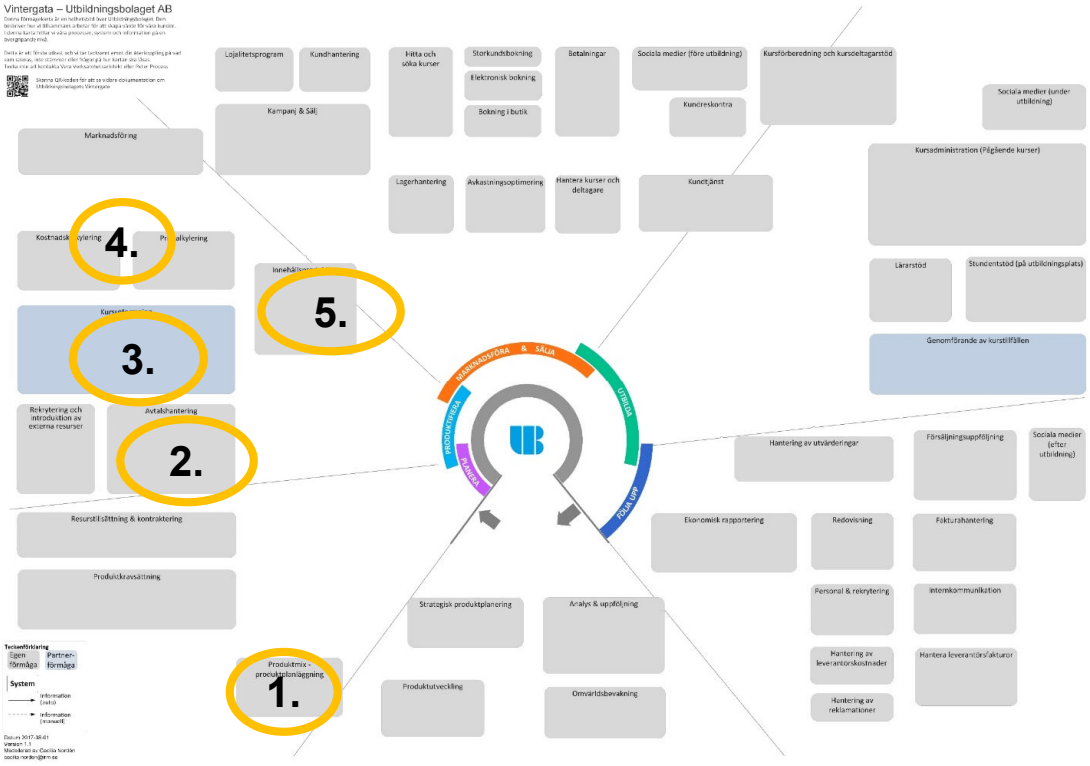
Produkt- & tjänsteperspektiv

Se era värdeströmmar

Produktflödet – från planering – till uppföljning



1. Terminens plan
”Onlinekurser”



2. I kontraktet med partner
”Miroexperterna AB”

3. En onlineprodukt
”Introduktion till Miro”

4. En prissatt periodprodukt,
”Introduktion till Miro, 6 moduler/3500 kr”

5. Information om produkten
”Introduktion till Miro” med bilder & text.

© IRM AB All rights reserved

6. Marknadsföring av säljbar produkt

- ”En plats på Introduktion till Miro, start 1 september, 6 moduler, 3500 kr” som finns på "lagerhyllan” i ”lagersystemet”.

7. En kampanj

”onlinekurserna hösten 20XX” som innehåller ”Introduktion till Miro”

8. Ett erbjudande på webben

”Introduktion till Miro” presenterad med text och bild.

9. En bokad plats

- ”Carl Carlsson, Introduktion till Miro, anmäld 5 september”. Syns i kommunikation med eleven och i betalningen från eleven.

10. Genomförande av en kurs

Påbörjande av kurs ”Introduktion till Miro, 6 ggr – Mira Månsson lärare (inspelat material)” av Carl Carlsson.

12. En partnerfaktura

”Introduktion till Miro 6 moduler” – produkt_ID: 8

11. Utvärdering av kursen

kursen utvärderas av eleverna och analyseras av lärarna och företaget

© IRM AB All rights reserved

Övning

Produkter och tjänster som värdeströmmar

Produkter/tjänster

Vilka produkter eller tjänster har ni?

Hur syns de i Vintergatan?

Arbeta i din Vintergata

- Följ en av dina produkter/tjänster genom hela Vintergatan
- Hur förändras den?

- Känner du igen utmaningar ni har kring detta?

- Hittar du nya förmågor? Lägg till dessa!

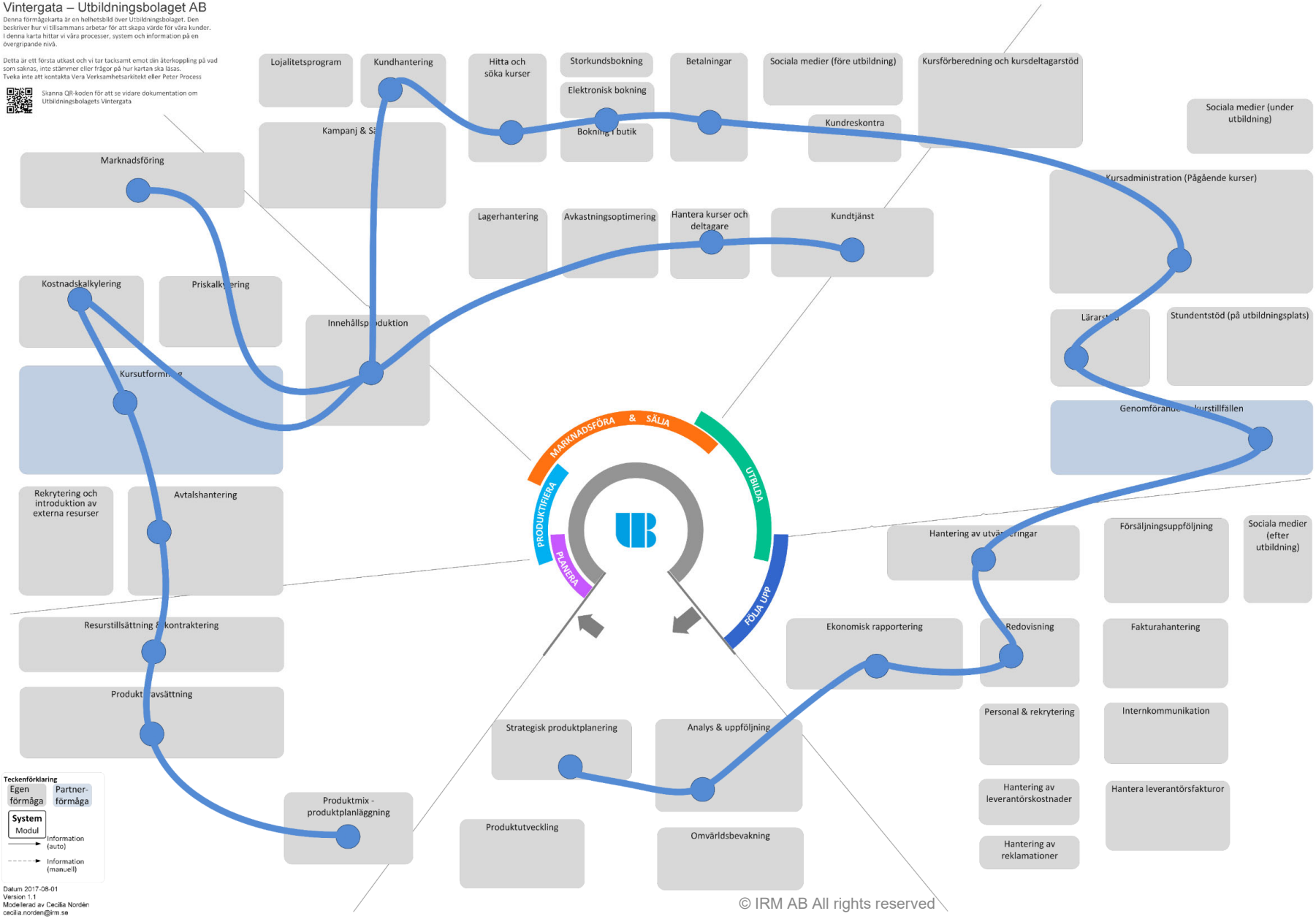
© IRM AB All rights reserved

Vintergata – Utbildningsbolaget AB

Denna förmågekarta är en helhetsbild över Utbildningsbolaget. Den beskriver hur vi tillsammans arbetar för att skapa värde för våra kunder. I denna karta hittar vi våra processer, system och information på en övergripande nivå.

Detta är ett första utkast och vi tar tacksamt emot din återkoppling på vad som saknas, inte stämmer eller frågor på hur kartan ska läsas. Tveka inte att kontakta Vera Verksamhetsarkitekt eller Peter Process

Skanna QR-koden för att se vidare dokumentation om Utbildningsbolagets Vintergata



Teckenförklaring

Egen förmåga | Partner-förmåga

System
Modul

Information (auto)

Information (manuell)

Datum 2017-08-01
Version 1.1
Modellerad av Cecilia Nordén
cecilia.norden@irm.se

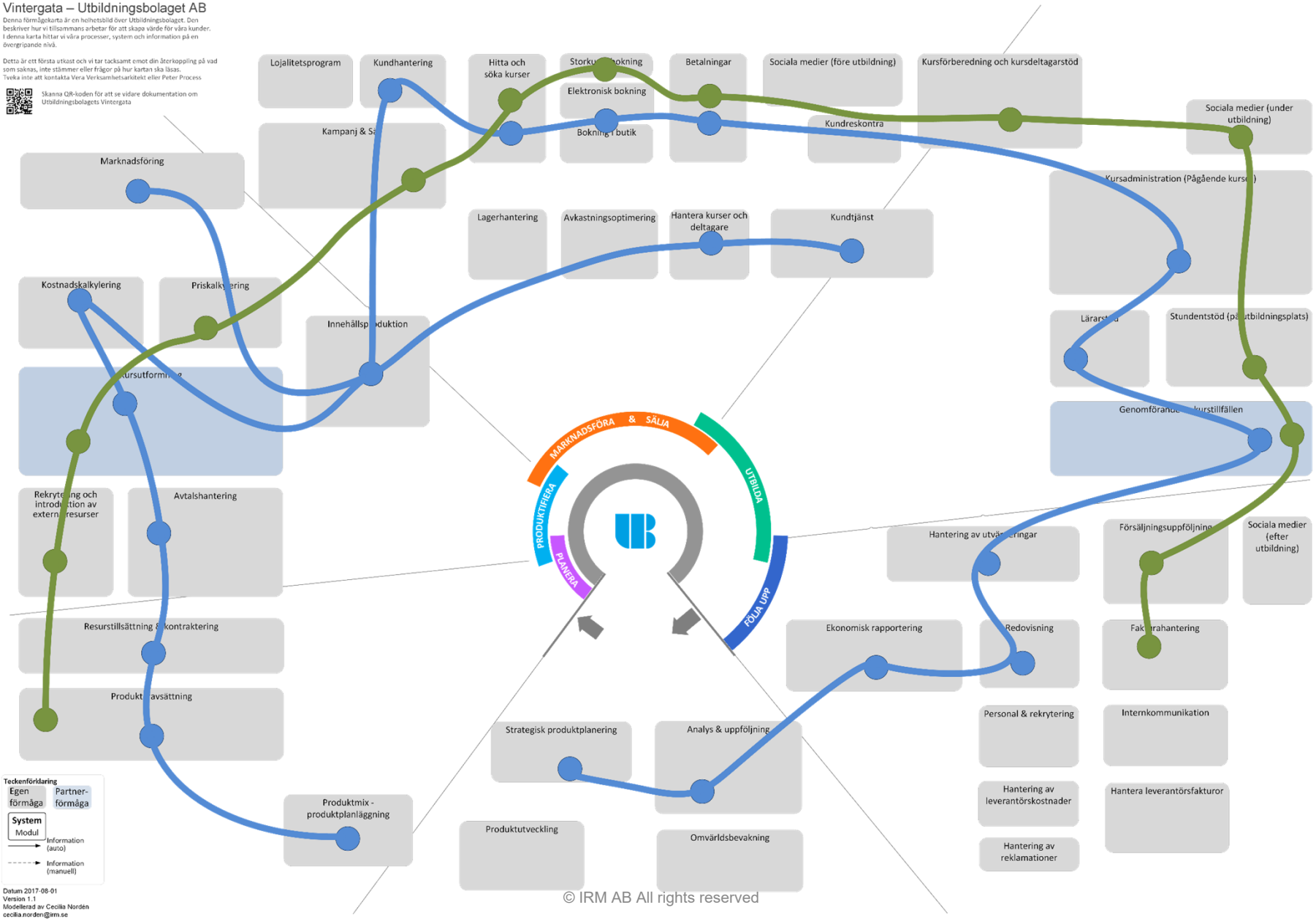
© IRM AB All rights reserved

Vintergata – Utbildningsbolaget AB

Denna förmågekarta är en helhetsbild över Utbildningsbolaget. Den beskriver hur vi tillsammans arbetar för att skapa värde för våra kunder. I denna karta hittar vi våra processer, system och information på en övergripande nivå.

Detta är ett första utkast och vi tar tacksamt emot din återkoppling på vad som saknas, inte stämmer eller frågor på hur kartan ska läsas.
Tveka inte att kontakta Vera Verksamhetsarkitekt eller Peter Process

Skanna QR-koden för att se vidare dokumentation om Utbildningsbolagets Vintergata

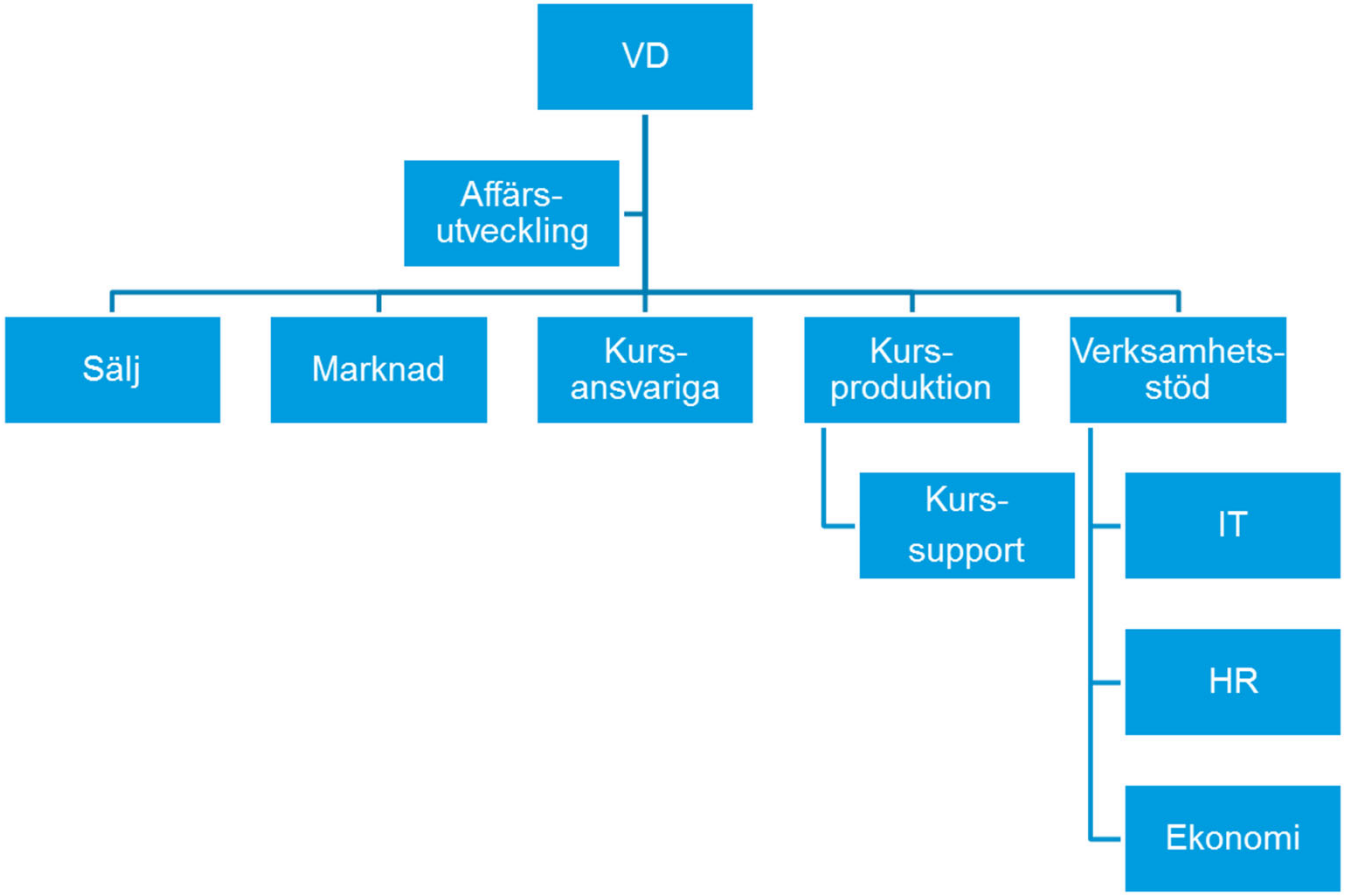


Datum 2017-08-01
Version 1.1
Modellerad av Cecilia Nordén
cecilia.norden@irm.se

© IRM AB All rights reserved

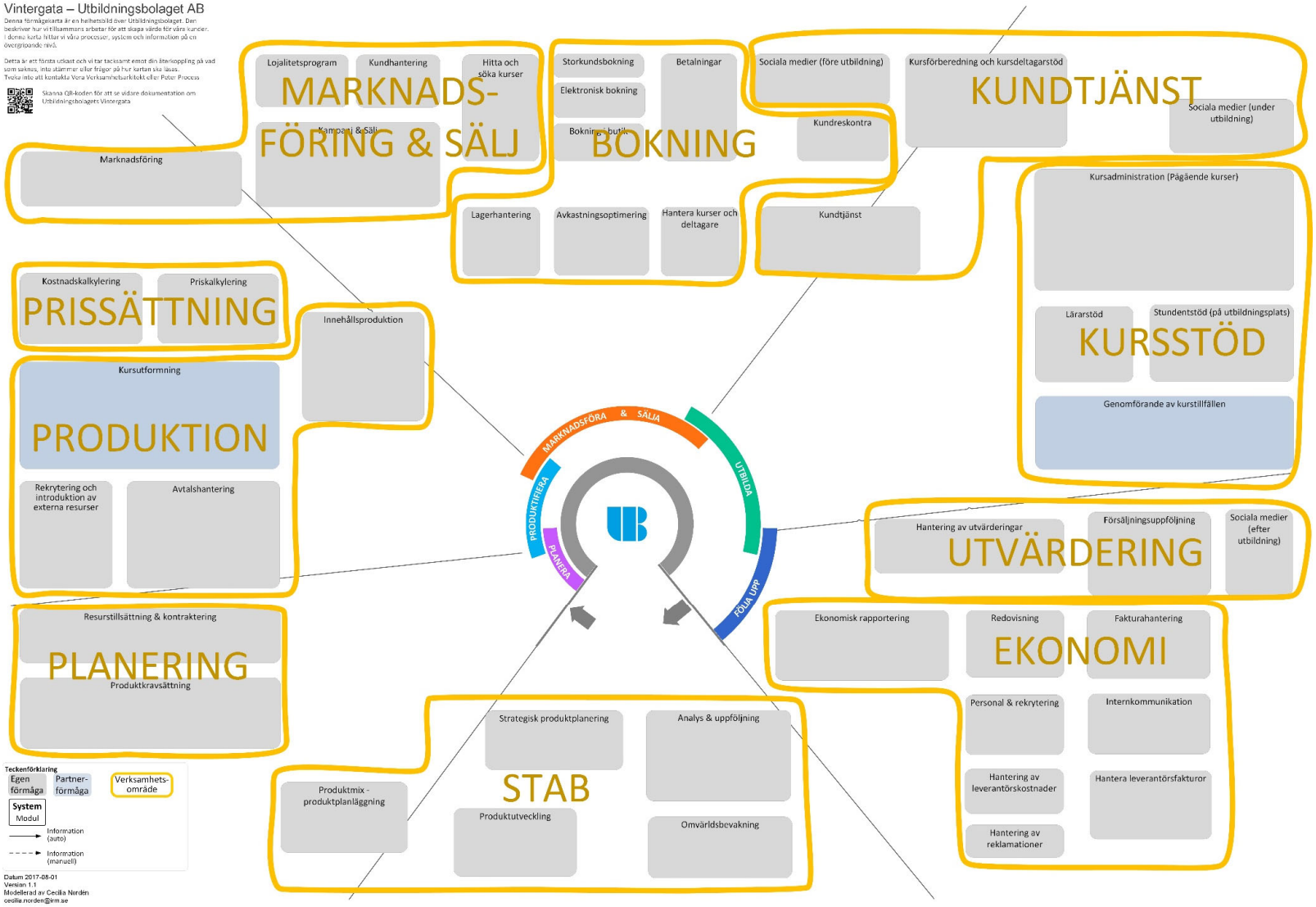
Visualisera organisatoriskt ansvar

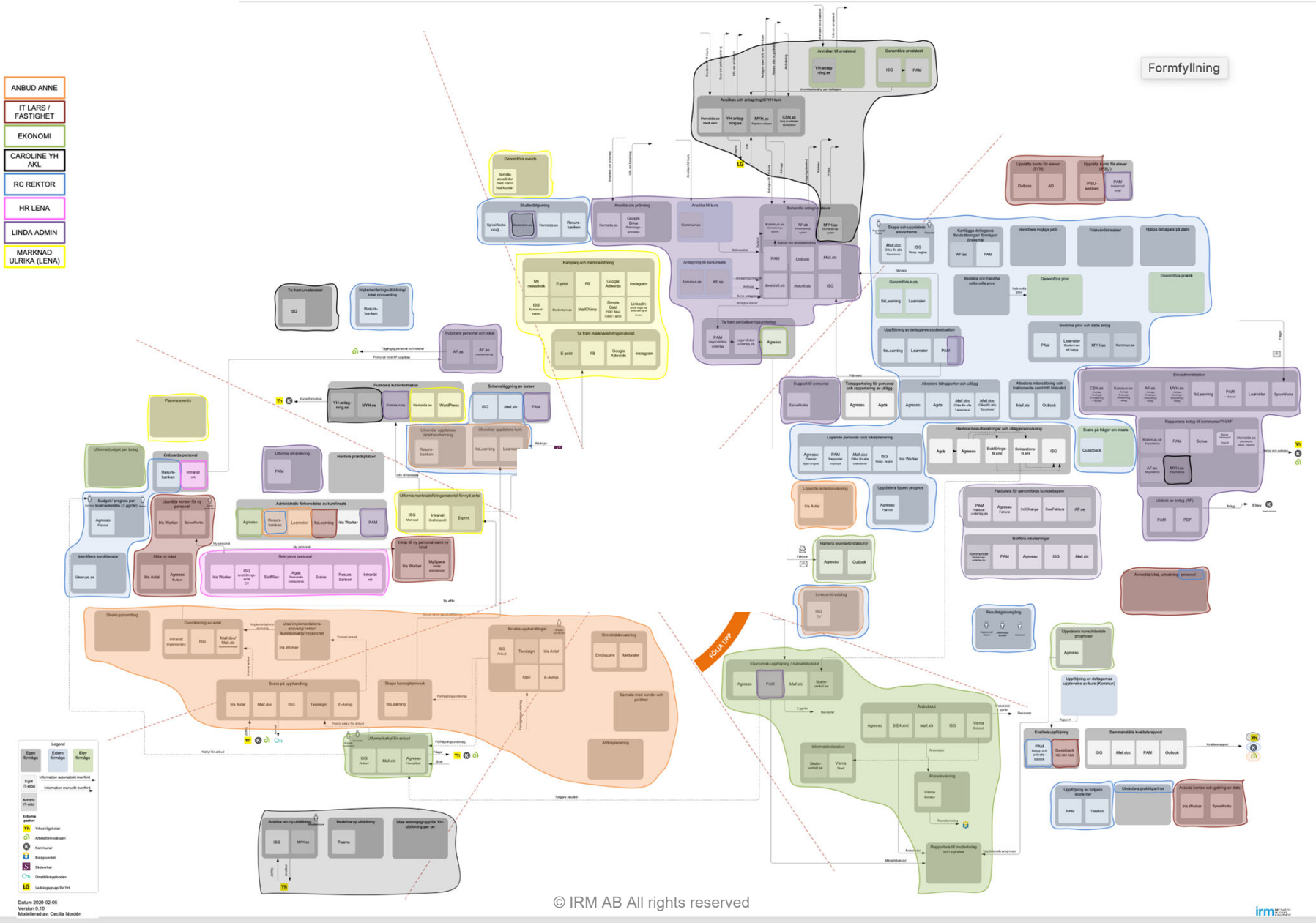
Organisationsschema



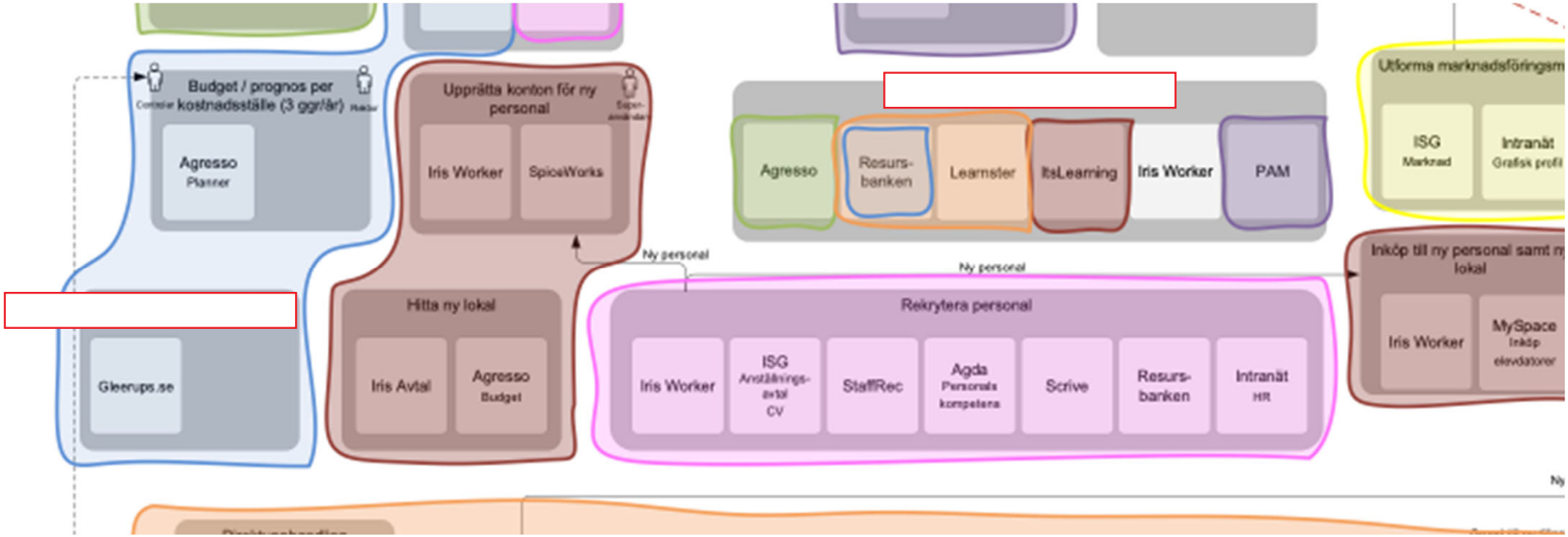
© IRM AB All rights reserved

Verksamhetsområden



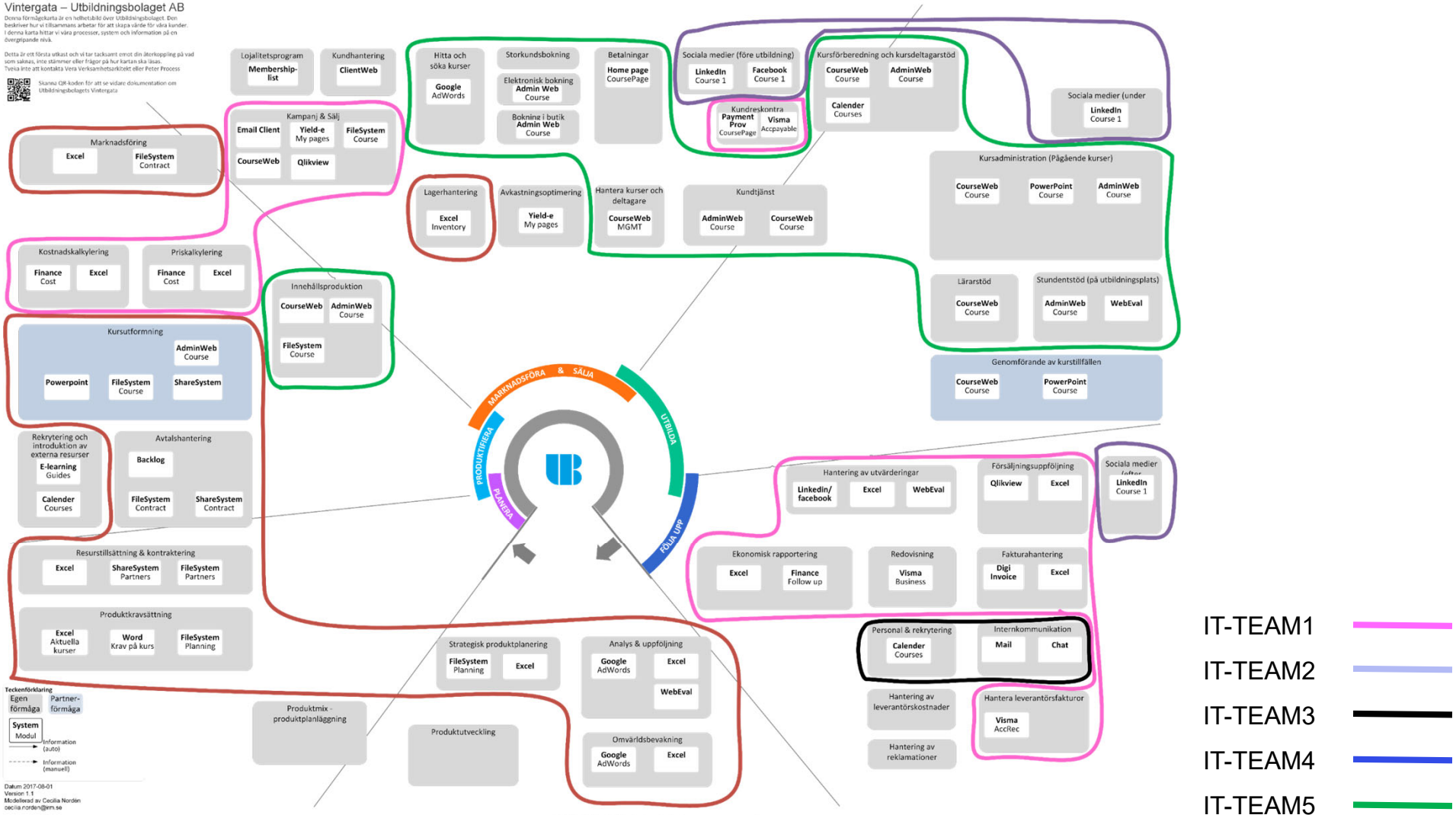


© IRM AB All rights reserved



© IRM AB All rights reserved

Vintergatan och IT-team 2014



Förslag på hemläxa

Organisatoriskt ansvar i Vintergatan

Organisation/Team – Hemläxa

Välj några avdelningar/ IT-team eller dylikt

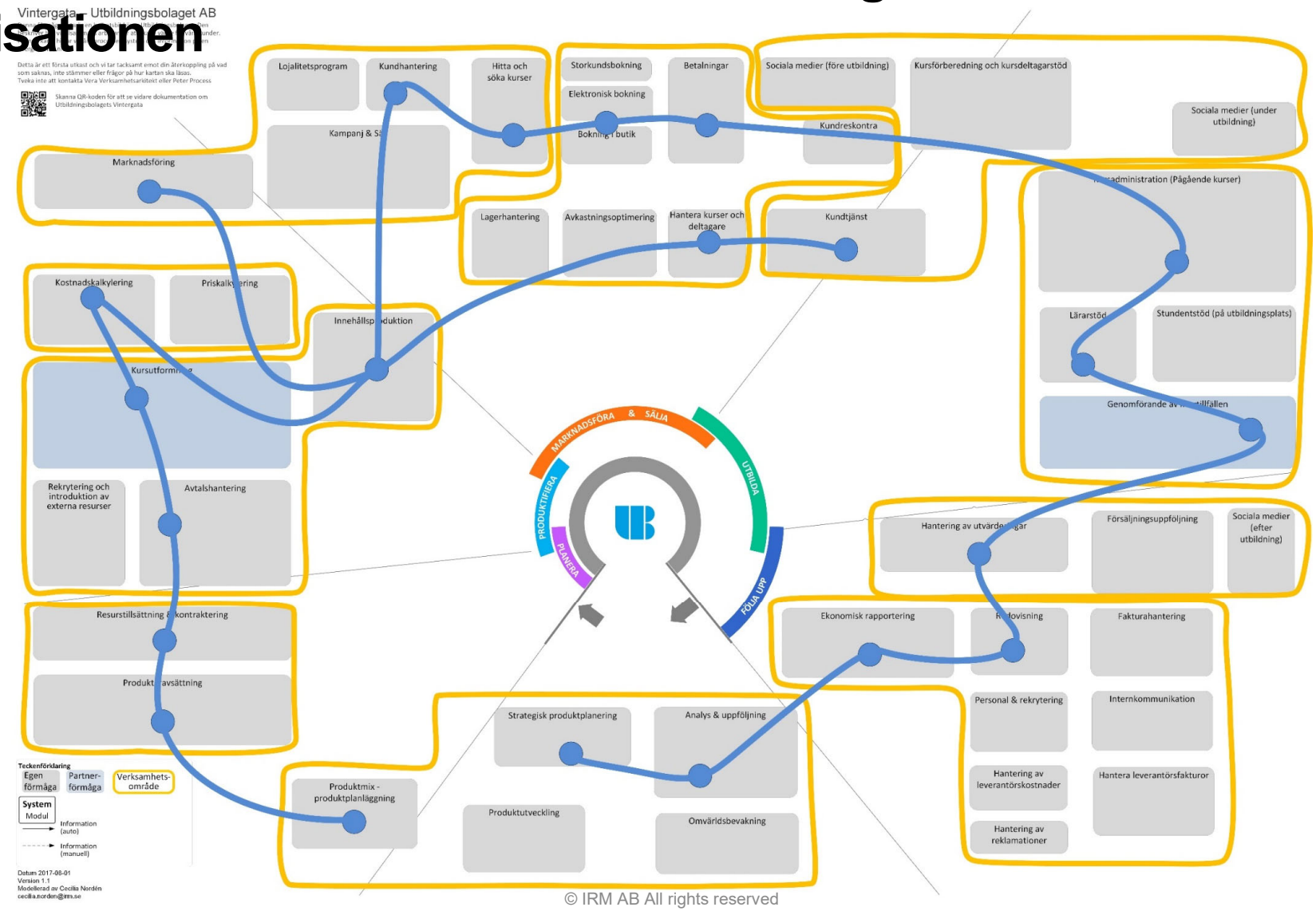
Prova på att fördela ut dessa i er Vintergata

© IRM AB All rights reserved

Samspel mellan förmågor, värdeströmmar och organisation

Synliggöra dessa samband

Samspelet mellan värdeströmmarna, förmågorna och organisationen

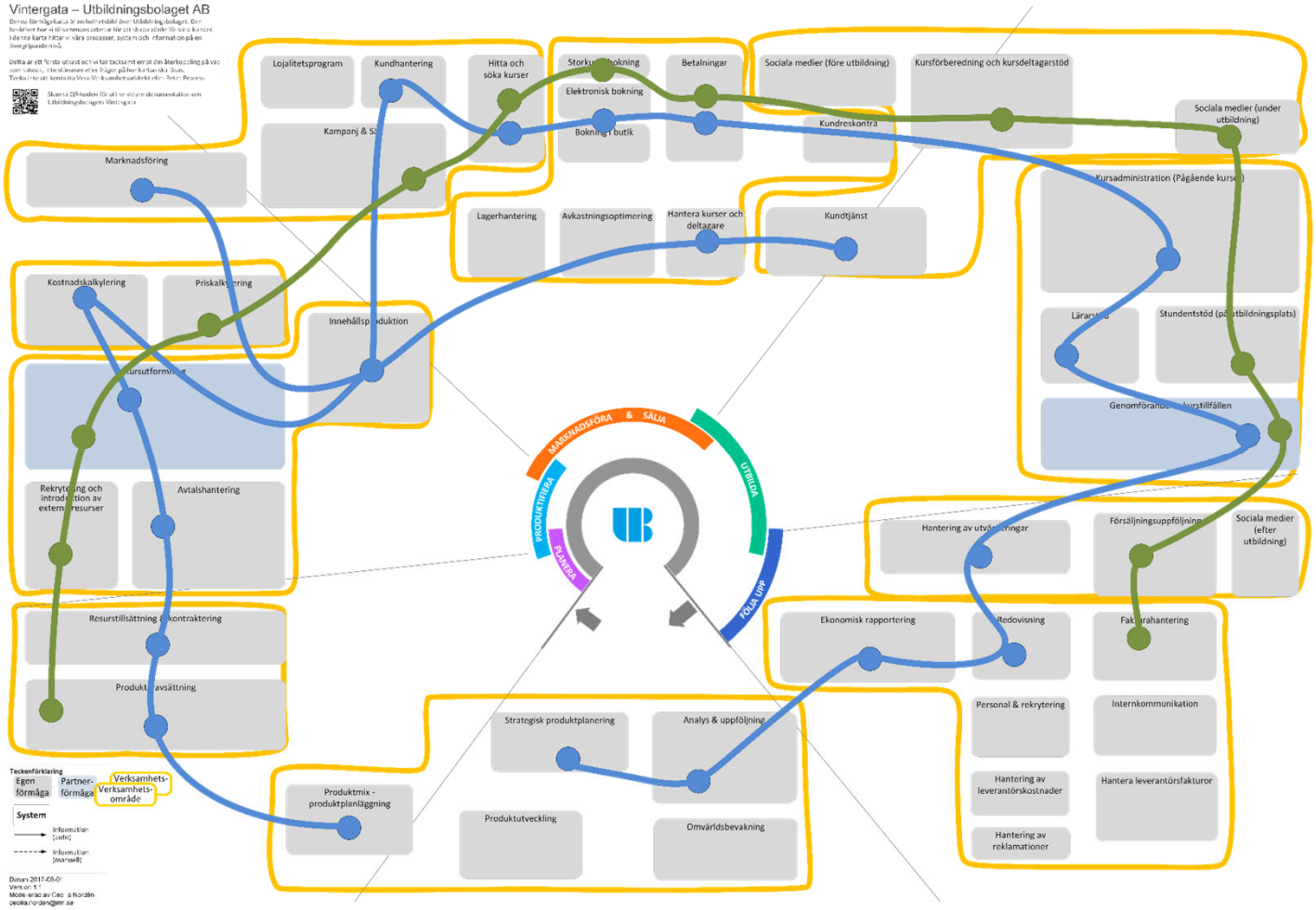


© IRM AB All rights reserved

Samspelet mellan värdeströmmarna, förmågorna och organisationen

Strategisk Verksamhets/ Förmågeägare
Känner till hur verksamhets-området fungerar
Ansvarar för alla flöden inom området
Ansvarar för områdets utveckling
Ansvarar för områdets kostnader vs budget.

Strategisk Produktägare
Känner till hur produkten fungerar
Ansvarar för hela produktens värdeström
Ansvarar för produktens utveckling
Kan ha ansvar för produktens lönsamhet.



© IRM AB All rights reserved

Känner ni igen de olika perspektiven?

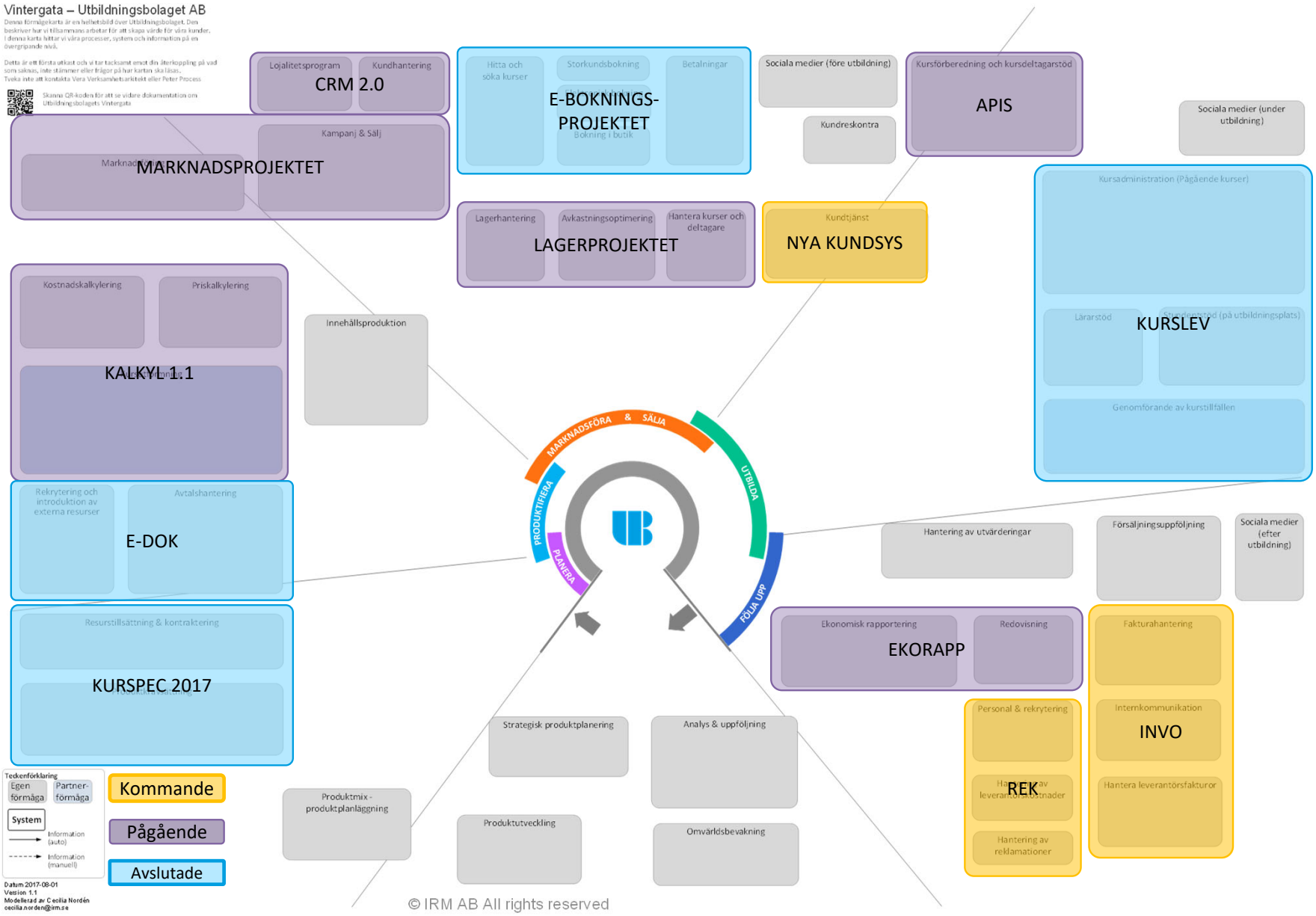
Film – Simplifying complexity, Eric Berlow

https://youtu.be/UB2iYzKeej8

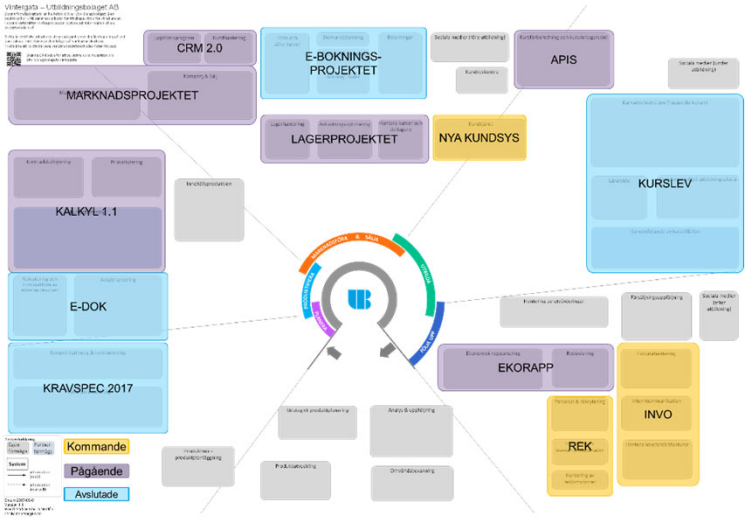
Projekt utifrån ett värdeströmsperspektiv

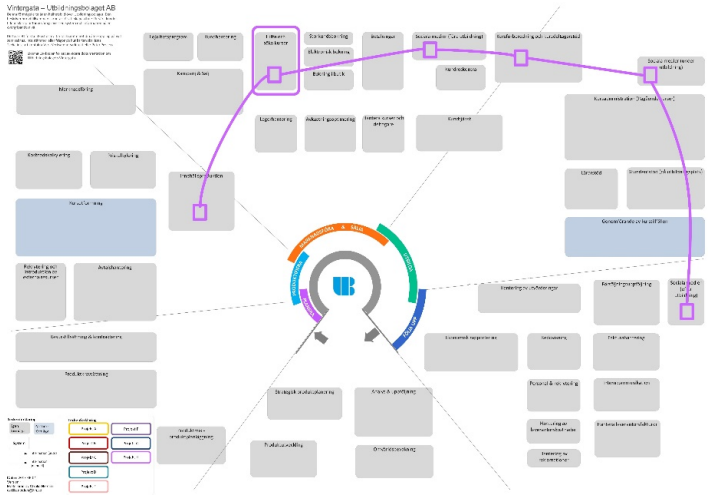
En introduktion och översikt

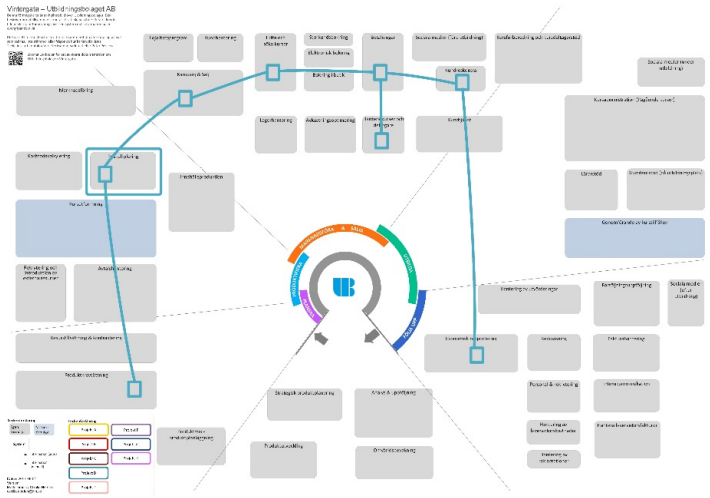
Projekt-portföljen i tiden



Att gå från förmågefokus (avdelningsfokus) till ett bredare fokus -> till värdeströmsfokus.

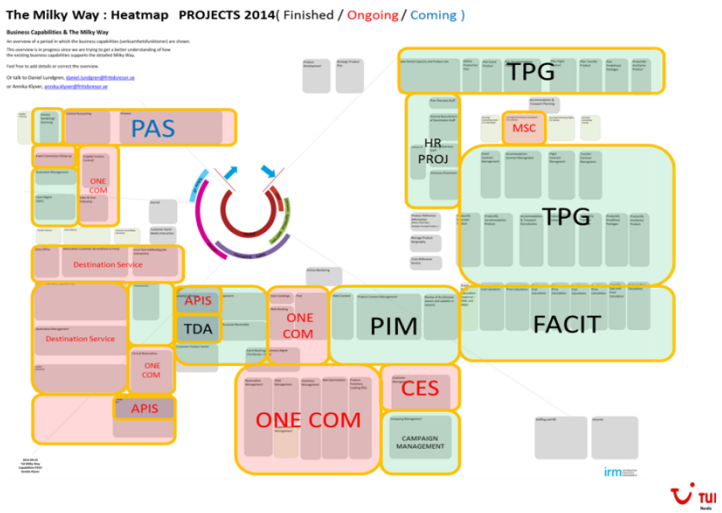


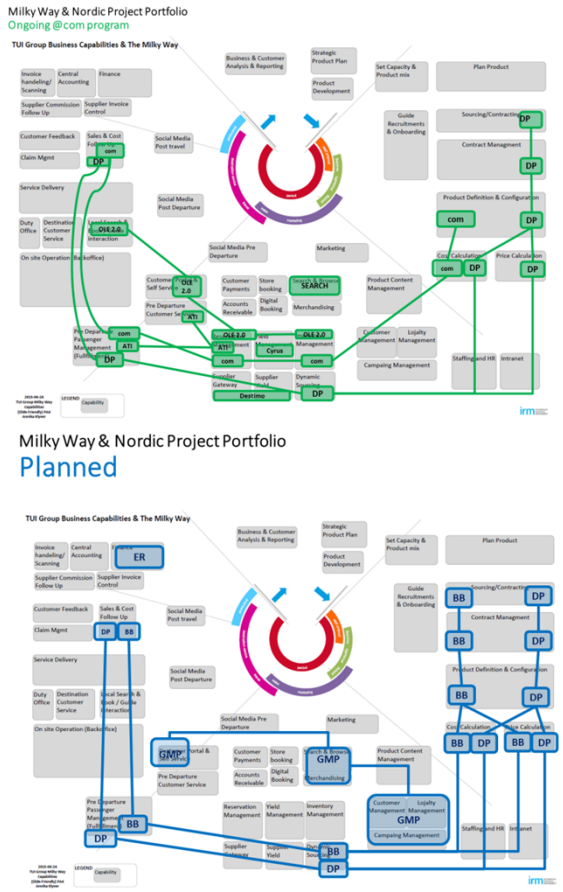




© IRM AB All rights reserved

Milky Way: 2014 focused on areas to improve 2015 on value flow to improve





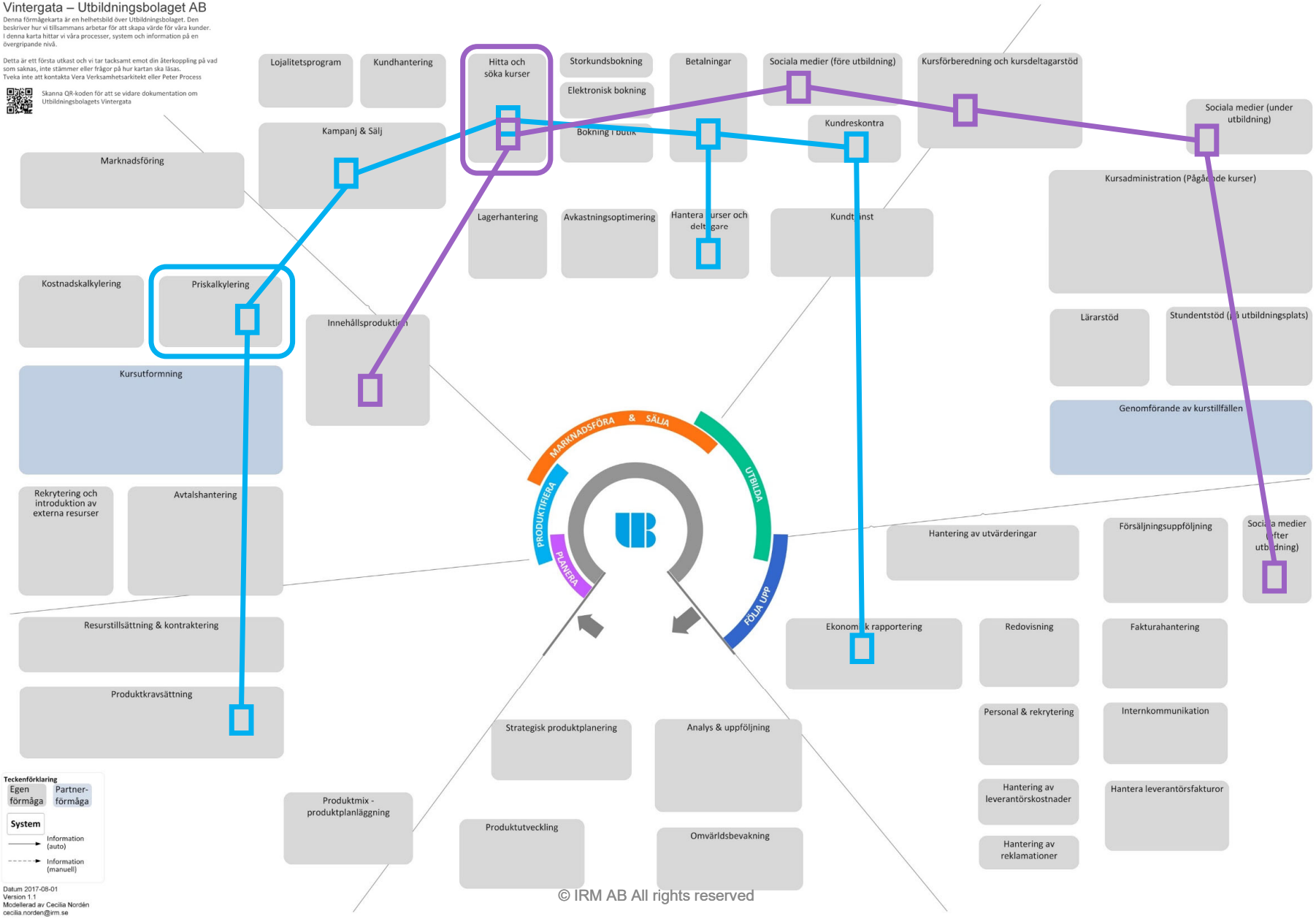
© IRM AB All rights reserved

Vintergata – Utbildningsbolaget AB

Denna förmågekarta är en helhetsbild över Utbildningsbolaget. Den beskriver hur vi tillsammans arbetar för att skapa värde för våra kunder. I denna karta hittar vi våra processer, system och information på en övergripande nivå.

Detta är ett första utkast och vi tar tacksamt emot din återkoppling på vad som saknas, inte stämmer eller frågor på hur kartan ska läsas.
Tveka inte att kontakta Vera Verksamhetsarkitekt eller Peter Process

Skanna QR-koden för att se vidare dokumentation om Utbildningsbolagets Vintergata



Datum 2017-08-01
Version 1.1
Modellerad av Cecilia Nordén
cecilia.norden@irm.se

© IRM AB All rights reserved

Övning

Lägg ut *ett* projekt i din Vintergatan

Ett projekt spänner ofta brett

- Välj ut ETT projekt
- Vad ska projektet göra?
- Vilka verksamhetsdelar arbetar projektet i?
- Är det några nya förmågor som ska skapas?

© IRM AB All rights reserved

Vintergatan som underlag för kravarbete

Storytelling

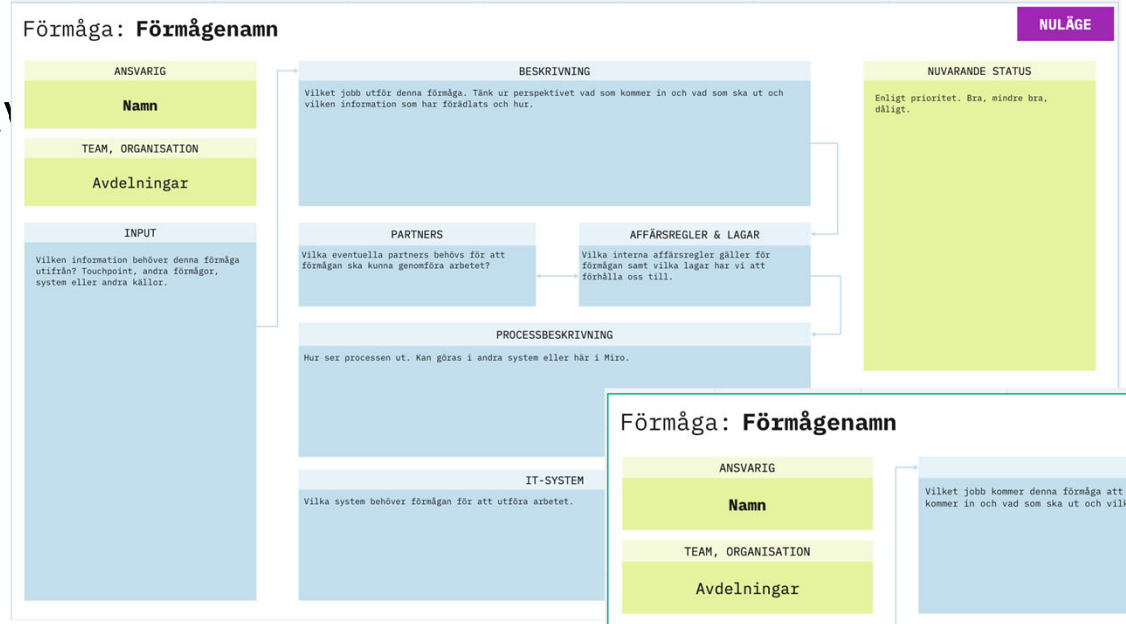
Hur ska en förmåga utvecklas?

Förändringar som oftast sker i linjen.

Behovet/idéerna på förändring är ofta kommet från egna förslag eller från verksamhetsplanen.

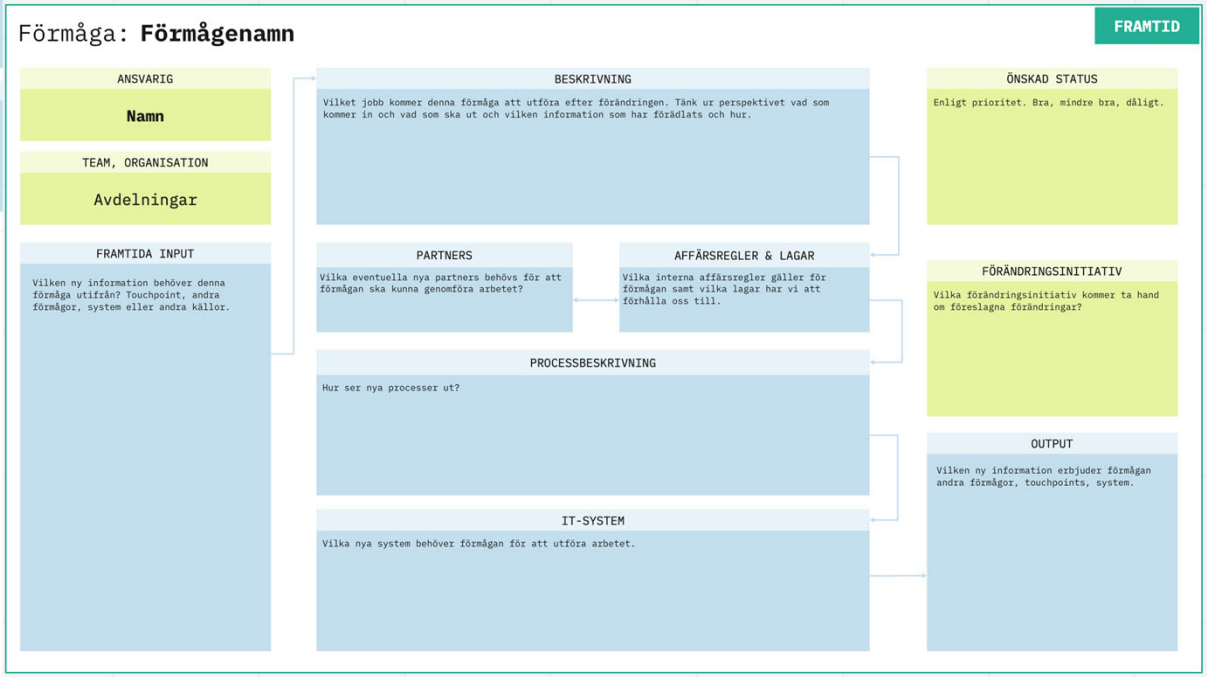
© IRM AB All rights reserved

Nuläge & beskrivning av förmågan



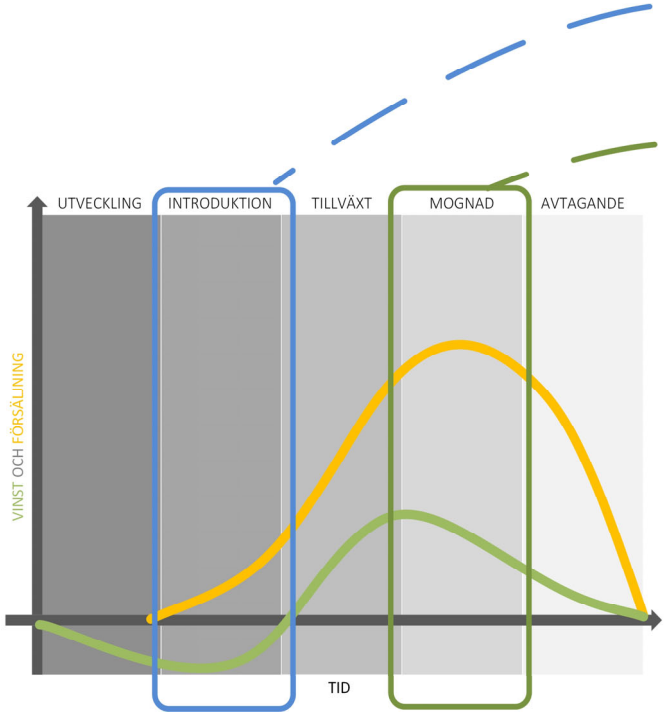
Verksamhetsägare /Förmågeägare

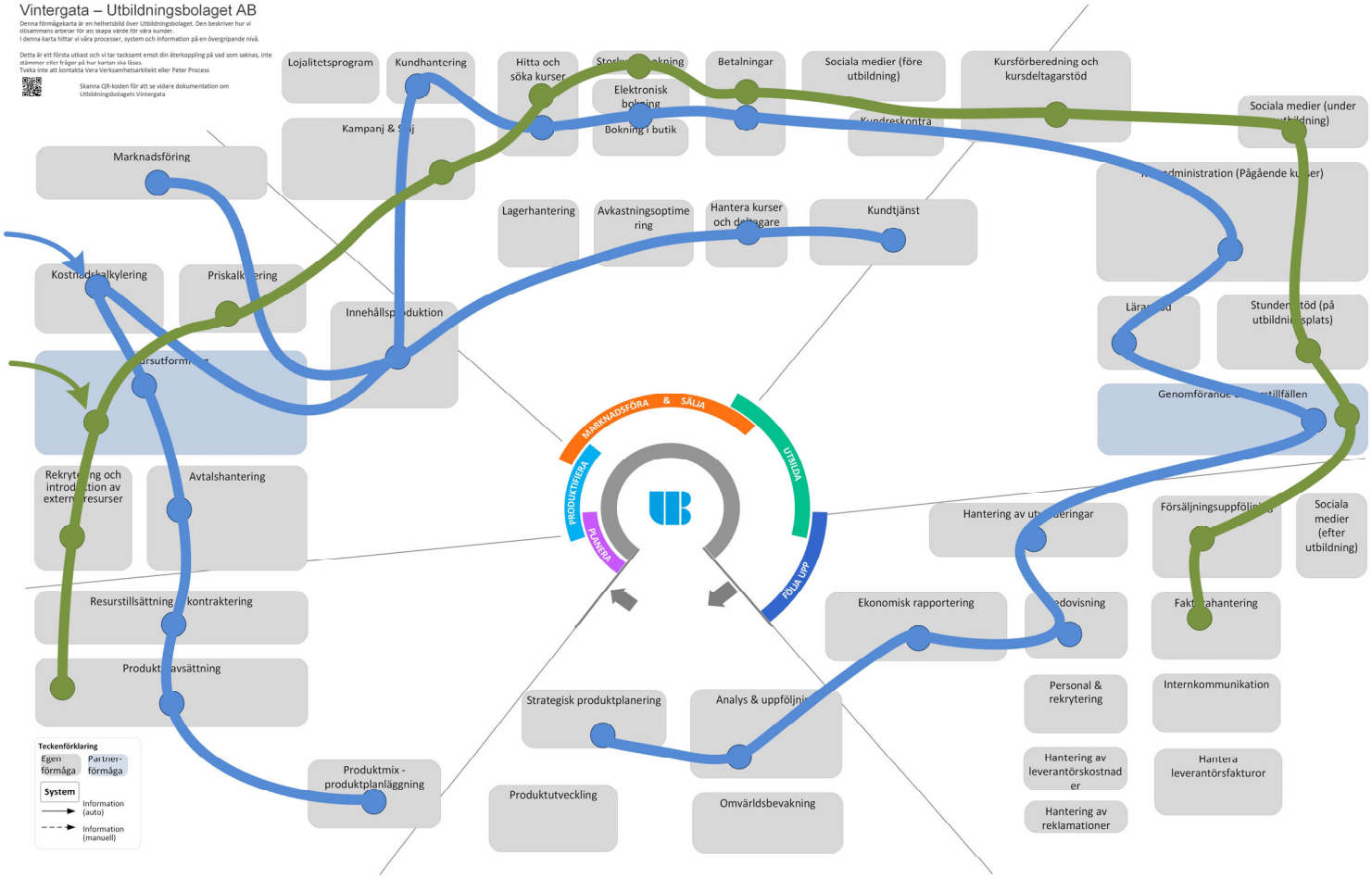
Pågående förändringar och önskat läge för förmågan



© IRM AB All rights reserved

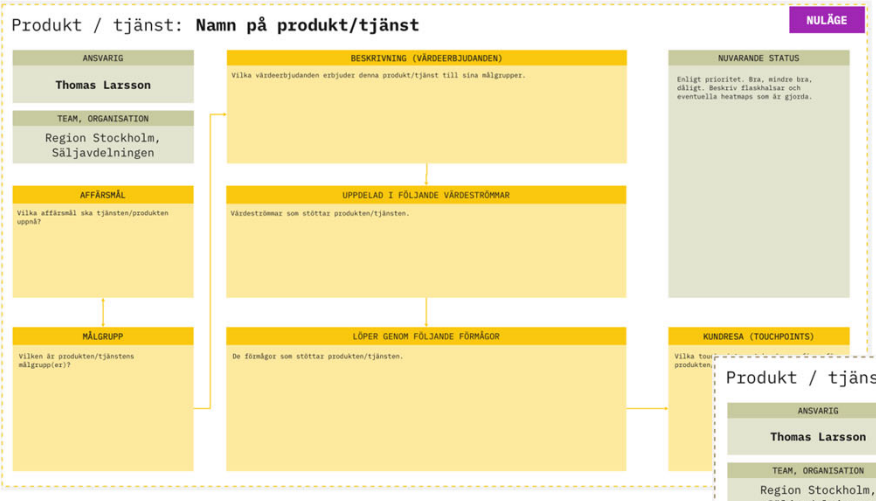
Livscykel perspektivet för produkter och tjänster





© IRM AB All rights reserved

Nuläge & beskrivning av produkten



”Strategisk produktägare”

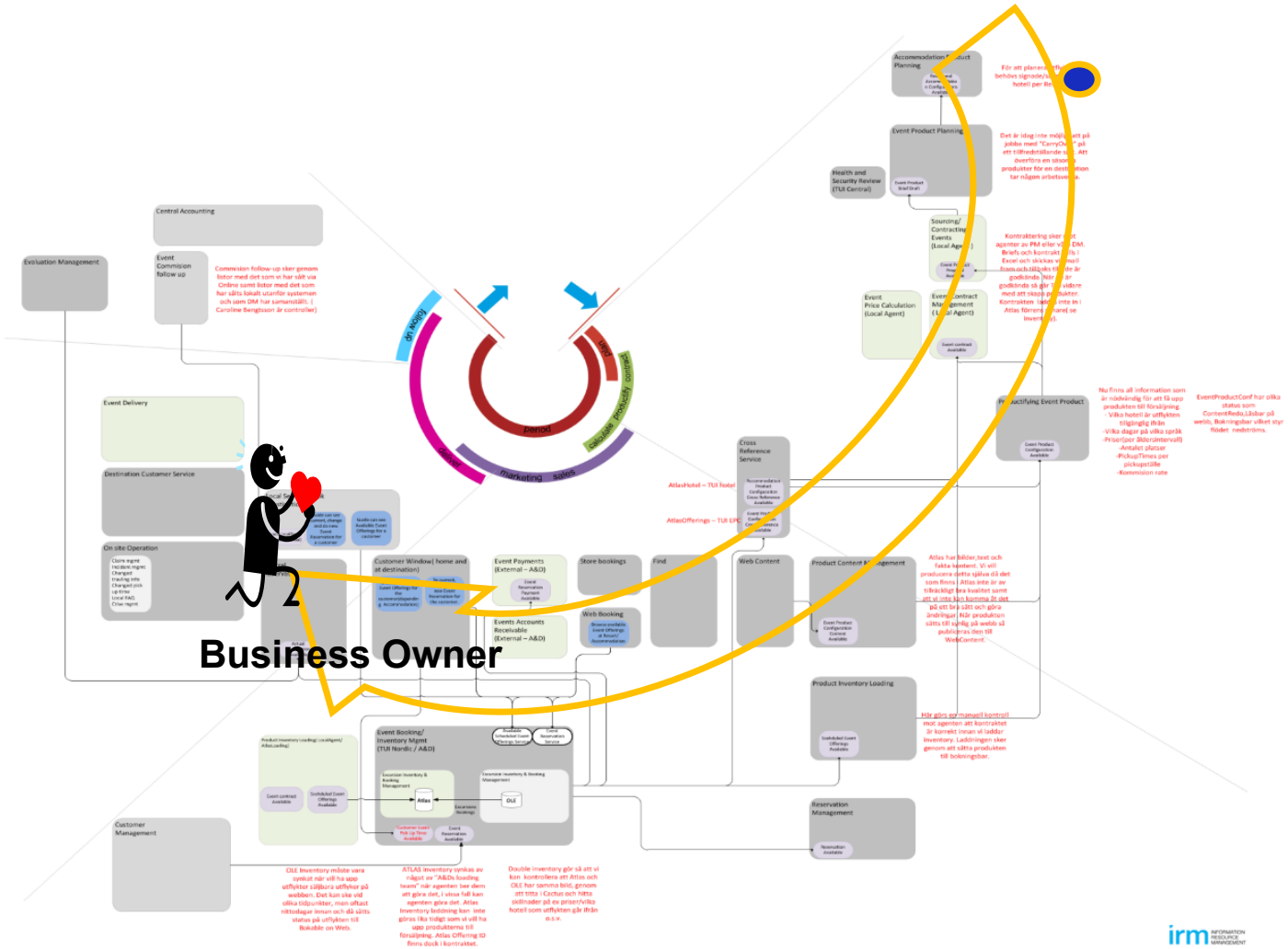
Pågående förändringar och önskat läge för produkten

© IRM AB All rights reserved

The Milky way & Excursion business owner

Project Specific
Milky Way:

- Business context for Excursions
- Valueflow for Excursions
- Business capabilities involved
- Business Problems



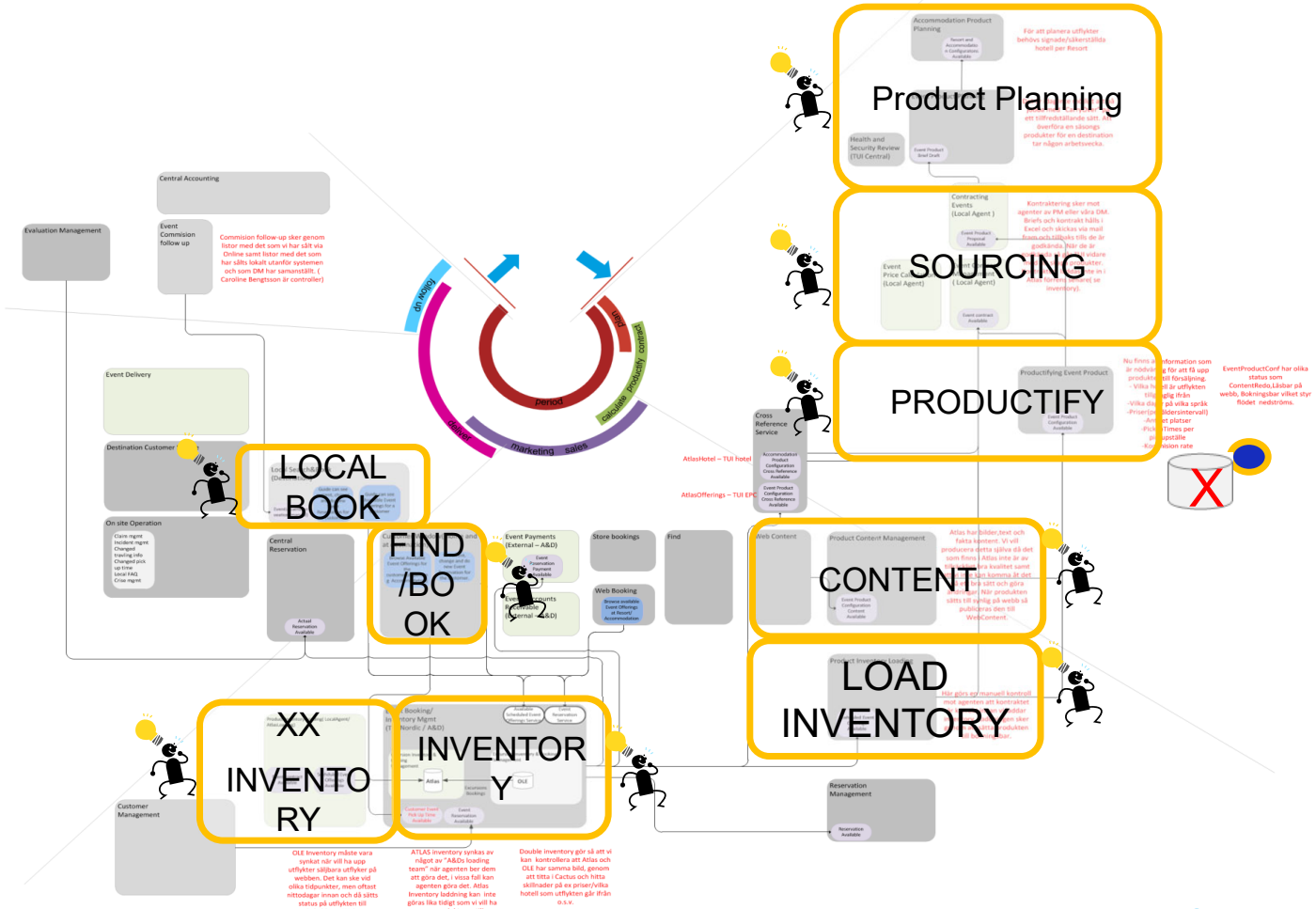
© IRM AB All rights reserved

The Milky way & Excursion process Stakeholders

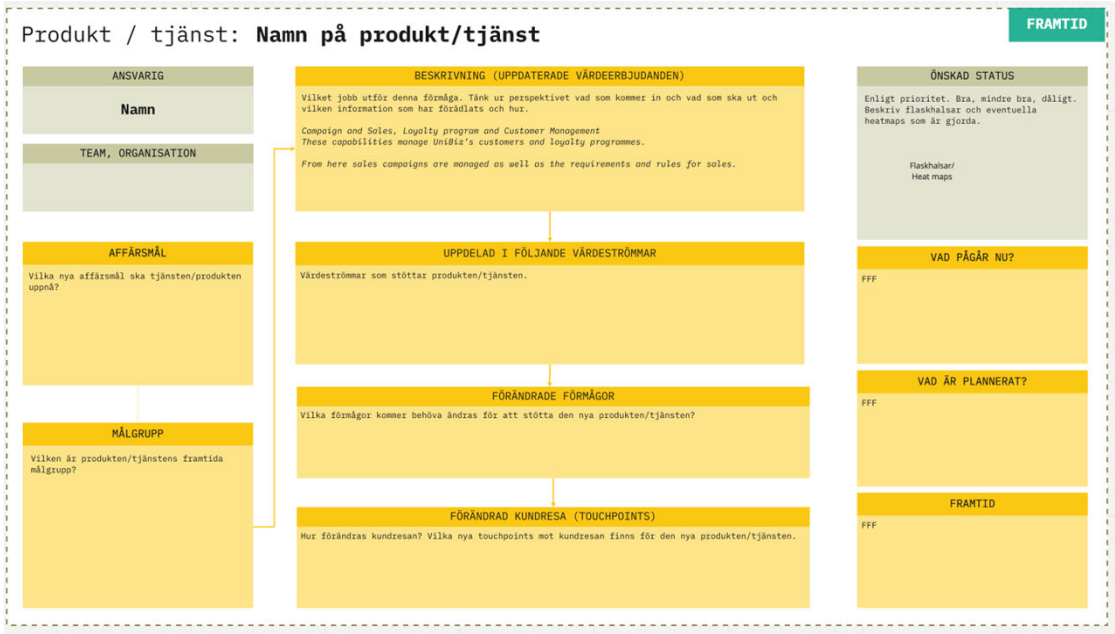
Project Specific
Milky Way:

- Interview with ProductOwner
- Interview with Teams
- Business Scenarios
- Create a shared view
- Solution Alternatives

- Business Case



© IRM AB All rights reserved



© IRM AB All rights reserved

Exempel på hur ett projekt kan påverka många delar:

Blandning mellan

vad förmågan behöver göra för att
ta
emot förändringen

och hur den i sig behöver
utvecklas.

© IRM AB All rights reserved

PRODUCT VISION BOARD, by ROMAN PINCHLER

VISION

Vad motiverar dig till att skapa denna produkten?

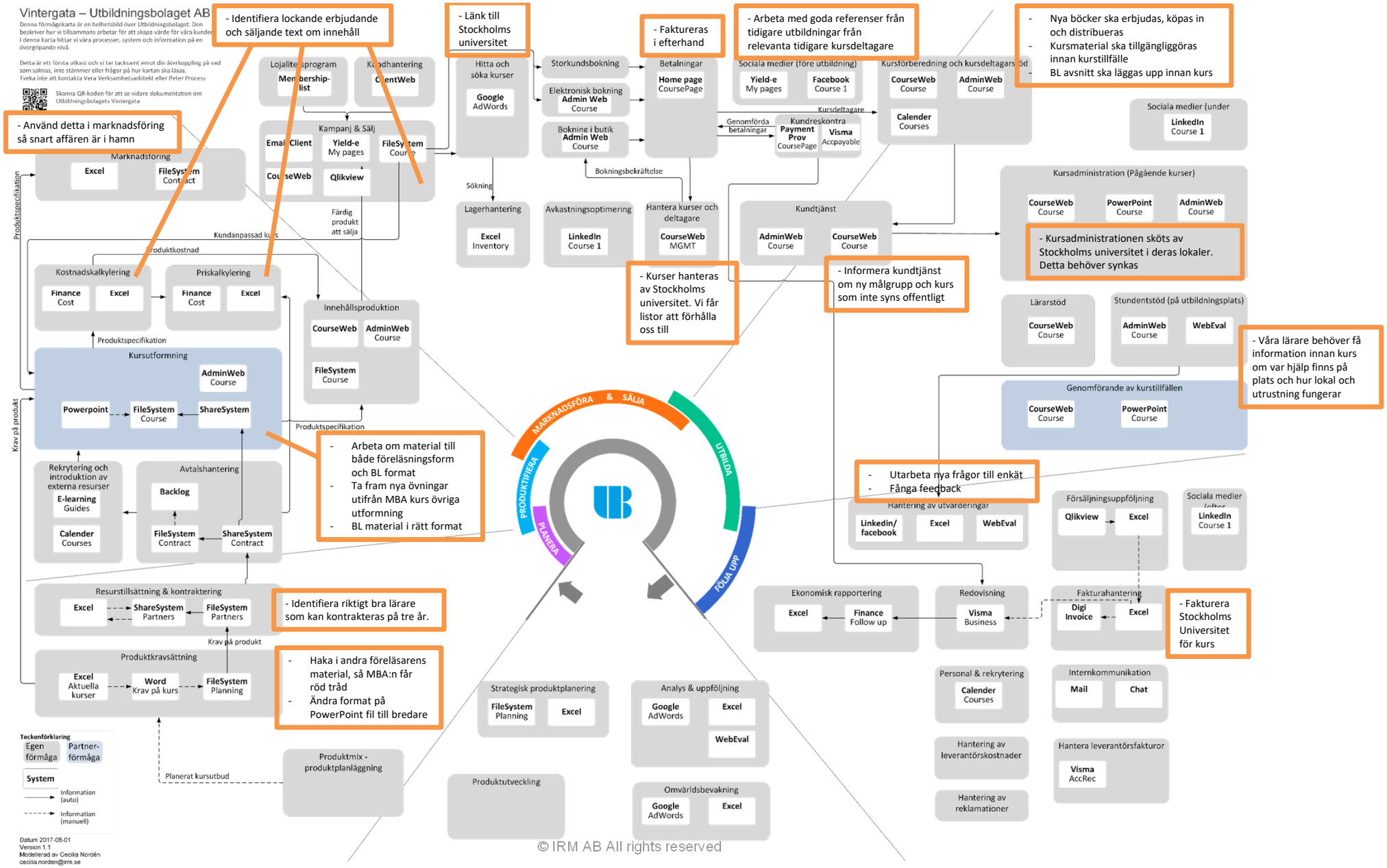
Vilka positiva förändringar skulle denna produkten föra med sig?

MBA elever får större genomslagskraft i praktiken genom ökad förmåga att tillämpa sin teoretiska bas med hjälp av beprövade metoder och verktyg som idag har bred förankring inom företags- och myndighetsvärlden.

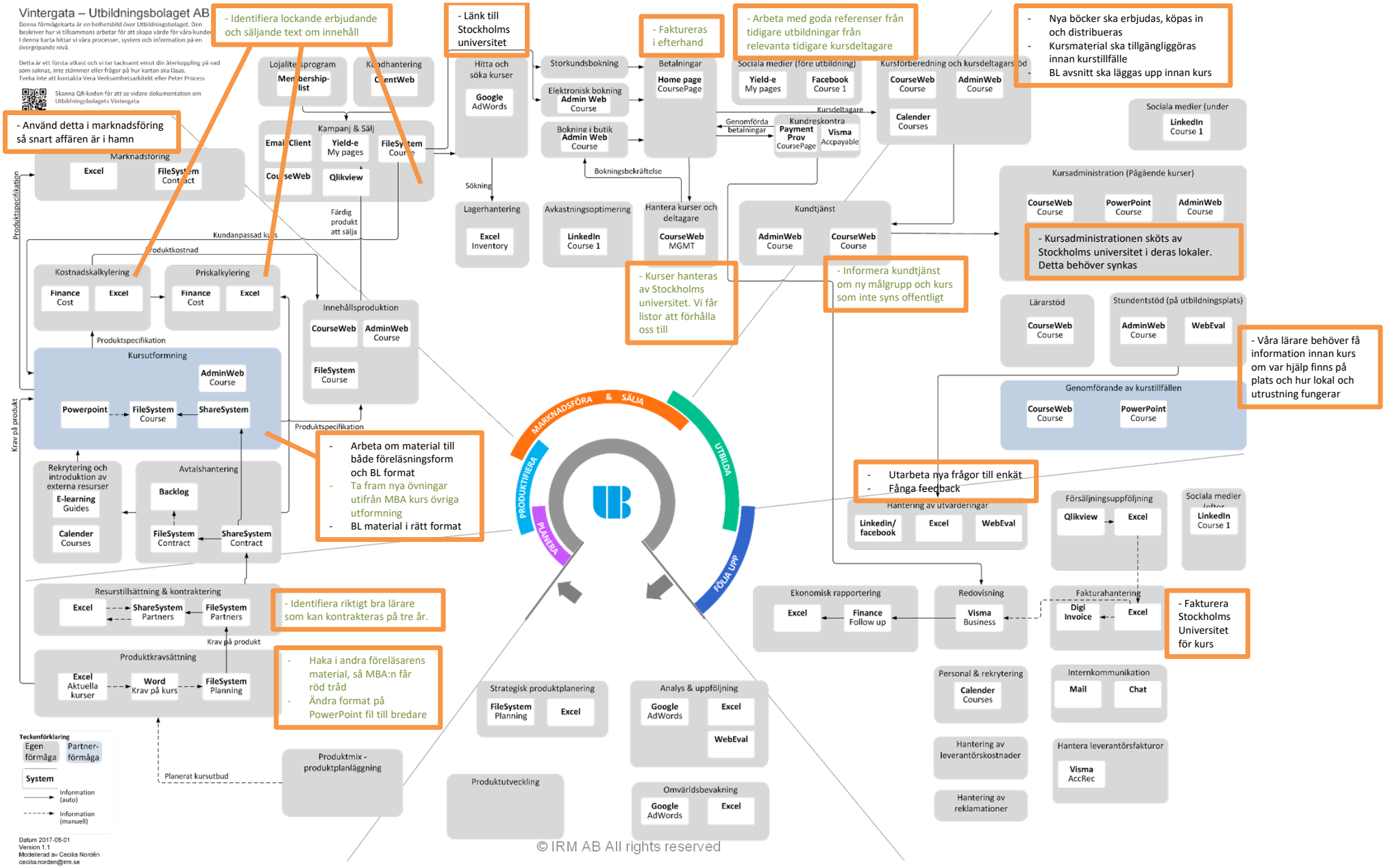
Utbildningsbolaget stärker sin trovärdighet genom förtroendet att bidra med befintliga utbildningspaket i universitetets MBA program.

MÅLGRUPP	BEHOV	PRODUKT	AFFÄRSMÅL
Mot vilken marknad eller vilket marknads-segment riktar sig produkten? *Vilka är dina tilltänkta kunder och användare?*	*Vilka problem löser produkten?* *Vilka fördelar erbjuder den?*	*Beskriv produkten.* *Vad gör produkten unik?* *Är det möjligt att utveckla produkten?*	*Hur kommer produkten gynna din affär?* *Vilka är affärsmålen?*
MBA elever	Attraktiv medarbetare genom större genomslagskraft i praktiken	Ökad förmåga att tillämpa sin teoretiska bas med hjälp av beprövade metoder och verktyg	Ökad status på MBA elev där eleven för en högre position hos arbetsgivare inom nuvarande ratingsystem. Öka antalet anställda MBA elever inom 3 mån efter avslutad utbildning med 70%
Utb. Bolagets lärare	Förstå och kunna tillämpa en pedagogik som blandar universitetsutbildning med praktiskt inriktad utbildning.	Ökad förmåga att inom akademisk pedagogik blandad med praktiskt tillämpning.	Nå pedagogikkraven på tillämpad Universitetsnivå enligt avtal.
Utb. Bolagets ägare	Ökad trovärdighet i varumärket	Sluta avtal om utbildning med universitetet och synliggöra detta på marknaden.	Genomföra utbildning där affärsmålen för eleven uppnås.
Universitetet	Vara den utbildningsinstitution som erbjuder sina MBA elever den ljusaste framtiden.	Erbjuda en utbildning som ger eleven störst attraktivitet på arbetsmarknaden	Genomföra utbildning där affärsmålen för eleven uppnås och synliggöra detta på marknaden

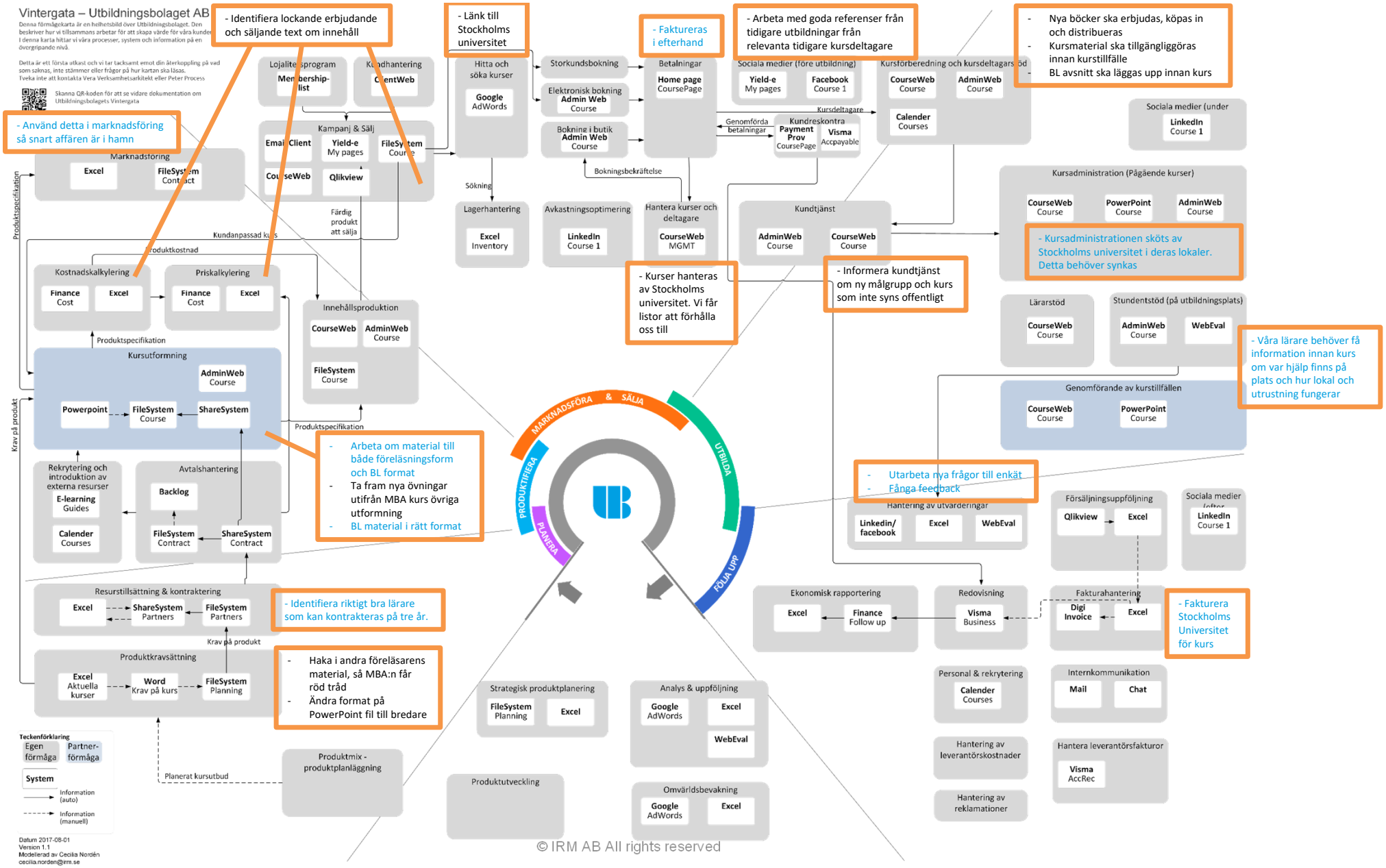
© IRM AB All rights reserved


Vintergata – Utbildningsbolaget AB
Denna förmågekarta är en helhetsbild över Utbildningsbolaget. Den beskriver hur vi tillsammans arbetar för att skapa värde för våra kunder. I denna karta hittar vi våra processer, system och information på en övergripande nivå.
Detta är ett första utkast och vi tar tacksamt emot din återkoppling på vad som saknas, inte stämmer eller frågor på hur kartan ska läsas. Tveka inte att kontakta Vera Verksamhetsarkitekt eller Peter Process
Skanna QR-koden för att se vidare dokumentation om Utbildningsbolagets Vintergata
- Identifiera lockande erbjudande och säljande text om innehåll
- Länk till Stockholms universitet
- Faktureras i efterhand
- Arbeta med goda referenser från tidigare utbildningar från relevanta tidigare kursdeltagare
- Nya böcker ska erbjudas, köpas in och distribueras
- Kursmaterial ska tillgängliggöras innan kurstillfälle
- BL avsnitt ska läggas upp innan kurs
- Använd detta i marknadsföring så snart affären är i hamn
Lojalitetsprogram
Membership-list
Kundhantering
ClientWeb
Hitta och söka kurser
Google AdWords
Storkundsbokning
Elektronisk bokning
Admin Web Course
Bokning i butik
Admin Web Course
Betalningar
Home page CoursePage
Sociala medier (före utbildning)
Yield-e My pages
Facebook Course 1
Kursförberedning och kursdeltagarstöd
CourseWeb Course
AdminWeb Course
Calender Courses
Kursdeltagare
Genomförda betalningar
Kundreskontra
Payment Prov CoursePage
Visma Accpayable
Sociala medier (under
LinkedIn Course 1
Kampanj & Sälj
Email Client
Yield-e My pages
FileSystem Course
CourseWeb
Qlikview
Marknadsföring
Excel
FileSystem Contract
Produktspecifikation
Sökning
Bokningsbekräftelse
Lagerhantering
Excel Inventory
Avkastningsoptimering
LinkedIn Course 1
Hantera kurser och deltagare
CourseWeb MGMT
Kundtjänst
AdminWeb Course
CourseWeb Course
Kursadministration (Pågående kurser)
CourseWeb Course
PowerPoint Course
AdminWeb Course
- Kursadministrationen sköts av Stockholms universitet i deras lokaler. Detta behöver synkas
Färdig produkt att sälja
Kundanpassad kurs
Produktkostnad
Kostnadskalkylering
Finance Cost
Excel
Priskalkylering
Finance Cost
Excel
Innehållsproduktion
CourseWeb
AdminWeb Course
FileSystem Course
- Kurser hanteras av Stockholms universitet. Vi får listor att förhålla oss till
- Informera kundtjänst om ny målgrupp och kurs som inte syns offentligt
Lärarstöd
CourseWeb Course
Studentstöd (på utbildningsplats)
AdminWeb Course
WebEval
- Våra lärare behöver få information innan kurs om var hjälp finns på plats och hur lokal och utrustning fungerar
Produktspecifikation
Kursutformning
AdminWeb Course
Powerpoint
FileSystem Course
ShareSystem
Produktspecifikation
Genomförande av kurstillfällen
CourseWeb Course
PowerPoint Course
Krav på produkt
- Arbeta om material till både föreläsningsform och BL format
- Ta fram nya övningar utifrån MBA kurs övriga utformning
- BL material i rätt format
MARKNADSFÖRA & SÄLJA
UTBILDA
FÖLJA UPP
PLANERA
PRODUKTIFIERA
Rekrytering och introduktion av externa resurser
E-learning Guides
Calender Courses
Avtalshantering
Backlog
FileSystem Contract
ShareSystem Contract
- Utarbeta nya frågor till enkät
- Fånga feedback
Hantering av utvärderingar
Linkedin/ facebook
Excel
WebEval
Försäljningsuppföljning
Qlikview
Excel
Sociala medier
LinkedIn Course 1
Resurstillsättning & kontraktering
Excel
ShareSystem Partners
FileSystem Partners
- Identifiera riktigt bra lärare som kan kontrakteras på tre år.
Ekonomisk rapportering
Excel
Finance Follow up
Redovisning
Visma Business
Fakturahantering
Digi Invoice
Excel
- Fakturera Stockholms Universitet för kurs
Krav på produkt
Produktkravsättning
Excel Aktuella kurser
Word Krav på kurs
FileSystem Planning
- Haka i andra föreläsarens material, så MBA:n får röd tråd
- Ändra format på PowerPoint fil till bredare
Personal & rekrytering
Calender Courses
Internkommunikation
Mail
Chat
Strategisk produktplanering
FileSystem Planning
Excel
Analys & uppföljning
Google AdWords
Excel
WebEval
Hantering av leverantörskostnader
Hantera leverantörsfakturor
Visma AccRec
Hantering av reklamationer
Teckenförklaring
Egen förmåga
Partner-förmåga
System
Information (auto)
Information (manuell)
Planerat kursutbud
Produktmix - produktplanläggning
Produktutveckling
Omvärldsbevakning
Google AdWords
Excel
Datum 2017-08-01
Version 1.1
Modellerad av Cecilia Nordén
cecilia.norden@irm.se
© IRM AB All rights reserved

Prio 1


Vintergata – Utbildningsbolaget AB
- Identifiera lockande erbjudande och säljande text om innehåll
- Länk till Stockholms universitet
- Faktureras i efterhand
- Arbeta med goda referenser från tidigare utbildningar från relevanta tidigare kursdeltagare
- Nya böcker ska erbjudas, köpas in och distribueras
- Kursmaterial ska tillgängliggöras innan kurstillfälle
- BL avsnitt ska läggas upp innan kurs
- Använd detta i marknadsföring så snart affären är i hamn
- Kursadministrationen sköts av Stockholms universitet i deras lokaler. Detta behöver synkas
- Kurser hanteras av Stockholms universitet. Vi får listor att förhålla oss till
- Informera kundtjänst om ny målgrupp och kurs som inte syns offentligt
- Våra lärare behöver få information innan kurs om var hjälp finns på plats och hur lokal och utrustning fungerar
- Arbeta om material till både föreläsningsform och BL format
- Ta fram nya övningar utifrån MBA kurs övriga utformning
- BL material i rätt format
- Utarbeta nya frågor till enkät
- Fånga feedback
- Identifiera riktigt bra lärare som kan kontrakteras på tre år.
- Haka i andra föreläsarens material, så MBA:n får röd tråd
- Ändra format på PowerPoint fil till bredare
- Fakturera Stockholms Universitet för kurs
MARKNADSFÖRA & SÄLJA
UTBILDA
FÖLJA UPP
PLANERA
PRODUKTIFIERA
Marknadsföring
Excel
Kampanj & Sälj
Yield-e My pages
Qlikview
Hitta och söka kurser
Google AdWords
Storkundsbokning
Elektronisk bokning Admin Web Course
Bokning i butik Admin Web Course
Betalningar
Home page CoursePage
Sociala medier (före utbildning)
Yield-e My pages
Facebook Course 1
Kursförberedning och kursdeltagarstöd
CourseWeb Course
AdminWeb Course
Calender Courses
Kundreskontra
Payment Prov CoursePage
Visma Accpayable
Sociala medier (under
LinkedIn Course 1
Kursadministration (Pågående kurser)
CourseWeb Course
PowerPoint Course
AdminWeb Course
Lagerhantering
Excel Inventory
Avkastningsoptimering
LinkedIn Course 1
Hantera kurser och deltagare
CourseWeb MGMT
Kundtjänst
AdminWeb Course
CourseWeb Course
Lärarstöd
CourseWeb Course
Stundentstöd (på utbildningsplats)
AdminWeb Course
WebEval
Genomförande av kurstillfällen
CourseWeb Course
PowerPoint Course
Produktspecifikation
Kundanpassad kurs
Produktkostnad
Kostnadskalkylering
Finance Cost
Excel
Priskalkylering
Finance Cost
Excel
Innehållsproduktion
CourseWeb Course
AdminWeb Course
FileSystem Course
Kursutformning
AdminWeb Course
Powerpoint
FileSystem Course
ShareSystem
Krav på produkt
Rekrytering och introduktion av externa resurser
E-learning Guides
Calender Courses
Avtalshantering
Backlog
FileSystem Contract
ShareSystem Contract
Resurstillsättning & kontraktering
Excel
ShareSystem Partners
FileSystem Partners
Produktkravsättning
Excel Aktuella kurser
Word Krav på kurs
FileSystem Planning
Planerat kursutbud
Produktmix - produktplanläggning
Strategisk produktplanering
FileSystem Planning
Excel
Produktutveckling
Analys & uppföljning
Google AdWords
Excel
WebEval
Omvärldsbevakning
Google AdWords
Excel
Hantering av utvärderingar
Linkedin/ facebook
Excel
WebEval
Försäljningsuppföljning
Qlikview
Excel
Sociala medier
LinkedIn Course 1
Ekonomisk rapportering
Excel
Finance Follow up
Redovisning
Visma Business
Fakturahantering
Digi Invoice
Excel
Personal & rekrytering
Calender Courses
Internkommunikation
Mail
Chat
Hantering av leverantörskostnader
Hantera leverantörsfakturor
Visma AccRec
Hantering av reklamationer
Teckenförklaring
Egen förmåga
Partner-förmåga
System
Information (auto)
Information (manuell)
Datum 2017-08-01
Version 1.1
Modellerad av Cecilia Nordén
cecilia.norden@irm.se
© IRM AB All rights reserved

Prio 2


Vintergata – Utbildningsbolaget AB
- Identifiera lockande erbjudande och säljande text om innehåll
- Länk till Stockholms universitet
- Faktureras i efterhand
- Arbeta med goda referenser från tidigare utbildningar från relevanta tidigare kursdeltagare
- Nya böcker ska erbjudas, köpas in och distribueras
- Kursmaterial ska tillgängliggöras innan kurstillfälle
- BL avsnitt ska läggas upp innan kurs
- Använd detta i marknadsföring så snart affären är i hamn
- Kursadministrationen sköts av Stockholms universitet i deras lokaler. Detta behöver synkas
- Kurser hanteras av Stockholms universitet. Vi får listor att förhålla oss till
- Informera kundtjänst om ny målgrupp och kurs som inte syns offentligt
- Våra lärare behöver få information innan kurs om var hjälp finns på plats och hur lokal och utrustning fungerar
- Arbeta om material till både föreläsningsform och BL format
- Ta fram nya övningar utifrån MBA kurs övriga utformning
- BL material i rätt format
- Utarbeta nya frågor till enkät
- Fånga feedback
- Identifiera riktigt bra lärare som kan kontrakteras på tre år.
- Haka i andra föreläsarens material, så MBA:n får röd tråd
- Ändra format på PowerPoint fil till bredare
- Fakturera Stockholms Universitet för kurs
MARKNADSFÖRA & SÄLJA
UTBILDA
FÖLJA UPP
PLANERA
PRODUKTIFIERA
Marknadsföring
Kampanj & Sälj
Hitta och söka kurser
Storkundsbokning
Elektronisk bokning
Bokning i butik
Betalningar
Sociala medier (före utbildning)
Kursförberedning och kursdeltagarstöd
Kursadministration (Pågående kurser)
Kundtjänst
Lagerhantering
Avkastningsoptimering
Hantera kurser och deltagare
Kostnadskalkylering
Priskalkylering
Innehållsproduktion
Kursutformning
Rekrytering och introduktion av externa resurser
Avtalshantering
Resurstillsättning & kontraktering
Produktkravsättning
Produktmix - produktplanläggning
Produktutveckling
Strategisk produktplanering
Analys & uppföljning
Omvärldsbevakning
Lärarstöd
Stundentstöd (på utbildningsplats)
Genomförande av kurstillfällen
Hantering av utvärderingar
Försäljningsuppföljning
Ekonomisk rapportering
Redovisning
Fakturahantering
Personal & rekrytering
Internkommunikation
Hantering av leverantörskostnader
Hantera leverantörsfakturor
Hantering av reklamationer
Teckenförklaring
Egen förmåga
Partner-förmåga
System
Information (auto)
Information (manuell)
Datum 2017-08-01
Version 1.1
Modellerad av Cecilia Nordén
cecilia.norden@irm.se
© IRM AB All rights reserved

Hur ska allt annat utvecklas?

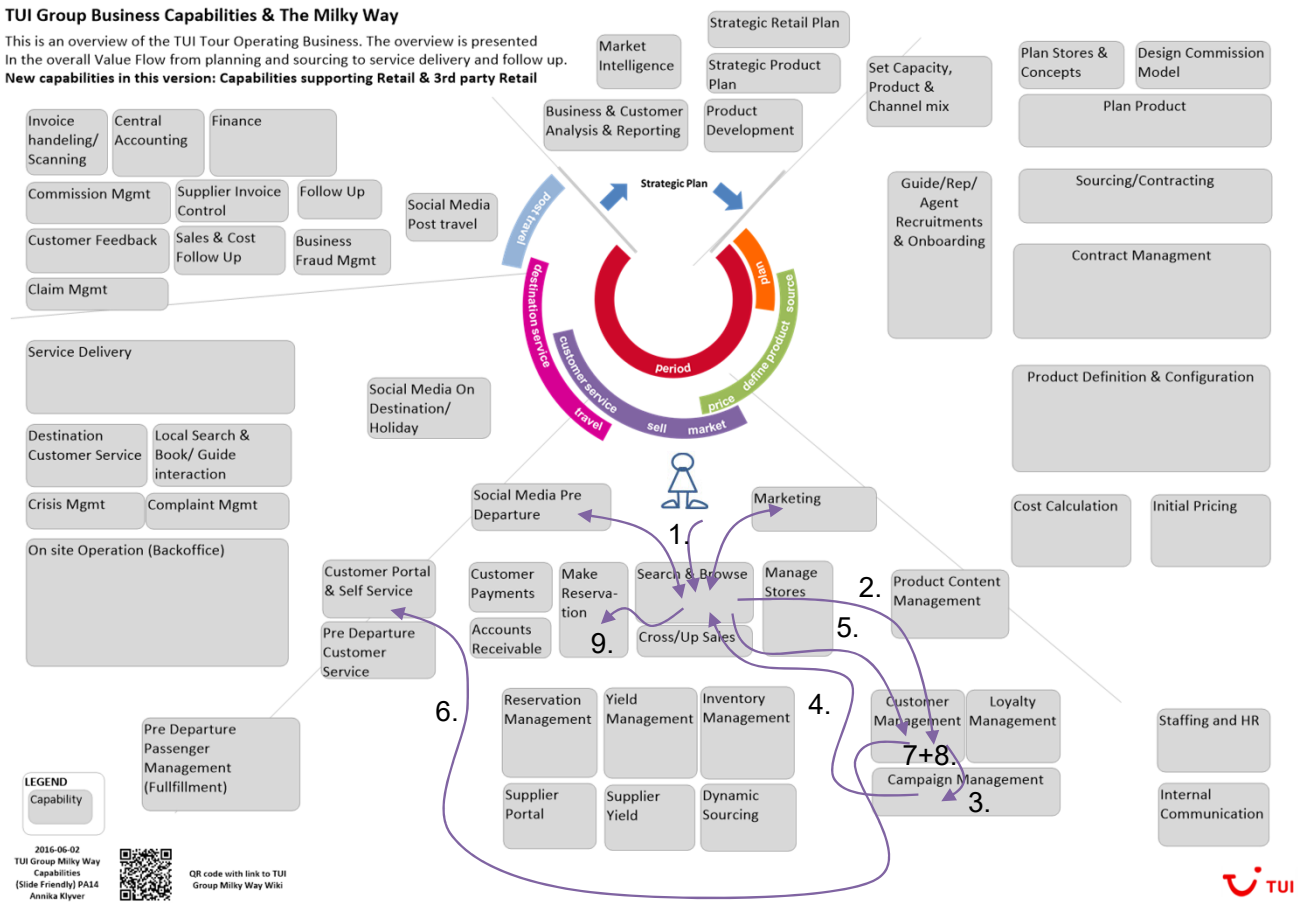
Emellanåt krävs större förändringar av annat slag. Dessa bedrivs ofta i projekt/ förändringsinitiativ som löper över fler enheter.

Exempel:

- Uppgradering av IT-stöd
- Nya kontor, outsoursing
- Nya lagar och regler (GDPR, PCI2, Schrems II)
- Etc…

© IRM AB All rights reserved

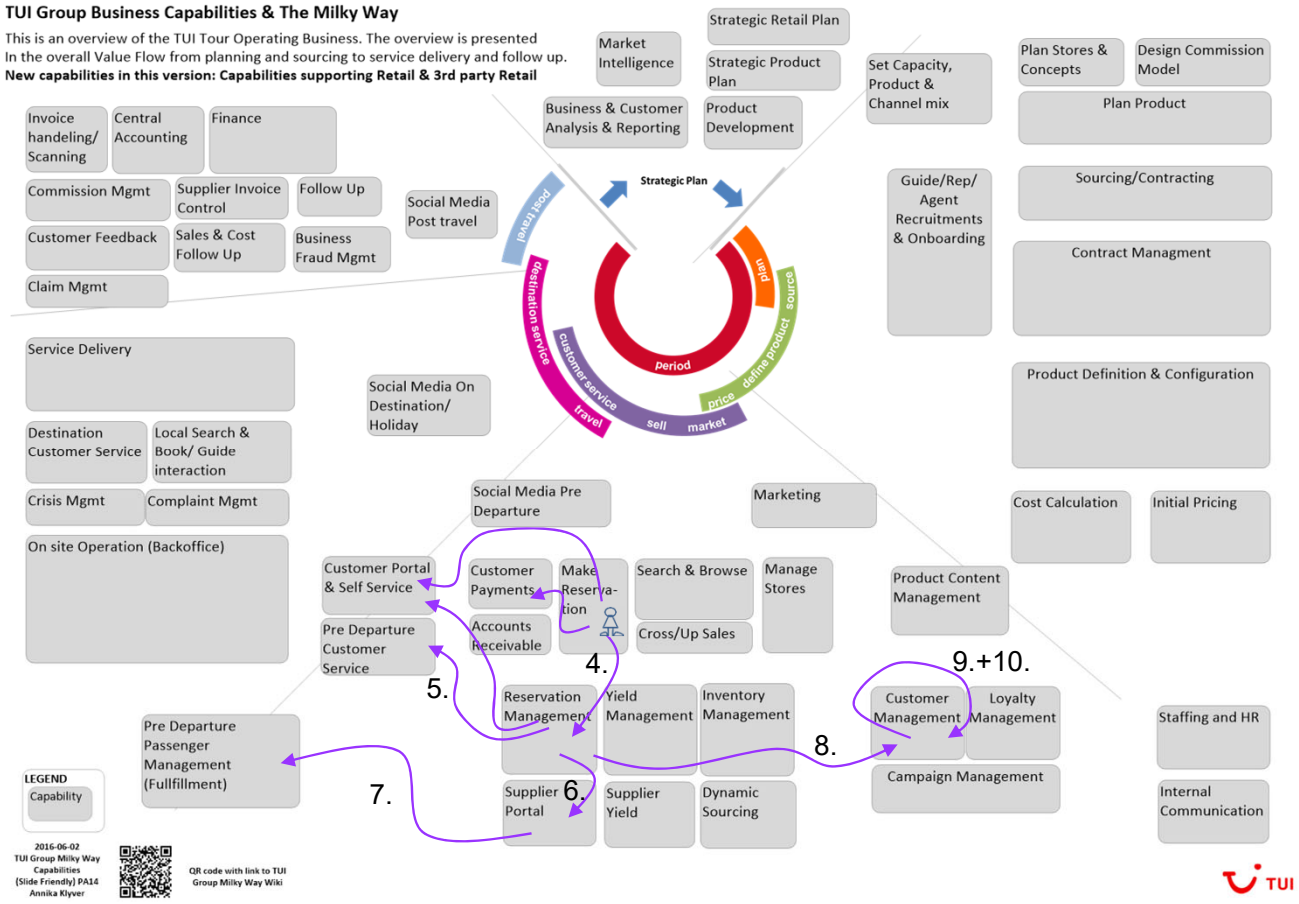
GDPR översikt – vad gör vi med kundinformationen?



1. A customer interacts with TUI. The interaction is encouraged by TUI through Marketing and activities on Social Media.
2. The activities of the customer is registered. The information is used to get a better understanding of the customer
3. The customer information is used in combination with Product/offers to create campaigns
4. The campaigns target customers and they react
5. A customer can create a ”Customer Account” (CA)
6. The Customer account gives the customer a number of self services on ”My TUI”
7. The Customer Account is cross checked towards TUIs customer base (LIME)
8. If the person is known a connection between the CA and the Customer Card is made
9. A customer makes a reservation. It can be done with of without having a Customer Account

© IRM AB All rights reserved

GDPR översikt – vad gör vi med kundinformationen?

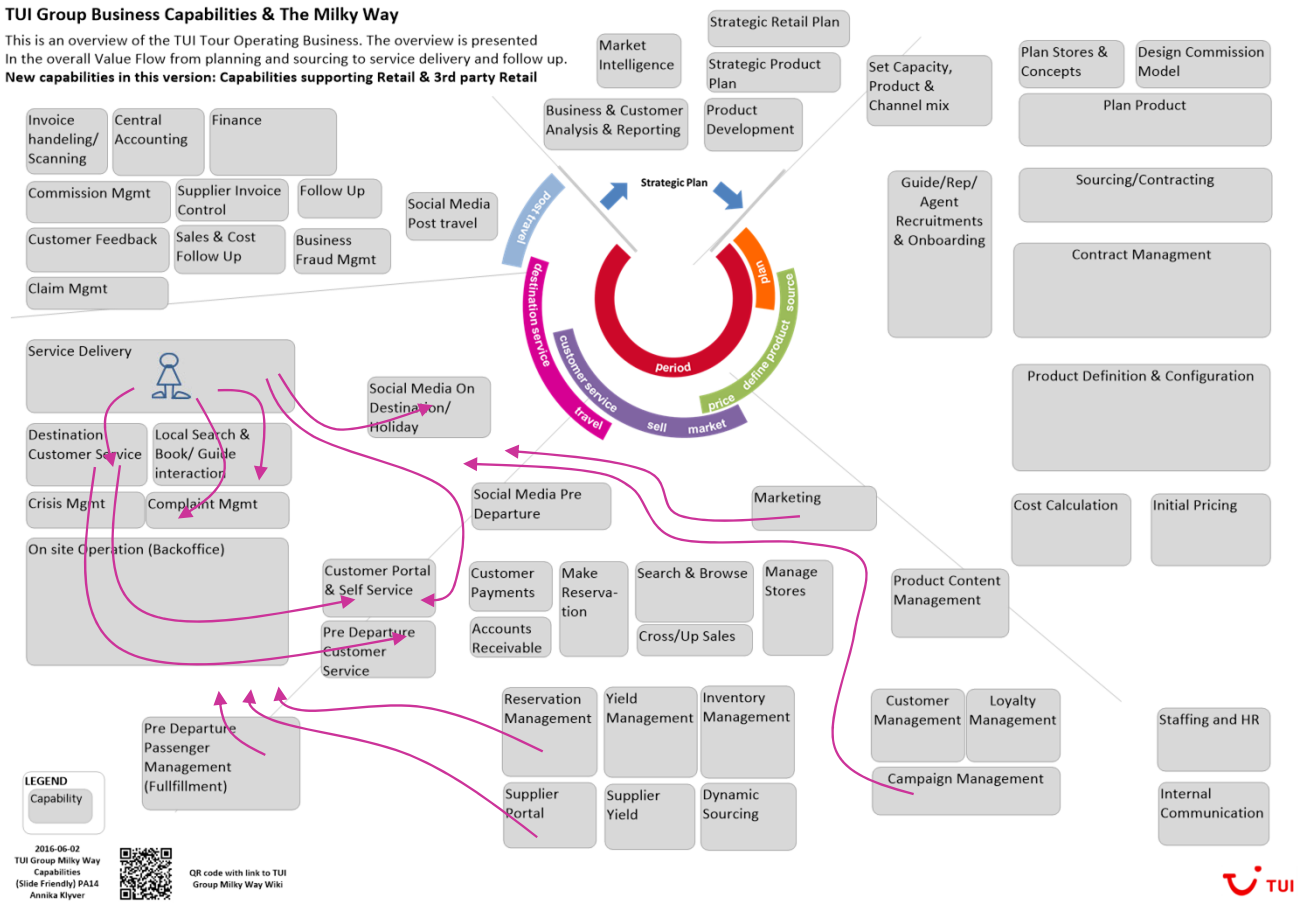


1. A customer makes a reservation
2. The reservation information an status is sent to “My TUI” and the self services available
3. The reservation generates a payment or many payments
4. The reservation is managed in the reservation system.
5. The reservation information an status is sent to the customer contact centre.
6. Relevant reservation information is sent to the suppliers, hoteliers, etc.
7. The reservation information an status is sent to Pre Departure Management teams to prepare and manage late changes
8. In the reservation is the customer information identified and sent to the Customer management .
9. The new customer is cross checked towards TUIs known customers
10. All TUIs known customers are regularly updated by an external service provided by BizNod

© IRM AB All rights reserved

GDPR översikt – vad gör vi med kundinformationen?

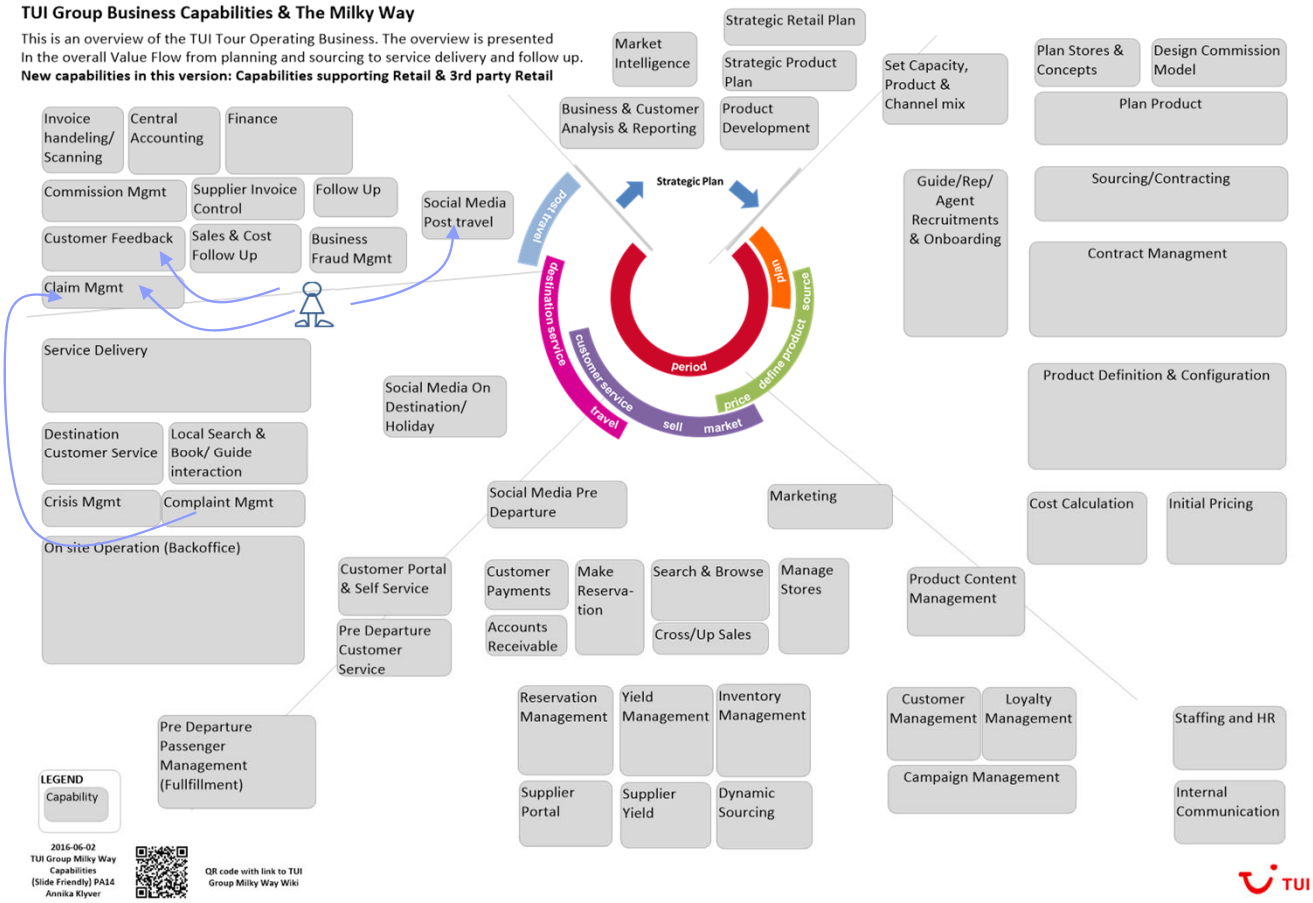
1. The reservation information, status and any late changes is sent to Destination Service
2. A customer is enjoying a number of service deliveries, the flight, the transfer, the hotel, excursion, etc.
3. The customer can see relevant destination specific information on “My TUI” and use the self services available
4. The customer can also interact with the guides through Guide Online. There is also a local search and book available for destination specific products.
5. The customer is interacting with the destination customer service if needed.
6. Relevant information from the interaction is also sent to “My TUI” and the customer contact center.
7. The customer is active on social media
8. Destination specific marketing and campaign is created in order to enhance the customer experience (& sales)
9. If the customer has complaints the complaints and other relevant information is collected.



© IRM AB All rights reserved

GDPR översikt – vad gör vi med kundinformationen?

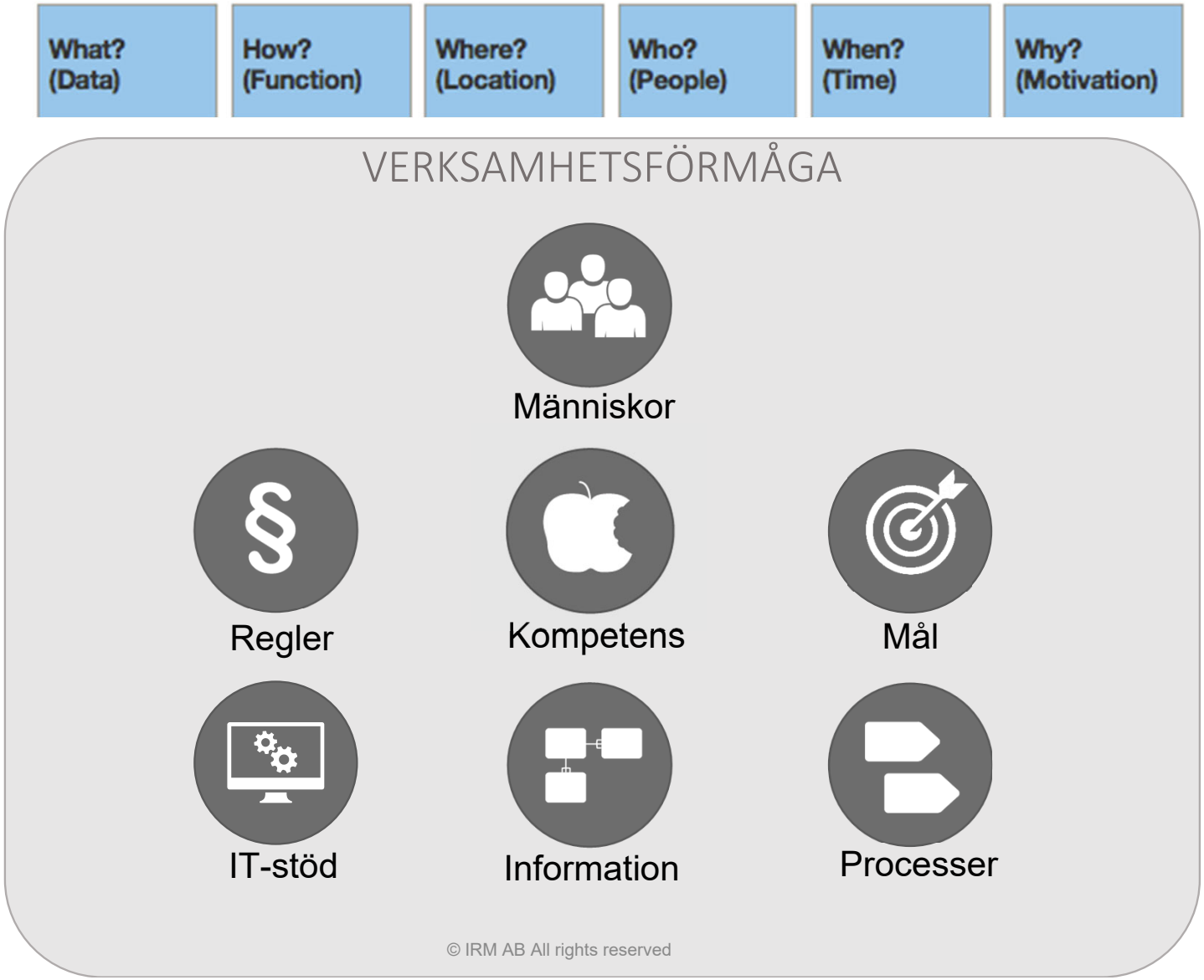
1. The customer has returned home
2. Feedback is given to TUI based on the reservation and specific circumstances
3. The customer is active on social media.
4. If the customer has made a complaint the issues are resolved by the Source Markets
5. To be able to resole the complaint the TUI team needs information from the destination.



© IRM AB All rights reserved

	What? (Data)	How? (Function)	Where? (Location)	Who? (People)	When? (Time)	Why? (Motivation)
Business Concept Planner	Inventory Identification	Process Identification	Distribution Identification	Responsibility Identification	Timing Identification	Motivation Identification
Business Concept Owner	Inventory Definition	Process Definition	Distribution Definition	Responsibility Definition	Timing Definition	Motivation Definition
Business Logic Designer	Inventory Representation	Process Representation	Distribution Representation	Responsibility Representation	Timing Representation	Motivation Representation
Business Physics Builder	Inventory Specification	Process Specification	Distribution Specification	Responsibility Specification	Timing Specification	Motivation Specification
Business Component Implementer	Inventory Configuration	Process Configuration	Distribution Configuration	Responsibility Configuration	Timing Configuration	Motivation Configuration
User	Inventory Instantiations	Process Instantiations	Distribution Instantiations	Responsibility Instantiations	Timing Instantiations	Motivation Instantiations

© IRM AB All rights reserved


What?
(Data)
How?
(Function)
Where?
(Location)
Who?
(People)
When?
(Time)
Why?
(Motivation)
VERKSAMHETSFÖRMÅGA
Människor
Regler
Kompetens
Mål
IT-stöd
Information
Processer
© IRM AB All rights reserved

Program: Customer Plattform

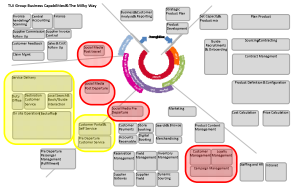
The Customer Platform re-invents how t[redacted]ervices the customer.
Any customer facing processes as well as back-office processes supporting the customer will be impacted
The goal of Customer Platform is, to implement common (new) processes within all Source markets as well as [redacted]

Initiative type: Common (Tier 1)
Program Manager: NN

Project Gate Stage: Execution

Current State 2015

Destination Service lack an easy way to access and update customer information from all source markets



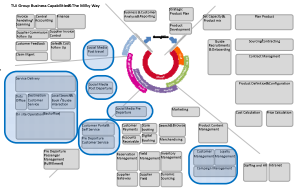
Lack of efficient scanning of social media

Local Customer Contact Service lack a detailed knowledge bank for detailed customer questions.

CRM processes not efficient.
Current source market technical platforms not aligned in the group.

Impacted areas & Expected Benefits

Destination Service have easy access to all customer information.



Increase Margin
- Recognise customer value
- Identify and manage customers
- Manage channels and context
- Personalise offers and content

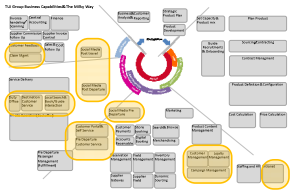
Source Market Customer Centers have good access to destination specific details. Well functioning handover from source market staff to destination staff

Align&Simplify
- Timely and consistent notifications
- Colleagues collaborate in delivering great service

Reduce Cost
- Access and manage knowledge
- Manage simple cases and queries
- Resolve complex cases and complaints

Technical Changes & Information Areas in play

Case Mgmt
Replacing local systems
- LIME
- ??
- etc



Information Areas:
- Customer
- Reservation
- Customer Case
- Claims

- Hotel Infor
- Destination Info

Social Listening
Replacing local systems
- ??
- etc

Knowledge Base
Replacing local systems
- FAQ
- Avaya
- etc

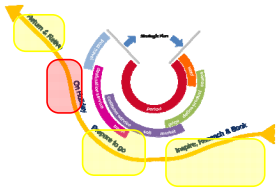
Customer360 Personalisation
Replacing local systems
- LIME
- Unica
- etc

Collaboration
Replacing local systems
- ??
- etc

Customer Journey Current State

Not upto date search&Book experience
Start page to generel

Inbound communication?



Customer Journey Impact

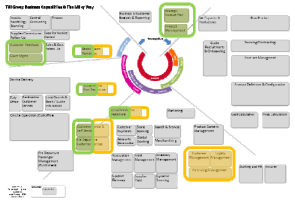
Adresses known customers – customer cards&log in

Better dest info before trip
Better service on destination – TUI knows me

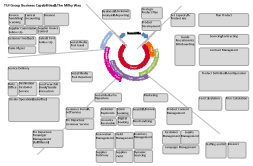
Critical Handover points bwn Source markets and Destination service

Source Market

Dest Service

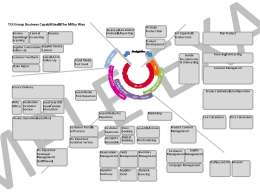


2015



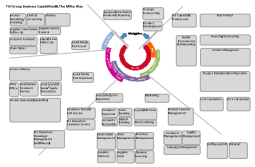
Requirements gathering
Technical set up

2016



Release 1 – CRM
Nordics – April
UK - ??
Gemany - ??
BeneLux - ??

2017

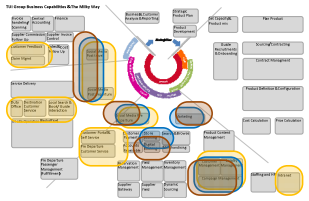


Release 2 -
Nordics – April
UK - ??
Gemany - ??
BeneLux - ??

Other Initiatives with dependencies to Customer platform

Global Marketing Platform

Digital Experience



EXAMPLE EXAMPLE

© IRM AB All rights reserved

- Skulle detta sätt att se på förändring i värdeflödet hjälpa er?
- Hur berättar ni om förändringar idag?
- Gör ni storytelling om förändringar idag?
- Hur kan ni komplettera er bild över ett projekt i värdeströmsriktningen för att öka förståelsen genom storytelling?

Film - Mercator’s vs Peter’s Projection

https://youtu.be/vVX-PrBRtTY

US education

Boston public schools map switch aims to amend 500 years of distortion

A district will drop the Mercator projection, which physically diminished Africa and South America, for the Peters, which cut the developed world down to size

76k 2,190

Joanna Walters

@Joannawalters13

Thursday 23 March 2017
16.19 GMT

The Gall-Peters projection, which shows land masses in their correct proportions by area, puts the relative sizes of Africa and North America in perspective. Photograph: Alamy Stock Photo

Lärdomar efter möten med VDs - maj 2019

- Liknelse till karta är bra – koppla till minnesträning
- Skippa ordet arkitektur & processer – tala om EFFEKTER, VÄRDE, TID, PENGAR
- Vad har andra verksamheter tjänat/sparat mha Vintergatan?
- Vad kostar investeringen i Vintergatan? Tid, pengar, utbildning, engagemang…
- Visa gärna en grov Vintergata för aktuell verksamhet
- Var påläst – vad triggar dessa personer? Visa analyser utifrån deras behov.

© IRM AB All rights reserved

Förslag på hemläxa

Gör en partnerresa, eller fler kundresor