

Kundresor – Vad är det?

Gå i kundens 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

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

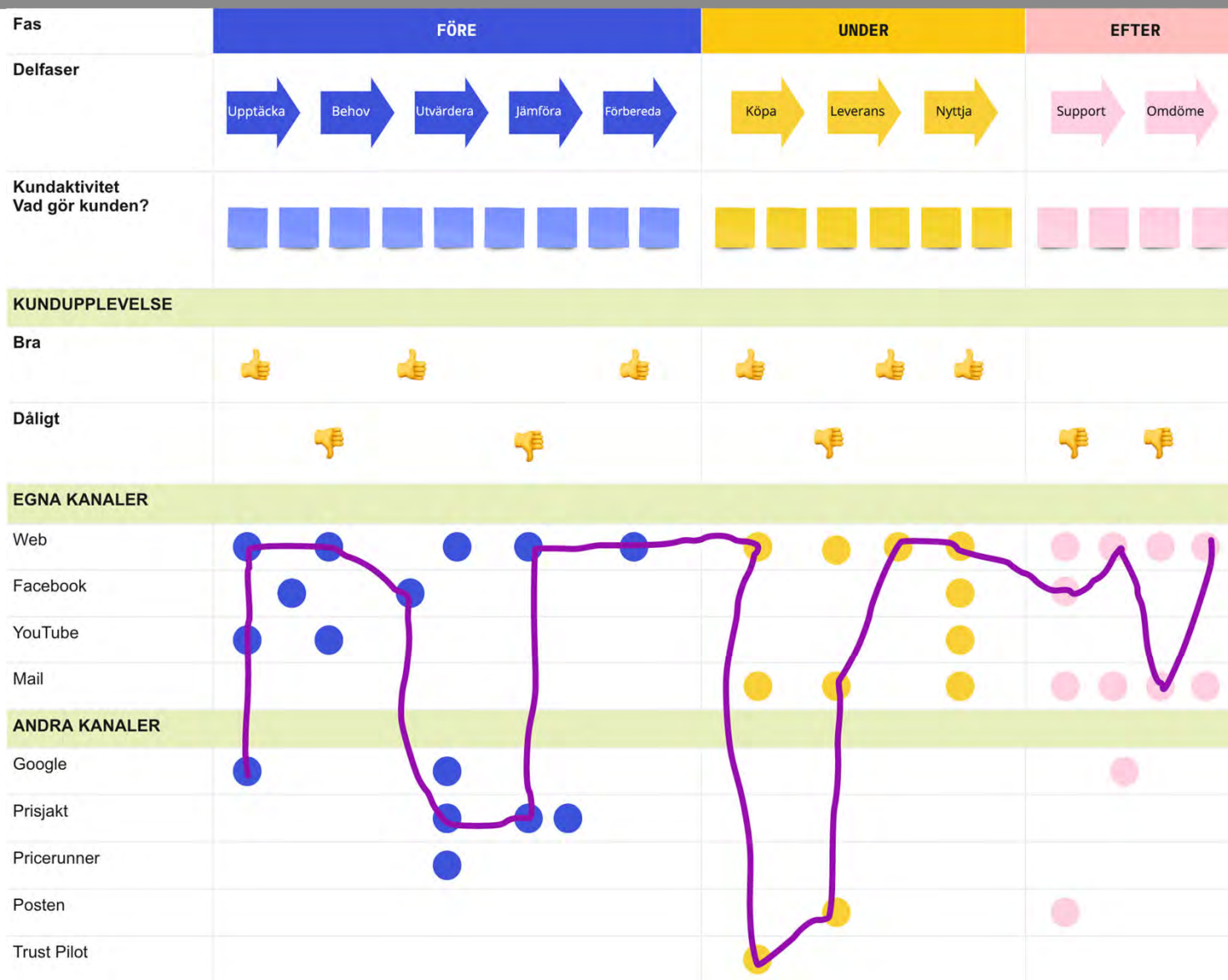
UNDER

EFTER

Hur möter vi kunden?

Single Channel

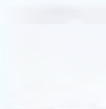




Kundresan – Touchpoints

Fas	FÖRE			UNDER					EFTER		
Kundaktivitet Vad gör kunden?											

Touchpoint, webbsida med kursutbud.

Touchpoint Beskriv stödet inom respektive IT-system.											
Information Vilken information överförs?											
Förmåga Vilken förmåga ansvarar för detta steg?											

Kundresan – Vilka besvär, problem, skav finns?

Fas	FÖRE			UNDER					EFTER		
Kundaktivitet Vad gör kunden?											
Beskriv stödet inom respektive IT-system.											
Information Vilken information överförs?											
Förmåga Vilken förmåga ansvarar för detta steg?											

Besvär Vilka besvär upplever kunden i sin aktivitet?											
Dämpare Hur kan vi dämpa besvären?											

Kundresan – Hur löser vi besvären?

Besvär Vilka besvär upplever kunden i sin aktivitet?	  	    	  
Dämpare Hur kan vi dämpa besvären?	  	    	  
Lösning för att dämpa besvär Förslag på lösning att dämpa besvär	  	    	  
Resurser Vilka resurser behöver vi för att göra förändringen?	  	    	  
Aktiviteter Vilka aktiviteter behöver vi göra för att dämpa besvären?	  	    	  

Kundresan – Förstärkare

Aktiviter Vilka aktiviteter behöver vi göra för att förstärka fördelarna?	 	 	
Resurser Vilka resurser behöver vi för att göra förändringen?	 	 	
Lösning för att förstärka fördel Förslag på lösning att förstärka fördelar	 	 	
Förstärkare Hur kan vi förstärka fördelarna?	 	 	
Fördel Vilka fördelar upplever kunden i sin aktivitet?	 	 	

Får Kundstufvet Vad gör kunden?	FÖR 	UNDER 	EFTER
Tecknare Beskriv stadiet inom respektive IT-system.			
Information Vilken information överförs?			
Förslag Vilken förslags ansvaret för detta steg?	 	 	

2025

Aktiviter Vilka aktiviteter behöver vi göra för att förstärka fördelarna?	  	    	  
Resurser Vilka resurser behöver vi för att göra förändringen?	  	    	  
Lösning för att förstärka fördel Förslag på lösning att förstärka fördelar	  	    	  
Förstärkare Hur kan vi förstärka fördelarna?	  	    	  
Fördel Vilka fördelar upplever kunden i sin aktivitet?	  	    	  
Fas	FÖRE	UNDER	EFTER
Kundaktivitet Vad gör kunden?	  	    	  
Touchpoint Beskriv stödet inom respektive IT-system.	  	    	  
Information Vilken information överförs?	  	    	  
Förmåga Vilken förmåga ansvarar för detta steg?	  	    	  
Besvär Vilka besvär upplever kunden i sin aktivitet?	  	    	  
Dämpare Hur kan vi dämpa besvärerna?	  	    	  
Lösning för att dämpa besvär Förslag på lösning att dämpa besvär	  	    	  
Resurser Vilka resurser behöver vi för att göra förändringen?	  	    	  
Aktiviteter Vilka aktiviteter behöver vi göra för att dämpa besvärerna?	  	    	  

Övning

1. Hur ser era touchpoints med kunder ut?



Vilka touchpoints har era kunder med er?



1. Vad gör era kunder för att hitta er?
2. Vad gör befintliga kunder?
3. Vad gör tidigare kunder?

Finns det något framtaget, ex. kundresor eller dylikt, som redan används?

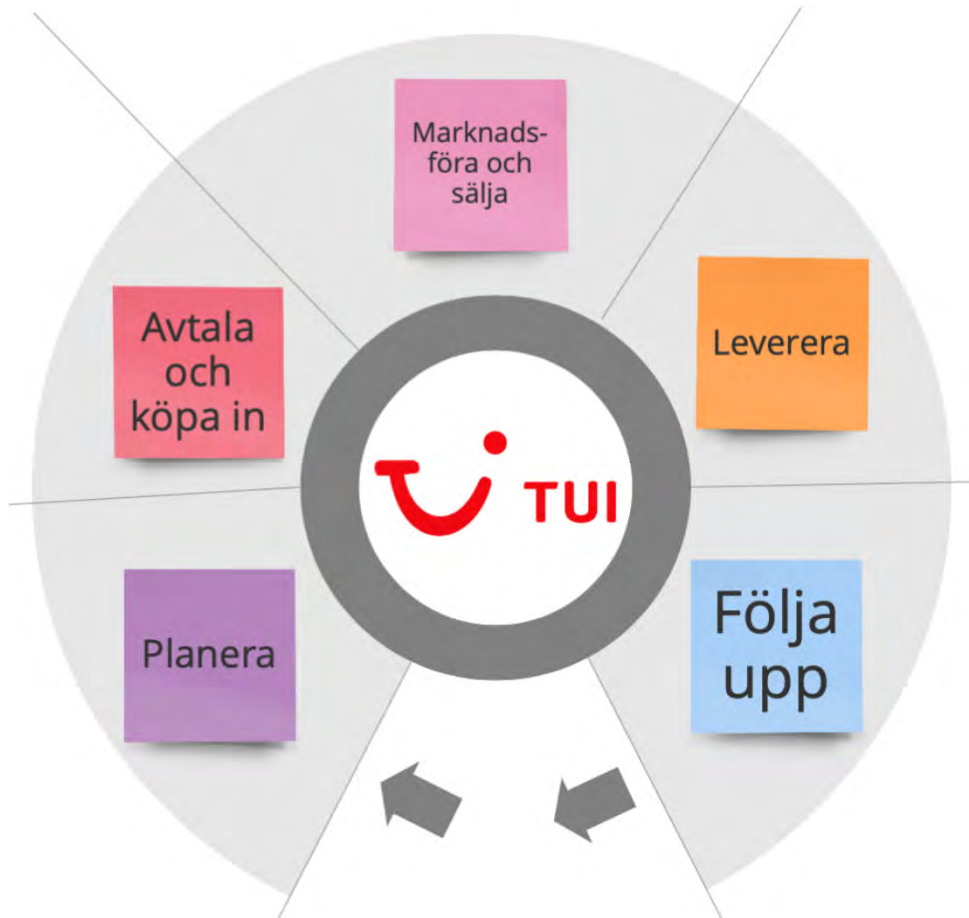
✓ Rita och fundera

Värdeflöde

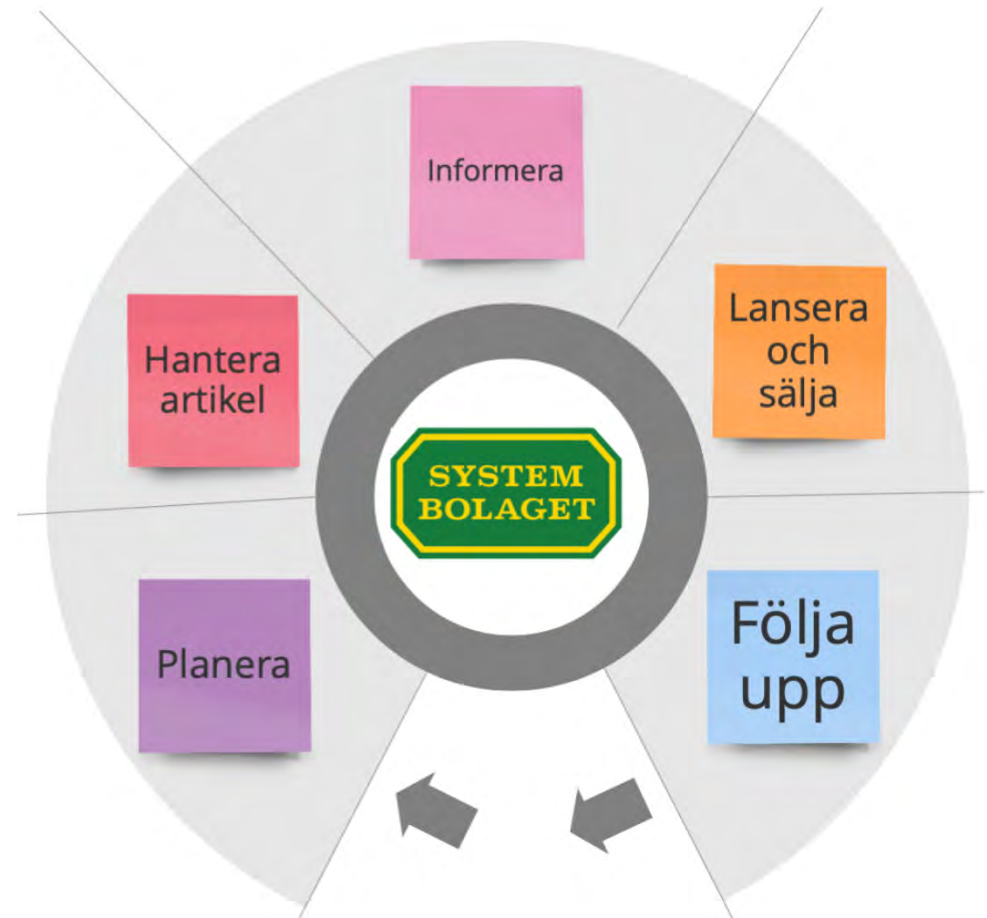
Vad är det?



Synliggör värdeflödet steg...



Resebranschen: Säsonger



Systembolaget: Sortimentsskiften

Övning

2. Hur ser ert värdeflöde ut?

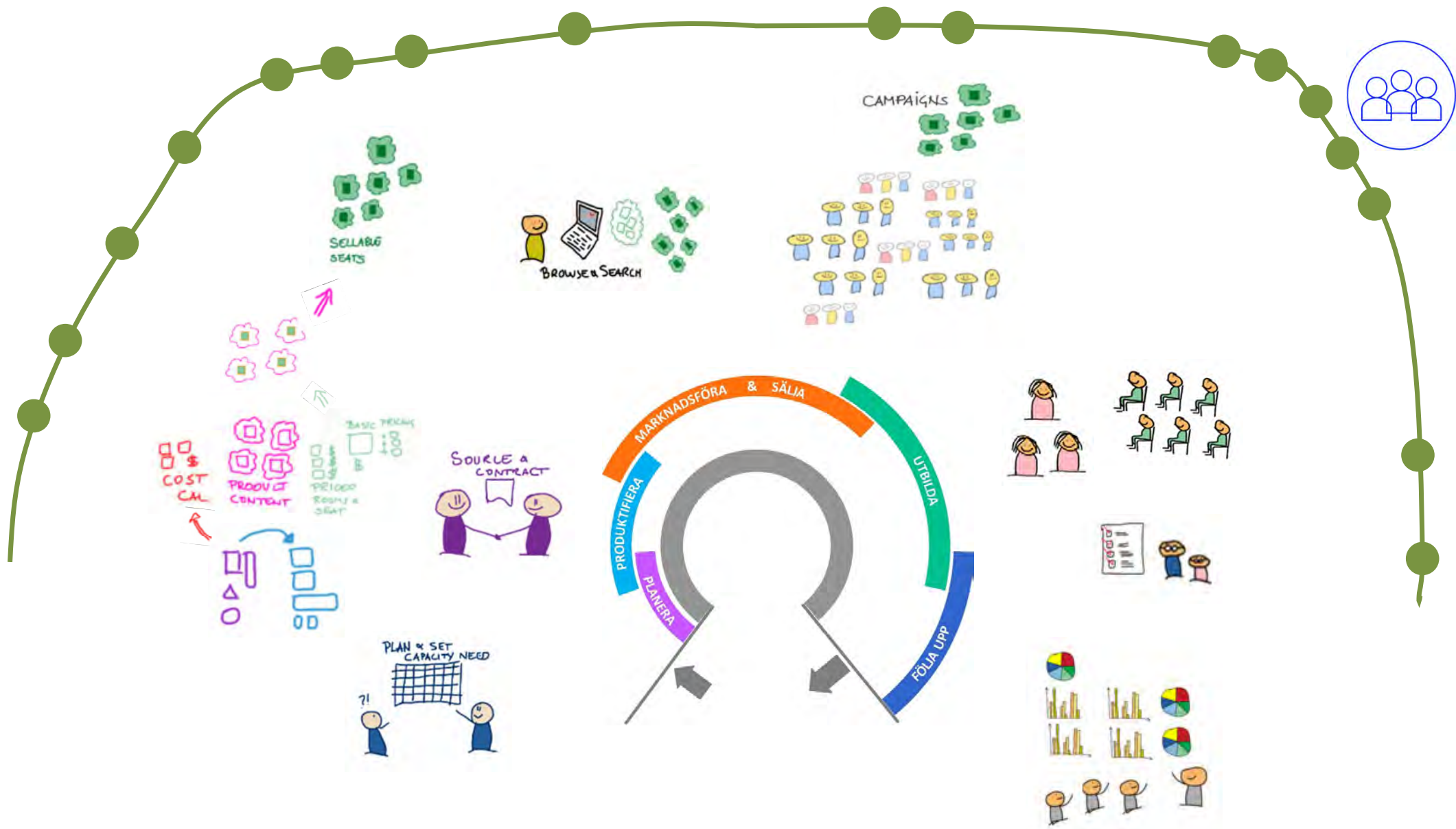


Hur ser ert värdeflöde ut?



Utgå från de touchpoints ni har tagit fram. Lägg dem 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



Verksamhetsförmåga

Vad är det?

Definition av en förmåga IASA:s version



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



Verksamhetsförmåga

Vad är en verksamhetsförmåga?

En verksamhetsförmåga (Business Capability) är en beskrivning av **VAD** en organisation kan göra för att uppnå sina mål, oberoende av hur det genomförs eller vilken teknologi som används.

Verksamhetsförmågor används för att skapa en strukturerad bild av en organisations kapacitet och styrka, vilket gör det lättare att planera, prioritera och utveckla verksamheten.

Centrala egenskaper hos en verksamhetsförmåga:

- Stabil – Förmågor förändras långsamt över tid eftersom de är kopplade till organisationens grundläggande funktioner, till skillnad från processer och system som ofta uppdateras.
- Affärsorienterad – En verksamhetsförmåga beskriver vad organisationen kan göra för att leverera värde, inte hur det görs.
- Oberoende av **organisation och teknik** – Förmågor är inte beroende av specifika IT-system, avdelningar eller metoder, vilket gör dem mer tidlösa.

Fördelar med verksamhetsförmågor

Ger en komponentmodell 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 en praktisk beskrivning av verksamheten utan hierarkiska nivåer

Verksamhetens byggblock

VERKSAMHETSFÖRMÅGA

Kompetens

Människor och kompetens för att styra och arbeta i verksamheten.

Regler

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

IT-system

IT-system som är integrerade delar av verksamheten.



Människor



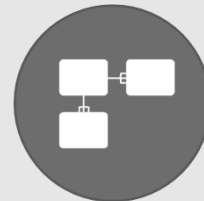
Regler



Kompetens



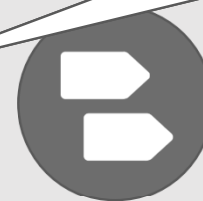
IT-stöd



Information



Mål



Processer

Mål

Mål och nyckeltal för att visa vad som är viktigt för förmågan och vad vi vill följa upp.

Verksamhetsinformation

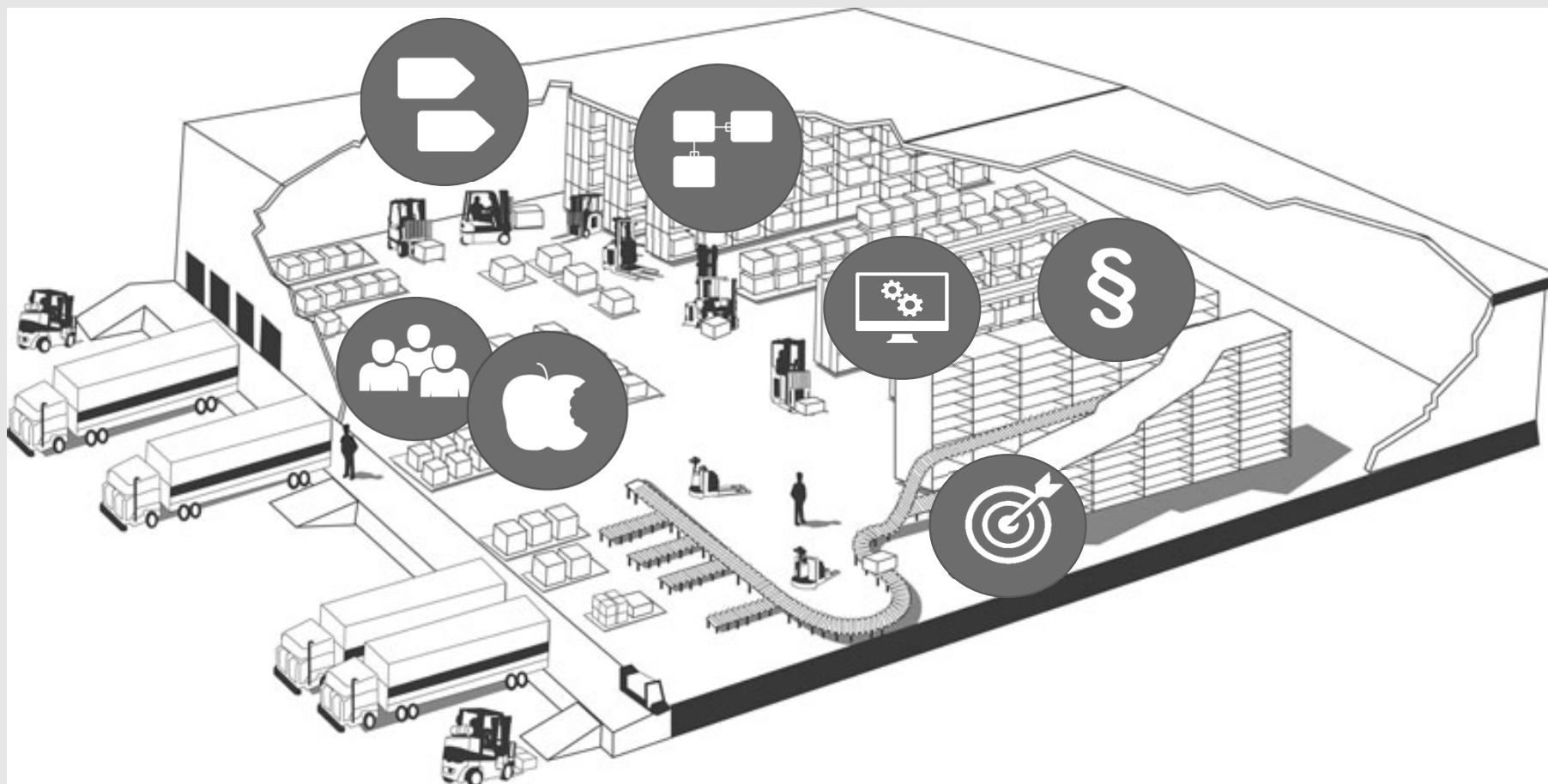
Information som verksamhetsförmågan behöver hantera. En del är intern och en del delas med andra

Processer

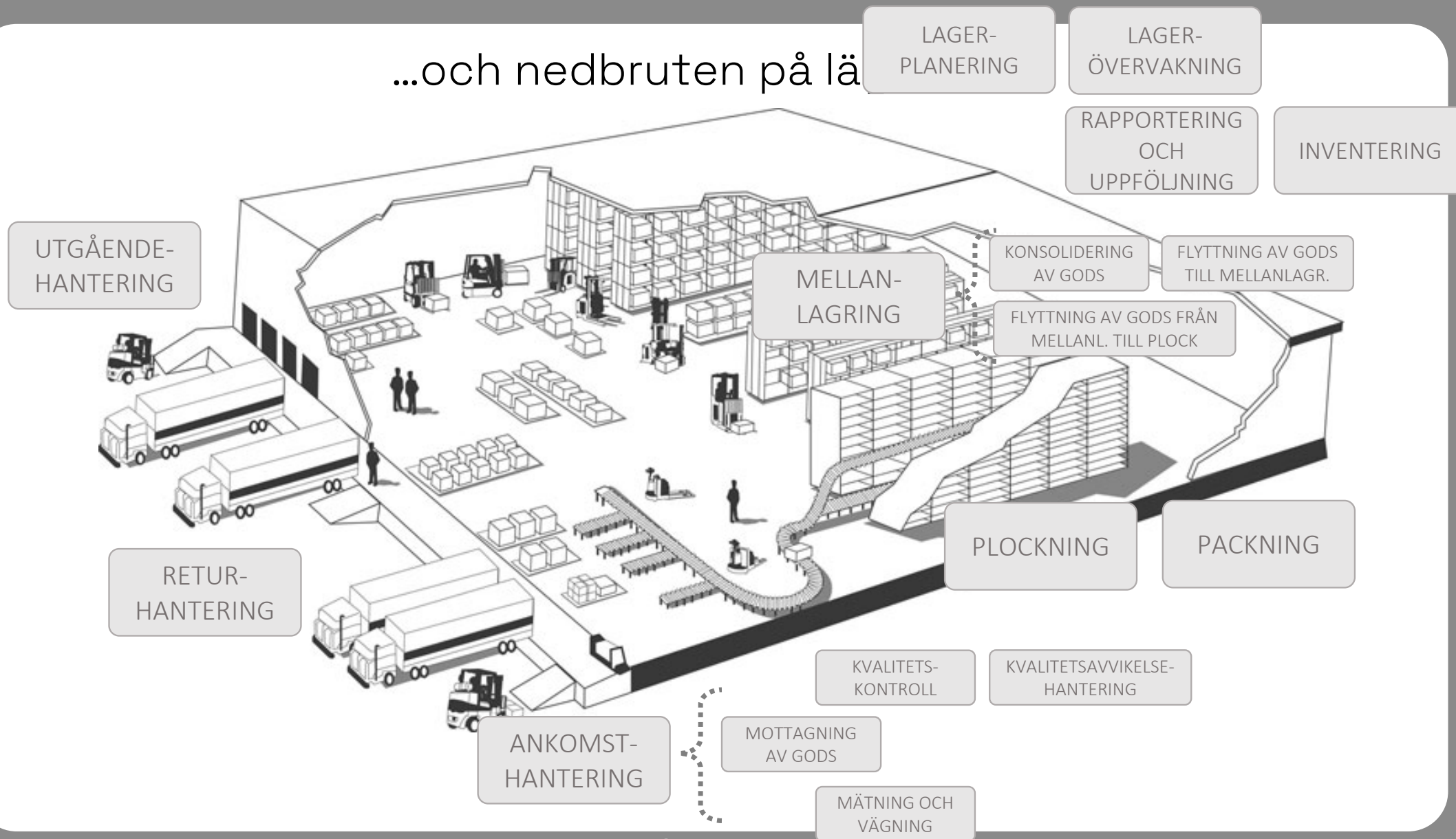
Processflöden som behövs för att förmågan ska fungera. Beskriver hur vi arbetar i förmågan.

Verksamhetsförmåga på hög nivå

LAGERHANTERING



...och nedbruten på lä



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.

Verksamhetsförmåga 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

Verksamhetsförmåga = VAD

De resurser en verksamhet behöver för att skapa resultat. En sammansättning av människor och resurser som behöver betraktas och hanteras som en helhet.

Hur används verksamhetsförmågor?

Exempel:

- Strategisk analys – Organisationer kan identifiera vilka förmågor som är kritiska och behöver stärkas för att nå sina mål och/eller påverkas av en förändring.
- Digital transformation – IT-strategier kan anpassas efter verksamhetens behov genom att koppla system till förmågor snarare än avdelningar.
- Effektiv resursallokering – Genom att förstå vilka förmågor som driver affären kan resurser fördelas mer effektivt.
- Mognadsanalys – Organisationen kan bedöma hur väl en viss förmåga fungerar och identifiera förbättringsområden.

Övning

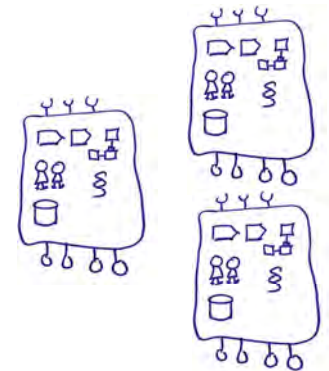
3. Vilka förmågor har ni?



Vilka förmågor har ni?

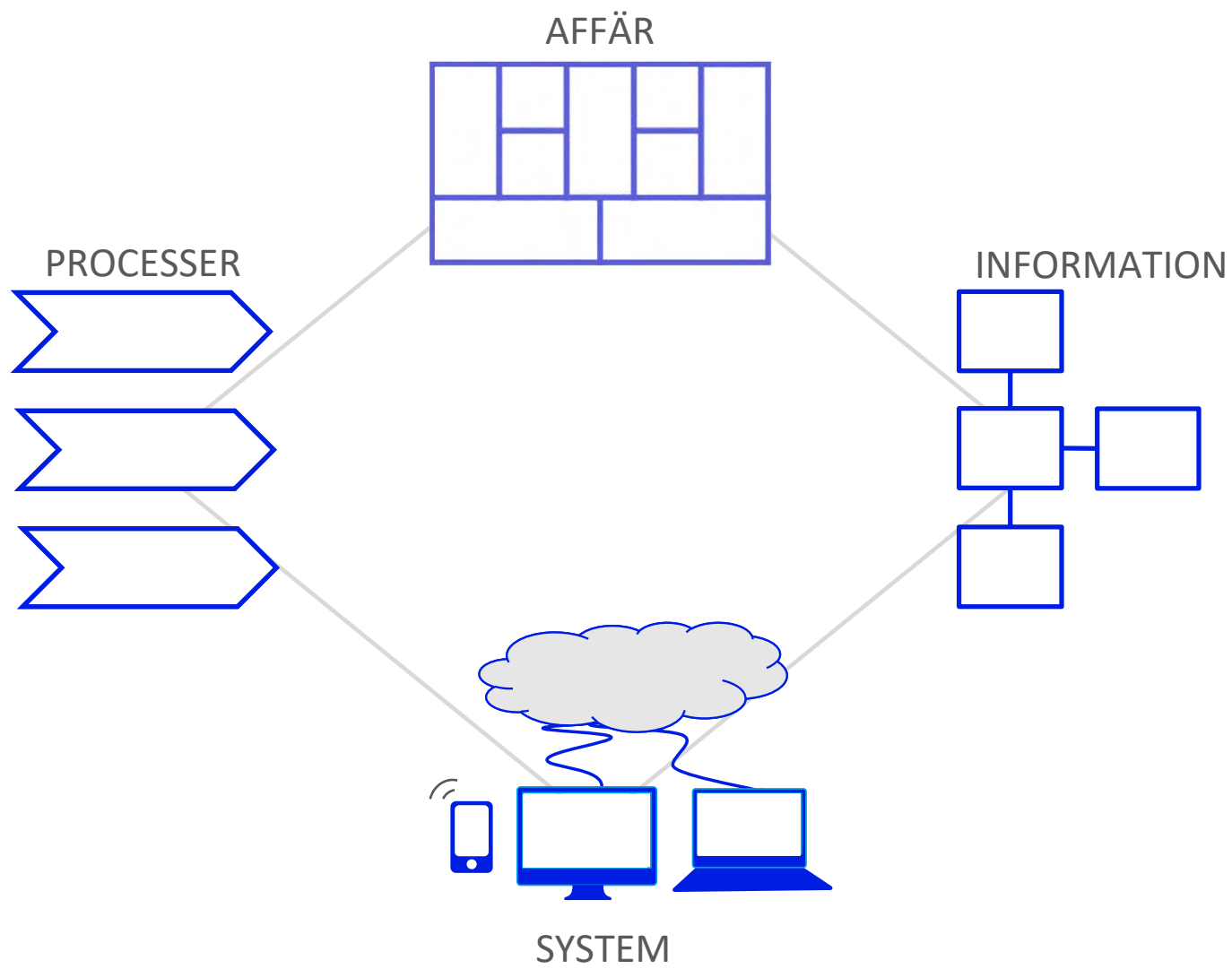


- Sätt ut förmågorna och namnsätt dem
- Vandra igenom din Vintergata och se om du fått med de viktigaste förmågorna
- Använd de gråa förmågelapparna från "Teckenförklaring/Legend" i Vintergatan-mallen
- Kontrollera mot er kundresa
- ✓ Skriv, lägg ut och fundera

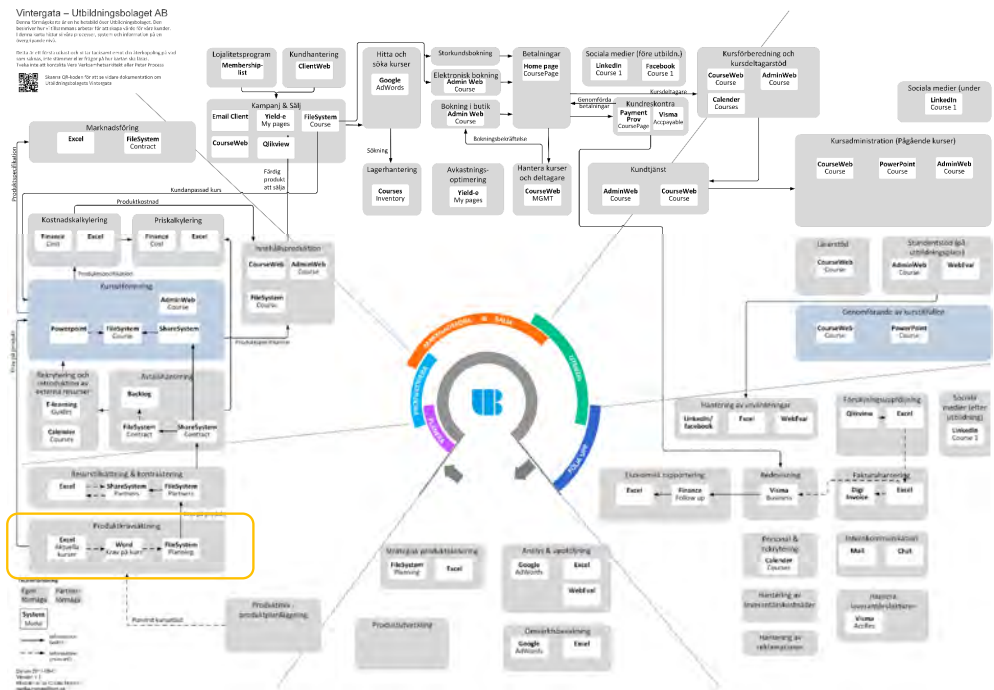
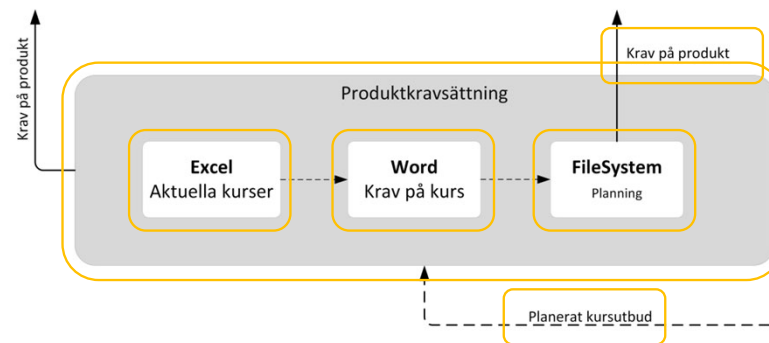


Förmågorna, IT-systemen och Informationen

Beroenden



Vintergatans delar



Övning

4. 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!

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!

Övning

5. 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?

Turas om att berätta

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

Reflektion av dagen



Vad var bra? Vad kan bli bättre?

Agenda 11 mars

- Förmågemodeller vs Vintergatan
- Kund- och leverantörsresor med Vintergatan
- Hantera komplexitet
- Vintergatan och era projekt

Lunch

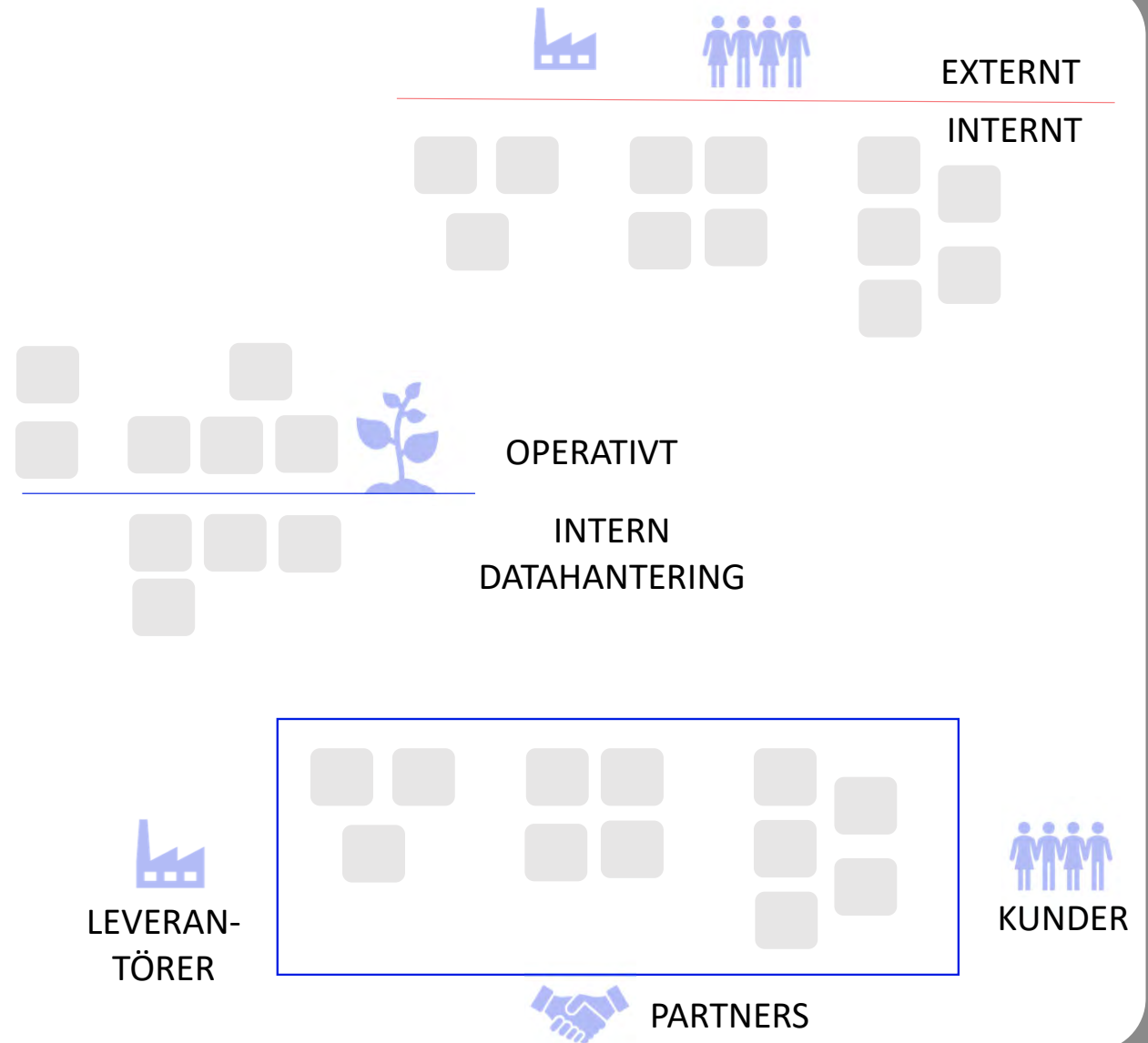
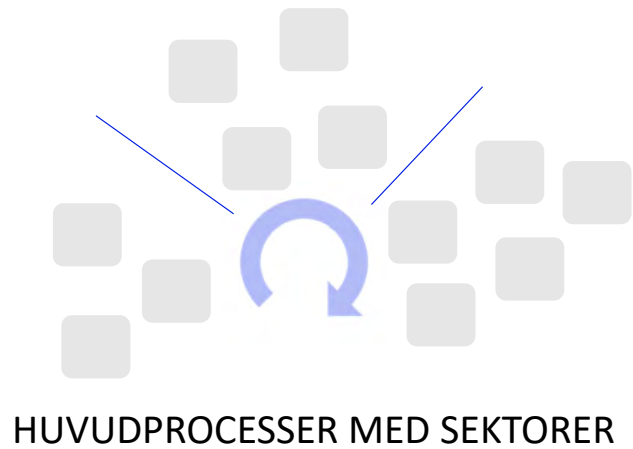
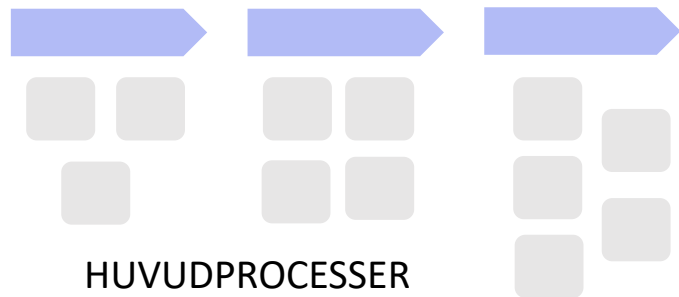
- Produkter och tjänster i Vintergatan
- Organisation
- Samspel mellan förmågor, värdeströmmar och organisation
- Projekt utifrån ett värdeströmsperspektiv
- Vintergatan som underlag för kravarbete



Förmågemodeller vs Vintergatan

En introduktion och översikt

Vilken geografi?



	INTERNA FÖRMÅGOR		EXTERNA FÖRMÅGOR		
	F11 Förmågeområde 1	F11 Förmågeområde 2	F11 Förmågeområde 3	F11 Förmågeområde 4	F11 Förmågeområde 5
STRATEGISK	F21 Verksamhetsförmåga 1.1	F21 Verksamhetsförmåga 2.1	F21 Verksamhetsförmåga 3.1	F21 Verksamhetsförmåga 4.1	F21 Verksamhetsförmåga 5.1
	F21 Verksamhetsförmåga 1.2	F21 Verksamhetsförmåga 2.2	F21 Verksamhetsförmåga 3.2	F21 Verksamhetsförmåga 4.2	F21 Verksamhetsförmåga 5.2
TAKTISK	F21 Verksamhetsförmåga 1.3	F21 Verksamhetsförmåga 2.3	F21 Verksamhetsförmåga 3.3	F21 Verksamhetsförmåga 4.3	F21 Verksamhetsförmåga 5.3
	F21 Verksamhetsförmåga 1.4	F21 Verksamhetsförmåga 2.4	F21 Verksamhetsförmåga 3.4	F21 Verksamhetsförmåga 4.4	F21 Verksamhetsförmåga 5.4
	F21 Verksamhetsförmåga 1.5	F21 Verksamhetsförmåga 2.5	F21 Verksamhetsförmåga 3.5	F21 Verksamhetsförmåga 4.5	F21 Verksamhetsförmåga 5.5
OPERATIONELL	F21 Verksamhetsförmåga 1.6	F21 Verksamhetsförmåga 2.6	F21 Verksamhetsförmåga 3.6	F21 Verksamhetsförmåga 4.6	F21 Verksamhetsförmåga 5.6
	F21 Verksamhetsförmåga 1.7	F21 Verksamhetsförmåga 2.7	F21 Verksamhetsförmåga 3.7	F21 Verksamhetsförmåga 4.7	F21 Verksamhetsförmåga 5.7
	F21 Verksamhetsförmåga 1.8	F21 Verksamhetsförmåga 2.8	F21 Verksamhetsförmåga 3.8	F21 Verksamhetsförmåga 4.8	F21 Verksamhetsförmåga 5.8

Ledning och styrning

Ledning

Styrning

Organisering

Demokrati och insyn

Kärnverksamheter

Hälsa, vård och omsorg

Näringsliv, arbete
och integration

Särskilda samhällsinsatser

Utbildning

Regional utveckling

Kultur, fritid och turism

Trafik och Infrastruktur

Fysisk planering och
byggnadsväsen

Miljö och samhällsskydd

Verksamhetsstöd

Informationsförvaltning

Ekonomihantering

Inköp och
inventariehantering

Lokalförsörjning och
fastighetsförvaltning

Juridikhantering

Information och
marknadsföring

Personalantering

Systemlivscykel-
hantering

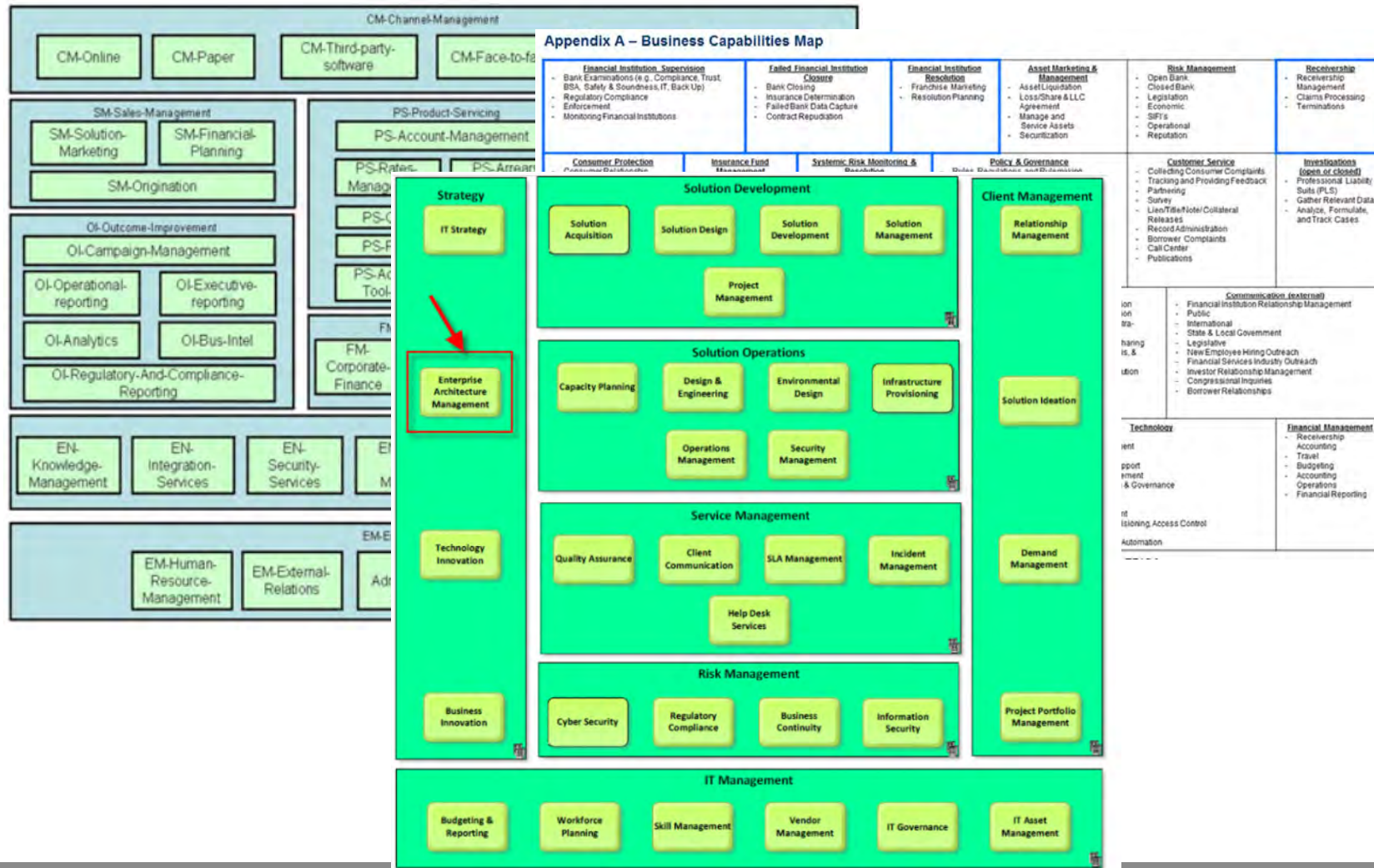
Förvaltningsstöd

Kris och säkerhet

Hantera förändring

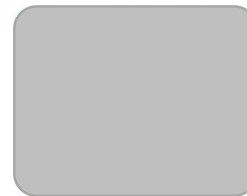
IT-leverans

Flera Business Capabilities





**Produkt-
utveckling**



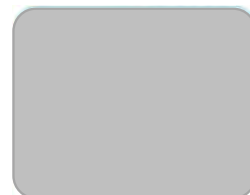
**Strategisk
planering**



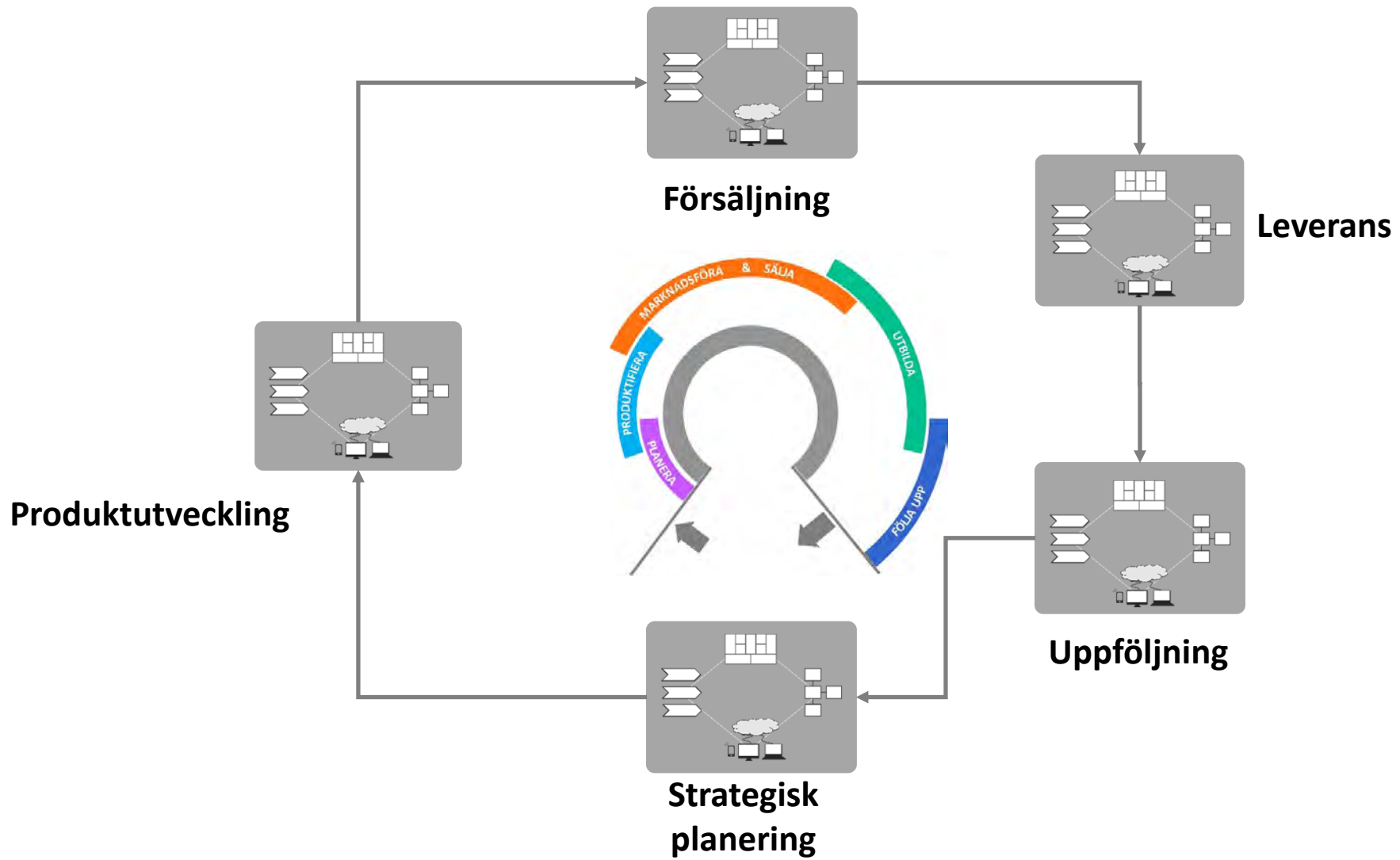
Leverans



Uppföljning



Försäljning



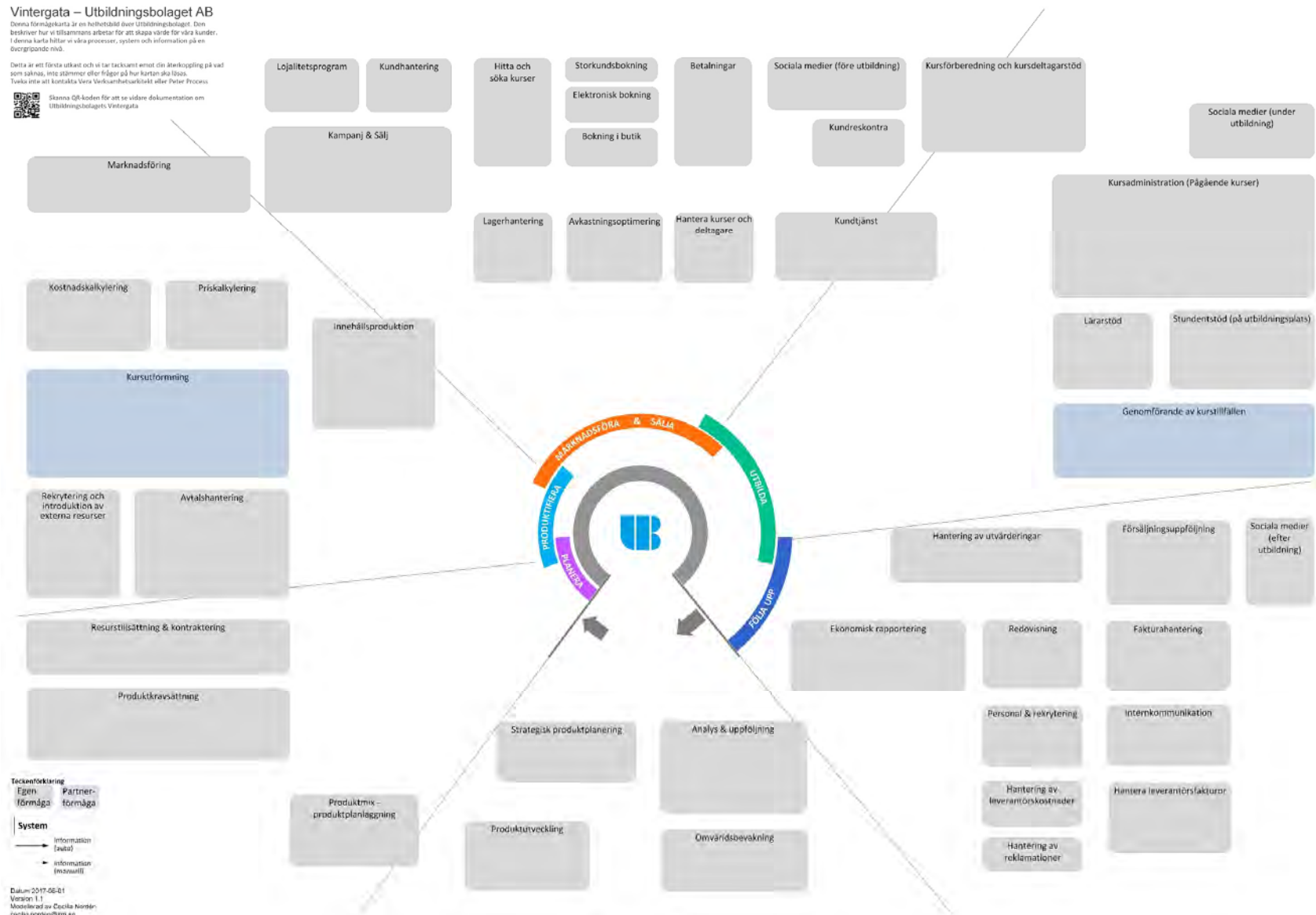
Vintergata – Utbildningsbolaget AB

Denna förmågekartan är en helhetsbild över Utbildningsbolagets. 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 tack emot era synpunkter på vad som saknas, inte stämmer eller frågor på hur kartan ska föras. Tveka inte att kontakta Vera Verksamhetsarkitekt eller Peter Process.



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





Vilka fördelar ser ni med verksamhetsgeografi?

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

<https://youtu.be/NqDGlcxYrhQ?feature=shared>

Kund- och leverantörsresor med Vintergatan

Vilken information utbyter vi och när?



© IRM 2025

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

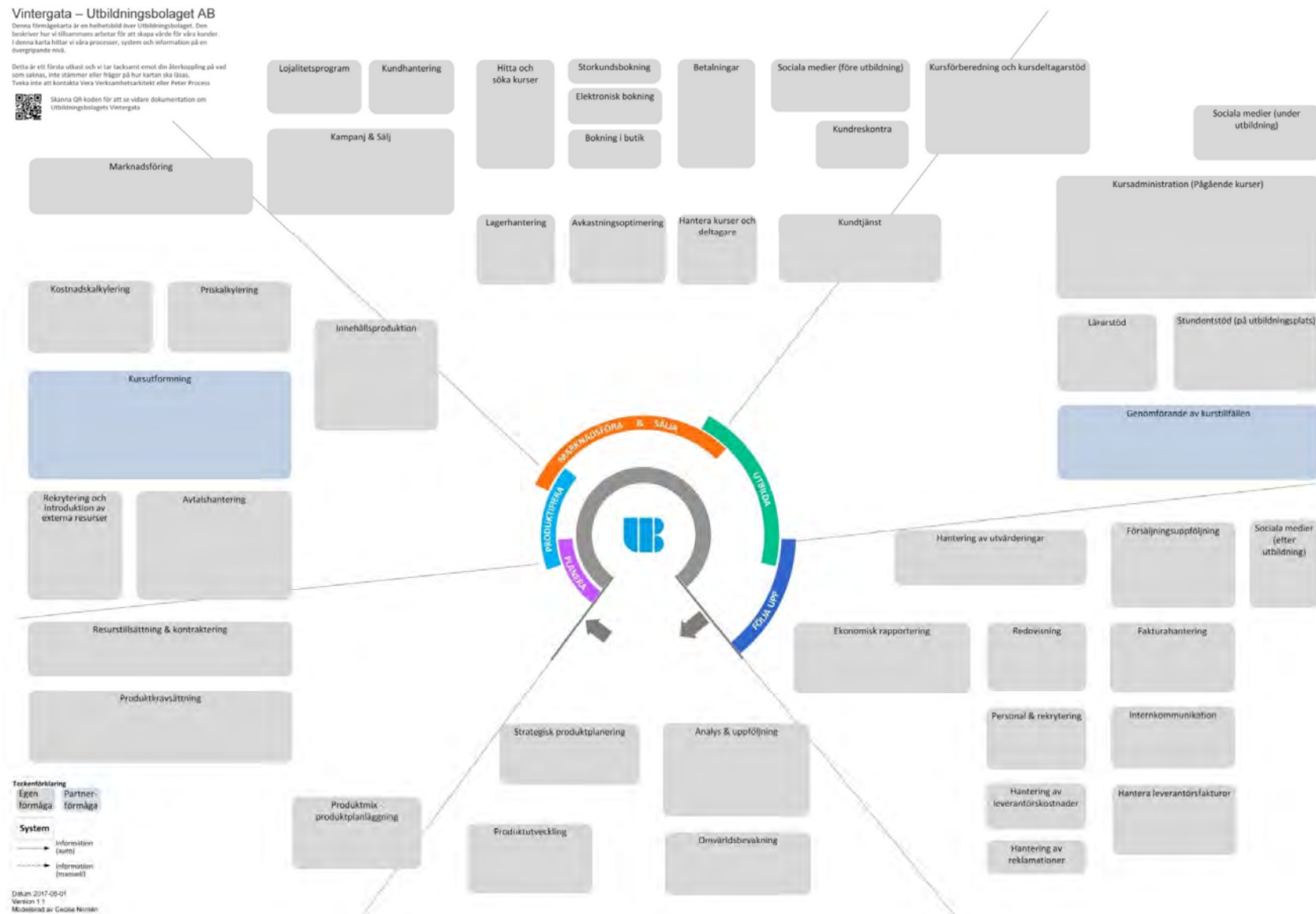
Vintergata – Utbildningsbolaget AB

Denna förmågekartan 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. Tänk inte att kontakta VERA Verkssamhetsarkitekt eller Peter Process.

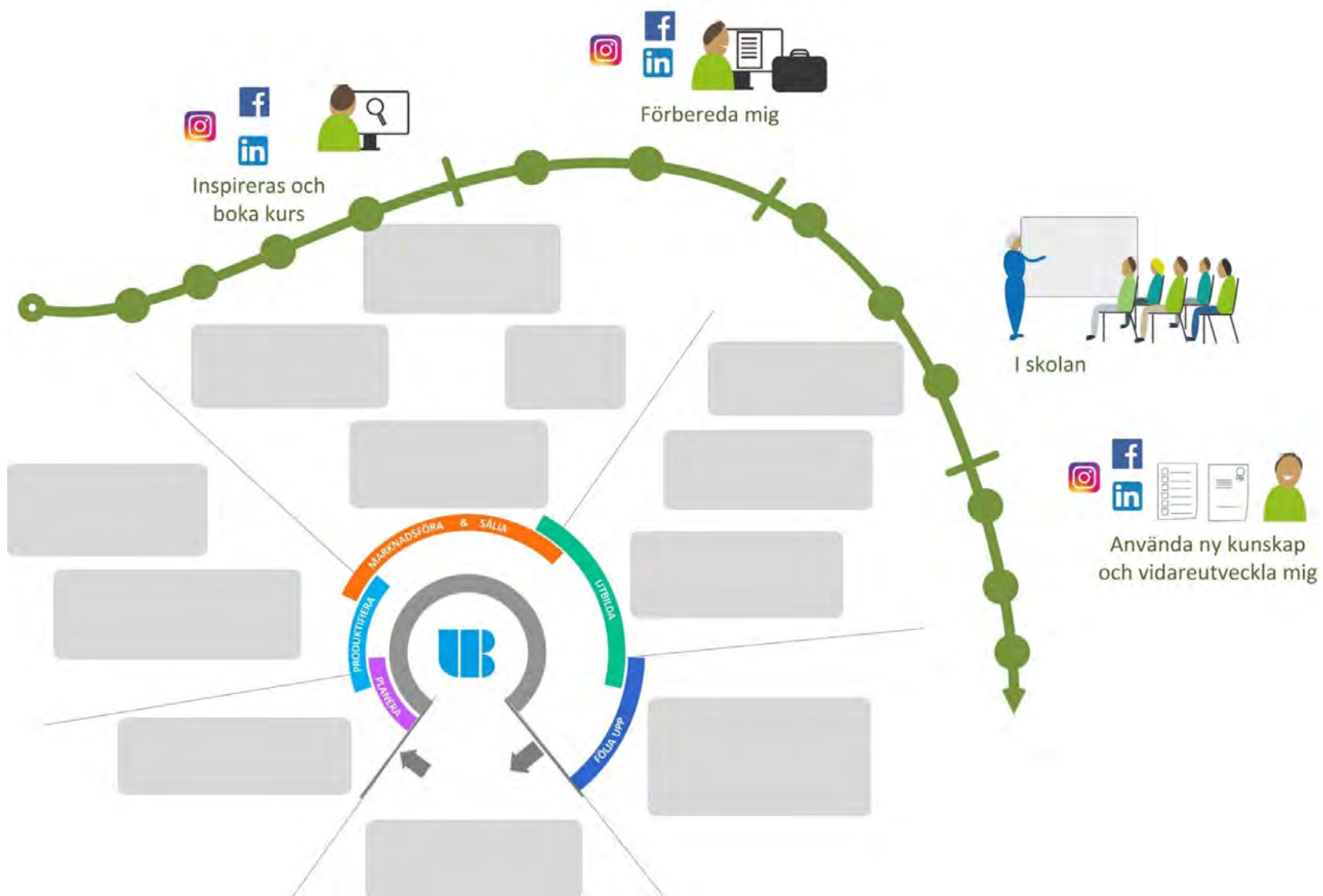


Skanna QR-koden för att se vidare dokumentation om Utbildningsbolagets Vintergata



Tekniskförklaring
Egen förmåga Partnerförmåga
System
— Information (auto)
--- Information (manuell)

Datum 2017-09-01
Version 1.1
Modellerad av Cecilia Norrén
cecilia.norren@irm.se





Före



Inspireras söka
och boka

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



Förbereda mig

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



Under



I skolan

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



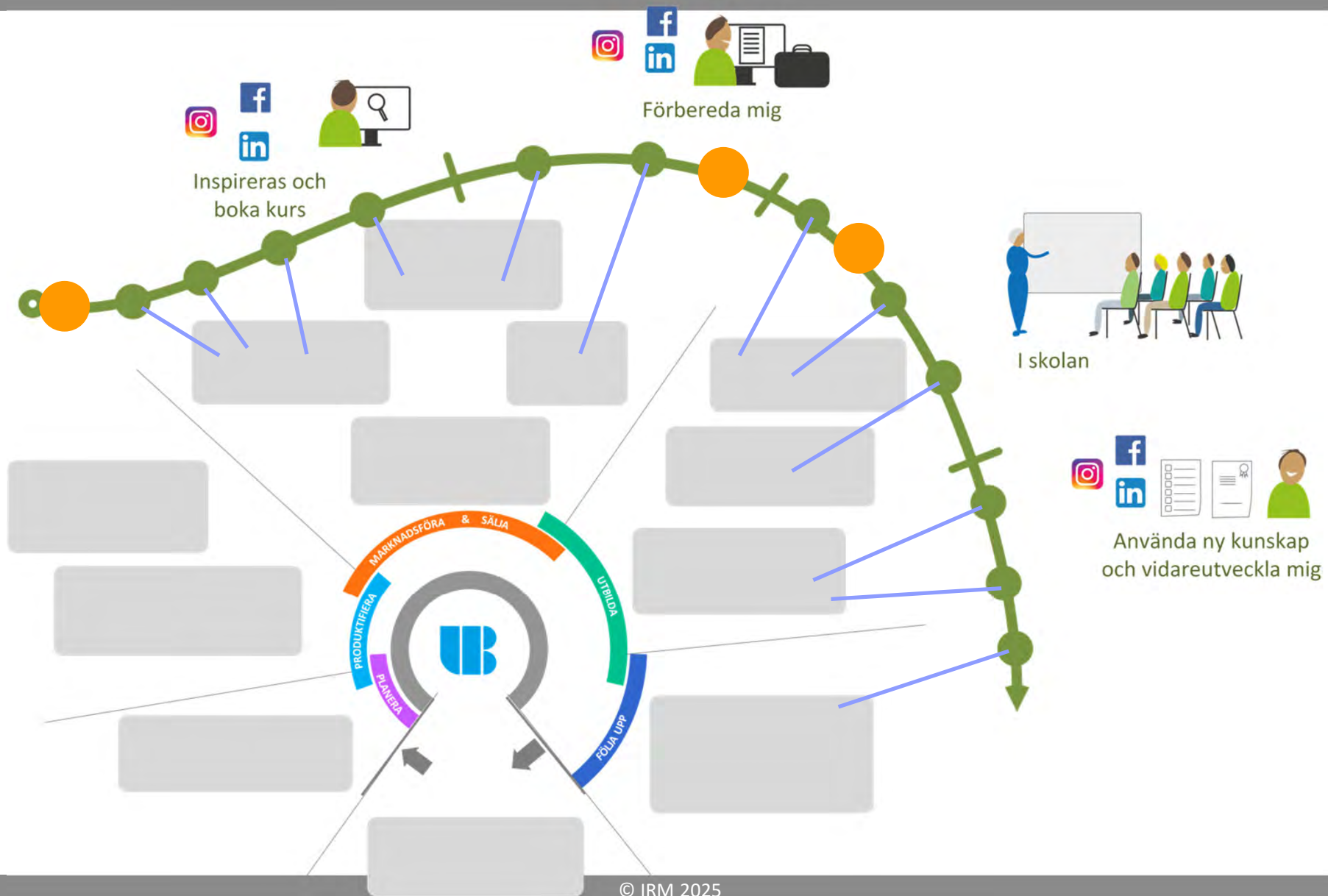
Efter

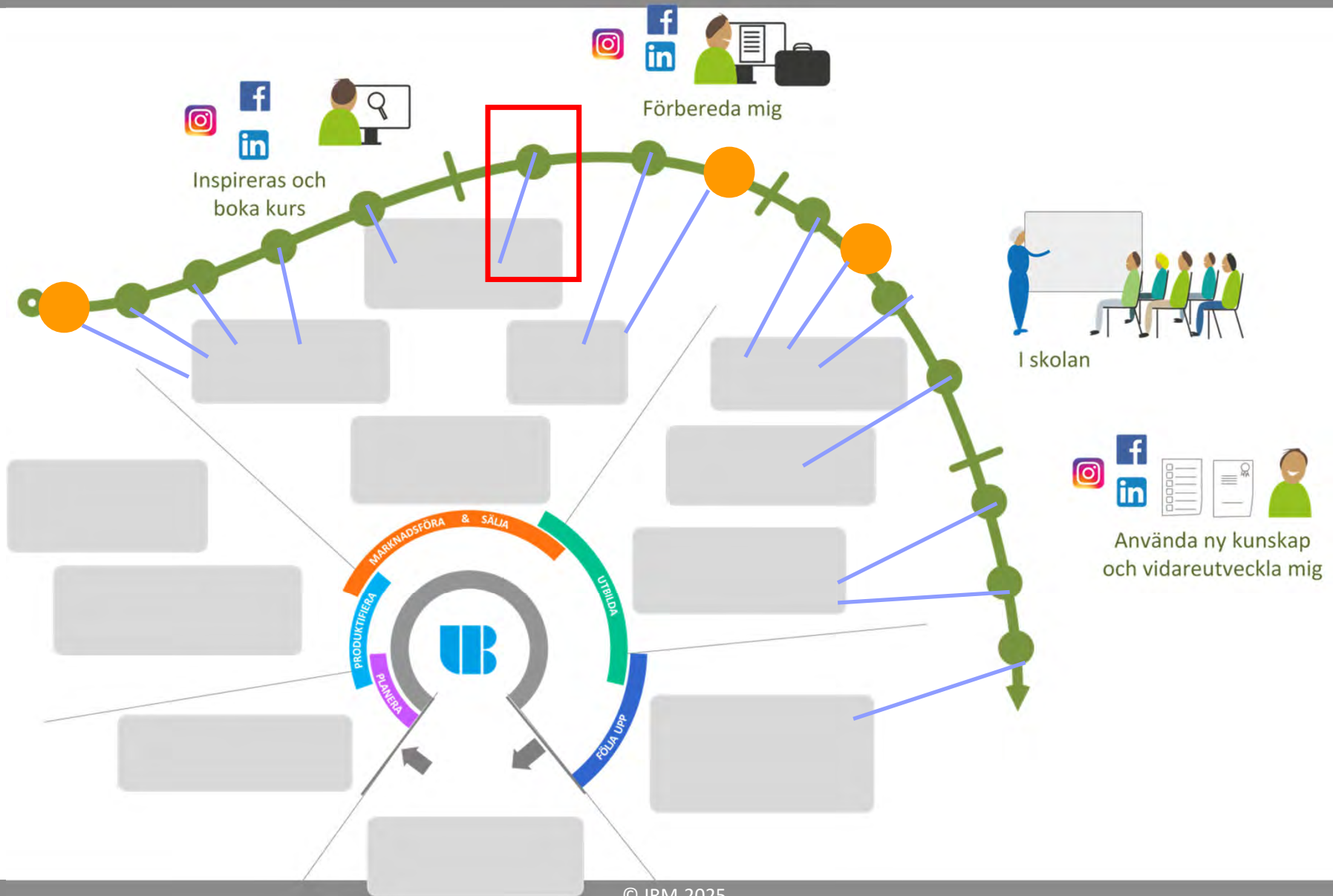


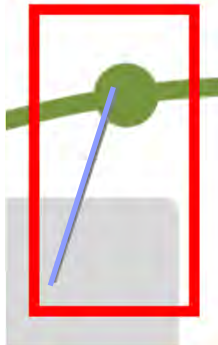
Använd och
vidareutveckla mig

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

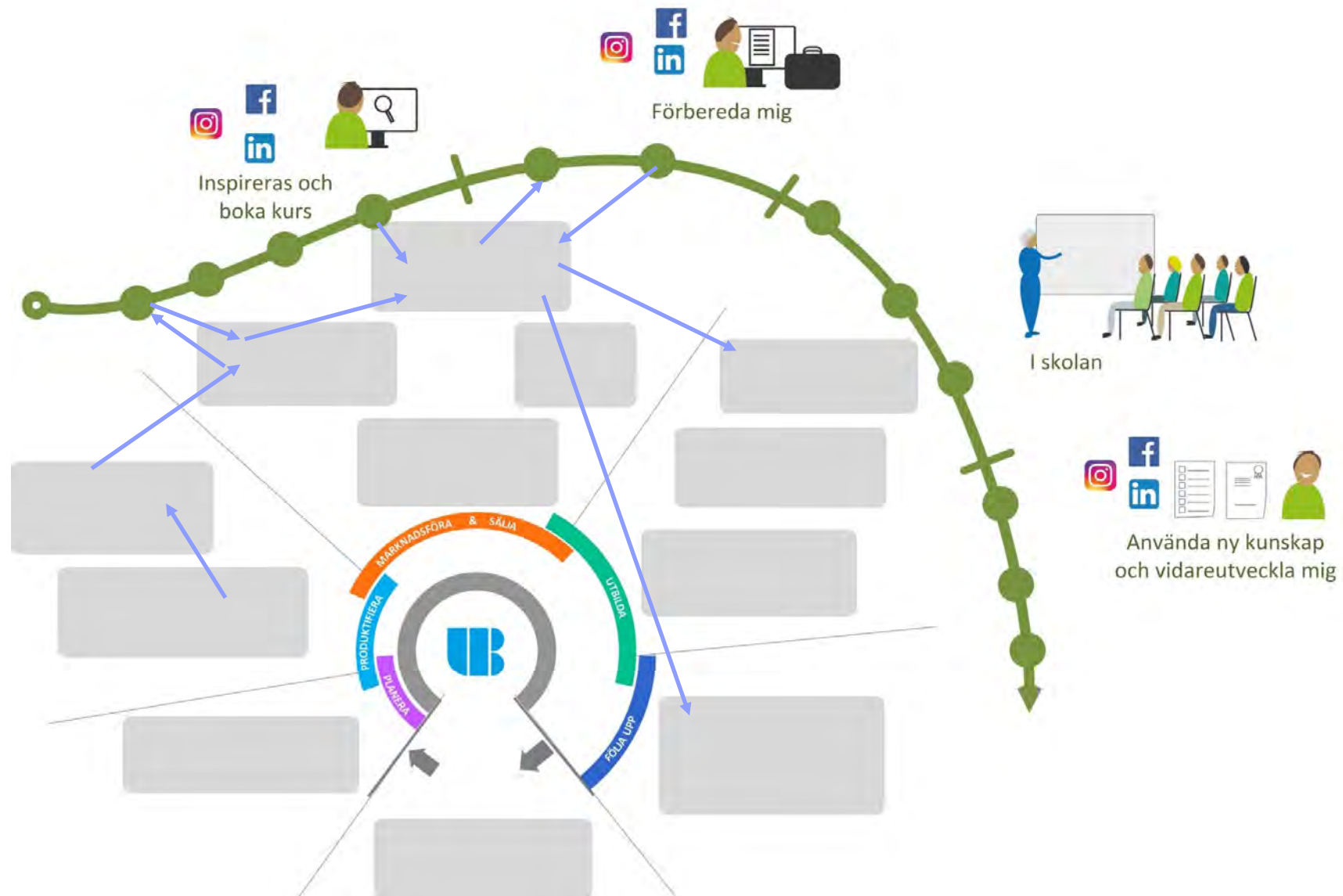








- Vilken information utbyts?
- På vilket sätt utbyts informationen?
- I vilka kanaler?
- Är någon annan förmåga längre fram i behov av att känna till något av detta?
- Hur för vi informationen vidare?
- Behöver förmågan känna till något mer för att kunna utföra sitt arbete på bästa sätt?
- Har vi den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



Övning

6. Fyll era förmågor med innehåll



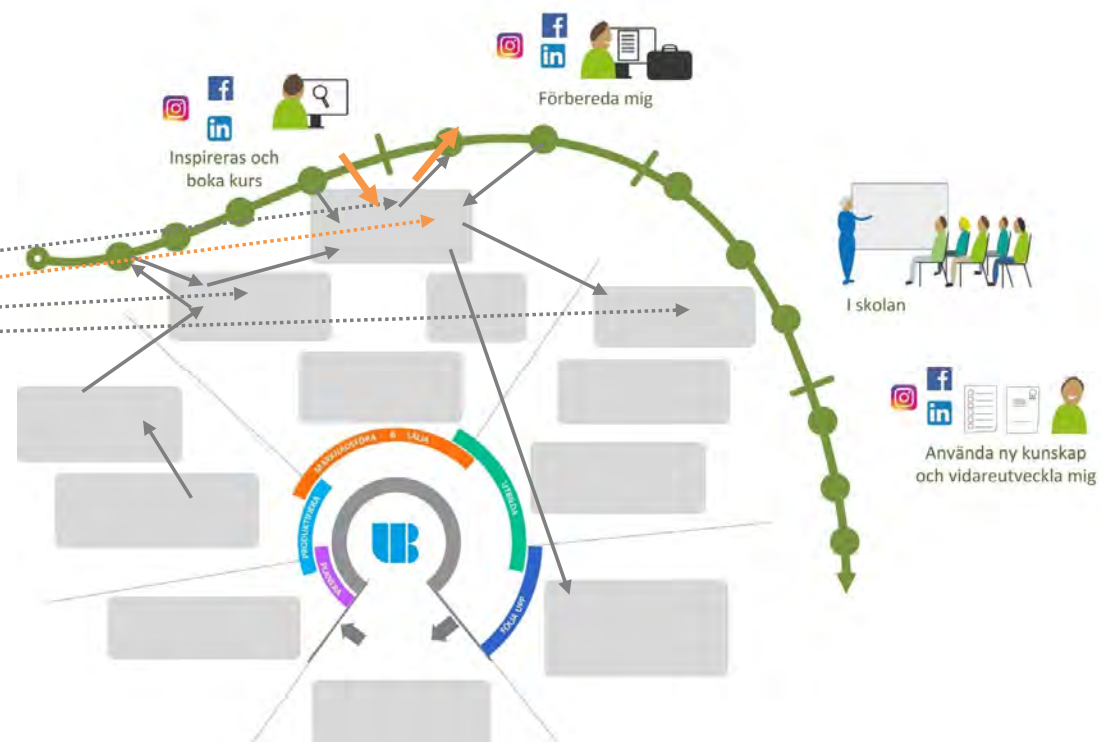
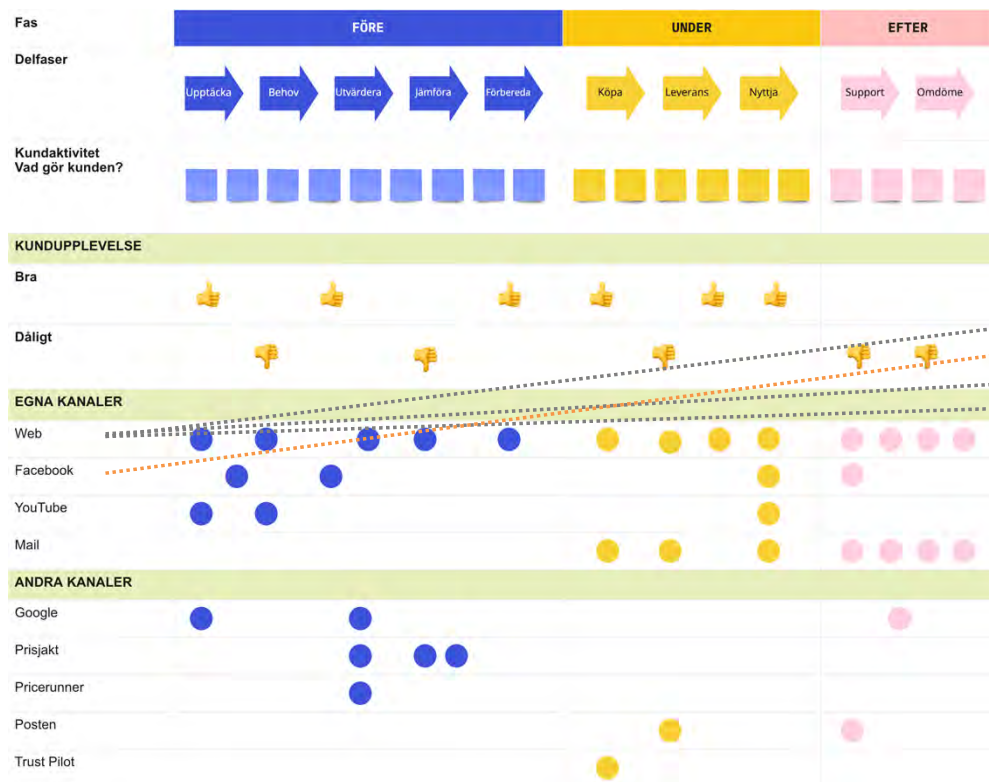
Bygg vidare

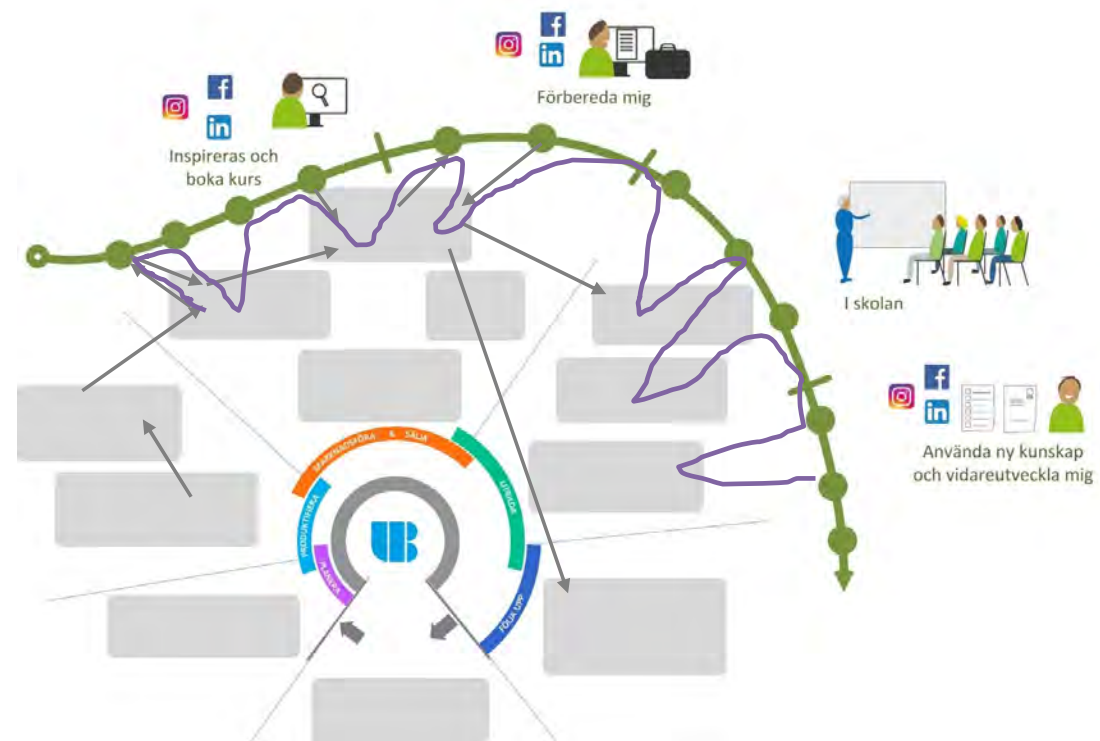


- Vilka förmågor ansvarar för vilka touchpoints?
- Titta på informationsutbyte mellan er kundresas touchpoints och er Vintergata
- Hittar ni nya system och informationsströmmar?
Ikoner:
Vita – system
Pilar - information
- Jobba på övningsytan i er frame
- Hittar du nya förmågor? Lägg till dessa!

**Hur hänger det här ihop
med kundresemodeller?**

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																		





Hantera komplexitet – förmågor

Förmågor / Princip – komplexitet

Beräkna risk

Beräkna
fordonsrisk

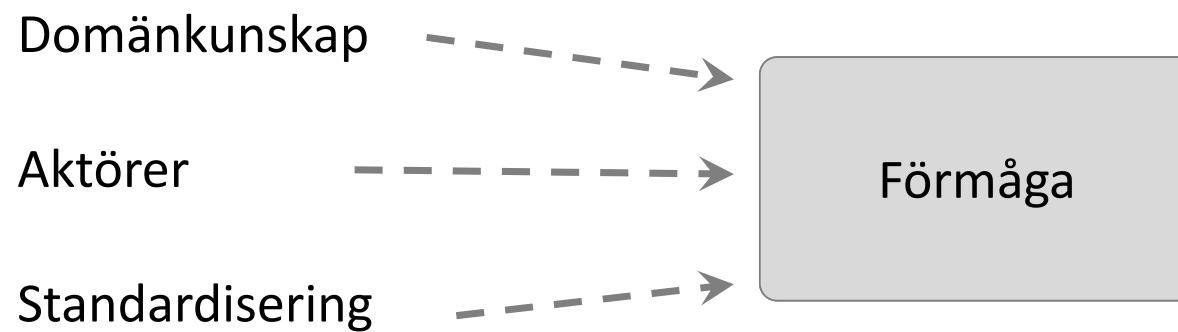
Beräkna
djurrisk

Beräkna
byggrisk

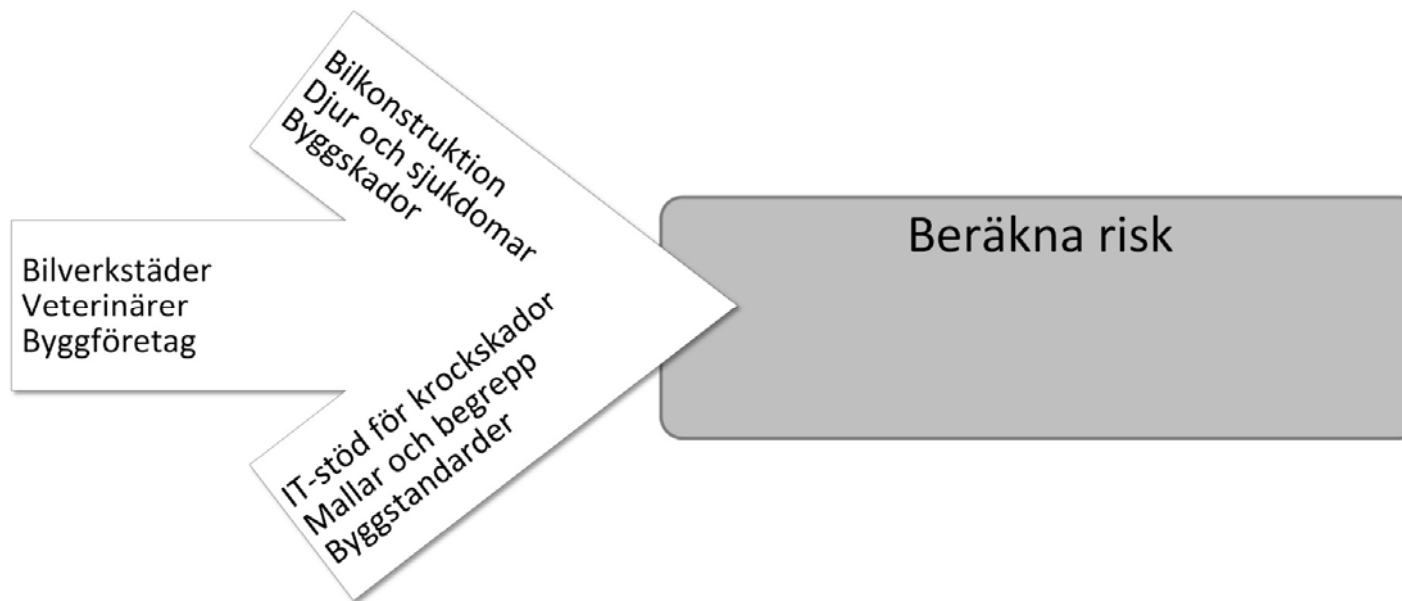
Skapa förmågor som inte är för komplexa.

Frågor: Ökar denna gruppering komplexiteten, eller inte? Minskar uppdelningen komplexiteten?

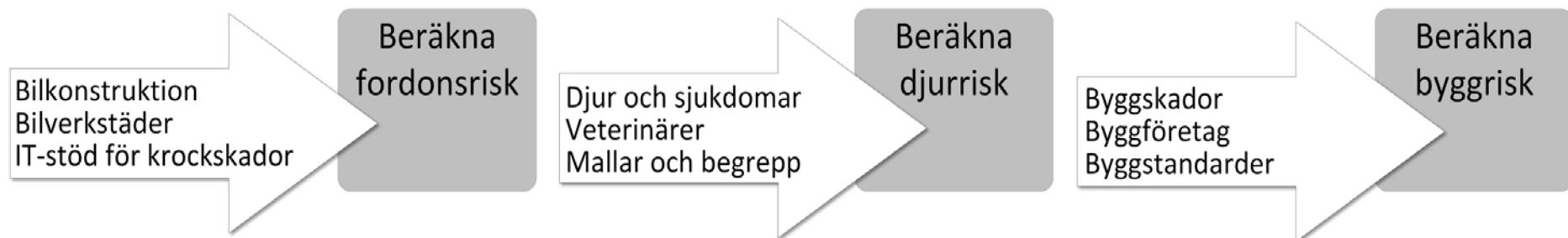
Analysera vad som driver komplexitet (Ashby's lag)



Analysera vilka externa drivare som skulle påverka en generell förmåga



Jämför komplexitet med små enskilda förmågor



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

Hur många förmågor?

Många:

- Ger flexibilitet
- 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

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 funktionen som en integrerad del av ordinarie verksamhetsförmåga.

Vi vill till exempel gärna se IT-utveckling som en ouplöslig 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 2:

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 3:

Se stödfunktionen som en egen verksamhetsförmåga.

En vanlig frågeställning:

Hur representerar vi funktioner som skär tvärs över hela verksamheten?

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

Alternativ 1:

Se ledningsarbetet som en integrerad del av ordinarie verksamhetsförmågor.

Vi vill gärna se en verksamhet som fraktal det vill säga att varje verksamhetsförmåga har sin egen ledning.

Alternativ 2:

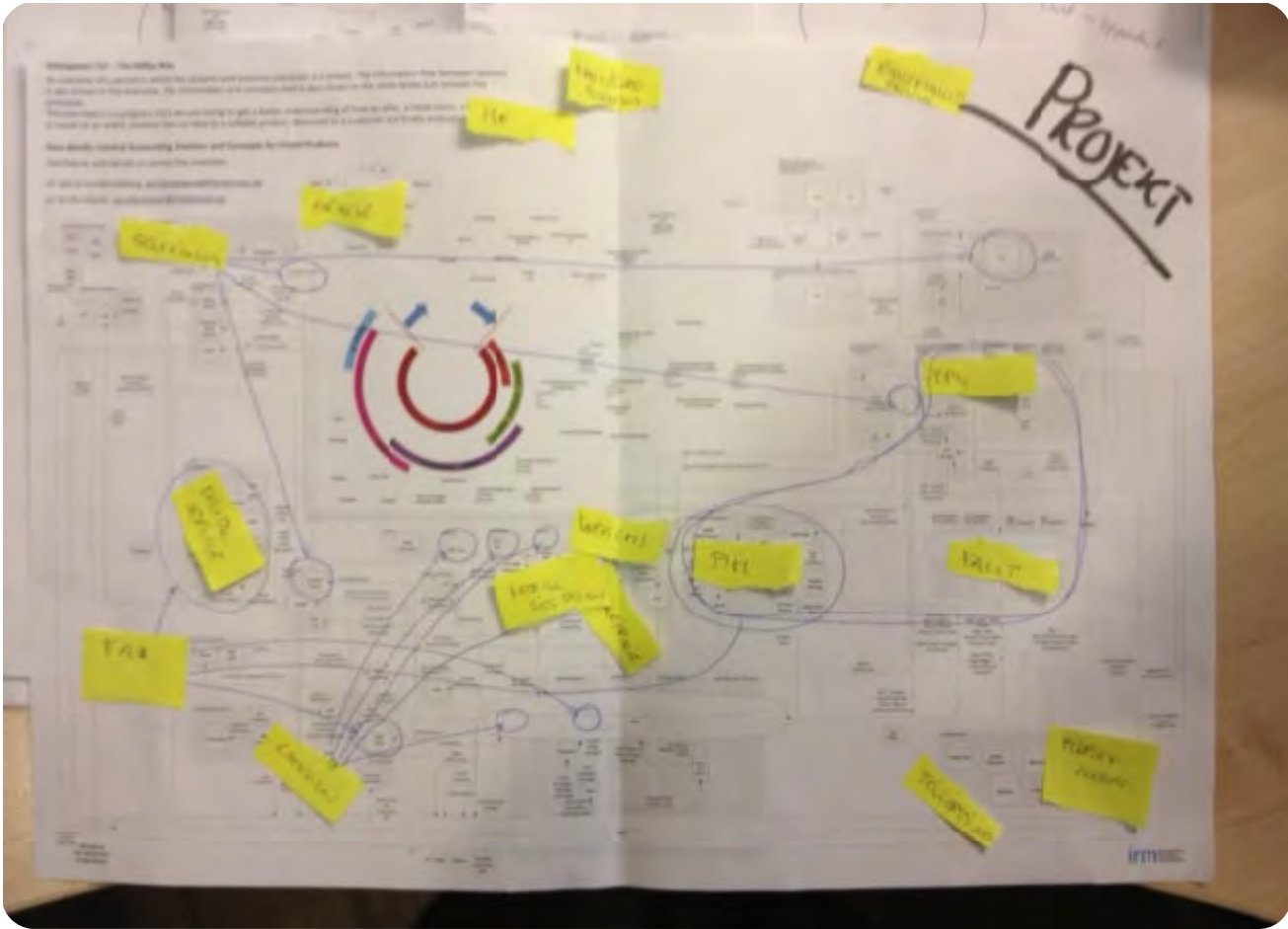
Se en ledningsfunktion som två delar, en som är integrerad i varje verksamhetsförmåga och en som är en central ledningsförmåga som leder/stödjer specifika behov hos varje verksamhetsförmåga.

Alternativ 3:

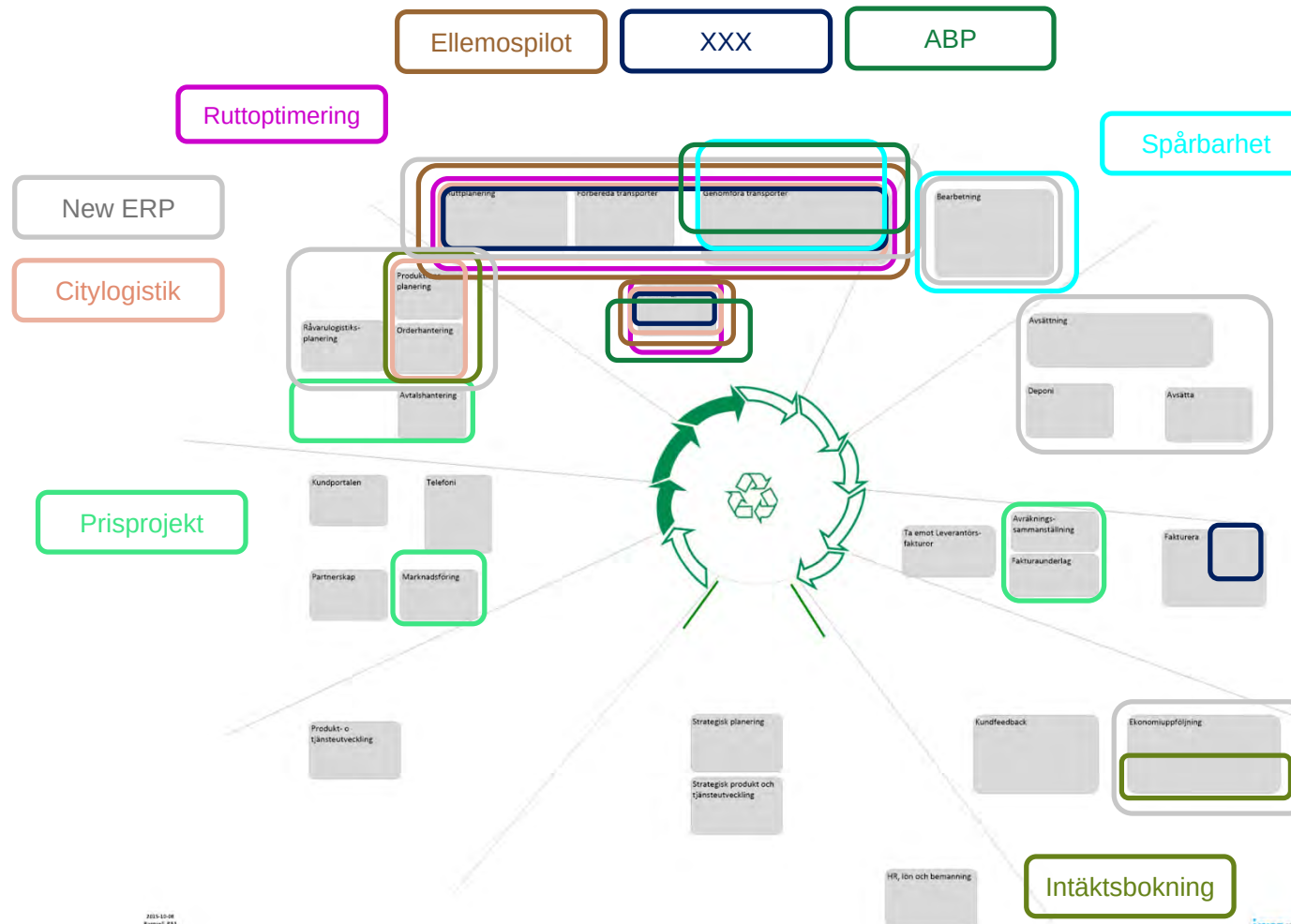
Se ledningsfunktionen som en egen verksamhetsförmåga.

Vintergatan och era projekt

Kombinera med projektperspektivet



Vintergatan och Projektportföljen



2015-10-08
Rapport F&S
Andreas Ryner

irm
INTEGRERAD
RESURSMANAGER

Övning

7. 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

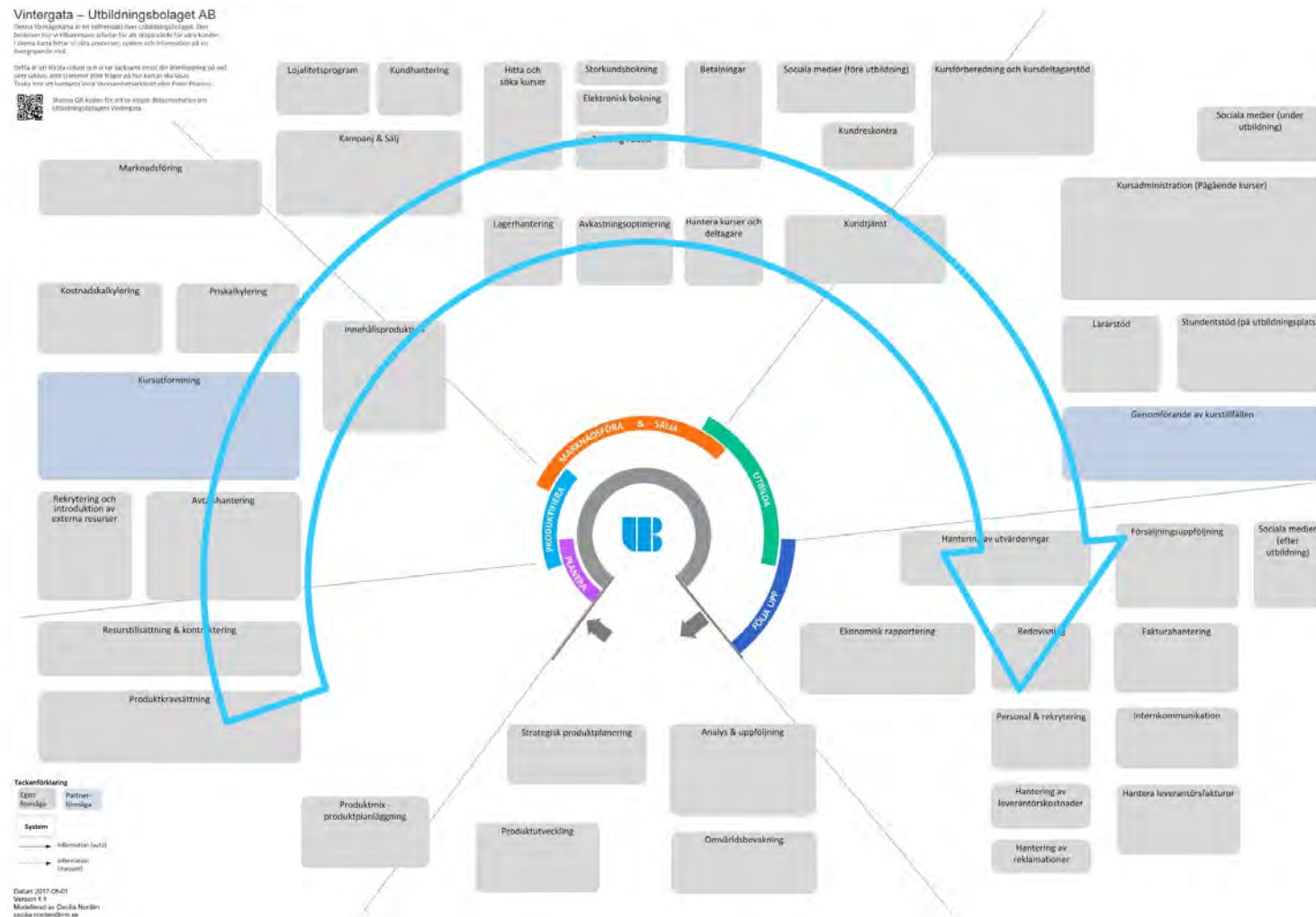
Lunch!



Produkt- & tjänsteperspektiv

Se era värdeströmmar

Vintergata – Utbildningsbolaget AB
 Denna förpackning är ett tillbehör till vårt utbildningsbolag. Den
 innehåller en mängd olika verktyg för att hjälpa dig att nå dina
 mål. Vi vill också berätta om våra produkter och tjänster till dig.
 Vi vill också berätta om våra produkter och tjänster till dig.



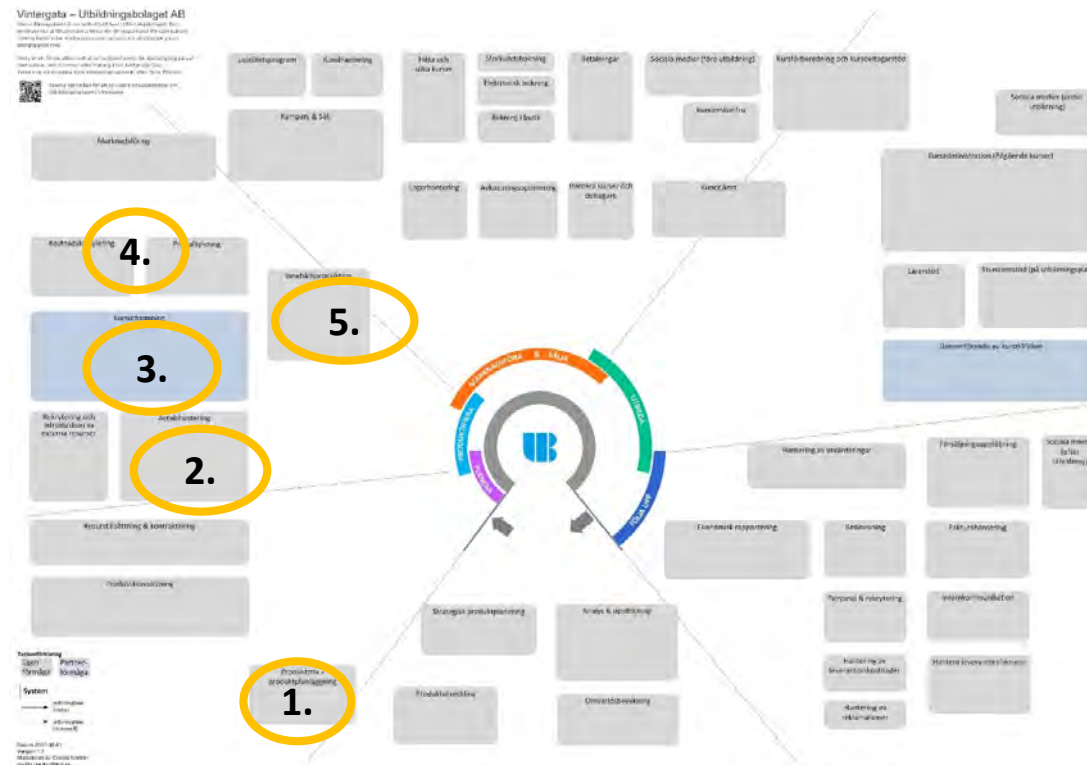
5. Information om produkten

"Introduktion till Miro" med bilder & text.

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

3. En onlineprodukt
"Introduktion till Miro"

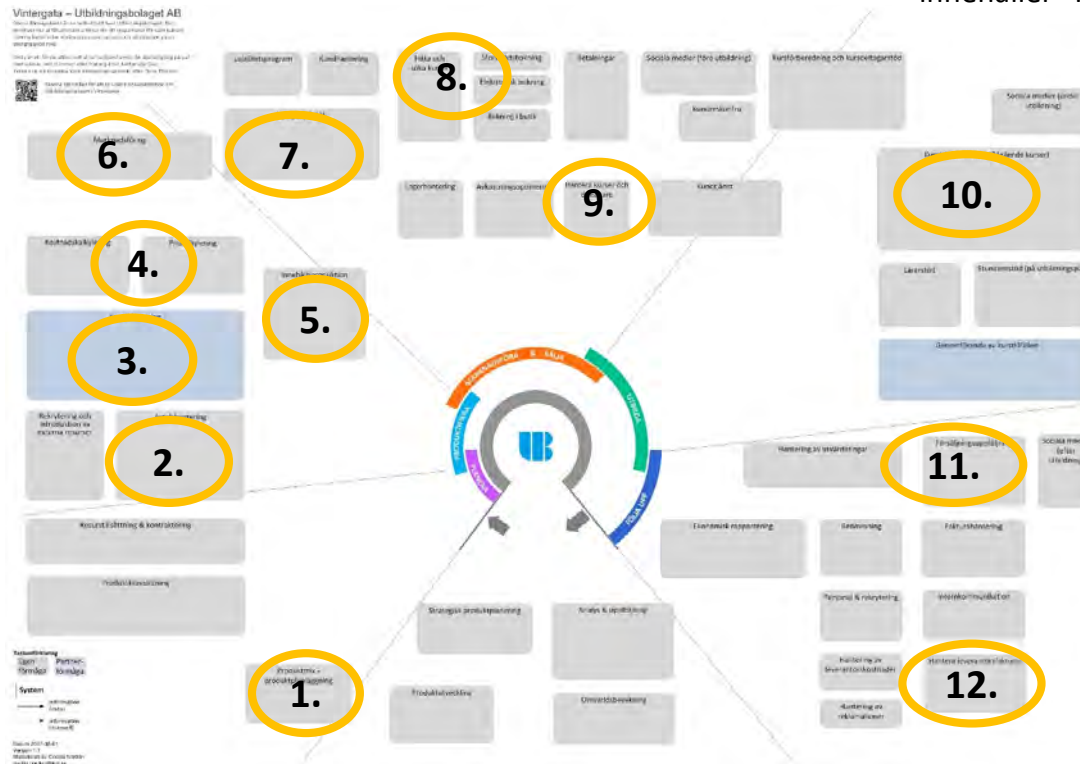
2. I kontraktet med partner
"Miroexperterna AB"



1. Terminens plan
"Onlinekurser"

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

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



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

Övning

8. 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!

Denna förmågekartan 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.



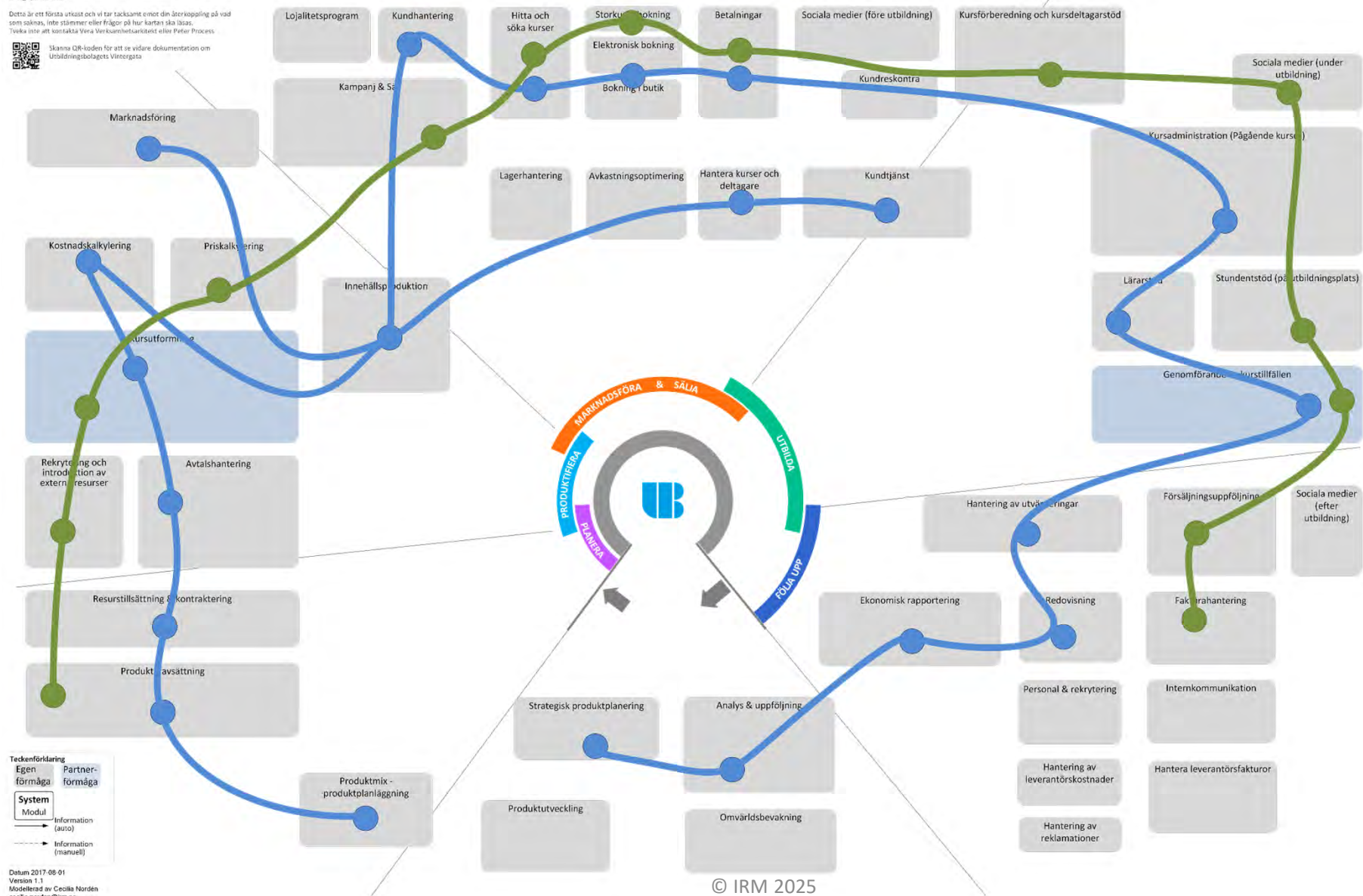
Vintergata – Utbildningsbolaget AB

Den här föreläsningen är en översikt 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 tack emot er om du återkopplar på vad som saknas, inte stämmer eller frågor på hur kartan ska läsas. Tveka inte att kontakta Viva Verkshuset/arkitekt eller Peter Process.



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



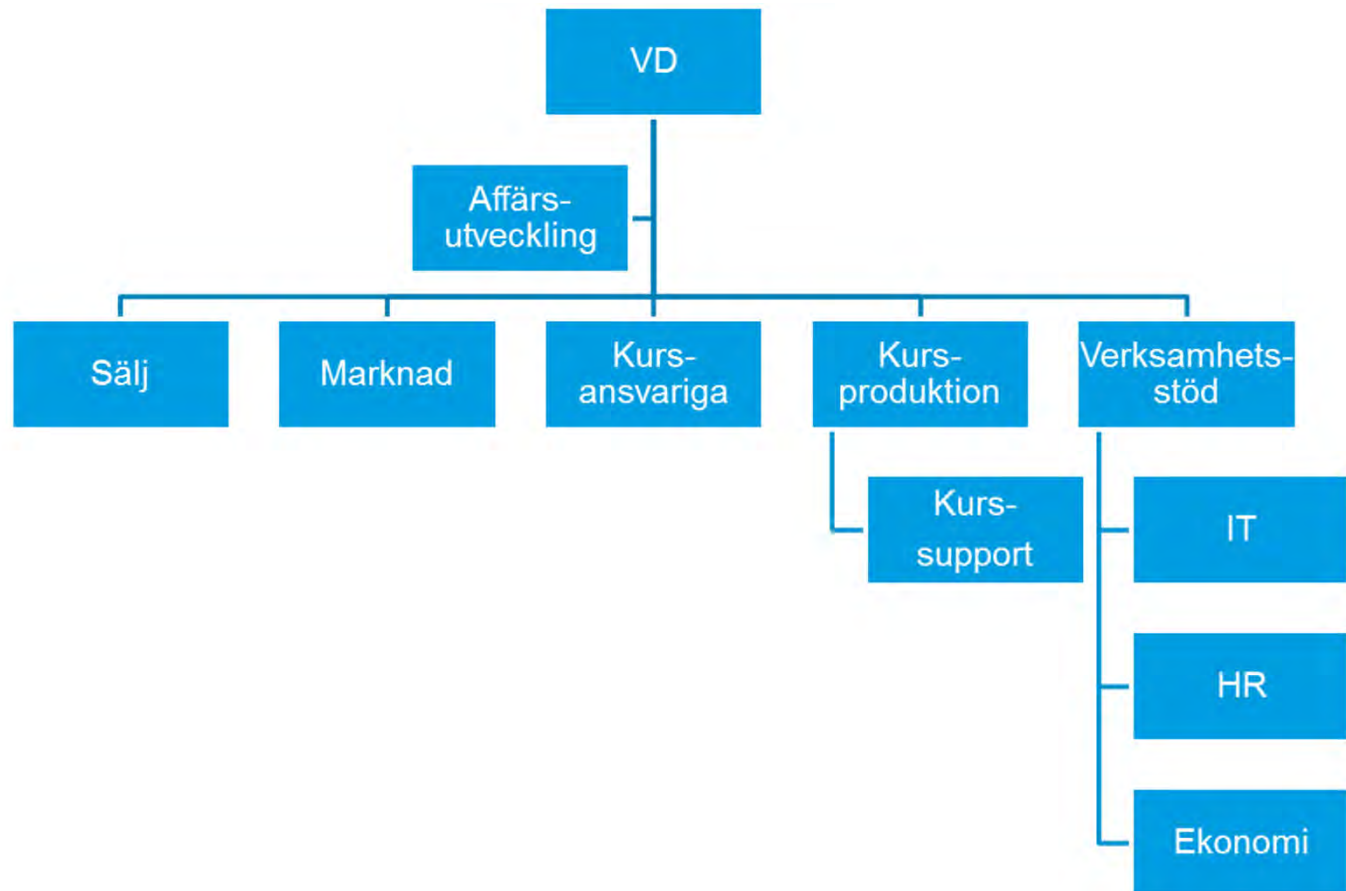
Datum 2017-08-01
Version 1.1
Modellerad av Cecilia Norden
cecilia.norden@irm.se

© IRM 2025

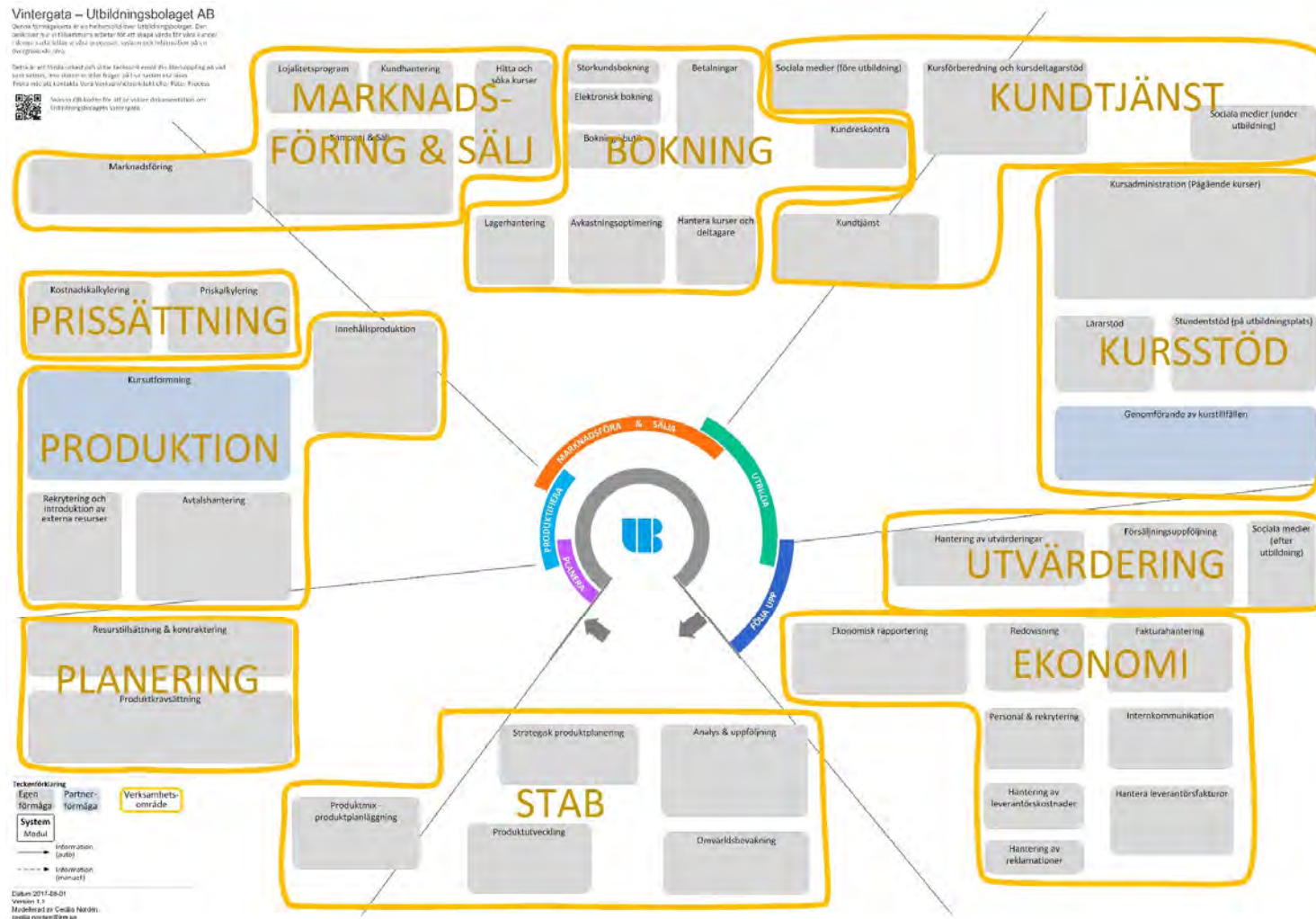


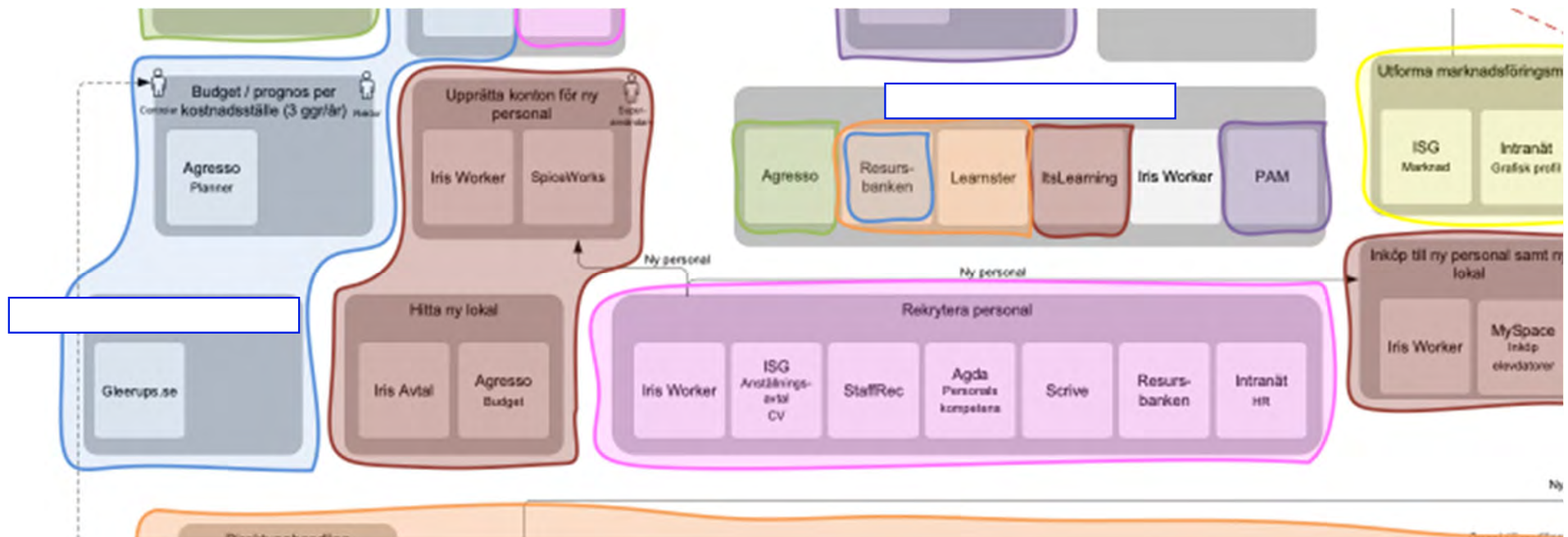
Visualisera organisatoriskt ansvar

Organisationsschema

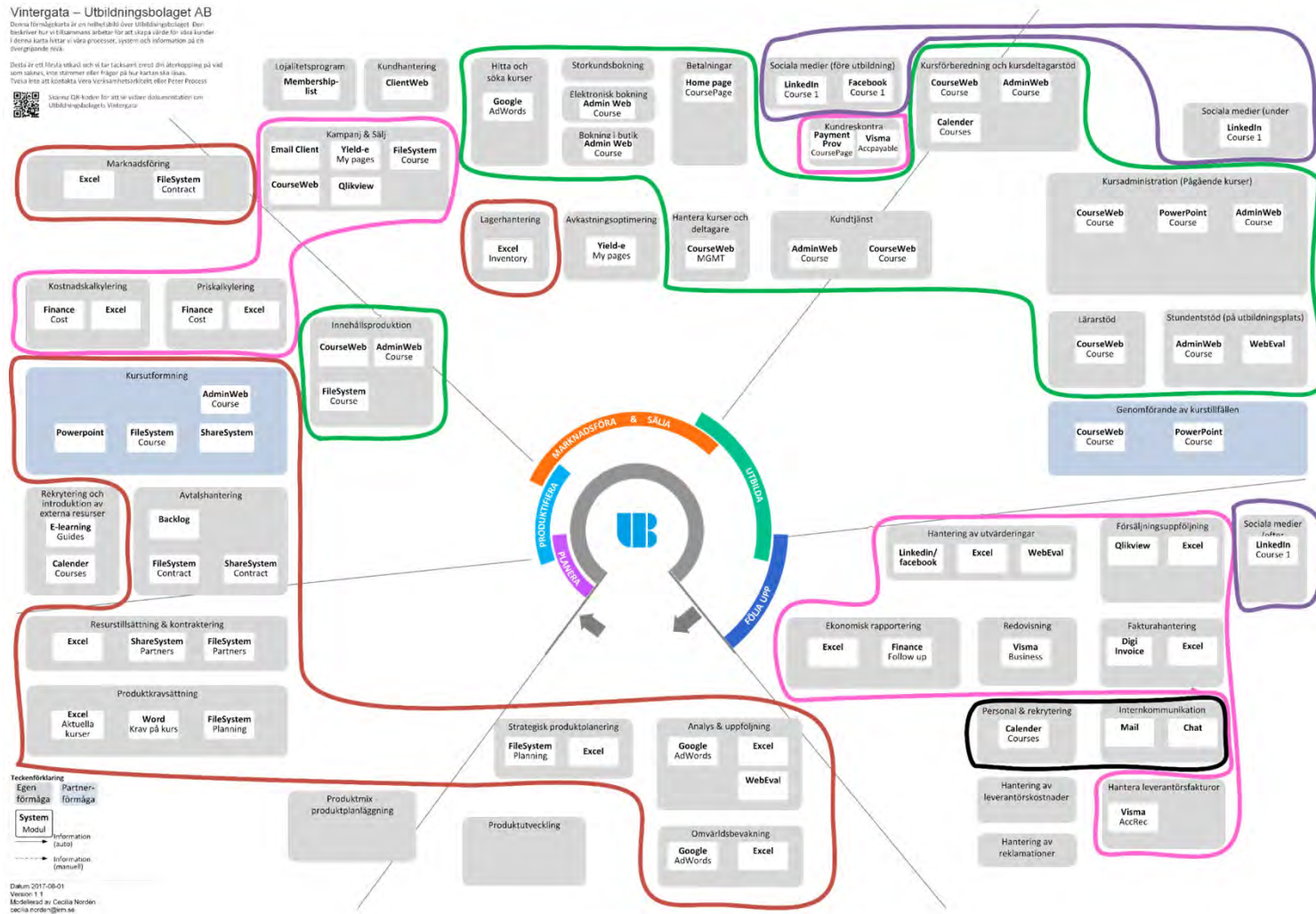


Verksamhetsområden





Vintergatan och it-team 2014



IT-TEAM1

IT-TEAM2

IT-TEAM3

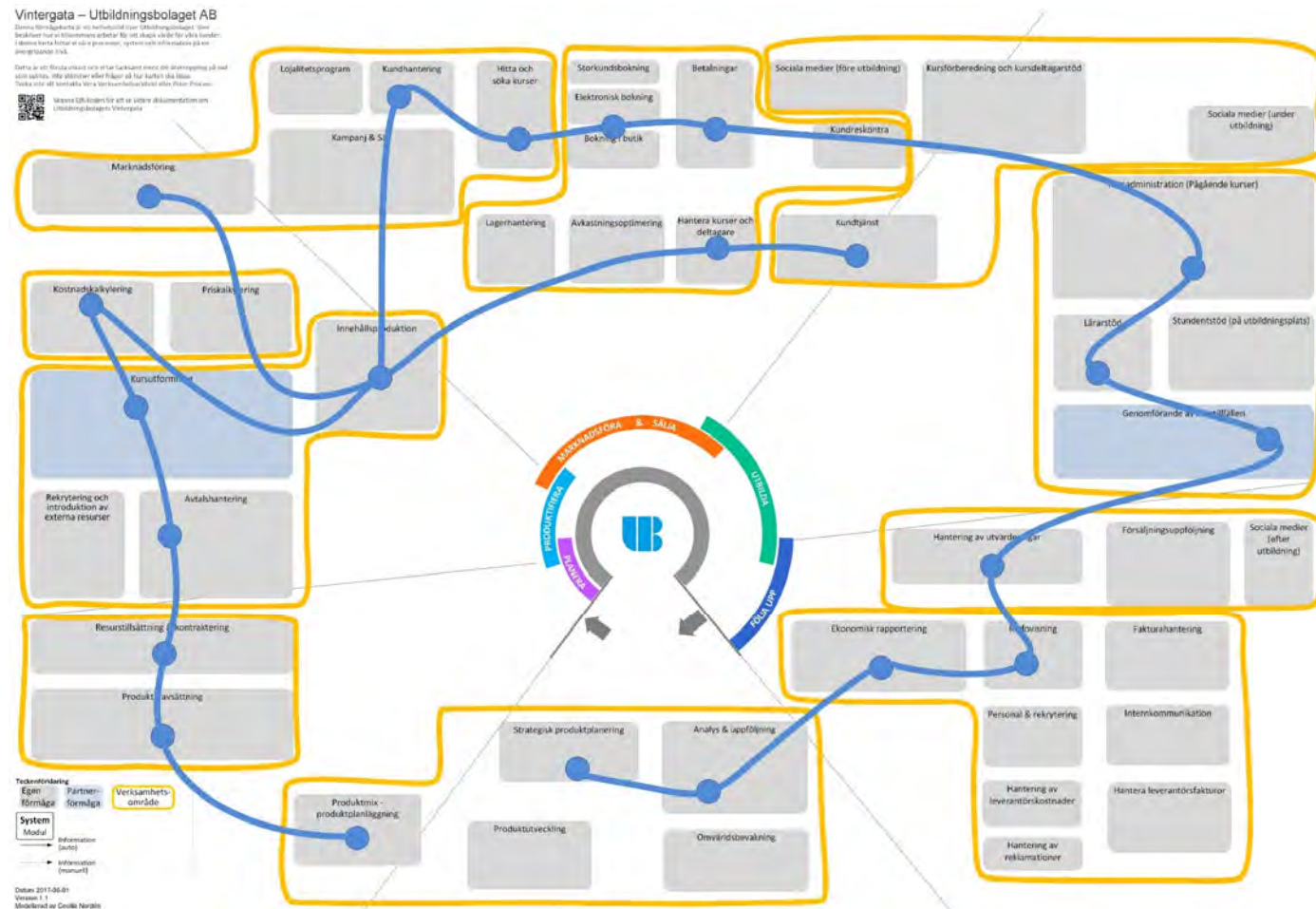
IT-TEAM4

IT-TEAM5

Samspel mellan förmågor, värdeströmmar och organisation

Synliggöra dessa samband

Samspelet mellan värdeströmmarna, förmågorna och organisationen



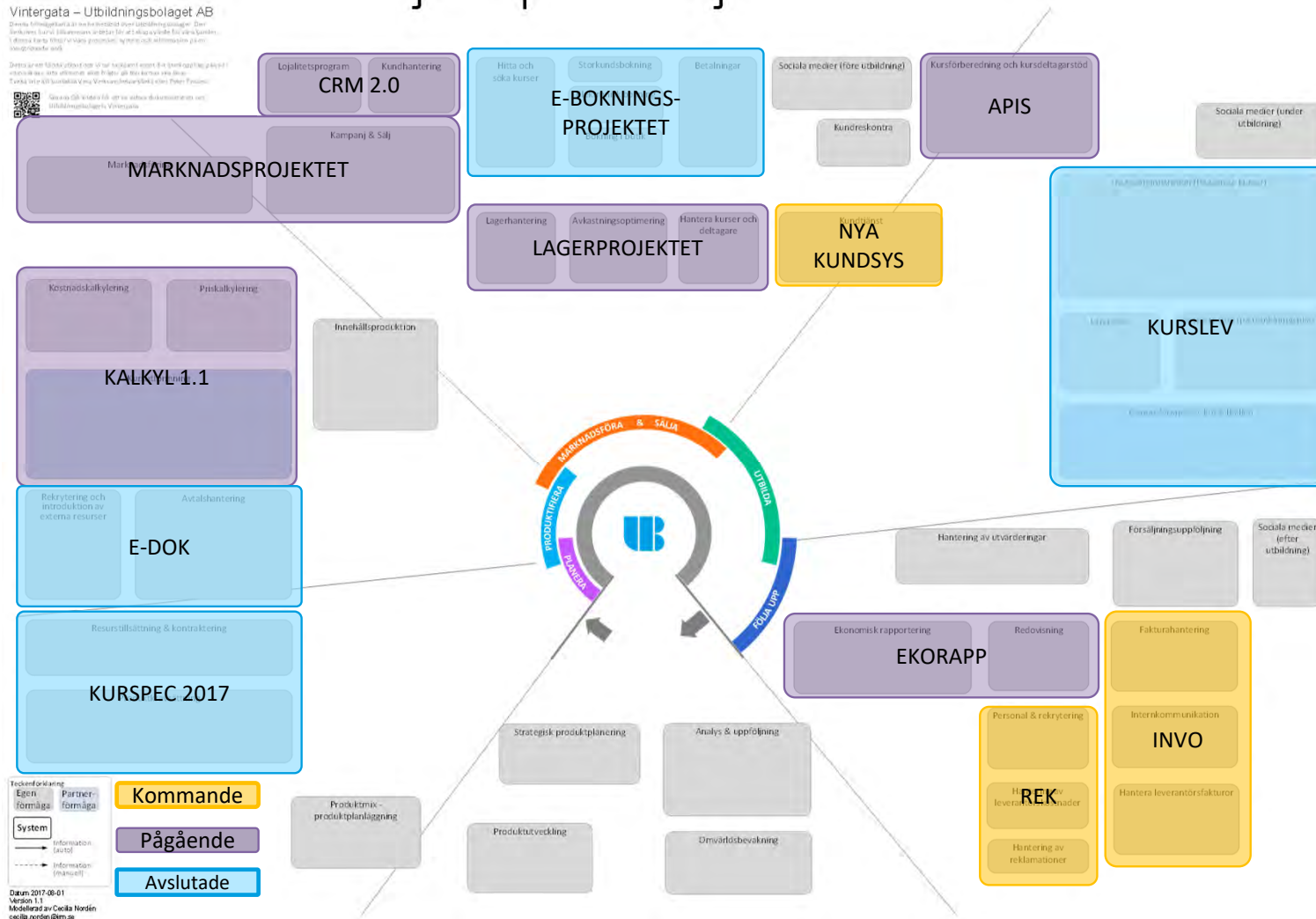


Känner ni igen de olika perspektiven?
Vilka utmaningar ser ni kopplat till uppdelningen inom företag?

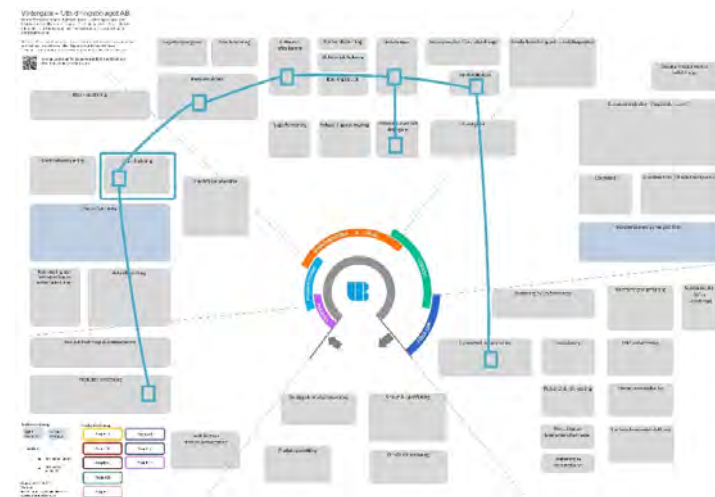
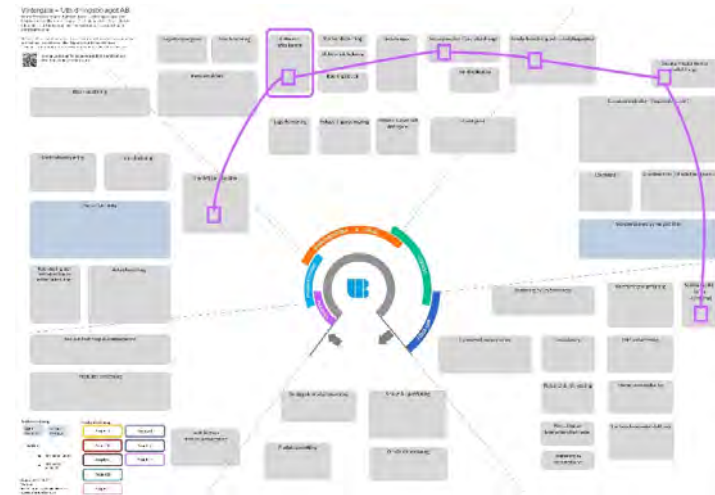
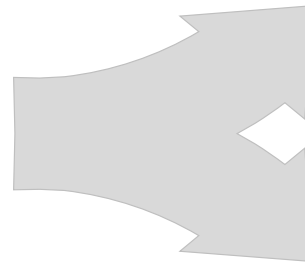
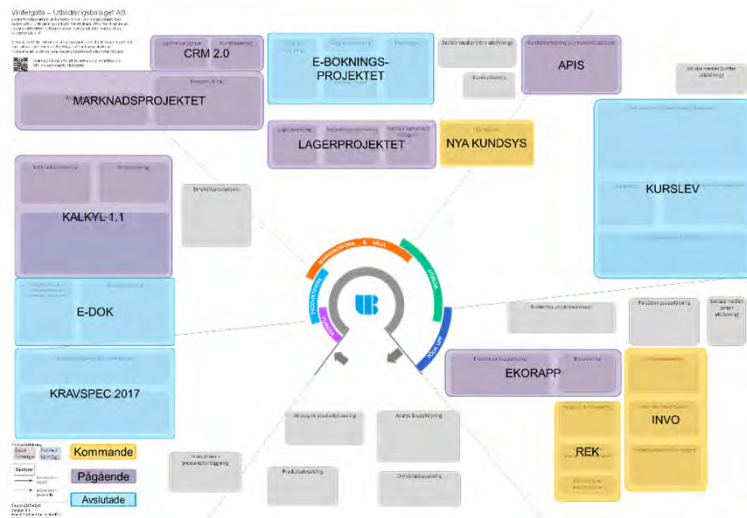
Projekt utifrån ett värdeströmsperspektiv

En introduktion och översikt

Projektportföljen i tiden

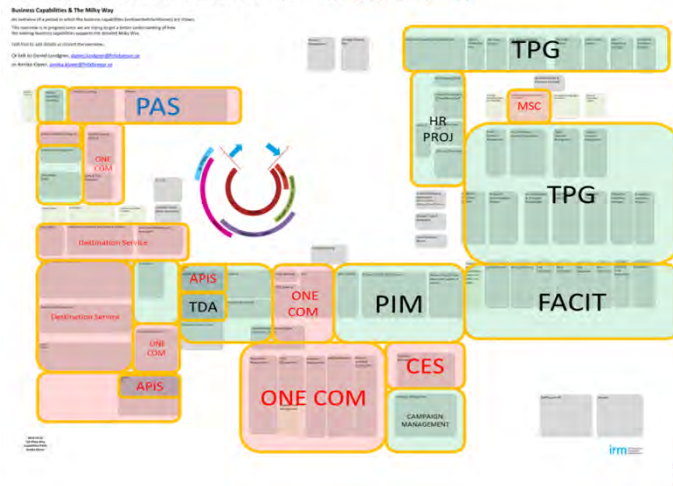


Att gå från förmågefokus
(avdelningsfokus) till ett bredare
fokus till värdeströmsfokus.

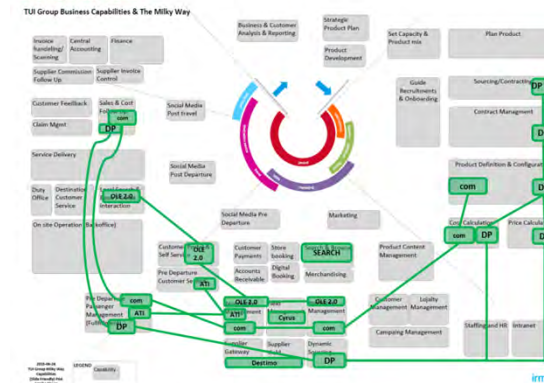


Fokus på: 1. Områden att förbättra 2. Värdeströmmar att förbättra

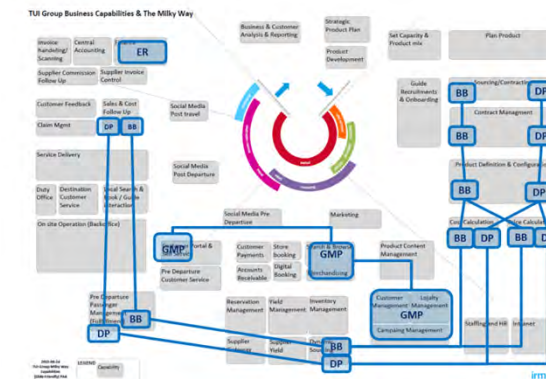
The Milky Way : Heatmap PROJECTS 2014(Finished / Ongoing / Coming)



Milky Way & Nordic Project Portfolio
Ongoing @com program



Milky Way & Nordic Project Portfolio
Planned



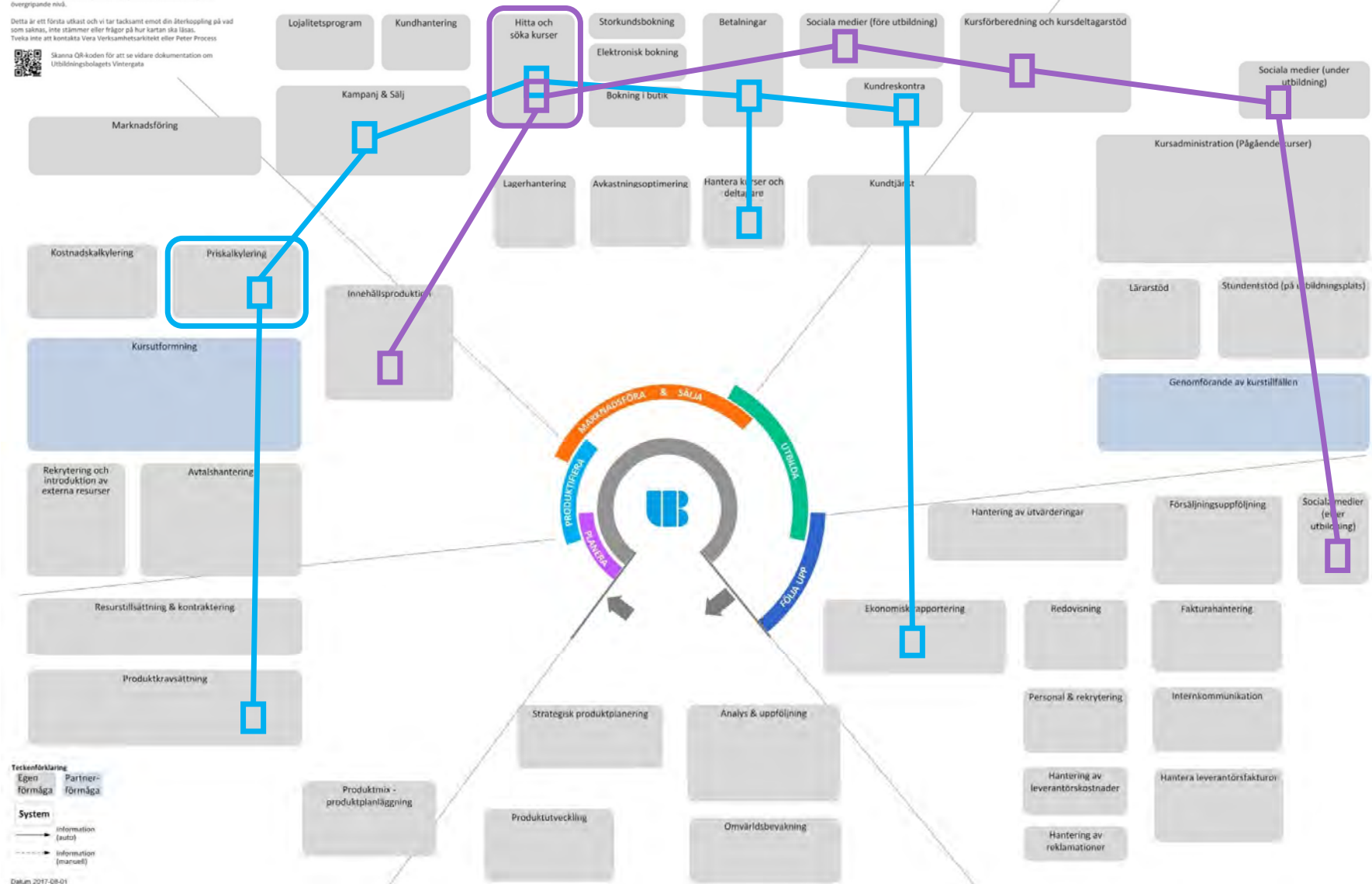
Vintergata – Utbildningsbolaget AB

Denna förmågekartan 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 skkast och vi tar tacksamt emot din återkoppling på vad som saknas, inte stämmer eller frågor på hur kartan ska lösas. Tveka inte att kontakta Vera Verksamhetsarkitekt eller Peter Process



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



Övning

9. 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?

Vintergatan som underlag för kravarbete

Storytelling

Hur ska en förmåga utvecklas?

Förmåga: Förmågenamn

NULÄGE

ANSVARIG Namn	BESKRIVNING Vilket jobb utför denna förmåga. Tänk ut perspektivet vad som kommer in och vad som ska ut och vilken information som har förädlats och hur.	NUVARANDE STATUS Enligt prioritet. Bra, mindre bra, dåligt.
TEAM, ORGANISATION Avdelningar		
INPUT Vilken information behöver denna förmåga utifrån? Touchpoint, andra förmågor, system eller andra källor.	PARTNERS Vilka eventuella partners behövs för att förmågan ska kunna genomföra arbetet?	AFFÄRSREGLER & LAGAR Vilka interna affärsregler gäller för förmågan samt vilka lagar har vi att förhålla oss till.

Förmåga: Förmågenamn

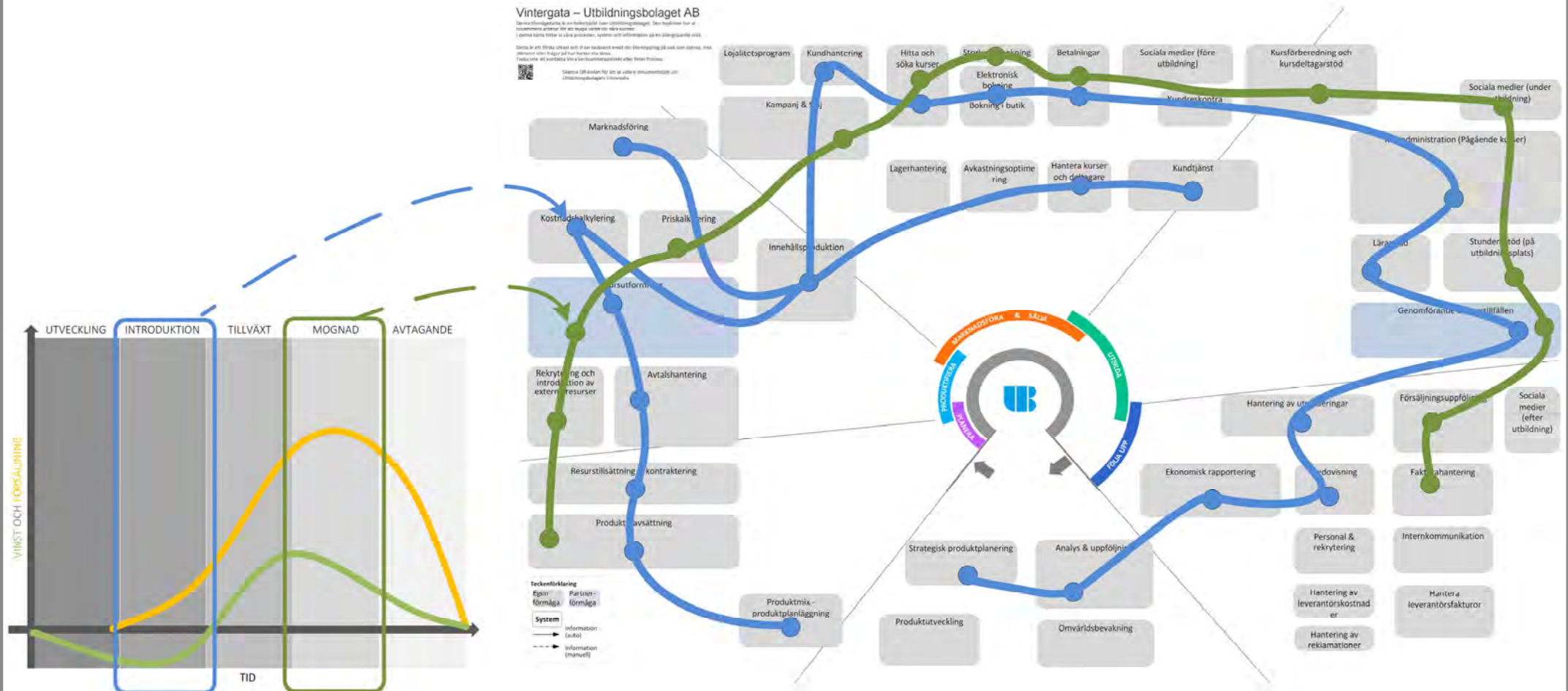
FRANTID

ANSVARIG Namn	BESKRIVNING Vilket jobb kommer denna förmåga att utföra efter förändringen. Tänk ut perspektivet vad som kommer in och vad som ska ut och vilken information som har förädlats och hur.	ÖNSKAD STATUS Enligt prioritet. Bra, mindre bra, dåligt.
TEAM, ORGANISATION Avdelningar		
FRANTIDA INPUT Vilken ny information behöver denna förmåga utifrån? Touchpoint, andra förmågor, system eller andra källor.	PARTNERS Vilka eventuella nya partners behövs för att förmågan ska kunna genomföra arbetet?	AFFÄRSREGLER & LAGAR Vilka interna affärsregler gäller för förmågan samt vilka lagar har vi att förhålla oss till.
	PROCESSBESKRIVNING Hur ser nya processer ut?	FÖRÄNDRINGSINITIATIV Vilka förändringsinitiativ kommer ta hand om föreslagna förändringar?
	IT-SYSTEM Vilka nya system behöver förmågan för att utföra arbetet.	OUTPUT Vilken ny information erbjuder förmågan andra förmågor, touchpoints, system.

Nuläge och beskrivning av förmågan

Pågående förändringar och önskat läge för förmågan

Livscykel perspektivet för produkter och tjänster



Hur ska en produkt utvecklas?

Produkt / tjänst: **Namn på produkt/tjänst**

NULÄGE

ANSVARIG Thomas Larsson	BESKRIVNING (VÄRDEERBJUDANDEN) Vilka värdeerbjudanden erbjuder denna produkt/tjänst till sina målgrupper.	NUVARANDE STATUS Enligt prioritet. Bra, mindre bra, dåligt. Beskriv flaskhalsar och eventuella heatmaps som är gjorda.
TEAM, ORGANISATION Region Stockholm, Säljavdelningen		
AFFÄRSMÅL Vilka affärs mål ska tjänsten/produkten uppnå?	UPPDELAD I FÖLJANDE VÄRDESTRÖMMAR Värdeströmmar som stöttar produkten/tjänsten.	

Nuläge och beskrivning av produkten

Produkt / tjänst: **Namn på produkt/tjänst**

FRAMTID

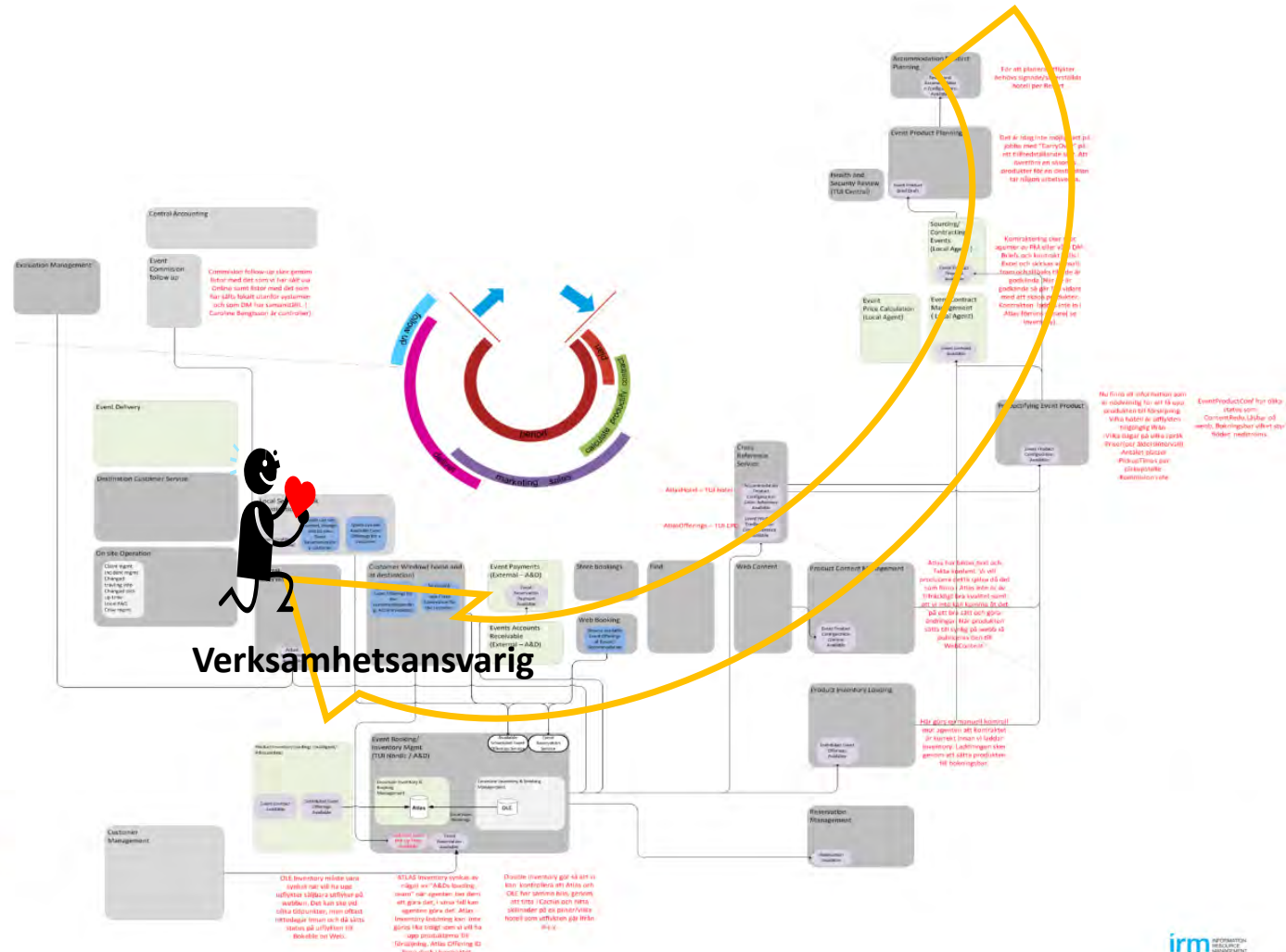
ANSVARIG Thomas Larsson	BESKRIVNING (UPPDATERADE VÄRDEERBJUDANDEN) Vilket jobb utför denna förmåga. Tänk ut perspektivet vad som kommer in och vad som ska ut och vilken information som har förädlats och hur. Campaign and Sales, Loyalty program and Customer Management These capabilities manage Unibiz's customers and loyalty programmes. From here sales campaigns are managed as well as the requirements and rules for sales.	ÖNSKAD STATUS Enligt prioritet. Bra, mindre bra, dåligt. Beskriv flaskhalsar och eventuella heatmaps som är gjorda. Flaskhalsar/ Heat maps
TEAM, ORGANISATION Region Stockholm, Säljavdelningen	UPPDELAD I FÖLJANDE VÄRDESTRÖMMAR Värdeströmmar som stöttar produkten/tjänsten.	VAD PÅGÅR NU? FFF
AFFÄRSMÅL Vilka nya affärs mål ska tjänsten/produkten uppnå?	FÖRÄNDRADE FÖRMÅGOR Vilka förmågor kommer behöva ändras för att stötta den nya produkten/tjänsten?	VAD ÄR PLANNERAT? FFF
MÅLGRUPP Vilken är produkten/tjänstens framtida målgrupp?	FÖRÄNDRAD KUNDRESA (TOUCHPOINTS) Hur förändras kundresan? Vilka nya touchpoints mot kundresan finns för den nya produkten/tjänsten.	FRAMTID FFF

Pågående förändringar och önskat läge för produkten

Projekt på idéstadiet

Analys av projektidén:

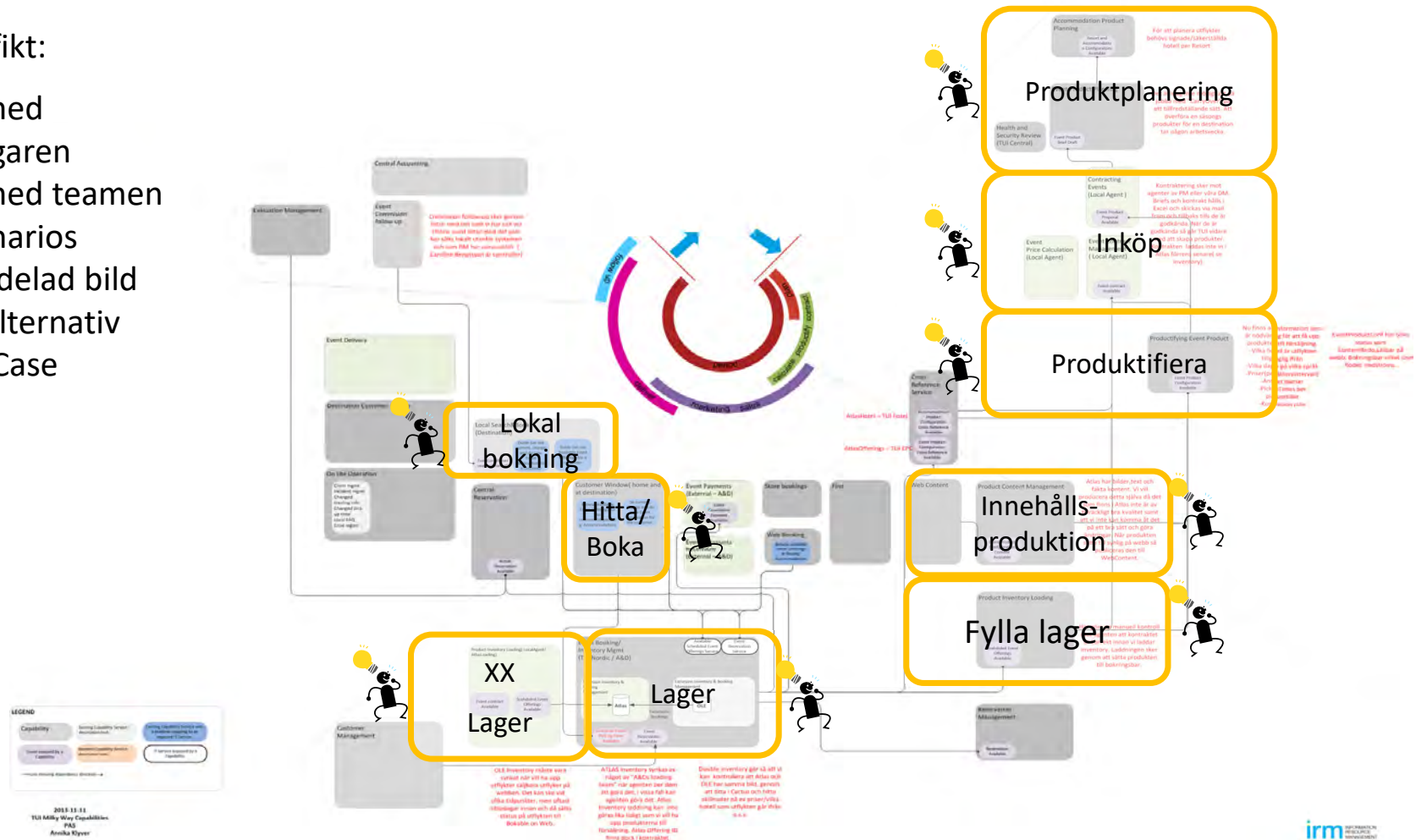
- Verksamhetskontext för Utflykter
- Värdeflödet för Utflykter
- Involverade verksamhetsförmågor
- Verksamhetsproblem



Behovsanalys och kravinsamling

Projektspecifikt:

- Intervju med produktägaren
- Intervju med teamen
- Affärsscenarios
- Skapa en delad bild
- Lösningalternativ
- Business Case



Ett projekt kan påverka många delar



Kraven kan bestå av:

- Vad förmågan behöver göra för att ta emot förändringen
- Hur den i sig behöver utvecklas

Prio 2

Vintergata – Utbildningsbolaget AB

Den här föreläsningarna 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

- Använd detta i marknadsföring så snart affären är i hamn

- Identifiera lockande erbjudande och säljande text om innehåll

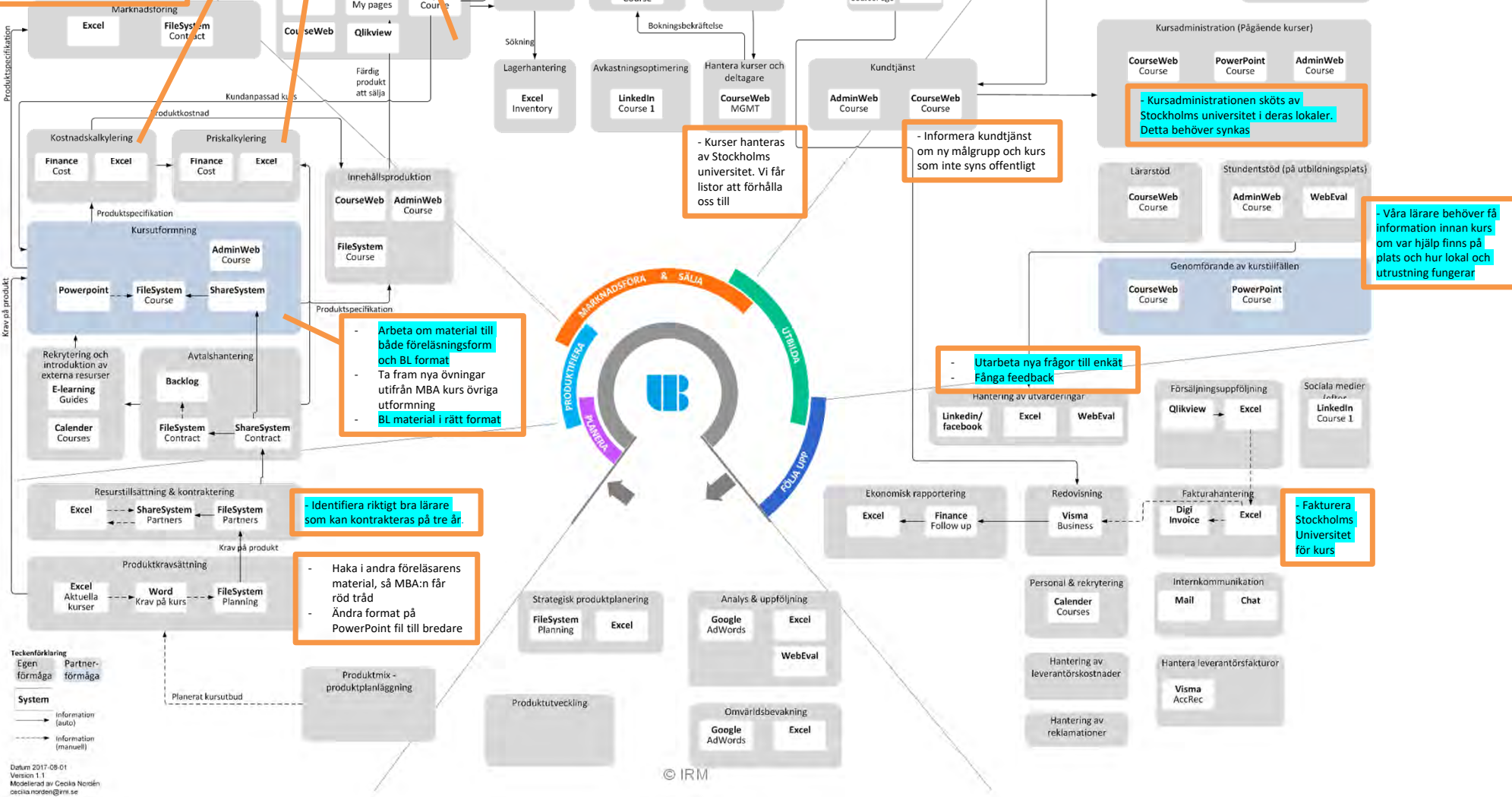
- Länk till Stockholms universitet

- Faktureras efterhand

- Arbeta med goda referenser från tidigare utbildningar från relevanta tidigare kursdeltagare

- Nya böcker ska erbjudas, köpas in och distribueras
- Kursmaterial ska tillgängliggöras innan kursstartfärd
- BL avsnitt ska läggas upp innan kurs

- Använd detta i marknadsföring så snart affären är i hamn

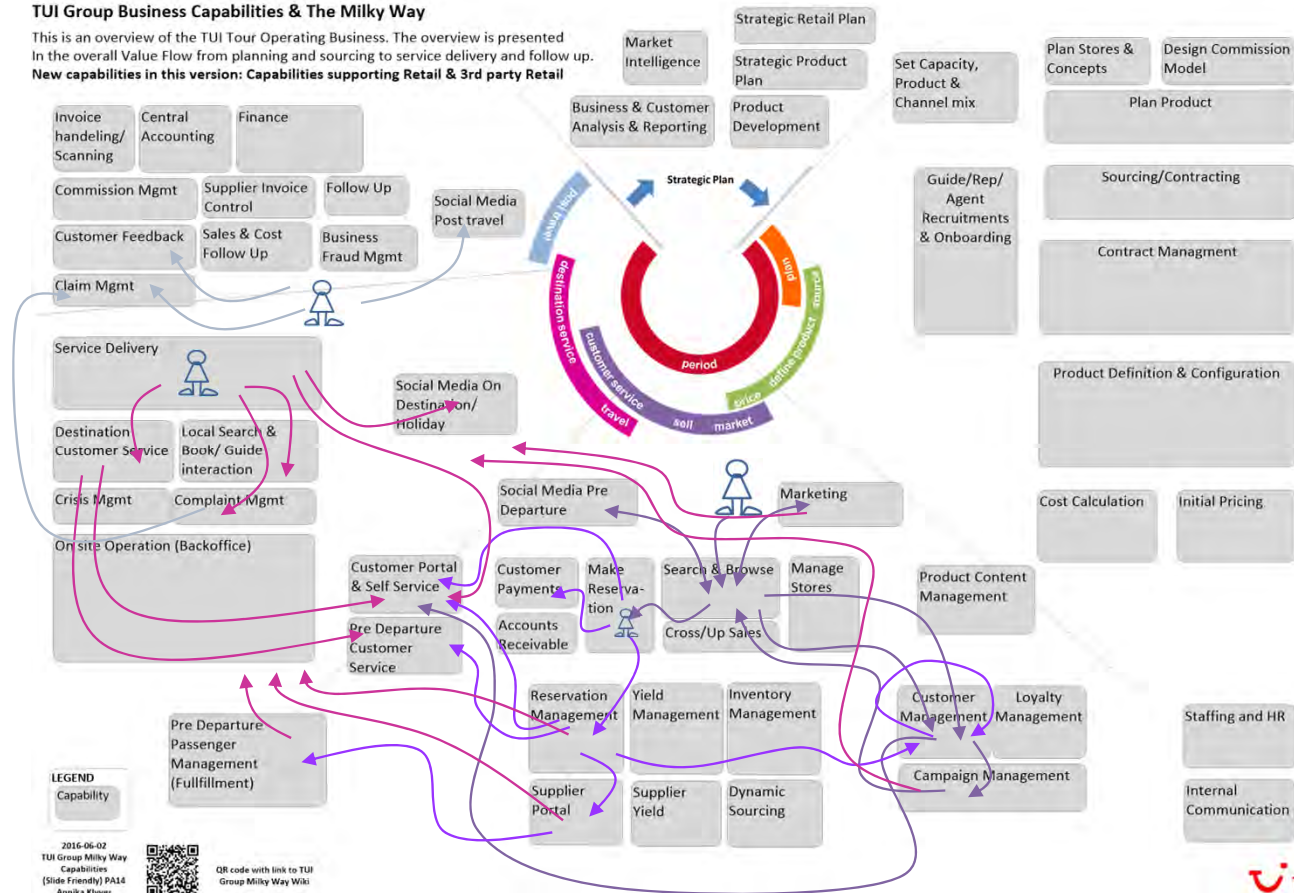


GDPR översikt – vad gör vi med kundinformation?

TUI Group Business Capabilities & The Milky Way

This is an overview of the TUI Tour Operating Business. The overview is presented in the overall Value Flow from planning and sourcing to service delivery and follow up.

New capabilities in this version: Capabilities supporting Retail & 3rd party Retail



**Vad?
(Data)**

**Hur?
(Funktion)**

**Var?
(Plats)**

**Vem?
(Människor)**

**När?
(Tid)**

**Varför?
(Motivation)**

VERKSAMHETSFÖRMÅGA



Människor



Regler



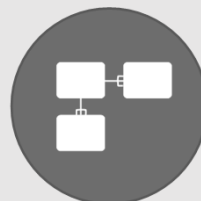
Kompetens



Mål



IT-stöd



Information



Processer

Program: Customer Platform

The Customer Platform re-invents how services 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

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

Project Gate Stage: Execution

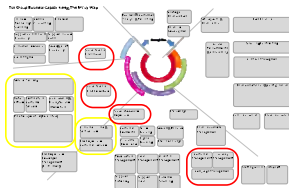
Current State 2015

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

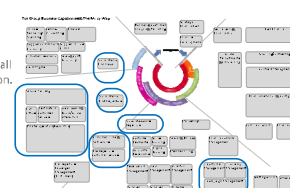
Destination Service have easy access to all customer information.

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

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

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

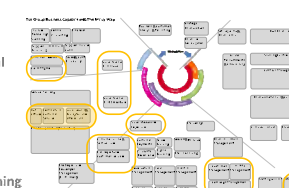
Social Listening
Replacing local systems
- ??
- etc

Knowledge Base
Replacing local systems
- FAQ
- Avaya
- etc

Customer360 Personalisation
Replacing local systems
- LIME
- Unica
- etc

Collaboration
Replacing local systems
- ??
- etc

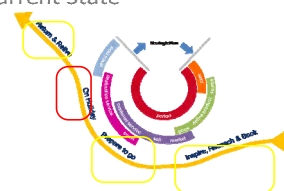
Information Areas:
- Customer
- Reservation
- Customer Case
- Claims
- Hotel Infor
- Destination Info



Customer Journey Current State

Not upto date search&Book experience
Start page to general

Inbound communication?



Customer Journey Impact

Addresses known customers
- customer cards&log in

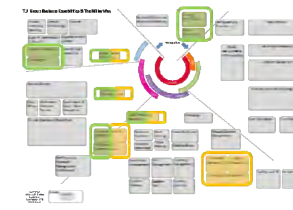
Better dest info before trip
Better service on destination - TUI knows me



Critical Handover points bwn Source markets and Destination service

Source Market

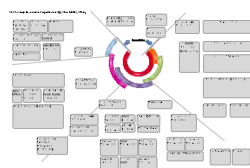
Dest Service



2015

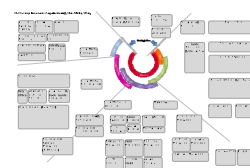
2016

2017



Requirements gathering
Technical set up

Release 1 - CRM
Nordics - April
UK - ??
Germany - ??
Benelux - ??

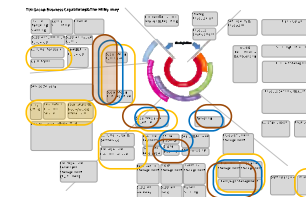


Release 2 - Nordics
UK - ??
Germany - ??
Benelux - ??

Other Initiatives with dependencies to Customer platform

Global Marketing Platform

Digital Experience





- Hur berättar ni om förändringar idag?

Övning

Vad ska du göra till nästa gång?



Hemuppgift



1. Uppdatera er Vintergata i Miro
2. Gör en partnerresa, eller fler kundresor

Presentationer
finns att ladda ner här:
[http://irm.se/kursmaterial-
vg-kurs-mar-2025/](http://irm.se/kursmaterial-vg-kurs-mar-2025/)

Nästa gång....



Agenda 20 mars

- Beskriv en förmåga
- Effekter av förändringsarbete
- Vintergatan i tiden
- Heat maps och Road maps

Lunch

- Vintergatan och strategiskt arbete
- Vintergatan – praktiskt arbete
- Dokumentation, arbetsformer och kommunikation
- Storytelling
- Repetition – Hur får det att hända!? Handlingsplan framåt



Stort tack för dessa dagar!



Elli Eisenhauer

elli.eisenhauer@irm.se

[linkedin.com/in/elli-eisenhauer/](https://www.linkedin.com/in/elli-eisenhauer/)



Johanna Montalvo

johanna.montalvo@irm.se

[linkedin.com/in/johanna-montalvo/](https://www.linkedin.com/in/johanna-montalvo/)