

Innovative anskaffelser

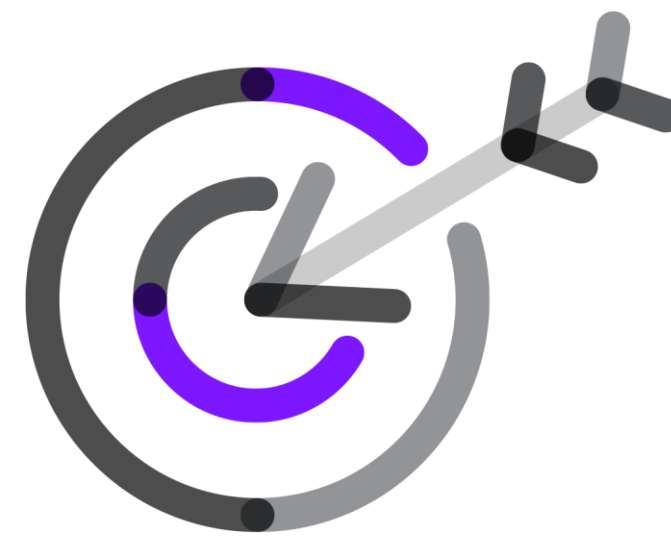
Nasjonalt program for
leverandørutvikling



Våre utfordringer og behov – kort oppsummert

Vedlegg til dialognotat

16. juni 2021



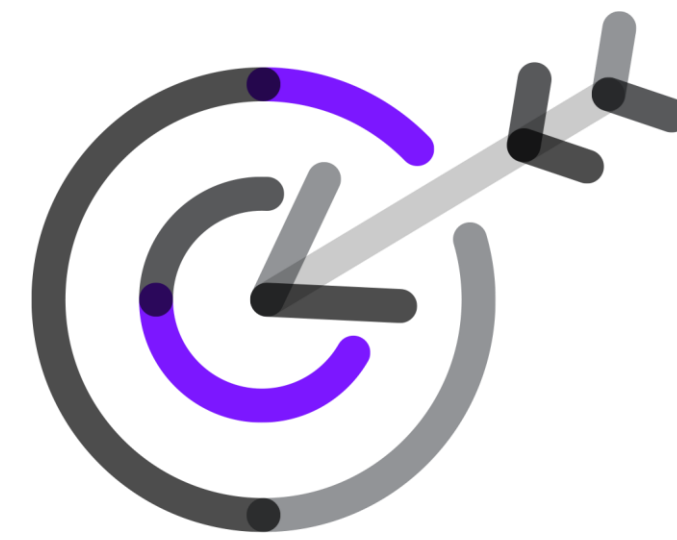
Kommunikasjonsarbeidet vårt så langt =
mye bra men fortsatt en del ugjort

For at vi skal lykkes må vi finne balansegangen

Kommunikasjons-
behov i det operative
arbeidet



Kommunikasjons-
behov i det strategiske
arbeidet



Drømmescenario 2023

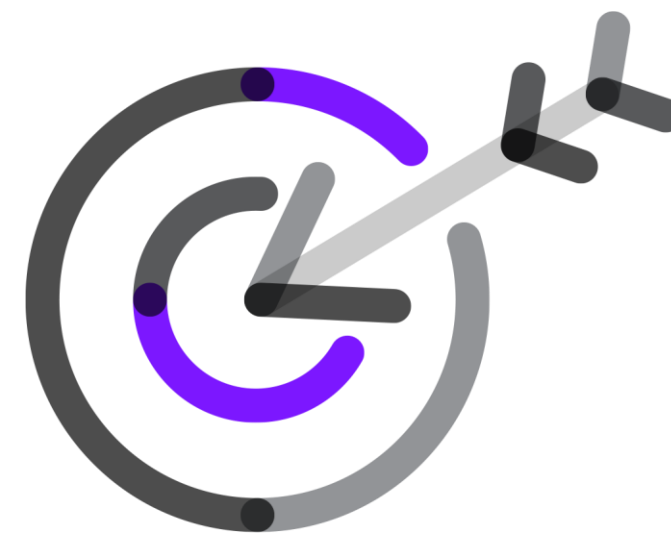
HVA DRØMMER
VI OM?

Det skal være enkelt å
utføre kommunikasjons-
oppgaver og vi lykkes
med å nå ut

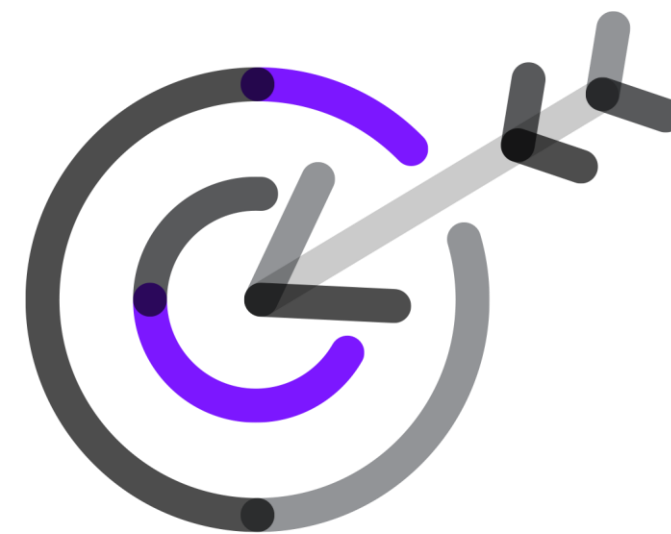
1.
Tydelige planer og
strategier å styre etter

2.
Tilstrekkelig kompetanse
og kapasitet til å utløse
mål i planer/strategier

3.
Historiefortelling som
strategisk grep for å
lykkes



Hva hindrer oss i å realisere drømmen?
Våre 4 største utfordringer



Utfordring nummer 1:

Bred målgruppe

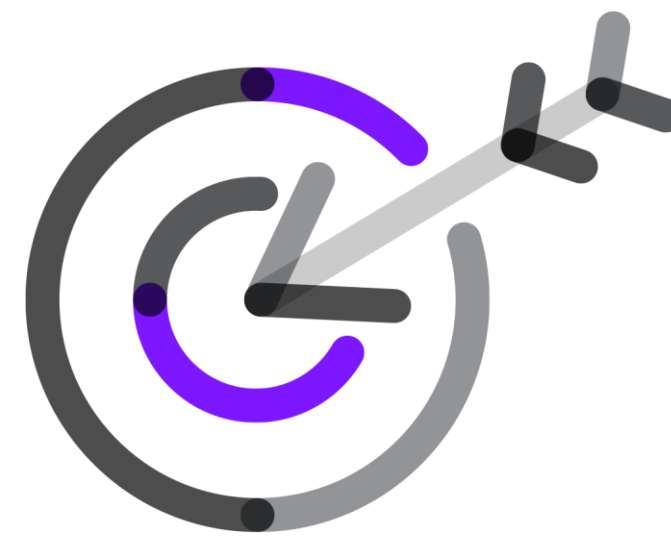
(som skal nås med mye informasjon, i mange ulike flater og med riktig «timing»)

A	B			C	D
<i>Myndigheter & policymakers</i>	<i>Offentlige virksomheter</i>	<i>Offentlige virksomheter</i>	<i>Offentlige virksomheter</i>	<i>Leverandører</i>	<i>Samarbeidspartnere</i>
De politiske partiene	Statlige virksomheter	Store kommuner og fylkeskommuner	Små og mellomstore kommuner	Gründere	Virkemiddelaktører
Ledelsen i departementene og direktoratene	Ledere	Politiske og administrative ledere	Politiske og administrative ledere	SMB'er	Klynger
	Fagavdelinger	Fagavdelinger	Fagavdelinger	Store leverandører og konsern	Bransje- og interesseorganisasjoner
	Innkjøpsmiljøer	Innkjøpsmiljøer	Innkjøpsmiljøer		Andre

Ting vi vurderer:

- Skal partnerne våre ses som en egen målgruppe?
- Skal eierne våre ses som egne målgrupper?
- Er innbyggerne i Norge en målgruppe?





Utfordring nummer 2:

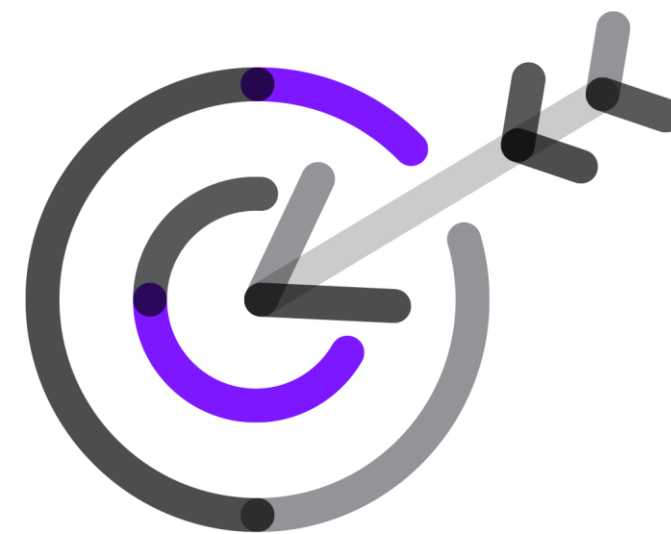
«Vi mangler en plan»

- Hvem gjør hva, når og hvordan, og hvorfor gjør vi det?

Kommunikasjonsoppdraget trenger konkretisering

- Vi har en programbeskrivelse der *mer oppmerksomhet* for innovative anskaffelser, leverandører og deres løsninger, og for LUP sitt bidrag i prosessen er ett av fire tjenestemål
- Formidlingsaktiviteter skal foregå både på strategisk og operativt nivå
- *Hvordan dette skal foregå må konkretiseres for LUP som helhet og for hva det betyr for den enkelte ansatte i det daglige arbeidet.*





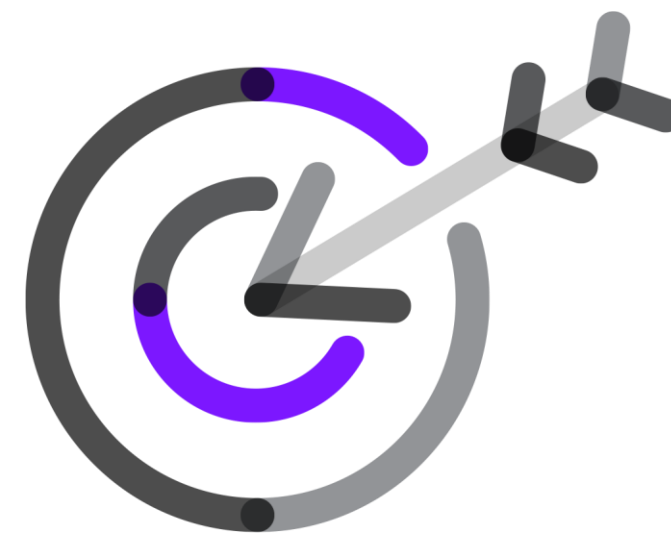
Utfordring nummer 3:

Vi har ulik kompetanse internt og samtlige trenger faglig påfyll og støtte for å øke kapasitet og treffsikkerhet

Kompetanse og kapasitet

- Kommunikasjonsfaget er i rask endring
- Samtlige i LUP-teamet er mer eller mindre selvlærte (learning by doing) med ønske om å gjøre en god jobb
- For mange er kommunikasjonsoppgavene nokså krevende, og ofte en årsak til dårlig samvittighet for alt som *burde vært gjort*



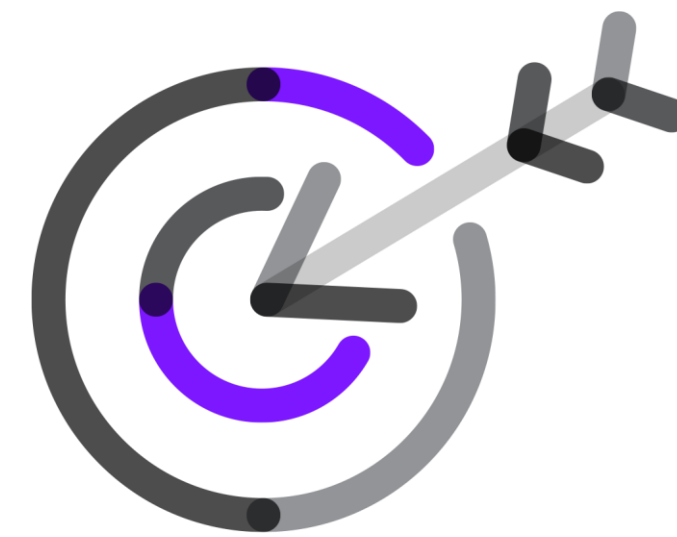


Utfordring nummer 4:
Vi trenger hjelp til historiefortellingen

Historiene er gode, men krevende å formidle...

- Komplisert faglig stoff å formidle
- «Hand over» er krevende
- Lange prosesser før resultat – vår rolle i historien blir borte på veien





Brukerprofiler

- enkel sammenstilling av noen typiske roller og brukerbehov i LUP-teamet

Innovative anskaffelser Behovsverktøy

2a Beskriv brukeren

Navn: Tone Travel

Rolle/tittel: Programleder

Hva kjennetegner brukeren?

- Har en hektisk og lite forutsigbar hverdag med mange henvendelser som krever raske svar
- Kommuniserer mest mot policymakers på strategisk nivå, (myndigheter, politikere og toppledere)

Motivasjon og mål

2b

Hva vil brukeren oppnå med løsningen? Hva er brukerens behov?

- Treffsikker kvalitetssikret kommunikasjon
- Et løpende påvirkningsarbeid med riktig timing i.f.t. de ulike målgruppene på strategisk nivå
- Å raskt kunne svare og respondere på saker der LUPs sak med fordel kan fremmes
- Enkel oversikt over oppdaterte historier og salgbare budskap



2c Bekymringer & frustrasjoner

Hva oppleves som problematisk i dag?
Når eller hvor oppstår problemene?
Hva trenger aktøren å unngå?

- Kapasitet og evne til raskt å hente fram riktig budskap
- Må ofte svare ut raskt, og trenger å vite at det hun trenger er enkelt tilgjengelig; vi har gode eksempler og mye fakta - men den er ikke alltid lett tilgjengelig når det kreves rask respons
- Ønsker seg enkel oppdatering på "det nye gullet"/historiene

Hva trenger brukeren?

Hva liker brukeren med dagens situasjon?
Hva trenger brukeren i fremtidens løsning?

Liker:

- Vi har gode relasjoner på strategisk nivå og får anerkjennelse for vårt arbeid.

Trenger:

- Et mer spisset budskap, bedre timing (plan), samt bedre evne til å raskt respondere på hendelser for å øke LUPs relevans
- Trygghet for at kommunikasjonsoppgaver er godt ivaretatt og utføres profesjonelt
- Bli bedre på SoMe

2d

Innovative anskaffelser Behovsverktøy

2a Beskriv brukeren

Navn: Ståle Spagaten

Rolle/tittel: Innovasjonspådriver region

Hva kjennetegner brukeren?

- Driver et LUP i miniatyr - skal nå både strategisk og operativt nivå
- "Generalist" med regionalt blikk som skal kommunisere både smalt og bredt
- I "spagaten" i fag, målgruppe, prioriteringer og forventninger
- Alltid travel og "på farten"

Motivasjon og mål

2b

Hva vil brukeren oppnå med løsningen? Hva er brukerens behov?

- En enklere og mer oversiktlig kommunikasjonshverdag
- Trenger å bli mer treffsikker, være orientert og ha "kontroll"
- Hjelp til historiefortelling
- Tydelige mål å styre mot



2c Bekymringer & frustrasjoner

Hva oppleves som problematisk i dag?
Når eller hvor oppstår problemene?
Hva trenger aktøren å unngå?

- Opplevelse av å ikke strekke til; for lite kapasitet, oversikt og kompetanse
- Ulike og motstridende forventninger
- Savner hjelp til kommunikasjonsoppgaver

Hva trenger brukeren?

Hva liker brukeren med dagens situasjon?
Hva trenger brukeren i fremtidens løsning?

BRA I DAG:

- Ansikt til ansikt fungerer
- Friheten i å kunne velge det som fungerer best regionalt

TRENGER:

- Bredden i oppdraget gjøre det viktig å prioritere riktig - trenger et rammeverk å henge dette på - en konkretisering (hjelp oss ut av spagaten)
- Større forutsigbarhet og hjelp til å holde oversikt

2d

Innovative anskaffelser Behovsverktøy

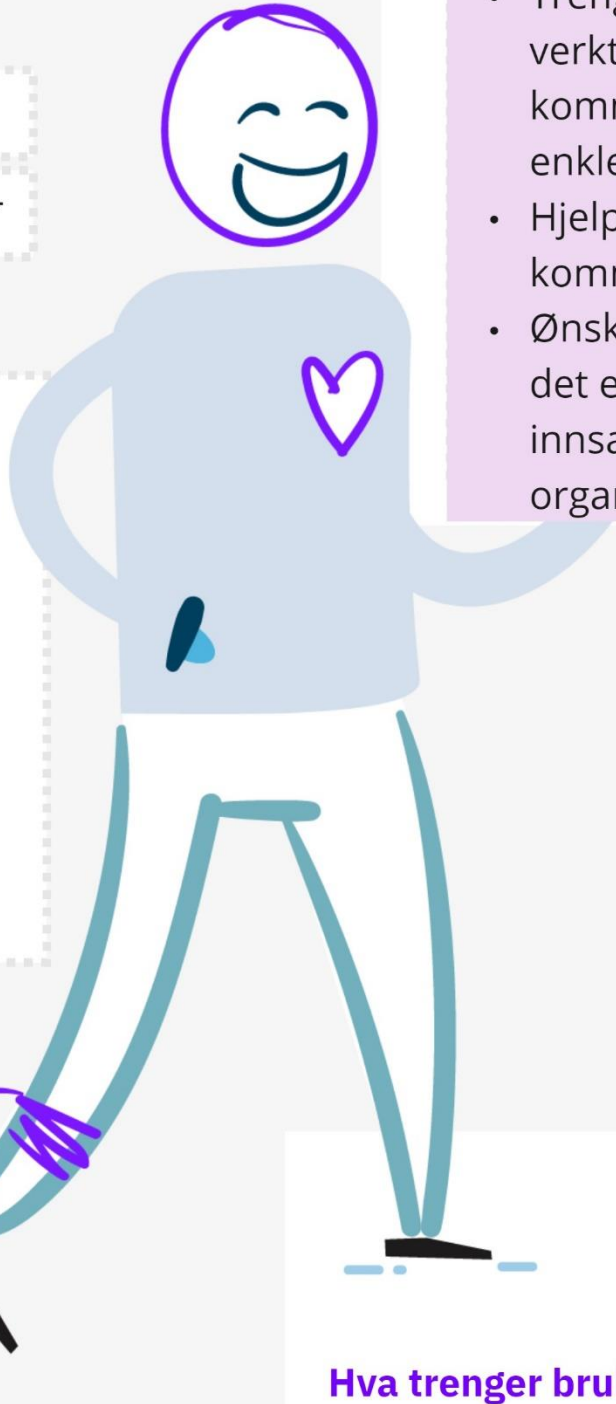
2a Beskriv brukeren

Navn: Guro Generalist

Rolle/tittel: Innovasjonspådriver

Hva kjennetegner brukeren?

- Har mange "jern i ilden", jobber bredt og møter mange forventinger
- Skal i stor grad nå operativt nivå, men noen ganger også ledelsen
- Prioriterer veiledning i prosjekter foran kommunikasjonsoppgaver
- Opplever kommunikasjonsoppgavene som krevende



Motivasjon og mål

2b

Hva vil brukeren oppnå med løsningen? Hva er brukerens behov?

- Trenger oversikt, kompetanse, verktøy og systemer som gjør kommunikasjonsoppgaven enklere å utføre
- Hjelp til mer målrettet kommunikasjon
- Ønsker seg en arbeidshverdag der det er "enkler" lykkes med innsalg av IOA i ulike fora og organisasjoner

2d

Hva trenger brukeren?

Hva liker brukeren med dagens situasjon?
Hva trenger brukeren i fremtidens løsning?

- Sparring og veiledning, samt påfyll av kompetanse
- Prioritert tid til kommunikasjonsoppgaver
- Bygge kapasitet - avlastning og hjelp fra andre
- Hjelp til å bryte ned til konkrete mål og oppgaver i arbeidshverdagen

2c Bekymringer & frustrasjoner

Hva oppleves som problematisk i dag?
Når eller hvor oppstår problemene?
Hva trenger aktøren å unngå?

- Opplever å "løpe etter", i stedet for å jobbe planmessig for å nå vedtatte mål
- Tidspress og mange oppgaver skaper utfordringer - timing og kvalitet
- Skal nå bredt ut - hvordan prioritere?

Innovative anskaffelser Behovsverktøy

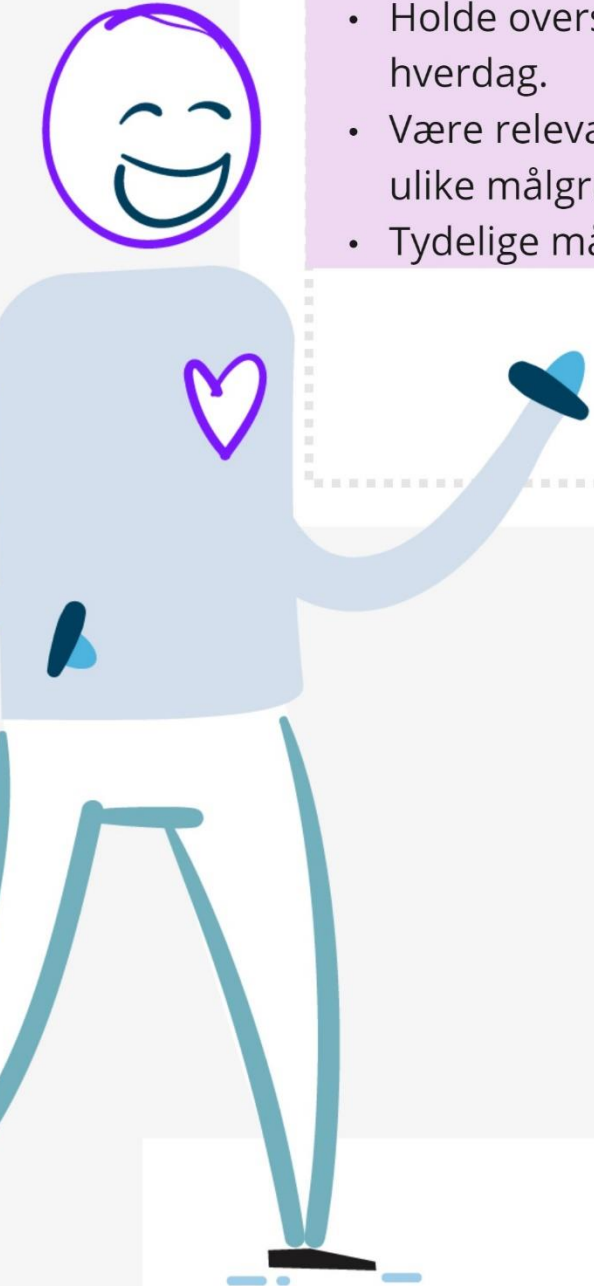
2a Beskriv brukeren

Navn: Frida Fersking

Rolle/tittel: Nyansatt pådriver

Hva kjennetegner brukeren?

- Høyt engasjement og pågangsmot
- Har mange gode spørsmål
- Litt overveldet over bredden i oppdraget
- Litt "usikker" på hvordan og hva man bør kommunisere til hvem



Motivasjon og mål

2b

Hva vil brukeren oppnå med løsningen? Hva er brukerens behov?

- Holde oversikt i en hektisk hverdag.
- Være relevant - gi riktig info til ulike målgrupper
- Tydelige mål å jobbe mot

2d

Hva trenger brukeren?

Hva liker brukeren med dagens situasjon?
Hva trenger brukeren i fremtidens løsning?

- Liker:
- Mulighetsrommet for å være med på å forme dette selv
- Trenger:
- tydelige mål og hvordan vi kan nå dem, gjerne i form av helhetlig kommunikasjonsstrategi/plan
 - oversikt over og kunnskap om bruk av verktøy
 - hjelp til å bygge struktur

2c Bekymringer & frustrasjoner

Hva oppleves som problematisk i dag?
Når eller hvor oppstår problemene?
Hva trenger aktøren å unngå?

- Manglende mestringfølelse
- Sliter med å få god oversikt over kommunikasjonsoppgavene og hvordan best løse dem
- Er på hæla, og bruker mye tid på å lete etter svar

Innovative anskaffelser



innovativeanskaffelser.no