

Inlämning 1

Intro

Om vi arbetar med balanserade styrkort och strategikartor i vårt kommande projekt kommer det att skilja sig från många av de exempel Olve beskriver eftersom fokus inte blir att förbättra en organisation, utan att utveckla en prototyp. Strategikartans grundtanke kommer dock att vara densamma, det vill säga att åskådliggöra hur vi tänker lyckas, och hur vi vet när vi gjort det.

Av de specialintressen som har nämnts tycker jag produktutveckling, branding och marknadsföring är de som är mest intressanta. Denna text skriver jag med produktutveckling i åtanke. I projektet ser jag tre möjliga användningsområden; som ett verktyg för utvärdering av idéer i början av projektet, som ett kommunikationsredskap och som ett instrument att använda vid avstämning. Jag utvecklar mina tankar i följande tre stycken.

Test av idén

I utvecklingen av en strategikarta med tillhörande balanserade styrkort är det nödvändigt att formulera en vision, bestämma vilka perspektiv som är relevanta, sätta strategiska mål, bestämma initiativ, komma fram till vilka projektets key success factors är samt välja ut rätt key performance indicators. Detta gör att man som produktutvecklare (eller med ett annat specialintresse) tvingas placera produkten i ett större sammanhang. När man gör detta tror jag att man också kan sätta idén på prov och testa hur genomtänkt den är. Olve nämner i sin text vilka typer av frågor man kan tänkas ställa sig:

“A map such as this should be used to discuss questions like: How do these efforts connect? How long will they take? /.../ How much do we really know about the potential for efficiency improvement through improved scheduling?”¹

Om man upptäcker brister finns det nu möjlighet att rätta till dem, göra avgränsningar eller förkasta idén och prova något helt nytt.

Kommunikation

Mitt andra förslag på användningsområde gäller kommunikation. Att uppnå ett samförstånd mellan alla parter i en grupp och se till att alla gemensamt enas kring strategier kan vara svårt, speciellt om storleken på gruppen/organisationen är stor. I vårt fall kommer både gruppen och projektets omfattning att vara liten, vilket möjligtvis innebär att en strategikarta som kommunikationsverktyg kommer att kännas onödigt.

En strategikarta är visuell och visar tydligt hur olika aktiviteter länkas samman. Strategikartan lyfter fram strategier, visar den underliggande logiken och bidrar till att alla förstår vilka projektets mål är². Om den är utformad på rätt sätt kan den också trigga bra diskussioner och

¹ s. 128

² s. 121

öka engagemanget bland medarbetare³.

Avstämning

Det tredje sättet är att stämma av arbetet mot målen och se till att man är på rätt väg. I fallet med projektet tror jag att kan det bli svårt att hitta KPI:s som är till någon nytta. Möjligtvis kommer det visa sig användbart att koppla kvantitativa resultat från eventuella utvärderingar till några av aktiviteterna. När det gäller marknadsföring finns det många KPI:s att välja mellan för att mäta kunders nöjdhet.

Slutsats

Sammantaget skulle jag vilja använda strategikarta och balanserat styrkort för att testa idéer, visualisera och lyfta fram strategier och se till att arbetet går i rätt riktning. Det främsta problemet blir att hitta användbara KPI:s. Möjligtvis kommer det att kännas konstlat att använda detta verktyg då storleken på gruppen är liten och tiden projektet pågår kort.

³ s.126