

Metodekort Sandwichmodell 1/2

HVA FÅR DU UT AV METODEN?

Gir tydelig retning for strategiarbeidet ved å definere fokusområder som ivaretar både virksomhetens og kundenes behov.

HVORDAN?

Metoden gjennomføres gjennom forberedende analyser samt arbeidsmøter for hvert steg i prosessen. Prosessen er da som følger:

- 1) Definer et tydelig mandat som avgrenser området som skal analyseres.
- 2) Definer 5-10 forretningsmessige mål og forventinger hos virksomheten din. Forsøk å kvantifisere hvor det er mulig.
- 3) Ta utgangspunkt i definerte målgrupper, og definer 5-10 kundebehov innenfor det definerte omfanget. Husk å fokusere på behov, ikke løsninger. Forsøk å kvantifiser hvor det er mulig.
- 4) Fokusområdene beskrives deretter i grensesnittet mellom kundebehov og virksomhetens behov. Definer 5-10 fokusområder som tilfredsstillende begge perspektiver. Enkelte fokusområder vil likevel kunne være relatert til, eller være drevet av, virksomhetens mål. Andre fokusområder kan i hovedsak være kundedrevet.
- 5) For hvert fokusområde bør det fastsettes en ambisjon, en overordnet målsetning for fokusområdet– som er utfordrende, noe å strekke seg etter, og oppnåelig. Målene blir en indikator på om man har lykket med fokusområdet.

FORDELER

Sikrer et fokus som ivaretar både interne og eksterne behov. Modellen er et nyttig pedagogisk verktøy for kommunikasjon i virksomheten.

ULEMPER

Det kan være utfordrende å definere og velge ut konkrete og spesifikke fokusområder på bekostning av andre områder.

HVEM BØR DELTA?

Deltagere som kjenner godt til kundenes behov, og deltagere som kjenner godt til virksomhetens overordnede føringer.

HVA TRENGER DU?

Post-it lapper, Tavle/brunpapir, tusjer i flere farger.

TIDSBRUK

2-3 arbeidsmøter à 2-4 timer.

Metodekort Sandwichmodell 2/2

