

# Faglige tilgange, modeller og værktøjer:

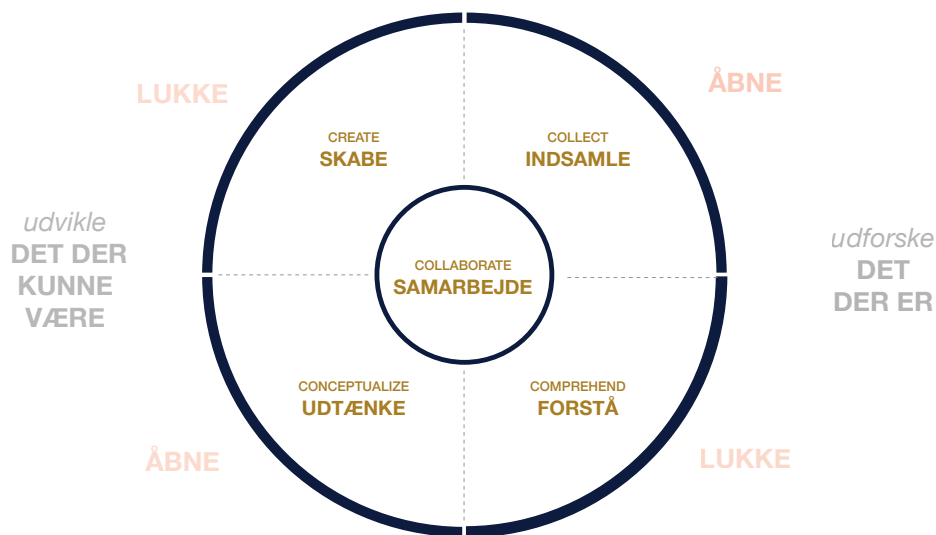
Et par udvalgte eksempler.

## DESIGNPROCESSEN

Model 6C - Silje Kamille Friis, Forsker, KADK.

6 C modellen (Silje Kamille Friis) bruges som proces-værktøj igennem forløbet af workshops. Igennem fælles forståelse for hvor man arbejder i processen styrkes virksomhedens evne til at arbejde struktureret med bæredygtig udvikling, mapping af potentialer og ikke mindst strategisk perspektiv på bæredygtig udvikling og skabelse af bud på cirkulære forretningsmodeller.

Gennem definering af konvergent/divergent tænkning = at "åbne/lukke" trænes virksomheden i at innovere, kvalificere og gå fra den ene fase til den næste i projektet. Formålet med dette er at alle involverede ved, hvornår man er i gang med at innovere, kortlægge, samle viden, kvalificere etc.



### Collaborate:

Samarbejde og videndeling: Med udgangspunkt i virksomhedens organisation, procesflow, strategi og vision fastlægges rammerne for projektet.

### Collect:

Research – at undres og undersøge: Gennem forskellige designmetoder indsamles viden om virksomheden, internt såvel som eksternt, herunder identifikation af potentielle områder for optimering af ressourcer, mapping igennem værdikæde

### Comprehend:

Analyse, sortering og kategorisering – at forstå:

Analyse af det indsamlede materiale, samt indsigter fra samtaler og workshops.

Beskrivelse af identificerede mulighedsrum hos virksomhederne.

### Conceptualize:

Skitsering af mulige løsninger – konceptudvikling Skitsering, prototyper og tests i samarbejde med virksomhederne. Identifikation af anvendelige og implementerbare løsninger og værktøjer.

### Create:

Det færdige koncept – produktion: Udarbejdelse af roadmap, ressourceprofil, beskrivelse og visualisering af virksomhedens overgang til en cirkulær forretningsmodel, herunder casebeskrivelse for virksomhedens udbytte af deltagelse.

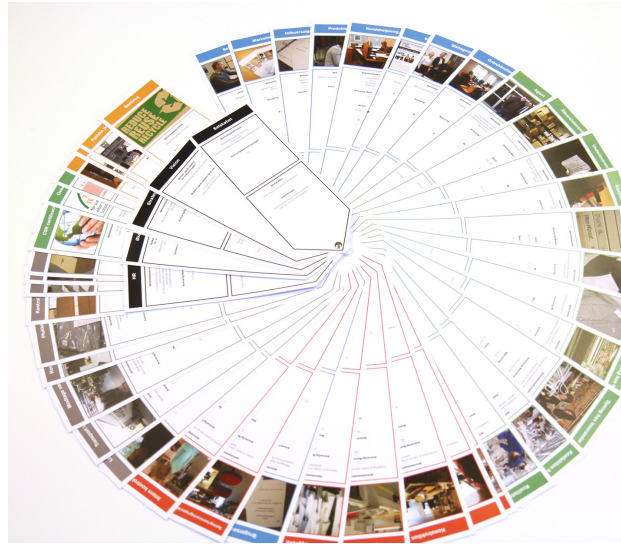
## DESIGNMETODER:

### Persona-profiler:

At kende sin kunde/slutbruger grundigt vil øge virksomhedens succes i relation til præcision og målrettet værdiskabelse for både kunder (B2B), slutbruger B2C og B2B2C. Virksomheden præsenteres for adskillige tilgange: Interview,

### Kortlægning af værdikæde:

Gennem Business Model Canvas mappes virksomhedens værdikæde - på baggrund af dette identificeres eventuelle "huller" og muligheder for forandring. Der skabes en visuel værdikæde, der beskriver aktiviteter, potentialer og bæredygtige tiltag.



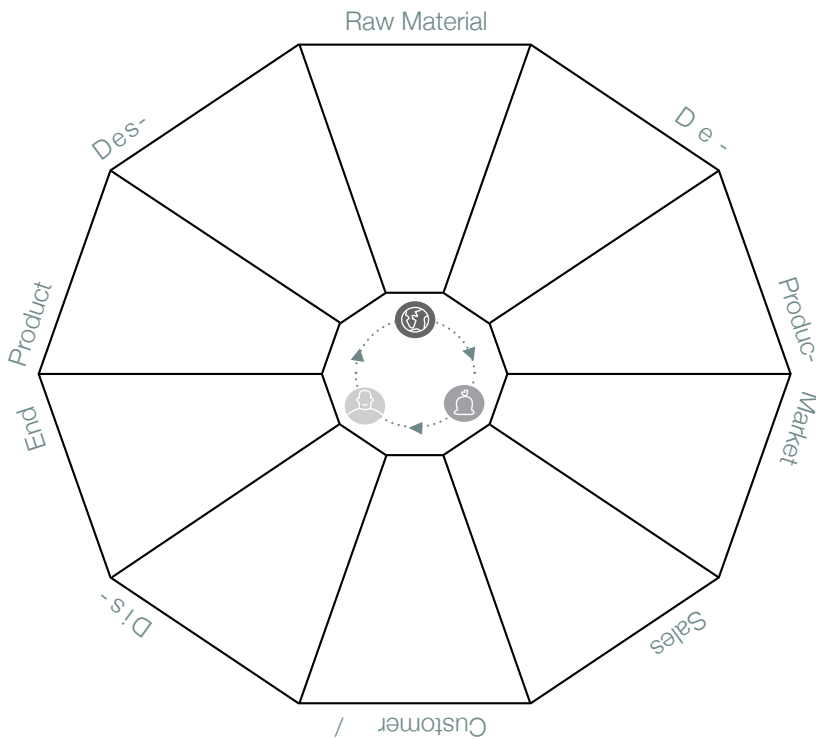
### Fortid- og Fremtid:

Gennem videndeling omkring virksomhedens fortid (hvad kommer vi af og fra) og fremtid (hvilke muligheder og udfordringer kan vi identificere gennem research, skabes fælles fokus for fremadrettet arbejde i relation til CØ. Metoden bidrager til øget kvalificering af eksisterende produkt/service-portefølje og ikke mindst i udvikling af nye produkter/services.



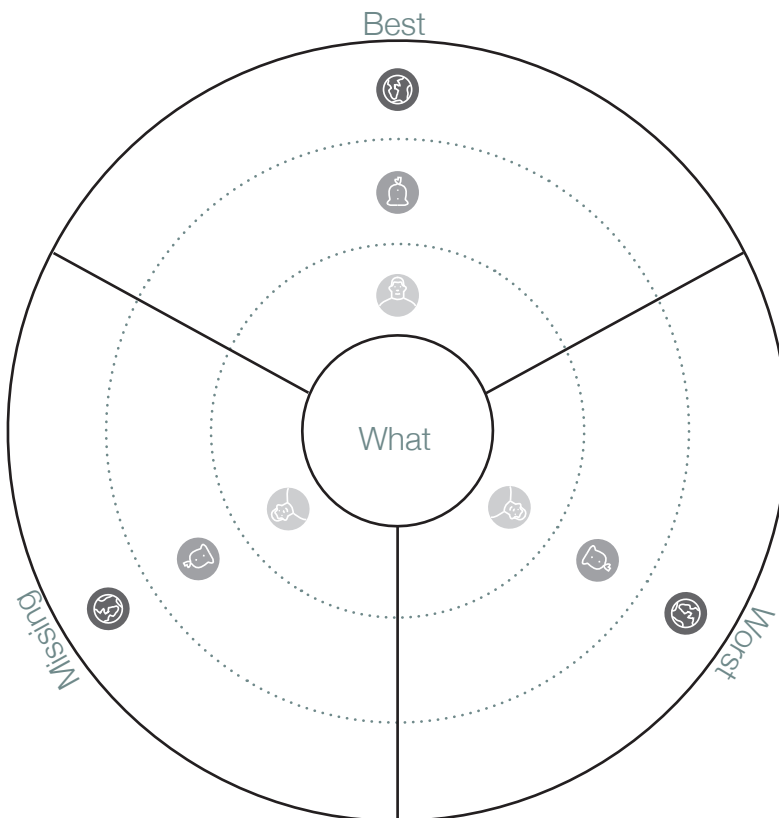
**Produktudviklingsværktøj:**

Et værktøj der sikrer videndeling på tværs af værdikæden, herigennem sikres en kortlægning af effekter positive såvel som negative. Der sikrestilles et cirkulært perspektiv som udgangspunkt for analyse af eksisterende såvel som nye produkter/services. Der kan tillægges metoden, brugerrejsen - hvis der er tale om udvikling/analyse af en service.



**Kvalificeringsværktøj og Kollektionsopbygning:**

De færreste virksomheder har mulighed for at skifte eksisterende forretningsmodel og værdikæde ud fra den ene dag til den anden. Derfor vil et strategisk sigte, der muliggør "dagens drift" og det fremadrettede mål være relevante. Begge ovennævnte metoder/værktøjer vil bruges i relation til kvalificering af identificerede potentialer og strategisk udvikling omkring virksomhedens eksisterende produkt/service-porteføje; herunder visualisering og beskrivelse af fremadrettede aktiviteter for at opnå en cirkulær forretningsmodel.



- Profit
- Number of products
- Market differentiation
- Production length
- Product development + resources
- Material composition + complexity

