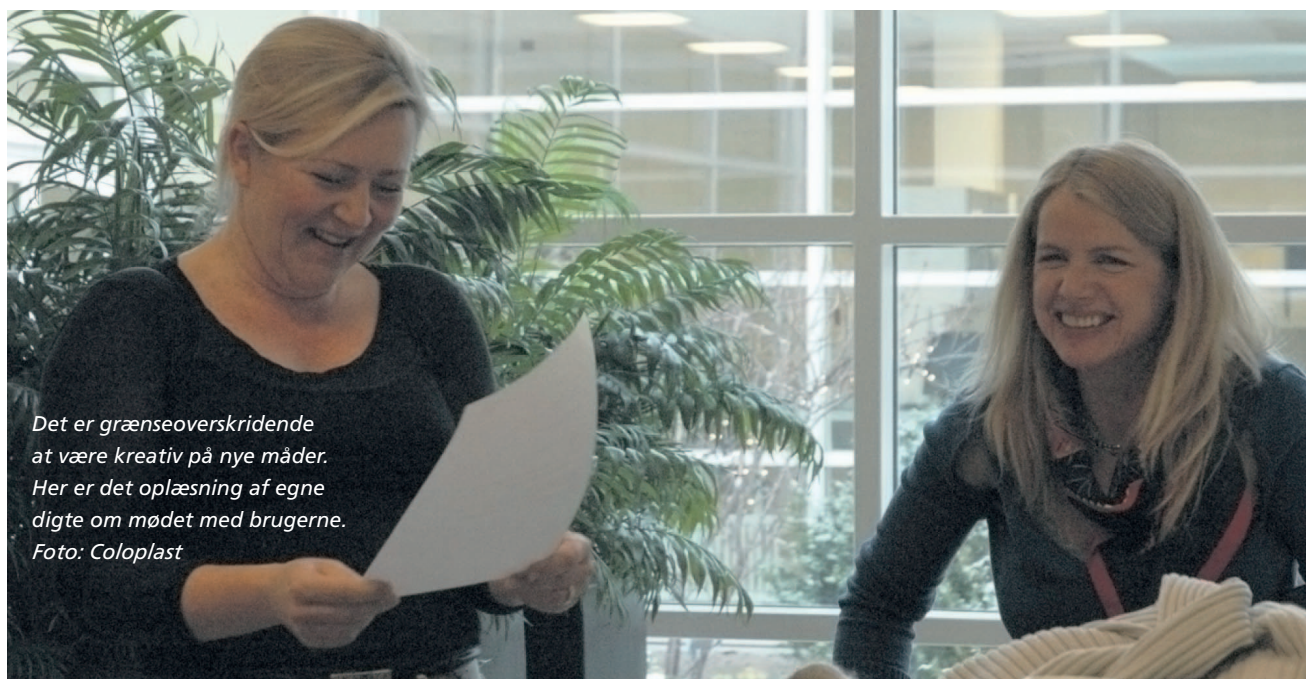


# COLOPLAST

## MED SLUTBRUGEREN I CENTRUM

50 nye ideer til brugerinddragelse i produktudvikling

Coloplast har fået et omfattende idekatalog, der skal gøre virksomheden endnu bedre til at inddrage slutbrugerne i udvikling og forbedring af virksomhedens produktportefølje. Idekataloget er resultatet af et innovationsprojekt, som Kunstgrebinnovatørerne Lotte Munk og Iben Claces har gennemført på Coloplast. Idekataloget skal hjælpe virksomheden med at styrke sin markedsposition og skabe loyale brugere af dens produkter.



*Det er grænseoverskridende at være kreativ på nye måder. Her er det oplæsning af egne digte om mødet med brugerne.  
Foto: Coloplast*

### MICHAEL HOLMHANSEN DIREKTØR, FRONT END INNOVATION UDTALER →

**"Vi ER gode, men vi kan alligevel forbedre os.** I har bidraget med noget, som vi ikke har, – og ved at holde fokus på det kreative, har I vakt interesse og tændt en gnist i folk, som har haft den effekt, at de har sagt: "Jeg vil gerne bidrage". Vi skal ikke gøre det på samme vane-agtige måde, som vi altid gør". Medarbejderne siger: "Man kan sige ting til jer, fordi I er kunstnere – I har været med til at åbne", "Jeg havde forventet noget mere flippet med de her kunstnere".





Inspireret af den gængse "mapping"-terminologi i ColoplastP blev værdier og aktiviteter herefter tegnet som landkort i en fiktiv ramme, hvor eventyr er den fremherskende metafor.

**Læsevejledning til kortet**

• **Regioner med rødt**

De oprindelige to mængder med den store delmængde i midten er blevet til Regioner angivet med rødt: Region Produktviden og Brugerindsigt. Region Mellemlandet er gulgrøn.

• **Grænser med sort stiplede linje**

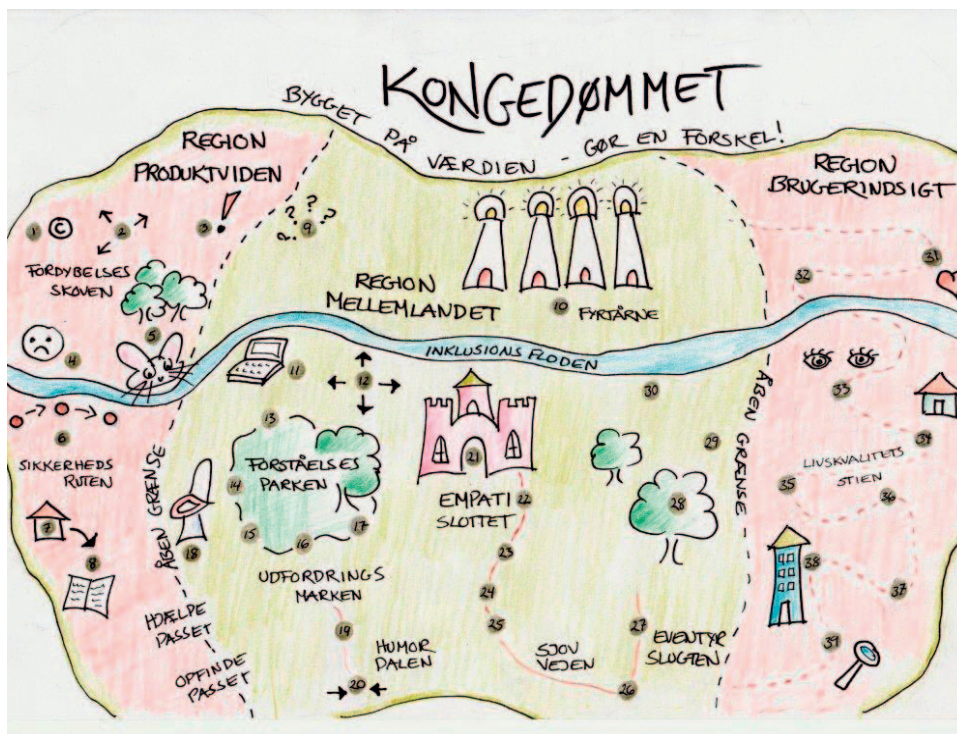
Da der er åbne grænser mellem de forskellige Regioner, er disse angivet med en sort stiplede linje.

• **Aktiviteter med numre**

Numre angiver en (aktuelle eller tidligere) aktivitet.

• **Værdierne er angivet med sorte versaler samt en tilføjelse,**

der kobler til geografiske eller fysiske termer, fx Empati-slottet, Forståelsesparken, etc. Bemærk i øvrigt at Inklusions-floden løber igennem alle tre Regioner



**Udfordringen**

Det kræver empati og indlevelse at forstå hvad en godt designet stomipose eller et velegnet kateter egentlig er i praksis, hvis man ikke selv har stomi eller døjer med inkontinens. Det ved de hos Coloplast. Virksomheden har lang tradition for at inddrage slutbrugerne i produktudviklingen og den tradition ville de gerne manifestere yderligere for fortsat at kunne tilbyde konkurrencedygtige produkter, der imødekommer slutbrugerens behov. Coloplast stillede derfor Kunstgreb den opgave at udarbejde et idekatalog, der beskriver nye metoder til at inddrage slutbrugere på i virksomhedens innovationsprocesser, og anbefalinger til hvordan metoderne kan anvendes på globalt niveau.

**Processen – hvordan fremkom produktet?**

Innovatørerne gennemførte et forløb skåret over Kunstgrebs innovationsmodel. De lagde ud med at afklare mål og værdier og levendegøre disse sammen med udvalgte medarbejdere fra Coloplast gennem brug af målsætningsværktøjet TOTE og forskellige sansebaseerede øvelser. Innovatørerne observerede også brugermøder, kortlagde eksisterende brugerinddragelsesmetoder og interviewede medarbejdere og fik på den måde et bredt/nuanceret billede af Coloplasts eksisterende praksis og de første vigtige input til innovationsprocesserne og idekataloget.

På en idegenereringsworkshop fik in-

novatørerne projektgruppens kreative kræfter sluppet løs. De skulle skrive digte om virksomhedens DNA og powerwrite; en forfatterteknik, hvor man slår sin indre dommer fra og noterer ideer ned non-stop i 7 minutter. De gennemspillede også små rollespil, hvor de kunne øve den svære samtale med en bruger, der lige har fået stomi. Innovatørerne afholdt også en brugerworkshop for at få brugernes erfaringer med og ideer til at blive involveret i produktudviklingen.

De mange ideer, der fremkom i innovationsforløbet, blev efter at have været gennem en valideringsrunde samlet i et katalog til Coloplast som nu arbejder videre med de 50 nye metoder til brugerinddragelse.

DEN EUROPÆISKE UNION   
Den Europæiske Socialfond  
Vi investerer i din fremtid

**ER DU BLEVET**  
inspireret og vil du høre mere om hvordan din virksomhed kan skabe innovation ved hjælp af en innovatør fra Kunstgreb, så...

**KONTAKT** Kunstgrebs sekretariat tel. 38 33 40 00 eller skriv en mail til [info@kunstgreb.dk](mailto:info@kunstgreb.dk) for bestilling af et uforpligtende møde. Vi glæder os til at høre fra dig!