

Analyseseminarium 2 / 2010-06-23

Plats: Casino Cosmopol

Inledning

Stefan Eriksson

PS-gruppen

Om mål, syfte och samverkansmodell för processen. Sammanfattning från 1:a analysseminariet: tydlig och gemensam målbild, mätbara mål, konkret handlingsplan, överenskommelse om åtaganden, stolthet, finn 5 rätt – positiva nyheter som sprids brett.

Peder Björk

Kommunstyrelsens ordförande

Talar om vikten av åtaganden och verkstad. Attitydfrågorna är viktiga för kommunen att ta tag i. Talade om två grundläggande attitydnivåer i den kommunala organisationen:

- 1) Serviceleverans, dvs att ge bra service (7 500 anställda).
- 2) Attityder till tillväxt och företagande (hållbar tillväxtstrategi).

Andra bitar som måste fungera är: Infrastruktur, hård (vägar, flyg etc), mjuk (utbildning & kompetens).
Lokal upphandling, måste bli bättre på att erbjuda företagen lokalt, regionalt att leverera till kommunen (=dela upp upphandlingen)

Stefan Söderlund

Kommundirektör

Hur jobbar vi i kommunen med attitydfrågan i dag? Belyser att kommunen i dag är utsatt för konkurrens, det finns i dag andra utförare av kommunal verksamhet (välfärdstjänster). Hur förhåller vi oss till det ”nya” begreppet kund?

Vilka utmaningar ser vi och vilka verktyg har vi och behöver vi för att möta dessa.

- Öka produktivitet och kvalitet genom ökad kundtid i produktionen/tjänsteleveransen.
- Effektivisera, minska omfattning och ändra formerna för myndighetsutövning och administration.
- Öka tillgänglighet och bemötande.
- Utveckla kundprocessen, utgående kundnytta.

- Nöjd kund = kund vars förväntan uppfylls eller överträffas (utifrån de behov kunden har, vilka är individuella).
- Se och förstå kundens behov.
- Skapa rätt förväntan.
- Kommunikation
- Attityder & värderingar
- Utveckla kulturen
- Bäras av ledarskapet

Många säger att kulturen sitter i väggarna. NEJ säger kommundirektören, den sitter hos cheferna!

Visionen för tjänstemannaorganisationen är: ”Vi gör det goda livet möjligt”!
Värdeord: Mod / Helhetssyn / Öppenhet

Troed Troedsson
Framtidsanalytiker

<i>”Det är inte hur vi gör utan vad vi gör”</i>	<i>Kompetens = The ability to compete</i>
---	---

1990	2020
Nästan ingen kan → kunskapssamhälle	Nästan alla kan
Kunskap Hjärna (objektiv standard, funktionell)	Förståelse (nära empati) Värderingsstyrd (Mercedersägare tycker bättre om Mercedes än Kiaägare tycker om Kia)

Det absolut viktigaste är vad kunden tycker. Personalens bemötande är och förblir ett av våra absolut främsta konkurrensmedel.

Långsiktig
Specialisering

Kortsiktig
Komplexitet

Sammanfattningsvis kan sägas att vi är duktiga på att utveckla det vi redan gör och kan, vilket i värsta fall leder det till att vi gör fel saker ännu mera fel... Att tänka och göra nytt är svårt!

Pernilla Berg

Sundsvall Business Region

Presenterar den företagskartläggning som Sundsvall Business Region genomfört under hösten 2009 och våren 2010 som beskriver vilka behov våra företag har av näringslivsservice.

Underlaget till Pernilla Bergs presentation "Rapport från Sveriges största företagskartläggning" finns som pdf på vår hemsida: www.sundsvallbusinessregion.se

Stefan Eriksson

PS-gruppen

Går igenom agendan för kvällens workshops. Arbetet kommer att bedrivas i grupper där grupperna, utifrån tidigare programråd, ska processa fram eller göra en prioritering av gemensam vision, mål, KFF'er och Quick Winns.

Workshop 1/Vision

Vision/Programråden

Programråd A	Programråd B	Programråd C	Programråd D
Vi har Sveriges bästa näringslivsklimat			

Ingen av grupperna vill ha kvar visionen som arbetats fram i programråden och nya visioner processades fram enligt nedan:

Vision/Analys 2

Grupp 1	Sveriges närmsta näringslivsdialog
Grupp 2	Vi skall ha Sveriges nöjdaste företagare
Grupp 3	Sveriges mest nöjda och entusiastiska företag
Grupp 4	Företagarna skall vara stolta, sedda och hungriga

Workshop 2/Mål

Mål/Programråden

Programråd A	Programråd B	Programråd C	Programråd D
- Fler företag som överlever 2-årsdagen - Färre antal aktörer och varumärken - En dörr in	- Vi ska erbjuda Sveriges bästa näringslivsservice så att vi har Sveriges nöjdaste näringsliv	- Nöjd kund - Bästa utvecklingen på rankingen - Bäst tillväxt	- Stolthet - Levande innerstad - Unikitet - Bra resecentrum

Ovanstående mål prioriterades i grupperna enligt nedan:

Mål/Analys 2

Grupp 1	En dörr in / positiv & stolt / närhet i unik mix (akademisk kvart till allt) /levande innerstad
Grupp 2	En väg in till näringslivsservice / Nöjda företag och besökare
Grupp 3	'Succéhjulet' / Circle of life – en väg in, attityder och beteende, det första intrycket är bestående, bra näringslivsservice, företag överlever 2-årsdagen, allt bra leder sammantaget till tillväxt vilket ger nöjda kunder
Grupp 4	Nöjda kunder / Stolthet / Levande öppenhet / Unikitet

Workshop 3/KFF'er

KFF'er/Programråden

Programråd A	Programråd B	Programråd C	Programråd D
- Expandera inkubationsspåret - Höj blicken, horisonten skall vara Sverige och Europa	- Tydlighet i processen - One-stop shop - Tydliga roller mellan aktörer - Upplevelse av affärsnytta - Upplevelse av servicegrad	- Kommunicera fokuserat, tala om vad vi är bra på - Lyhördhet, för att skapa samverkan mellan olika aktörer - Samsyn om vad och varför, gemensam målbild - Tydlig processer (definierade) - Inställning/passion - Kreativa människor	- Satsa pengar på att marknadsföra evenemang och aktiviteter till Sundsvallsbor - Omsätta längtan och visioner till verkliga handlingar - Mycket bra görs men systematiken och koordineringen saknas

Ovanstående KFF'er prioriterades i grupperna enligt nedan:

KFF'er/Analys 2

Grupp 1	Det lilla extra / öppenhet (snabb och anpassningsbar) / kommunikation /
Grupp 2	Höj blicken / kommunikation, lyhördhet, samverkan / tydligt ledarskap / koordination och samverkan / tron på oss själva och framtiden / övertyga 3 personer i morgon om det unika och fördelarna med att bo i Sundsvall
Grupp 3	Lyssna och kommunicera / tydlighet i processerna / nära, tillgänglig och aktiv service / gör vår egen '50-punktslista' / paketera resultatet av företagskartläggningen
Grupp 4	Utveckla nyföretagarfrågor ytterligare till att inkludera unga och ungdomar

Quick Wins

- | | | |
|---------|--|---|
| Grupp 1 | | Erbjud det lilla extra – det oförväntade |
| Grupp 2 | | Övertyga 3 personer i morgon om det unika och fördelarna med att bo i Sundsvall |
| Grupp 3 | | 1) Gör vår egen '50-punktslista' 2) paketera resultatet av företagskartläggningen |