

Hotel Koldingfjord

Hotel Koldingfjord ligger flot placeret ned til Koldings fjord, og tilbyder facilitering af alt fra store konferencer til bryllupper og hyggelige weekendophold.

Case: Analysér ændringerne i mødekulturen som resultat af corona, med henblik på at tilpasse nuværende produkter og udvikle nye til markedet.

OVERBLIK

| | |
|---------------|----------------------------|
| Virksomhed | Hotel Koldingfjord |
| Lokation | Fjordvej 154, 6000 Kolding |
| Kontaktperson | Peder Madsen - CEO |

VIRKSOMHEDSBESKRIVELSE

Hotel Koldingfjord er et 4-stjernet hotel og konferencecenter, som blev grundlag tilbage i 1990 af en ejerkreds bestående af pensionskassen for sygeplejersker og lægesekretærer (PKA) og dansk sygeplejeråd (DSR). Hotellet ligger smukt placeret på nordsiden af Koldingfjord. Hotellet har til huse, i det gamle julemærkesanatorium for børn med lungetuberkulose.

I dag er det et topmoderne hotel med 132 værelser og konferencefaciliteter for op til 300 personer.

Her tilbyder de alt lige fra weekendophold, med fokus på selvforkælelse og gastronomiske oplevelser, til de helt store web-transmitterede konferencer. Ens for dem alle er værdisætningen om at yde "vedkommende personlig service", som i alt sin enkelthed går ud på, at den service, som ydes, tager afsæt i den individuelle gæsts behov. Så den rette service ydes efter behovet, om det er til en konference, en fest eller en afsked med ens kære. Der er ingen pakkeløsninger i forhold til service.

CASEBESKRIVELSE

De er stedet, hvor mennesker mødes, udveksler ideer, finder ro og skaber resultater.

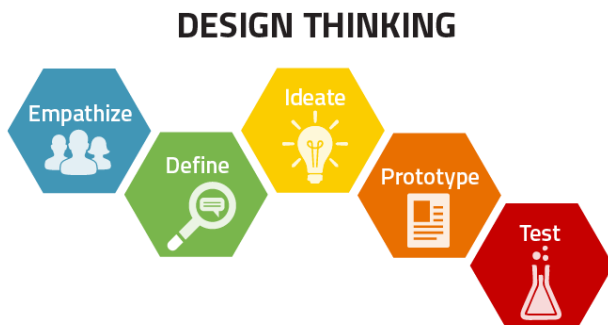
Måden, hvor på vi mødes og udveksler viden, har været igennem en langsom transformation fra at være fysisk til også at indeholde en online dimension. Grundet udfordringerne med en global COVID-19 pandemi, er mange møder flyttet sig til primært at forgå online. Dette har skabt udfordringer for virksomheder, som lever af at tilbyde mødefaciliteter, da de ingen gæster har, og ikke mindst for de virksomheder, hvor møder/konferencer ikke kan afholdes med samme effektivitet og værdiskabelse.

Hotel Koldingfjord vælger ikke at se disse udfordringer som værende livstruende for forretningen, men nærmere som et paradigmeskift i mødekulturen, som åbner op for nye muligheder. Af den grund har Koldingfjord valgt at investere i teknologi til at kunne facilitere hybridmøder. Hybridmøder er møder, hvor der er mulighed for at have nogle deltagere fysisk på hotellet og andre online ude i verden.

Denne investering er kun en del af løsningen på virksomhedernes udfordringer. Derfor får talentteamet til opgave at undersøge, hvilke udfordringer virksomhederne står overfor, og hvordan Hotel Koldingfjord kan overføre deres værdisætning om "vedkommende personlig service" til også at gælde i den online verden.

KONKRETE OPGAVER

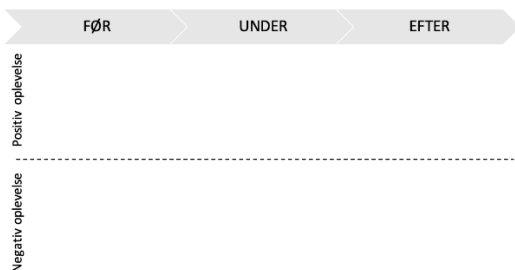
De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser. Faserne skal betragtes som inputs og inspiration, som gerne må forlænges udover nedestående hjælpespørgsmål. Hele casen er bygget op omkring design thinking metoder, og hvis ikke du kender til disse metoder i forvejen, så introducerer vi til det i de første tre dage af forløbet.



1. Fase: Inspiration & Empati (Empathize)

Den første fase handler om, at talentteamet skal observere og integrere med virksomhederne og deres medarbejdere for at forstå den kontekst, som brugerne er den del af. For at Design Thinking som innovationsværktøj skal blive en succes, er det vigtigt der er fokus på denne del og at der ikke bliver kørt for hurtigt frem.

Det er vigtigt, at man kommer til at forstå brugernes kerneudfordringer, som man primært finder gennem en kvalitativ tilgang, f.eks interviews og observationer. Gør gerne brug af 5xHvorfor. Kortlæg evt. kunderejsen.



Fokusområder, som kan være vigtige at undersøge:

- Mødekultur – Fysisk vs. Online
- Teknikken – Fysisk vs. Online
- Hvordan skaber man relationer? – Fysisk vs. Online
- Hvordan får man service gennem en skærm?

2. Fase: Definér din udfordring (Define)

I fase to skal du samle al den information teamet har fra fase et, og finde mønstre ved at kigge på ligheder i forhold brugeroplevelsen. Ud fra disse ligheder og mønstre, skal du finde en konkret problemstilling at arbejde videre med.

Det er yderst vigtigt i denne fase, at man lægger sine egne idéer og tanker om problemet til side, og fokuser på de informationer, man har fået fra brugerne. Man skal sætte sig i deres sted og se udfordringerne fra deres perspektiv. Det vil sige, at der skal være fuld fokus på at konkretisere problemet og vente med at finde løsninger og idegenerere.

Udarbejd en kort rapport eller præsentation af jeres indsigter. Det skal også indeholde overvejelser omkring, hvilke problemstillinger, gruppen ser som væsentligste, og hvilken udfordring, gruppen vil gå videre med i første omgang. (Der vil måske være mulighed for at udforske mere end en udfordring, efter den første er løst).

3. Fase: Idéskabelse (Ideate)

Nu bliver der frit spil for kreativiteten. Idéskabelsesfasen siger måske lidt sig selv: Det handler om at skabe idéer og løsninger på den udvalgte udfordring.

Det er op til talentteamet at finde ud af, hvilken brainstorming proces de finder mest givende.

I kan gøre brug af følgende værktøjer:

- IDEKU + HMW
- IDEKU er et redskab til systematisk idegenerering, hvis du har brug for at udfolde en idé, en situation eller et problem og finde nye tanker, løsninger og handlinger.
- I midten af IDEKU'en stilles et HMW-spørgsmål (how might we).

Gode råd:

- Sig aldrig nej til en idé. Hold det positive flow, og byg videre på den, indtil du synes, den bliver god.
- Tænk stort og fat dig i korthed (helst overskrifter)
- Det kan være en god ide at stå op under sessionen, da energien typisk er bedre
- Skriv ideerne nede på post-it's med det samme. Intet bliver glemt og de er nemmere at gruppere bagefter.

Når processen er overstået, så er det vigtigt at rangere ideerne. F.eks. ved at give folk 2 stemmer, alt efter hvad de tænker er bedst.

4. Fase: Udvikling af Prototype (Prototype)

I prototype-fasen skal I hurtigst muligt få testet de ideer, som I har skabt i Idéskabelsesfasen. Denne fase handler ikke om at lave det endelige produkt, men

meningen med prototypen er, at teste om jeres ide løser kerneproblemet. Med andre ord skal I teste om jeres skib (ide) kan sejle eller om det synker, når man søsætter det.

Der findes masser af værktøjer man kan benytte sig af eks.

- Low tech: Legoklodser, Papir og tuscher, pap, post-its
- Visualiseringsværktøjer til System/Web/App: Proto.io

5. Fase: Test og Feedback (Test)

I den sidste fase skal I ud at teste jeres prototype. Det vil være en fordel at tage ud til de brugere, som deltog i fase et, og høre om dette løser deres udfordring.

Hvis produktet løser brugernes udfordring, kan I gå videre ned til videreudviklings- og implementeringsfasen. Hvis ikke jeres løsning er tilstrækkelig, gå da tilbage til fase 1 (inspiration & Empati) for at få en bedre forståelse af problemet.

Design Thinking-modellen har en iterativ tilgang, sådan at I fortsætter i en cirkulær proces, indtil I finder den rette løsning. Det kan derfor af og til også være svært at vide, hvornår man egentlig er færdig.

6. Fase: Præsentation af idéen.

Når I er kommet frem til et produkt, som løser brugernes udfordring, skal dette præsenteres for Peder fra Koldingfjord, og de relevante kollegaer på Hotel Koldingfjord.

Til præsentationen bør I diskutere, om der skal arbejdes videre med produktet til en konkret forretnings- og implementeringsplan, eller om I skal tilbage og løse en anden problemstilling.

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Kortlægning af udfordringerne som virksomhederne og deres medarbejdere har.
- ✓ Gennemarbejdet idé(er)
- ✓ Idékatalog

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Forretningsudvikling, designledelse, innovation, marketing/formidling, psykologi, antropologi, kvalitativ analyse, IT/UX

TALENTPROFIL

Som talentteam bliver man en del af en organisation med en stor sammenhængskraft, hvor alle medarbejdere både har medbestemmelse på deres eget arbejdsområde og indflydelse på de overordnede visioner for hotellet. Det er eksempelvis medarbejderne, som har bestemt, hvilke af FN's 17 verdens mål, Hotel Koldingfjord fokuserer på. Til at starte på vil man få tildelt et specifikt lokale, men det forventes, at man integrerer med resten af hotellet.

Det team, som Hotel Koldingfjord er på udkig efter, er et team, som kan komme ind med nye øjne og ikke mindst et sæt af analytiske kompetencer, som de ikke selv besidder på nuværende tidspunkt.

Det skal være et team med stærke kompetencer indenfor kvalitative analyser, men som også forstår sig på at omformulere udfordringer til konkrete løsninger, og tænke dem ind i forretningen.

Derudover vil det være et plus, hvis man tidligere har beskæftiget sig med FN's 17 verdensmål.