

Et døgn i fremtiden - i 2031

Ideen

Vi har brug for at komme op i helikopteren en gang imellem – tænke nyt, ikke kun forbedre det hidtidige. Derfor: et døgn i 2031 – 25 år fra nu. Det lange perspektiv giver licens til at hæve den kreative overfliger, til at tænke udenfor boksen.

Vi starter med at organisere et antal ekspeditioner, hold af 3 til 6 deltagere, der sammen drager ud i fremtiden, observerer og vender tilbage til nutiden med deres resultater. Sandsynligvis opdager hvert hold noget forskelligt - fremtiden er fuld af muligheder. Vi skal blot afdække dem. Ekspeditionen til fremtiden er det kreative værktøj, målet er bedre beslutninger i nutiden. Vi slutter med at stemme om, hvilke ekspeditioner, der har hentet de mest spændende resultater hjem til nutiden.

Guide på turen er Rolf Jensen, direktør i Dream Company og forfatteren til bogen Fremtidsmagerne. Inden afrejsen fortæller guiden om destinationen og give gode råd om, de ting man kan opleve på rejsen til fremtiden, hvad man skal være opmærksom på og hvor man skal passe på. Det er så op til ekspeditionerne at rejse og sammen føre deres virksomheder helt frem til 2031. Rollerne er fordelt således:

Guiden fortæller og inspirerer om virksomhedens omverden

Deltagerne, ekspeditionerne, omsætter inspirationen til virksomheden og dens marked

Ved hver destination skal deltagerne først drømme, tænke kreativt, komme højt op i helikopteren. Det er hjertefasen. Næste step er hjernefasen: fornuften, det rationelle, et virkelighedstjek. Sidste fase er at anviser veje til implementering.

Ved rejsens afslutning udarbejdes en liste over de tiltag, der kan implementeres i virksomheden i de nærmeste år. Dokumentation af resultaterne. Til sidst præsenterer ekspeditionerne deres resultater i plenum og vi stemmer som nævnt om det bedste bidrag.

Forløbet

Afrejsen. Guiden introducerer. Vi ser på udstyr og på rejsebetingelser. På deltagernes forventninger. Guiden fortæller om det at rejse i tid, om de erfaringer og metoder, der sikrer det bedste resultat. Vi gør 2 stop inden vi når frem til målet: 2031.

Første stop er i 2011. I guidens time fortælles om destinationen, om dens muligheder og risici. Ved dette stop ser vi især på servicerevolutionen, på individualisering, de personlige produkter og den individualiserede service samt ny teknologi. Guidens time følges af dialog.

Hver ekspedition arbejder med de tre step: drømme, derpå virkelighedstjek og implementering.

Næste stop er 2021. Guiden orienterer igen om destinationen med tendenser, eksempler og muligheder. Fortællinger og fremtidsspor fra nutiden til 2021 med vægt på oplevelsesøkonomien, kunderne, medarbejderne, organisation og ledelse. Guidens time følges af dialog med ekspeditionerne.

Ekspeditionerne arbejder med de 3 step, men med øget vægt på drømmene og det kreative. Husk at målet ikke er 2021, men nutiden. 2021 er blot det kreative værktøj.

Sidste stop er 2030. Guiden tegner et billede af markedet i 2031 med vægt på de globale perspektiver. Vi er 25 år fremme i tid. Udfordringerne til ekspeditionerne er store, der er mange muligheder, vi ser ud til horisonten og længere.

Ekspeditionerne arbejder igen med de 3 step. Det er nu de mest vidtrækkende forslag skal præsenteres, visioner om en anderledes virksomhed.

Ved hvert af de tre stop dokumenteres resultaterne og ekspeditionerne fortæller om deres resultater i plenum. Afslutningsvis sammenfattes de til et enkelt dokument. Hver ekspedition præsenterer deres endelige resultat og vi vælger det mest konstruktive og visionære.

Udbyttet af rejsen

Din virksomhed møder de drivers, der former fremtidens marked. Og tager stilling til dem. Hvad det indebærer for min virksomhed, for vores marked.

En gang imellem er det godt at komme op i helikopteren og få inspiration og nye ideer, der kan omsættes til handling. At foretage sig noget nyt, ikke blot gøre det hidtidige bedre.

Deltagerne møder hinanden på en ny måde, det er ikke team building, men de samarbejder om et fælles mål, nemlig om at blive de bedste fremtidsmagere. Tidsrejsen giver energi og inspirerer kreativiteten.

Seminaret er tillige et tjek: er der nu noget i vores planlægning vi har overset. Har vi taget højde for de udfordringer, der ligger foran os. Har vi opdaget alle de muligheder, der er?

Efter seminaret har virksomheden dokumentation for en række visioner og tiltag, store som små. Måske også flere end et traditionelt strategiseminar ville give.

Forud for seminaret holder vi et møde, således at vi sikrer, at det er tilpasset til virksomhedens behov, at der bliver stillet de relevante spørgsmål til deltagerne. Seminaret kan afholdes for en enkelt virksomhed eventuelt sammen med udvalgte kunder og leverandører. Det kan desuden afholdes for flere virksomheder enten fra samme branche eller fra forskellige brancher.

Kontakt The Competence Company på tlf. 70 204 406 for mere information