

## GRADUATE forløb

**25%** : Dimittenden skaber overblik og en ramme for virksomhedens projekter/udfordringer.

**75%** : Dimittenden tager arbejdshandskerne på i forskellige områder. Dette sikrer kompetence-afklaring samt specifik opgaveløsning.

<i>Inden opstart</i>	<b>1. måned</b>	<b>2. måned</b>	<b>3. måned</b>	<b>4. måned</b>	<i>Afslutning</i>
Dimittenden får kursus i: ✓ En konkret ramme til CEO-beslutninger: MOTIV huset.  ✓ En værktøjskasse til opgaveløsning: 6 stk.	Dimittenden skaber et overblik til ledelsen.  Alle skrivebordsprojekter bliver kategoriseret i MOTIV huset inkl. problem-formuleringer.	Dimittenden starter opgaveløsning i et <u>udvalgt område</u> .  Specifik opgave igangsættes og afsluttes hvis muligt inden for tidsrammen.	Dimittenden starter opgaveløsning i et <u>andet område</u> .  Specifik opgave igangsættes og afsluttes hvis muligt inden for tidsrammen.	Dimittenden starter opgaveløsning i et <u> tredje område</u> .  Specifik opgave igangsættes og afsluttes hvis muligt inden for tidsrammen.	<b>Dimittenden har nu følgende muligheder:</b> ✓ Ansættelse til identificerede og igangsatte projekter. ✓ Ansættelse til nye projekter. ✓ Diplom (teori og træning) i et praktisk værktøj som kan bruges i andre virksomheder.  <b>Virksomheden ved nu:</b> ✓ <u>Hvor</u> dimittenden kan hjælpe (områder). ✓ <u>Hvordan</u> præcist dimittenden kan hjælpe (opgaver).
<i>Sideløbende</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Netværk med andre akademikere baseret på ens terminologi og værktøjskasse.</li> <li>- Adgang til online værktøjskasse med video-materiale og worksheets til opgaveløsning.</li> <li>- Opfølgning med hver dimittend. Dette sikrer forankring når teori møder praksis.</li> </ul>				

## Overblik og en ramme: MOTIV huset

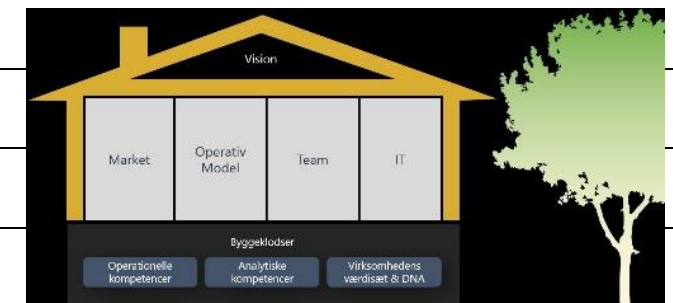
**Værdi for dimittenden:** Forstå flere områder i virksomheden og bruge sine akademiske kompetencer til at identificere problemstillinger og kategorisere jf. MOTIV husets elementer. Være pennefører på den røde tråd i virksomheden, og hjælpe med at skabe det rette grundlag for beslutninger.

**Værdi for SMV:** Overblik over projekter og udfordringer som skal løses. Ultimativt hjælper det lederne med at drifte og udvikle virksomheder.

MOTIV huset består af 5 områder. Det sikrer at virksomheder når 360° rundt over en given periode. Den overordnede metodiske model vil blive anvendt under hele forløbet. Denne praktisk-orienterede model er med til at sikre, at indsatsområder bliver oversat til konkrete handleplaner for virksomhederne og samtidig at analysearbejdet kan eksekveres på det strategiske og operationelle plan.

MOTIV huset er baseret på *best-practice* indenfor SMV-segmentet og er derfor en model der egner sig godt til at danne det faglige indblik, både kvalitativt og kvantitativt, for virksomheden. Modellen er baseret på akademisk forskning og praktiske erfaringer fra SMV-segmentet, og er på dette punkt velegnet til at bære den metodiske del af opgaven.

<b>Marked</b>	- At forstå kunder bedre og hvor virksomheden helst vil sælge.
<b>Operativ model</b>	- At forstå de interne processer, så de løbende bliver forbedret.
<b>Team</b>	- At forstå hvordan medarbejderne løbende bliver opkvalificeret og motiveret.
<b>IT</b>	- At forstå virksomhedens IT setup og digitalisering.
<b>Vision</b>	- At forstå hvilken vej virksomhedens er på, og hvad der skal til for at nå de overordnede mål.
<b>Fundament</b>	- At forstå hvordan udvikling forankres i en travl hverdag.



## En værktøjskasse til opgaveløsning: 6 stk.

Underlæggende eksisterer 14 konkrete værktøjer til opgaveløsning. Dimittenderne lærer 6 stk. til brug i den givne periode. Det er helt simple, enkle værktøjer som får alle medarbejdere med på opgaveløsningen.

**Værdi for dimittenden:** Indsigt i egne kompetenceområder samt hvad den enkelte helt præcist kan hjælpe virksomheden med. Ikke blot ved at tale med medarbejdere, men ved at løse helt konkrete problemstillinger. Hvis virksomheden ikke ved hvordan de kommer i gang med opgaven, kan denne værktøjskasse bruges operationelt.

**Værdi for SMV:** Mulighed for at begynde opgaver helt praktisk. Værktøjskassen er let at bruge, og medarbejdere kan involveres ukompliceret.

<p><b>Marked</b></p>	<p>1. <b>Segmentering af kunder:</b> Dette værktøj guider virksomheden til at forstå de forskellige typer af kunder og i sidste ende vise hvordan man differentierer de løsninger der tilbydes. Målet er at vide hvem de ideelle kunder er og hvad der gør dem forskellige. På den måde rammer man kunderne endnu bedre og endnu lettere. Dette er et godt og simpelt værktøj der er let at forstå på en visuel måde. Det viser for alle hvem kunderne er. Både salgsteamet og produktionen vil få gavn af dette.</p> <p>Essens: At forberede et bedre salg og fokuseret markedsføring.</p>
<p><b>Operativ Model</b></p>	<p>1. <b>Dashboard:</b> At have et instrumentbræt giver virksomheden mulighed for at tjekke status på definerede områder. En gang om ugen, måneden eller kvartalet skal man kunne se hvad der lykkedes, og hvor det går galt. Det giver alle mulighed for at tage sig af de vigtigste elementer uden at bruge mange timer på at få overblikket. Det er vigtigt at finde den rette balance.</p> <p>Essens: At etablere speedometre, fx til bæredygtighed.</p>
<p><b>Team</b></p>	<p>1. <b>Onboarding:</b> Hvordan får man en ny medarbejder introduceret bedst og hurtigst muligt? Der er meget forskning der peger på vigtigheden af dette, og hvordan små virksomheder ofte overser de fordele det medfører at have en onboarding plan. Det er et spørgsmål om tid. Hermed et værktøj som danner rammen for en god onboarding proces.</p> <p>Essens: At skabe en platform for nye, engagerede medarbejdere som hjælper virksomheden videre.</p>

<p><b>IT</b></p>	<p>1. <b>IT Strategi:</b> For at skabe sammenhæng i virksomheden, vil IT-strategien være afgørende for korrekt implementering af nye systemer. Der vil være muligheder for synergier på tværs af software. Denne opgave hjælper med at afdække behov i nutiden, ikke i fremtiden. Der skabes et overblik som man kan snakke ud fra og dernæst undersøge og beslutte hvad der er aktuelt. Alle IT-systemer evalueres i forhold til en samlet IT-strategi. Passer de ind i virksomhedens skalerbarhedsplaner?</p> <p>Essens: At kickstarte en digitalisering via et godt overblik.</p>
<p><b>Vision</b></p>	<p>1. <b>Vision og Resultat-mål:</b> I toppen af MOTIV huset findes Vision. Den symboliserer virksomhedens retning. Den er forhøjet så alle kan se den og den skal være ensartet og vandtæt. Jo mere en virksomhed vækster, jo vigtigere er det at få Visionen på plads: Altså retningen på hvor båden sejler hen. Ikke for ejerens skyld, men for alle omkring. Den enkle version af Visionen består af en erklæring og understøttes af håndgribelige Resultat-mål. Mange virksomheder har brug for at få dette skrevet ned og hængt op.</p> <p>Essens: At synliggøre hvad ejeren egentlig vil og hvad retning virksomheden bevæger sig i. Så alle kan følge med.</p>
<p><b>Fundament</b></p>	<p>1. <b>Operativ vs. Analytisk kompetence:</b> Dette handler om en grundlæggende forståelse – en forudsætning for succes i en travl hverdag. Men den handler også om hvordan man får et system som MOTIV huset til at fungere i praksis. Hvad sker der når dagene går, og hvorfor bliver planen ikke altid udført? Mange elsker at være operationelle og glemmer det analytiske – altså det evaluerende element.</p> <p>Essens: At vise hvad en akademiker kan gøre af forskel i en travl hverdag. Tydeliggøre den akademisk-kompetence som hjælp.</p>