



Open Innovation Training Programme 2014-2015

Open Innovation Training Programme 2016

– ett kompetensutvecklingsprogram i öppen innovationsmiljö med fokus
på livsmedelssektorns behov av förnyelse och innovation



Livsmedelsakademin

Bakgrund

Första omgången av Livsmedelsakademins Traineeprogram avslutades under hösten 2011. Programmet var i flera avseende unikt och gränsöverskridande med deltagare från flera partnerföretag.

2014 startade Livsmedelsakademien "Open Innovation Training Programme" som är en vidareutveckling av Livsmedelsakademins Traineeprogram med fokus på livsmedelssektorns behov av förnyelse och innovation. Livsmedelssektorn, dess företag och organisationer står inför paradigmskiften vad gäller allt ifrån behovet av produkt- och marknadsutveckling till handelns nya strukturer, användningen av internet och sociala medier, de globala utmaningarna avseende hälsa, livskvalitet och ett hållbart samhälle etc. Livsmedelsföretagen är generellt sett dåliga på att utveckla sig själv och ett större mått av nyföretagarperspektiv måste etableras även i de befintliga företagen.

Öppen innovation är ledordet för att på bästa sätt kunna möta de gigantiska utmaningarna vi står inför. Med influenser utifrån och tillsammans med andra handlar det om att skapa det konsumenterna efterfrågar, eller ännu inte vet att de behöver. I en öppen innovationsmiljö utbildas och utmanas deltagare från samma eller olika delar av värdekedjan. Detta medför att programmet också ger nätverk att bygga vidare på samt mervärden utöver vad man normalt förväntar sig av ett företags-/koncerninternt program.

Syfte

Det finns ett stort behov av personer som förstår och kan orientera sig och dra nytta av de förändringarna som sker i samhället, på marknaden och bland kunder och konkurrenser. Dessa personer måste också ha en kunskap och förståelse för hur förnyelse och innovation kan bedrivas i livsmedelsföretag. Detta program syftar till att rusta deltagarna så att de kan fylla den rollen i sina respektive organisationer.

Målgrupp

Programmet riktar sig dels till unga potentiella nyckelpersoner i företaget med något eller några års yrkeserfarenhet och dels till nyrekryterade unga personer som anställts i syfte att bli företagets "förnyare". Personerna som rekryteras till programmet kan i princip ha sin roll var som i företagets organisation.

De personer som deltar i programmet ska kännetecknas av mod, idériakedom och förändringsvilja. De ska ha en utbildningsbakgrund på akademisk nivå och potential att axla en framtida nyckelroll i organisationen.

Programansvarig

Martina Oxling, Verksamhetsansvarig – Jobb & Karriär, Livsmedelsakademien

Programledare och coach

Ulf Johansson, professor vid Ekonomihögskolan och också verksam som konsult i eget bolag sedan 1996 har stor och lång erfarenhet av ledar- och medarbetarutveckling. Han har arbetat med utveckling av chefer och medarbetare i allt från internationella och globala organisationer som SCA, Volvo Cars och IKEA till ett stort antal bolag inom handel och tillverkning inom FMCG (fast moving consumer goods) inom bl a livsmedel – till erfarenhet av konsultprojekt också inom stat, landsting och kommuner. Han har också varit aktiv som handledare, resursperson och programchef i Ekonomihögskolans Executive MBA program sedan 2002. Ulf är också verksam som forskare och leder Centrum för handelsforskning vid LU med ett drygt 30 tal affilierade forskare. Favoritområden inom forskningen är livsmedel generellt sedan disputation 1992 på en doktorsavhandling kring strategiska processer inom dagligvarusektorn – samt varumärken, detaljhandel och utvecklingen mot multikanal, innovationsprocesser, globala handelsföretag och konsekvenserna av kunniga kunder för handeln. Ulf har chefserfarenhet inom Lunds universitet, senast som chef för Centrum för handelsforskning sedan 2014. Som konsult har han varit programchef i ett 20-tal program sedan 2002. Han har lett två tidigare årgångar av Open Innovation Training Program.

Program

Open Innovation Training Programme är marknadsnära och framtidsrelaterat och handlar om att förstå vad som skapar värde. Djupdykningar görs inom ett antal utvalda områden parallellt med att deltagarna utmanar och utmanas både på ett personligt plan och i grupp.

För att ytterligare dra nytta av den öppna innovationsmiljön deltagarna tillsammans skapar, kommer de dessutom ha med sig vars ett strategiskt projekt, förankrat hos VD/ledningsgrupp, som de kommer jobba med under programmets gång.

Som extra krydda åt programmet kommer vi också ha ett antal inspirerande FoodLab-inslag kring mat- och måltidsutveckling.

Programmet innehåller fyra delar:

- Värdeskapande och förändring i teori och praktik
- Personlig utveckling
- Strategiskt projekt
- FoodLab

Värdeskapande och förändring i teori och praktik

Denna del bygger på action-learning-pedagogiken, där teori vävs samman med praktik, och vi kommer jobba med följande områden:

- **ÖPPEN INNOVATION**
Olika aspekter på öppen innovation, möjligheter och utmaningar, företagskulturens inverkan samt lämplig och olämplig information att dela.
- **TRENDSPANING OCH KUNDFÖRSTÅELSE**
Hur kan man närma sig marknaden och hur kan man spana och se vad som händer. Förståelse för enskilda individers preferenser och beteenden.
- **TRENDSPANINGSRESA TILL LONDON**
Resan handlar om att skaffa sig färdigheter i trendspaning och kunna driva processen från iakttaga trender till insikter och konkreta innovationsprojekt.
- **HUR FUNGERAR KUNDEN I BUTIK**
Förståelse för butiken som kontaktyta mot kund kan vara en central input i många innovationssträvanden.
- **FÖRPACKNINGS- OCH PRODUKTUTVECKLING**
Hur skall man tänka när man utvecklar produkter tillsammans med en förpackning. Värdeskapande förpackningsutveckling som byggsten för hur man skapar en innovation.
- **BLUE OCEAN / BUSINESS MODEL GENERATION**
Insikter kring hur förändringsarbete kan bedrivas i organisationer med BOS och BMG som utgångspunkt.
- **INTERNET OCH SOCIALA MEDIER**
Öka förståelsen för internets och sociala mediers betydelse vad gäller strategi, marknadsföring och innovation.

Personlig Utveckling

Självinblick är en första förutsättning för att kunna utvecklas i sitt yrke och tillägna sig nya förmågor. Detta blir speciellt viktigt i innovationssammanhang där det ofta handlar om att påverka och influera andra, kunskapen om sig själv och vilka reaktioner man väcker hos andra är därför central.

MBTI, lärostilstest och en mindre variant av 360 görs för att skapa en tydlig bild av deltagarnas personlighet, styrkor/svagheter och inlärningsstilar samt för att få en djupare förståelse för gruppens sammansättning.

Under programmet ingår även personlig coaching av Ulf Johansson och att vi löpande, via en struktur av "lärkompisar", arbetar med personlig coaching och personlig utveckling. Vi arbetar med lärmål, vad är det jag som individ behöver lära mig mer om för att bli en bättre medarbetare i min verksamhet?

I programmet ingår reflektion och feedback som viktiga instrument för både personlig och mera verksamhetskopplad utveckling. Vi institutionaliserar reflektion så att det blir en naturlig del av vardagen och vi arbetar aktivt med olika former av feedback, också för att avdramatisera och öka förståelsen för feedback som en naturlig del i en utvecklingsorienterad verksamhet.

Strategiskt projekt

Varje deltagare tar med sig ett projekt, förankrat hos VD/ledningsgrupp. Projektet ska vara av strategisk natur och fokusera på utveckling och innovation i den egna verksamheten. Deltagarna kommer under Ulf Johanssons ledning aktivt coacha varandras projekt. Denna öppna innovationsmiljö kräver att ett sekretessavtal upprättas mellan deltagarna.

Genom att arbeta med ett skarpt projekt skapas en ytterligare verklighetsanknytning, vilket lovar att tillföra det företag som skickar deltagare inte bara en mycket kunnig medarbetare när programmet är slut, utan också ett implementerat projekt av strategisk natur.

Exempel på projekt:

- Hur kan vi skapa en produktutvecklingsprocess som är bättre integrerad i den övriga organisationens verksamhet?
- Hur kan vi på ett genomtänkt och systematiskt sätt tjäna pengar på att andra använder vårt varumärke (i sin marknadsföring)?
- Är det möjligt för oss som varuproducerande verksamhet att på ett relevant och varumärkesbyggande sätt också ägna oss åt handelsverksamhet?
- Hur kan – med bibehållna resurser och bibehållen lönsamhet – vår verksamhet utvecklas för att på ett bra sätt börja bearbeta en ny marknad?

FoodLab

Förutom att inspirera kring mat och måltid kommer FoodLab vara ett effektivt redskap för teambuilding.

Exempel på aktiviteter:

- Ny Nordisk Mat / New World - New Brands. Emil Bruun Blauert, Udvecklingschef, Madkulturen, Köpenhamn
- En exposé över matens utveckling i restaurang och industri. Håkan Jönsson, Doc. Etnologi, LU / Livsmedelsakademin

Genomförande

Omfattning

- 11 månader
- Totalt 24 dagar

Deltagare

- 8-10 deltagare

Rekrytering

- Hösten 2015

Tidplan

- Start januari 2016

Kostnad

- 75 000 - 85 000kr per deltagare beroende på antalet deltagare
- Samtliga kostnader är inkluderade
- Fakturering (50%) vid start och (50%) vid avslutning av programmet

Information

Vi i Livsmedelsakademin besöker gärna ert företag för närmare presentation av programmet och för att diskutera era unika behov och förutsättningar för deltagande.

Vid frågor kontakta Martina Oxling, Verksamhetsansvarig – Jobb & Karriär, martina.oxling@livsmedelsakademin.se, 0709-14 88 68

Deltagare i tidigare program

Traineeprogrammet 2010-2011

Johan Falk	Bergendahls Food
Helen Olsson	Bring Frigo
Daniel Nyd	Cloetta
Christina Hsu	Cloetta
Jenny Vestin	Procordia
Karolina Bjurehag	Procordia
Henrik Skoogh	Procordia
Lisa Fugl	Pågen

Open Innovation Training Programme 2014-2015

Daniel Hillström	Culinar
Cecilia Bertilsson	Bergendahls
Afrodite Dastory	Cloetta
Filippa Bönell	Cloetta
Emma Malm	Nordic Sugar
Amanda Magnusson	Livsmedelsakademin/Packbridge
Therese Östberg	Livsmedelsakademin
Fredrik Holmgren Holm	Livsmedelsakademin