



need

approach

benefit
competition

NABC

En idéudviklingsmetode

PLAN09

Plan09 er et partnerskabsprojekt mellem Fonden Realdania og Miljøministeriet om udvikling og fornyelse af plankulturen i kommunerne. Formålet er at bidrage til kvalificering af det fremtidige plangrundlag i landets 98 kommuner.

Visionen er at fremme en kommunal planlægning,

- der fokuserer på værdifulde bymiljøer, bebyggelser og attraktive landskaber,
- der bygger på politisk ejerskab og engagement,
- der er præget af fagligt professionelle og innovative planlægningsmiljøer.

Midlet er opbygning af et fagligt planlægningsnetværk med alle kommuner samt støtte til et antal visionære kommunale eksempelprojekter.

Læs mere på www.plan09.dk

INDHOLD

- 1** Indledning
- 2** NABC – hvad og hvorfor
- 4** NABC – sådan fungerer det
- 6** Case – Guldborgsund
- 8** NABC – syv dogmeregler

INSPIRATION til systematisk udvikling

Hvordan udvikles den geniale projektidé? I hovedet, spontant en morgen under bruseren? Eller kan en original idé systematiseres og udvikles efter en bestemt model?

Den 22. maj 2007 gennemførte Plan09 et idéudviklingsseminar i Vejle med titlen "Hvem vil være med?" Det var en optakt til 2. udbudsrunde med deadline den 5. september 2007. Eftermiddagens program gik ud på at afprøve den amerikanske NABC-metode – en blandt mange metoder til systematisk idéudvikling. "Mediekonsulenterne" med stor erfaring i at arbejde med metoden i bl.a. DR, guidede deltagerne igennem den systematiske metode.

Det er vores overbevisning, at den gode projektbeskrivelse kan udvikles, når en gruppe mennesker beslutter sig for at have det som mål for deres arbejde at udvikle en original idé og derfor "angriber" udfordringen systematisk. I dette hæfte kan du læse mere om metoden, som vi håber kommunerne også kan benytte i det daglige arbejde, der i højere grad end tidligere er projektorganiseret.

Den storslåede indskydelse under bruseren en morgen? ... den tror vi dog fortsat også på!

God arbejdslyst!

Plan09, maj 2007

Niels Østergård
Formand for styregruppen

Svend Erik Rolandsen
Sekretariatsleder

NABC

hvad og hvorfor

Hvad er NABC

En yderst effektiv måde at skærpe en idé på er at fortælle om den til andre mennesker. Hvis andre skal kunne forstå ideen, er man nødt til at være konkret, struktureret og visuel i sin præsentation af den.

NABC er amerikansk og metoden bliver kaldt et vandhul. Den bliver benyttet med stor succes af blandt andre DR og BBC. Som i mange andre metoder, der involverer flere personer i forskellige roller, er det vigtigt, at du som pitcher følger spillereglerne, beskrevet nedenfor. Dels for at opnå optimalt udbytte af metoden, dels for at de, der skal give feedback kan navigere indenfor rammerne af metoden.

I NABC-jargon kaldes en sådan præsentation for en "pitch". Og dét at pitche sin ide for andre er en central del af metoden. Jo flere gange man pitcher, jo skarpere ender ideen med at blive. I et NABC-forløb foregår en pitch under kontrollerede forhold med særlige spilleregler – i de såkaldte "vandhuller".

Et vandhul er – udover et drikkested i ørkenen – betegnelsen for et møde på en halv til en hel times tid, hvor det team, der har udviklet ideen inviterer 4-6 gæster til at lytte til en kort pitch. Ideen behøver ikke at være færdigudviklet endnu. Det, som gæsterne skal lytte efter og forholde sig til, er ideens forskellige potentialer.

Den enkle spilleregler for et vandhul er: negativ kritik er forbudt. Derfor skal den ene halvdel af gæsterne forholde sig til, hvad de synes, der findes af positive elementer i projektideen (grønt hold). Den anden halvdel bliver bedt om at tænke over, hvordan ideen kan forbedres (rødt hold).

Den feedback til ideen, som gæsterne i et vandhul leverer, er altså på den ene side positiv og på den anden side konstruktiv. Og det er præcis den type af feedback, der er allermost værdifuld, når man står midt i en udviklingsproces.

Når vandhullet er slut, sidder det team, der har udviklet projektideen, tilbage med en række interessante bud og forslag, som kan inddrages i den videre udviklingsproces.

Hvad får jeg ud af det?

Fordelen ved at gøre på denne måde er, at man tvinges til at tænke den primære bruger af eller målgruppe for projektets indhold ind i forslaget. Man skærper forslaget, når man skal præsentere det for andre, og man får gode ideer og forslag til forbedringer i feedback-delen.



NABC

sådan fungerer det



Hvad skal du pitche?

Hvis ikke jeres projekt er for omfattende, kan du pitche det. Men sandsynligvis er det mere realistisk at udvælge en del af et projekt, som du så præsenterer. Det kan være den del, der indeholder det mest nyskabende eller utraditionelle element. Eller den del af projektet, som I er mest i tvivl om, og som I derfor har behov for at få feedback på.

Hvad skal du gøre?

Pitche, modtage feedback, videreudvikle ideen. Pitche igen, modtage feedback igen, videreudvikle ideen igen og så fremdeles. Din idé bliver mere fokuseret og dermed bedre hver gang du pitcher den.

Hvordan?

NABC-metoden er ret enkel. Det er et KRAV, at du følger metodens rækkefølge, som er skitseret neden for:

Hook

En start, der fænger (ligesom når man fortæller en god historie – hvordan får man folks opmærksomhed?)

1. Need

En beskrivelse af hvilke væsentlige behov, der skal opfyldes med projektet (projektelementet) – og hos hvem. Hvem er målgruppen for projektet?

2. Approach

En beskrivelse af hvad projektet går ud på. Hvordan understøtter netop dette projekt målgruppens behov (som blev beskrevet under punktet Need)? Hvad er det unikke eller nytænkende ved forslaget?

3. *Benefit*

Hvordan får brugerne gavn af projektet? Hvad er effekten af projektet?

4. *Competition*

En beskrivelse af hvilke fordele forslaget har i forhold til eventuelt andre lignende projekter (f.eks. økonomi, nemt at gennemføre, særlig ekspertise I besidder etc.) – eller risici, som projektet skal tage højde for.

Afrunding

En god afslutning eller en opsamling med de væsentligste pointer.

Din pitch må maksimalt vare 8 minutter (ordstyreren skal skære igennem og stoppe dig). Gennemgangen af Need og Approach er typisk det, der fylder mest i pitchen. Tiden kan for eksempel fordele sig sådan her:

Hook 5 %

Need 20 %

Approach 50 %

Benefit 10 %

Competition 10 %

Afrunding 5 %

Der vil både være flip-over og mulighed for at bruge power point for at illustrere vigtige pointer. Der må dog maximum bruges 5 dias – de skal helst være enkle og illustrative.

Efter pitchen får du feedback på dit forslag. Der bliver udpeget seks personer, som skal fortælle:

- 1) hvad de synes, er godt ved forslaget
- 2) hvordan forslaget kan forbedres.

Til sidst er ordet frit for øvrige kommentarer til forslaget.

Under feedback'en bliver din rolle at lytte. Du kan evt. blive bedt om at uddybe eller rette en misforståelse. Det kan derfor være en god ide, hvis du allierer dig med en referent, der skriver feedback'en ned for dig.

Mere info om metoden

Metoden er amerikansk og begreberne nye, men NABC-modellen bygger på en helt naturlig måde, som vi taler med hinanden på. Her følger et eksempel hentet fra hverdagen, som opfylder kriterierne for en pitch efter NABC-metoden.

"Hør, vi er lidt sent på den. Skal vi ikke skyde genveje gennem parken, det er i øvrigt også en ret smuk tur?"

Need: At nå frem til tiden

Approach: Går gennem parken

Benefit: De når frem i tide

Competition: Det er hurtigere end at gå uden om – og oven i købet en smuk tur.

Metoden er udviklet af SRI International i Stanford, Californien. Herhjemme har DR taget metoden til sig og bruger den i sine innovationsprocesser til at udvikle nye programmer og produkter til danskerne. Udover DR benytter også BBC metoden samt en række andre typer virksomheder verden over.

CASE

Guldborgsund – den lokalpolitiske Galathea ekspedition

Som inspiration har vi udvalgt et af Plan09s eksempelprojekter fra 1. runde om planstrategier og sat det ind i NABC-skabelonen.

Den lokalpolitiske Galathea ekspedition

Hook

Før var de konkurrenter – nu skal de arbejde sammen. Men de har stadig vidt forskellige dagsordener at forfølge. Vi "tvinger" den nye kommunalbestyrelse i Guldborgsund til at være sammen i tre dage på det gode skib "Haabet", når det tårner ud på en lokalpolitisk Galathea-ekspedition i sommeren 2007.

Need

Hvordan skal Guldborgsund udvikle sig i fremtiden? Den vision skal den nye kommunalbestyrelse formulere. Men politikerne er valgt i hver deres lokalområde og kender primært deres egen gamle kommune. Der er et behov for, at de bliver rystet sammen socialt og får mulighed for at tage nogle svære diskussioner tidligt i forløbet.

Approach

Ideen er at sende den nye kommunalbestyrelse på en tredages sejlads på skibet "Haabet". Selve ekspeditionen har til formål at nå i dybden, udforske og færdigforhandle en vision for kommunens fysiske udvikling. Ekspeditionen byder på:

- Oplæg fra forskellige personer, der giver bud på, hvordan livet kan leves i fremtidens Guldborgsund kommune
- Diskussioner på baggrund af forberedte scenarier
- Besøg på interessante steder i kommunen med konkrete bud på, hvordan f.eks. havnemiljøerne kan udvikles



Benefit

De er intensivt sammen i tre dage. Det vil forhåbentligt føre til, at de bedre kan forhandle sig frem til resultater senere hen.

Sejlturen er med til at tydeliggøre, hvor stor en kommune det er, de skal lede. De får en erfaring med, hvad det er for en kommune, de planlægger. Det sætter både udfordringerne og mulighederne tydeligt op. Skibet og ekspeditionsidéen giver gode muligheder for at skabe mediemæssig bevågenhed omkring det politiske arbejde med kommunens langsigtede udvikling.

Competition

Risikoen er, at det kun bliver opfattet som en hygge- og oplevelsestur i stedet for en tur, hvor der skal arbejdes. Men der er lagt et program, der tydeligt viser, at der også skal arbejdes. Dårligt vejr er en anden risiko, men så er der mulighed for at gå i land og tage ind på en kro eller et hotel. Det er også en risiko at nogle af deltagerne kan blive utilpasse ved, at de er så tæt på hinanden så længe uden mulighed for at træde ud. Det er der forsøgt at tage højde for ved at lave nogle arrangementer i land af 1-2 timer, før man sejler videre.

Alternativet til at tage på sejltur er at lave et to-dages seminar på et lokalt conferencecenter. Her ville deltagerne sidde i et konferencelokale og kigge hinanden ind i nakken og møde oplægsholdere, konsulenter, borgerrepræsentanter etc. De ville beskæftige sig med det samme emne – men forskellen er, at på sejlturen bevæger de sig rundt i den kommune, som de skal lave en vision for – i stedet for bare at snakke om den.

Afrunding

Ideen med ekspeditionen slår altså to fluer med et smæk. Guldborgssund får udviklet en vision for den nye kommune og medlemmerne af den nye kommunalbestyrelse får lært hinanden at kende under traditionelle former.



GULDBORGSSUND

NABC

7 dogmeregler

- 1 Du skal tage udgangspunkt i et væsentligt og ikke-opfyldt behov hos nogle brugere/din målgruppe. Find frem til hvem, der er kernebrugerne.
- 2 Du skal beskrive, hvad der er det helt særlige i dit projektforslag eller i den del af det, du har valgt at pitche, der gør at udfordringen kan tackles.
- 3 Du skal overveje, hvilke fordele og positive effekter lige præcis denne tilgang til udfordringen giver.
- 4 Du skal overveje hvilke risiko der er ved forslaget og hvilke fordele forslaget har frem for andre måder at løse samme problem på
- 5 Du må højst bruge 8 minutter
- 6 Du må gerne bruge billeder, tegne på flip-over eller power points - men højst 5 dias.
- 7 Du skal øve dig – på kollegaen, konen, kæresten, hunden – alle, der vil lytte i otte minutter!



NABC

Udgivet af | Plan09

Konsulent | Klaus Henriksen, Mediekonsulenterne

Fotos | Plan09, Teis Bruno, Jens V. Nielsen

Layout | Tegnestuen Jens V. Nielsen

Tryk | Vilhelm Jensen & Partnere

ISBN tryk | 978-87-7279-774-8

ISBN net | 978-87-7279-775-5

© Plan09 maj 2007

PLAN09

Sekretariatet
Haraldsgade 53
2100 København Ø
T +45 39 47 20 00
plan09@sns.dk
www.plan09.dk



MILJØMINISTERIET
Skov- og Naturstyrelsen