



Modell för rådgivande Allmänt scenario



LEAD PARTNER

PARTNERS

Titel: Modell för rådgivande Allmänt scenario

Redaktörer:

Benaim, A.³

Författare:

Benaim, A.³, Gjerpe J.R.³, Dmitrzak, M.¹

Reviderande och expertrådgivande team

Kwas M.¹, Dziadkiewicz A.¹, Pocyté, S.², Sattari, S.⁶, Lindell, L.⁶, Paulauskas, A.⁴, Jaroszewska, M.², Chaja, P.²

Anknytning:

¹ Pommerns utvecklingsbyrå, Polen

² Institutet för vätskeflödesmaskiner, Polen

³ Energimyndigheten för Sydostsverige

⁴ Strategiskt självstyrningsinstitut, Litauen

⁵ Klaipėdas handels-, industri och hantverksskammare, Litauen

⁶ Linnéuniversitetet, Sverige

Publicerad av:

Energimyndigheten för Sydostsverige

Innehållet i denna publikation utgör författarnas enskilda ansvar och kan inte på något sätt tas för att återspegla synpunkter från Europeiska unionen, förvaltningsmyndigheten eller det gemensamma sekretariatet för Interreg South Baltic-programmet 2014-2020

Modell för rådgivande Allmänt scenario

Detta dokument är ett resultat av Cirtoinno-projektet och inkluderar en allmän modell för rådgivningstjänster inom cirkulär ekonomi samt 3 specifika scenariomodeller för rådgivning inom ämnena energi, varumärke (marknadsföring) och affärsmodeller.

Innehåll

Titel: Modell för rådgivande Allmänt scenario.....	2
Redaktörer:.....	2
Författare:.....	2
Reviderande och expertrådgivande team.....	2
Anknytning:.....	2
Publicerad av:.....	2
Energimyndigheten för Sydostsverige.....	2
Modell för rådgivande Allmänt scenario.....	3
Allmän modell för rådgivningstjänster i CE.....	4
Modell för rådgivande tjänster i cirkulär ekonomi.....	5
1. Förberedelser och förkunskaper om cirkulär ekonomi (CE).....	5
2. Inledande rådgivningstjänster – Att förstå små och medelstora företag.....	6
3. Fördjupad rådgivning.....	7
4. Uppföljning och stöd.....	8
5. Dokumentation.....	9
Bilaga 1. Allmänna råd för utförande av rådgivningstjänster.....	9
Bilaga 2. Allmän rådgivningscykel – Kontakt- och arbetspunkter.....	10
Bilaga 3. Rådgivande modellscenario för energi.....	12
Bilaga 4. Rådgivande modellscenario för affärsmodell.....	12
Bilaga 5. Rådgivande modellscenario för varumärke och marknadsföring.....	12

Allmän modell för rådgivningstjänster i CE

1. Inspiration och förkunskap om CE

Introduktion till cirkulär ekonomi

Inspirera och öppna upp
för potentiella utvecklingsområden

2. Inledande rådgivningstjänster – Att förstå SMF

Kartlägga flödena

Benchmark i förhållande till CE

Fokus och engagemang

3. Fördjupande rådgivningstjänster

Hackathon

Matchning

Fokuserad
(expert)
rådgivning

Grupprådgivning
Erfarenhets-
delning

4. Uppföljning och stöd

5. Dokumentation

LEAD PARTNER

PARTNERS

Modell för rådgivande tjänster i cirkulär ekonomi

1. Förberedelser och förkunskaper om cirkulär ekonomi (CE)

Se till att företaget har viss förståelse av cirkulär ekonomi. Detta kan göras genom att introducera koncept och principer för cirkulär ekonomi samt ge exempel på olika tillämpningsområden (som energi, affärsmodell, avfallshantering etc.)

1.1. Introduktion till cirkulär ekonomi

Det finns många material tillgängliga som kan ge en introduktion till cirkulär ekonomi och dess potentiella användningsområden, till exempel de material som utvecklats i Cirtoinno-projektet <https://cirtoinno.eu/sv/know-how/learning-materials/>.

Hjälp företaget att hitta ett tankesätt baserat på långsiktig planering, eftersom det kan vara överväldigande att tänka på de många möjliga insatsområdena på en och samma gång. Vi brukar säga att man ska "kartlägga stort och starta smart". Ett sätt att behålla komplexiteten och samtidigt ge en känsla av möjlighet är att börja med vad som är möjligt vid en given tidpunkt.

Vi rekommenderar att skilja på och tala om skillnaden mellan hållbar utveckling och cirkulär ekonomi, särskilt för företag eller regioner där hållbar utveckling har ett starkt fokus.

1.2. Inspirera och öppna för potentiella utvecklingsområden

Exempel är ett av de mest effektiva sätten att visa principerna för CE i praktiken, samt att inspirera och öppna företag för potentiella förbättringar. Dela med dig av dem!

Ju närmare ditt exempel är till målgruppen desto bättre. Om du pratar med hotell, använd exempel från hotell- eller boendebranschen.

När du går igenom de olika områdena för förbättring är detta din första chans att engagera mottagarna och ha en dialog om var deras intresse ligger. Det är också en möjlighet att börja kartlägga deras aktiviteter och flöden genom att fråga hur de "hanterar sina avfall eller sin elförbrukning".

2. Inledande rådgivningstjänster – Att förstå små och medelstora företag

2.1. Första kontakt

Förbered dig långt innan den första kontakten för rådgivningstjänsterna genom att hämta förkunskaper om företaget från dess webbplats, marknadsföringsmaterial eller från den information som erhållits vid utbildningen.

Tänk på att företag ofta har svårt att välja framtida initiativ och utveckla innovativa lösningar på grund av de många områden som täcks av CE, eller på grund av bristande erfarenhet inom ämnet. Ju mer förberedd du är med exempel och bästa praxis desto bättre.

2.2. Hur fungerar de?

Detta steg handlar om att förstå de nuvarande flödena av material och energi. Att förstå hur företaget fungerar är nyckeln till att ge förslag. Detta steg kan göras mer eller mindre formellt beroende på hur dialogen utvecklas och långsamt fördjupas när arbetet blir mer avancerat.

BMI-modulen i Cirtoinno-projektet innehåller mallar för kartläggning av olika relationer och materiella (sociala) flöden <https://cirtoinno.eu/sv/know-how/learning-materials/>.

2.3. Benchmark i förhållande till CE

Detta steg handlar om att förstå hur många CE- eller hållbarhetsrelaterade initiativ företaget har tagit hittills. Det kan vara möjligt att bygga vidare på deras nuvarande initiativ, till exempel genom att utforma sådana initiativ inom en CE-plan samt informera om varumärkesinsatser och marknadsföringsinsatser. Ett utvärderingsverktyg utvecklat under Cirtoinno-projektet kan fungera som en initial benchmarking ([se länk](#)).

Under detta steg (eller senast i början av fördjupade rådgivningstjänster) rekommenderar vi starkt ett personligt besök i företaget, eftersom det är lättare

att skaffa sig en uppfattning och utvärdera den aktuella situationen genom direkt erfarenhet.

2.4. Fokus och engagemang

Efter denna inledande strategi kan företag vara på olika nivåer av tydlighet i förhållande till vägen framåt. Dessutom kommer de att ha ett viss engagemang och intresse som vi rekommenderar att utvärdera.

Dessa två aspekter: tydlighet i fokus samt nivå av engagemang kan ge information om hur rådgivningen ska fördjupas och hur mycket energi man ska lägga på den vid en viss tidpunkt.

Att fråga om tillgängliga resurser – både finansiellt och socialt kapital (exempelvis tillgänglig tid eller antalet anställda som är dedikerade till arbetet med CE-utvecklingen) kan ge en ledtråd till nivån av engagemang.

I vissa regioner tenderar företag att vara mer proaktiva än i andra. Dessutom kan det finnas en förväntning att rådgivaren kommer att ge stöd på olika sätt, alltifrån presentkort till såddfonder, i synnerhet när han eller hon är knuten till en utvecklingsbyrå. Se till att vara tydlig och förhandla fram sådana förväntningar.

Slutligen ska du uppmuntra företag att påbörja rådgivning så snabbt som möjligt efter utbildnings- och förberedelsefasen. Det hjälper till att hålla farten. Och om möjligt, undvik att inleda ett sådant engagemang under högsäsongen för affärerna.

3. Fördjupad rådgivning

Detta avsnitt förklarar några olika sätt som rådgivningstjänsterna kan fördjupas på. Dessa är följande: hackathons, matchmaking, fokuserad (expert) rådgivning eller grupprådgivning.

Det är viktigt att notera att detta inte kan vara ett engångsengagemang, utan en språngbräda för att skapa klarhet och fokus på lösningen som ska utvecklas av företaget. Således är det en iterativ (cyklisk) process mellan fördjupad rådgivning, uppföljning och tillhandahållande av stöd.

3.1. Hackathons

En hackathon är ett format som utvecklats inom IT-branschen. I grund och botten innebär det att ett team av experter (konsulter, studenter osv.) samlas för att utvärdera en företagssektor inom en kort tidsperiod. De viktigaste uppgifterna är att kartlägga materialflödena och processerna samt föreslå potentiell vision och/eller åtgärder för att utvecklas mot en mer cirkulär verksamhet.

Detta tillvägagångssätt kan användas för att kartlägga och benchmarka som ett stöd till punkt 2.2 ovan, samt för att fördjupa det initiala riktmärket och utvidga möjligheterna till förbättringar när ett fokusområde inte är klart.

3.2. Matchning

Matchning går ut på att hänvisa kundföretaget till en expert. Det går också att skapa en kollektiv matchmaking genom konferenser och mässor där konsulter och lösningsägare erbjuder sina tjänster till företag.

3.3. Fokuserad (expert) rådgivning

En enskild konsult eller företag kan erbjuda sin expertis och stödja en djupare utforskning av CE-möjligheter inom ett specifikt område.

För en initial rådgivande modell inom ämnena energi, varumärke/marknadsföring och affärsmodell se bilaga 3–5.

3.4. Grupprådgivning eller erfarenhetsdelning

Detta format är värdefullt för att vidareutveckla företag som förstår cirkulär ekonomi samt för att sprida allmänna lösningar. Dessutom hjälper denna strategi att få företag att engagera företag genom att visa att det är möjligt och få dem inspirerade (och utmanade) av andra företag inom området.

4. Uppföljning och stöd

Företagen kanske inte har tid, personal eller resurser (eller engagemanget i början) för att hålla jämna steg med inlärningskurvan eller följa upp kontakter

och nätverk som krävs efter en rådgivning. Så det hjälper om rådgivaren kan underlätta och hitta rätt information, exempel eller experter inom ett visst område.

Exempelvis kan det krävas lite matchning efter en fokuserad rådgivning, eller lite fokuserad expertrådgivning efter en hackathon. Alternativt kan det helt enkelt behövas att stötta företaget i att syntetisera sitt lärande och skapa en liten handlingsplan. Det varierar från fall till fall.

Hur som helst är emellertid sådan uppföljning och stöd viktigt för att driva en dynamisk och organisk fördjupning av rådgivningstjänsterna mot implementering av innovativa lösningar.

5. Dokumentation

Dokumentation är bra för att registrera framsteg och snabbt kunna återuppta processen i förhållande till en klientprofil efter en lång tid. Vi föreslår att dokumentationen omfattar följande ämnen:

- Vad var det ursprungliga intresset och hur det har utvecklats
- Allmän sammanfattning av rådgivares återkoppling
- En vägkarta som inkluderar kommande steg (när det är möjligt och tillämpligt)
- Vad man ska tänka på om lösningen/möjligheten i fokus
 - Fördelar
 - Utmaningar
 - Kostnader och avkastning (rent allmänt)
 - Kontakter med andra experter och tjänsteleverantörer
 - Allmän åsikt om den önskade lösningen (undersökning)

Bilaga 1. Allmänna råd för utförande av rådgivningstjänster

- **Ta den tid som behövs och planera väl**

Rådgivning och implementering tar tid eftersom det handlar om att göra saker men också om att det ska göras på ett välplanerat sätt.

- **Se varje företag som ett unikt fall**

Allmänna råd kan vara bra men ett anpassat råd bygger på att rikta uppmärksamheten till en kund åt gången. Även i en grupprådgivning, när en enskild deltagare ställer en fråga, sträva efter att förstå sammanhanget.

- **Visa fördelen**

Fördelen med sådana lösningar måste vara tydlig. Arbeta med att identifiera och uttrycka fördelarna med området och lösningen, oavsett om de är ekonomiska (ROI), mjuka (varumärke) eller helt enkelt följer ett ideal.

- **Gör iterationer**

Det är en iterativ process, inte ett engångsmöte. Tänk på det och erbjud en gemensam utforskande process. Det är en dialog för att skraddarsy den bästa lösningen, inte en medicinsk diagnos.

- **Ingen vet allt.**

Även om vi är experter är vi inte experter på allt. Var tydlig med var du kan ge rådgivning själv och var det är bättre att leta efter samarbetspartners.

Bilaga 2. Allmän rådgivningscykel – Kontakt- och arbetspunkter

Nedan följer en allmän struktur för den allmänna eller fokuserade (expert) rådgivningen.

- Första steget: Rådgivningsfokus
Efter att ha skapat en förståelse för CE och relaterade lösningar syftar detta steg att ytterligare definiera fokus för rådgivningstjänster. Det kan genomföras personligen eller virtuellt.

Detta steg inkluderar ett eller flera av följande moment.

- Utforska önskad lösning och/eller aktuellt problem
- Vilket är deras intresse för att genomföra ett sådant utvecklingsarbete
- Vad förväntar de sig att vinna på det
- Definiera förväntade resultat och mål
- Tidsram för utveckling och implementering
- Kontrollera tillgängliga resurser (ekonomiska eller ej)

- Undersök idéer för att främja det bland intressenter/allmänheten/kunder/ klienter
 - Prata om "Vilket slags råd små och medelstora företag letar efter" (dvs. vad som skulle hjälpa dem att implementera eller vidareutveckla det önskade området)
 - Några särskilda frågor eller tvivel i relation till lösningen/området
- Mellanmötet – Utforska vilken information som krävs för att gå vidare. Hitta kontakt och bästa praxis, formulera rådgivande fokus i ett tydligt dokument.
- Andra steget: Besök
Huvudsyftet är att förstå deras nuvarande situation genom att utforska nuvarande praxis/anläggningar beträffande den önskade lösningen/utforskningsområdet. För att utföra detta steg kan det krävas att en annan fältexpert än rådgivaren bjuds in till besöket.
- Mellanmötet – Sammanfattning av informationen, analys av uppgifterna och formulering av yttranden och färdplan för möjliga förbättringsområden och lösningar. – Steg 3 kan genomföras i samband med steg 4 och 5. I det här fallet bör utarbetandet av en övergripande färdplan (nästa steg) och rapporten göras under det här intervallet.
- Tredje steget: Råd angående möjliga lösningar, kontakter och nästa steg
I detta steg: Visa exempel och dela med dig av råd – En relevant aspekt här är att prata om finansieringsmöjligheter och potentiell återbetalningstid (när det är tillämpligt och på ungefärligt sätt). Bjud in en expert vid behov till mötet med små och medelstora företag. Diskutera nästa steg och färdplanen för vidareutveckling.
- Mellanmötet – Detta kan vara en iterativ del och små och medelstora företag kan behöva stöd och en knuff för att hålla farten.
- Femte steget på slutrapporten
Möte för att diskutera den övergripande återkopplingen och resultaten hittills.

Bilaga 3. Rådgivande modellscenario för energi

Bilaga 4. Rådgivande modellscenario för affärsmodell

Bilaga 5. Rådgivande modellscenario för varumärke och marknadsföring

LEAD PARTNER

PARTNERS