

Sådan gør du AI til en del af jeres forretningsstrategi og høster alle fordelene

ET GOLEARN WEBINAR



- **18 års erfaringer med projekter – overvejende digitale**
- **A.P. Møller – Mærsk, KMD, Novo Nordisk, Solo-selvstændig, TRASBO og nu KOLLAB**
- **HR, økonomi, drift/operations**

CHRISTINA GULDHAMMER

Senior projektleder og konsulent

csg@kollab.dk

+45 3140 3733

AGENDA

- Hvorfor AI først skaber reel effekt, når det kobles direkte til forretningens formål og strategi
- Sådan kobler du AI direkte til jeres forretningsmål, så det skaber værdi
- Hvordan du sikrer organisatorisk opbakning og går fra pilot-initiativer til forankring



”

Vi skal have et AI projekt. Hvis vi ikke følger med den teknologiske udvikling nu, så løber vi for stor en risiko og bliver overhalet af vores konkurrenter eller nye spillere i markedet.

Hørt på ledermødet

”



Projekternes kendetegn

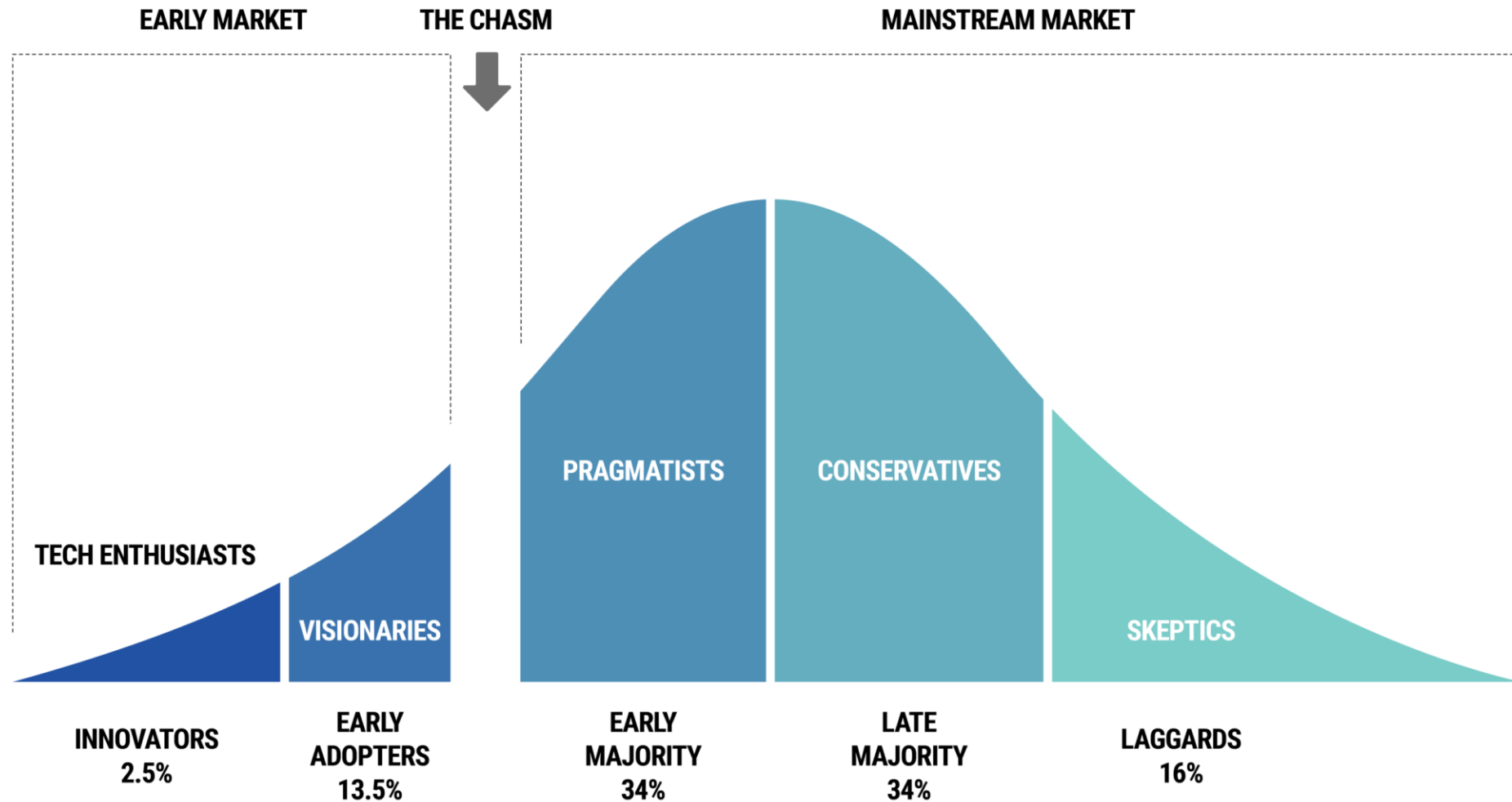
- Sættes i gang for at være i gang – for vi skal jo handle nu!
- At opnå erfaring med AI er (næsten) et mål i sig selv
- Omhandler ofte optimering af interne arbejdsgange i støttefunktioner
- Bliver drevet i en del af forretningen, hvor der allerede er høj teknologimodenhed
- Identificerer "huller" eller uhensigtsmæssigheder i data
 - Sætter måske endda ekstra arbejde i gang for at øge dataindsamling "the good old fashioned way"



Vi glemmer...

- Hvad det er, vi reelt gerne vil opnå
 - Hvilket problem skal vi løse?
 - Hvilken mulighed skal vi gribe?
 - ... og hvorfor er det vigtigt eller nødvendigt?
- Hvordan ved vi, om den forandring vi skaber giver værdi
 - Hvad er succeskriteriet?
 - Hvordan skal en effektivisering fx udmøntes?
 - Mere tid? Bedre kvalitet? Færre mennesker? Mindre sårbarhed?
- Hvordan realiseres investeringen?
 - Kvantitativt og kvalitativt (kan vi rumme forandringerne)

Rogers adaptionsteori



Der er både fordele og ulemper ved at være en early adopter

Fordele ved at være en early adopter

- **Konkurrencefordel**

Early adopters får adgang til ny teknologi eller innovation før andre, hvilket kan give dem et forspring.

- **Indflydelse på udvikling**

De kan give feedback og påvirke produktets eller tjenestens videre udvikling.

- **Branding og image**

Virksomheder eller personer, der er tidligt ude, kan opfattes som innovative og fremadsynede.

- **Mulighed for høj gevinst**

Hvis innovationen bliver en succes, kan early adopters få stor værdi ud af deres investering eller engagement.

Ulemper ved at være en early adopter

- **Risiko for fejl og mangler**

Produkter eller teknologier er ofte ikke fuldt modne, og early adopters kan opleve bugs, manglende funktioner eller dårlig support.

- **Højere omkostninger**

Prisen kan være højere i starten, og der er risiko for at investere i noget, der ikke bliver bredt adopteret.

- **Usikkerhed om fremtidig værdi**

Innovationen kan floppe, og early adopters kan stå med et produkt, der ikke bliver understøttet eller videreudviklet.

- **Kompleks implementering**

Det kan kræve ekstra ressourcer at få ny teknologi til at fungere i eksisterende systemer og processer.

Hvordan mindsker early adopters risici?

1. Grundig research og vurdering

- De undersøger teknologien, markedet og leverandøren grundigt, før de investerer.
- De læser anmeldelser, deltager i demoer og taler med andre brugere.

2. Pilotprojekter og testmiljøer

- De starter ofte med små pilotprojekter for at teste teknologien i praksis.
- Det giver mulighed for at identificere problemer uden at risikere hele organisationen.

3. Tæt samarbejde med leverandører

- Early adopters får ofte direkte adgang til udviklingsteams og support.
- De kan påvirke produktets retning og få hurtigere fejlretning.

4. Intern forankring og kompetenceopbygning

- De sikrer, at medarbejdere er trænet og klar til at bruge den nye teknologi.
- Det reducerer modstand og øger chancen for succesfuld implementering.

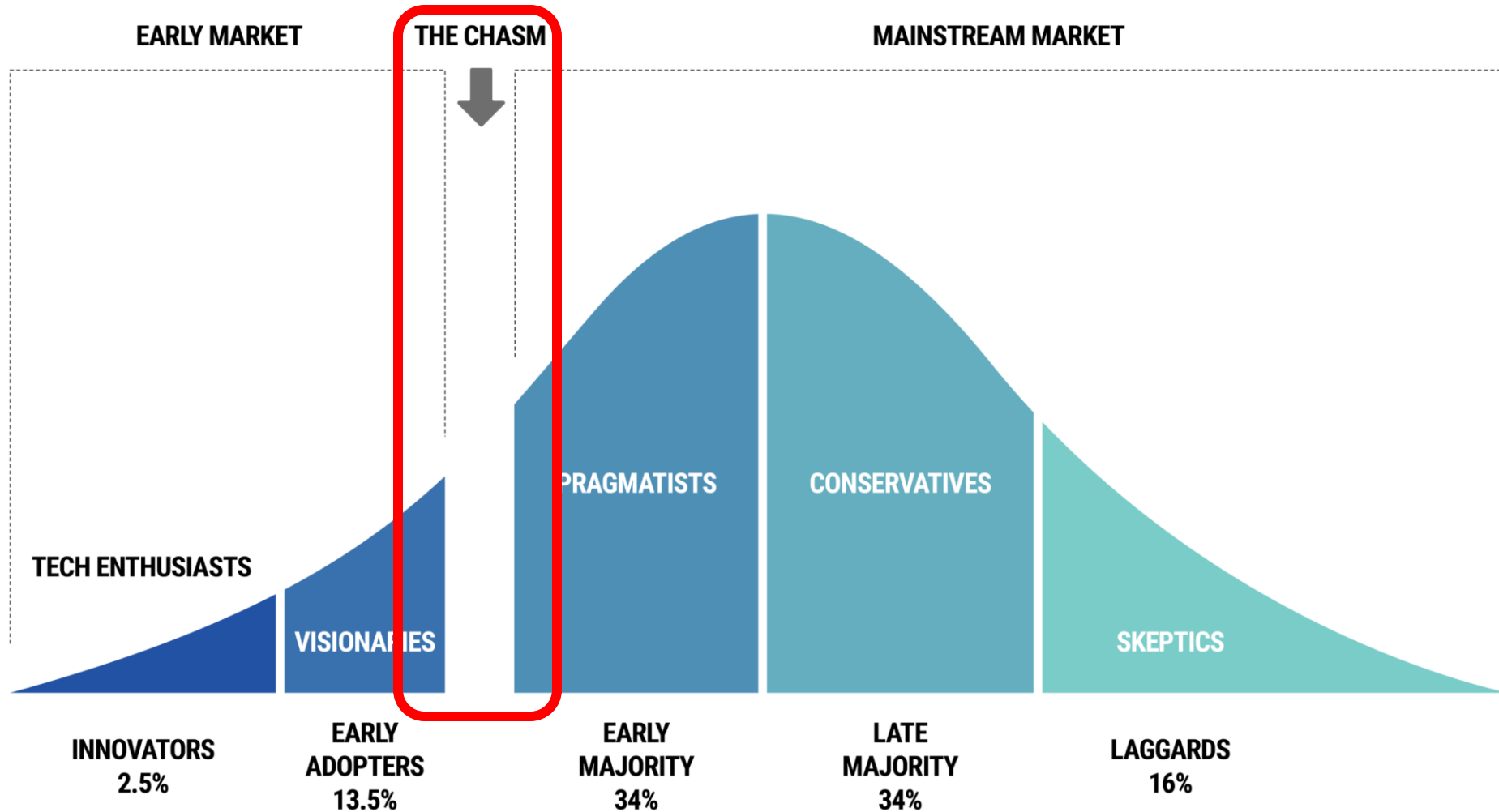
5. Risikospredning

- De investerer ikke i alt nyt – kun i det, der passer til deres strategi og behov.
- De kombinerer ofte nye løsninger med eksisterende systemer for at minimere afhængighed.

6. Fokus på fleksibilitet og exit-strategi

- De vælger løsninger, der er modulære eller lette at udskifte, hvis det ikke fungerer.
- De har en plan B, hvis teknologien ikke lever op til forventningerne.

Rogers adaptionsteori



Hvad I givetvis oplever nu...

“Vi har mange små use cases – men ingen samlet effekt”

- Der ligger en række AI-eksperimenter i hjørnerne af organisationen
- Men produktivitetsløftet kan ikke ses på tværs
- Gevinster bliver personlige (“Peter sparer tid”) – ikke organisatoriske (“processen er ændret”)
- **Forklaring:** Innovators & Early adopters optimerer ofte deres egen måde at arbejde på, men organisationen ændrer ikke standarder, processer eller målinger.



Hvad I givetvis oplever nu...

“AI bliver et ‘show and tell’ – ikke en ændring af drift”

- Der holdes demos, inspirationsevents og “se hvad AI kan”
- Men adoption i teams udebliver, og drift bliver ved som før
- **Forklaring:** Demos skaber awareness, men ikke mening eller tryk afprøvning.

Hvad I givetvis oplever nu...

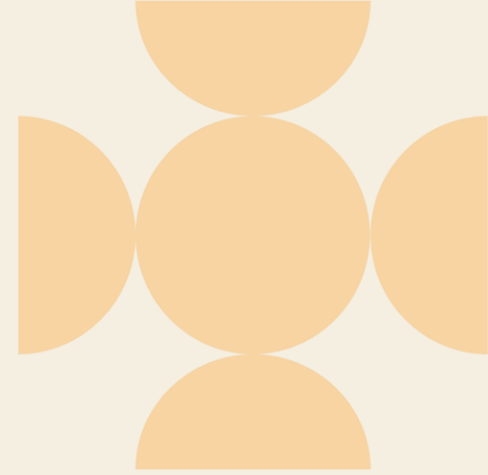
“Innovators elsker det – resten siger ‘jeg har ikke tid’ ”

- Early adopters eksperimenterer og skaber momentum
- Early majority og late majority bliver stående (eller modarbejder passivt)
- **Forklaring:** Rogers: adoptergrupper har forskellige motivationslogikker. Det, der tænder innovators/early adopters (nyhedsværdi), tænder ikke early majority (bevis, standarder, risikoreduktion).

Hvad I givetvis oplever nu...

“Vi underviser i prompts, men arbejdsprocesserne ændrer sig ikke”

- Træning giver overfladiske færdigheder
- Men output, ansvarskæder og kvalitetssikring forbliver uændrede
- **Forklaring:** Single-loop læring (“hvordan bruger jeg værktøjet?”) uden double-loop (“hvad er kvalitet, ansvar og workflow nu?”) skaber begrænset effekt.



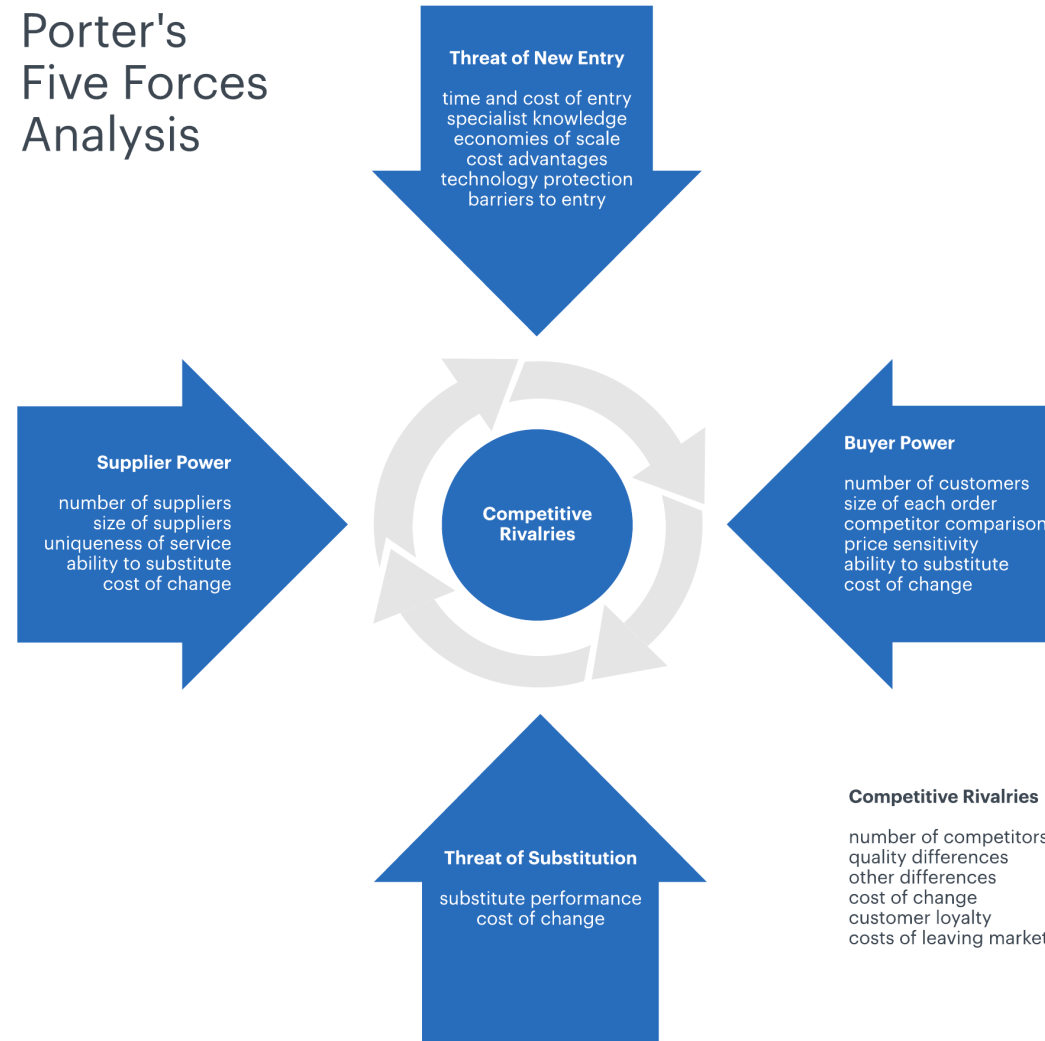
En strategi for AI?
Eller en strategi – med AI?

Hvad skal AI hjælpe med at opnå?

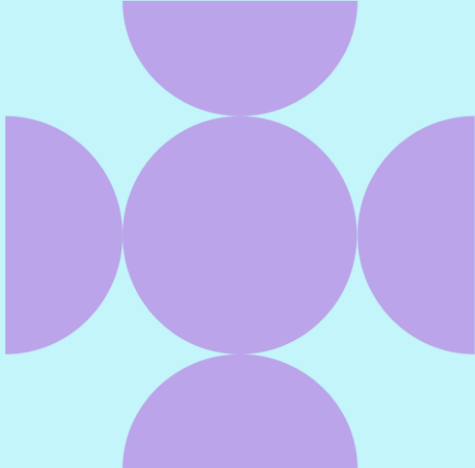
- **Strategien:** Gør vi os gældende gennem differentiering, omkostningslederskab eller brandloyalitet?
- **Kerneprocessen:** Hvad er vi sat i verden for at løse for vores kunder?



Porter's Five Forces Analysis







Kortlægning af værdikæde og processer

Gensyn med business process management

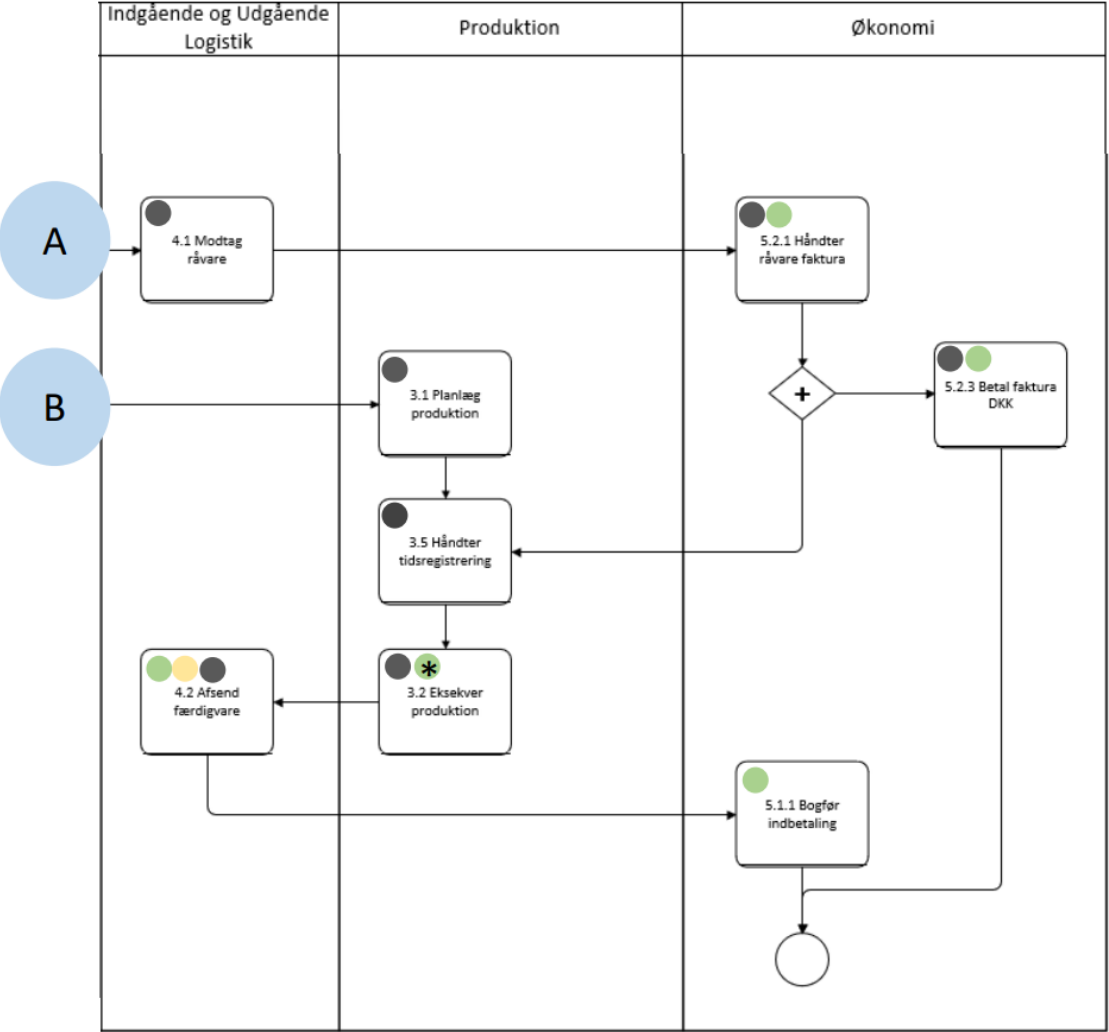
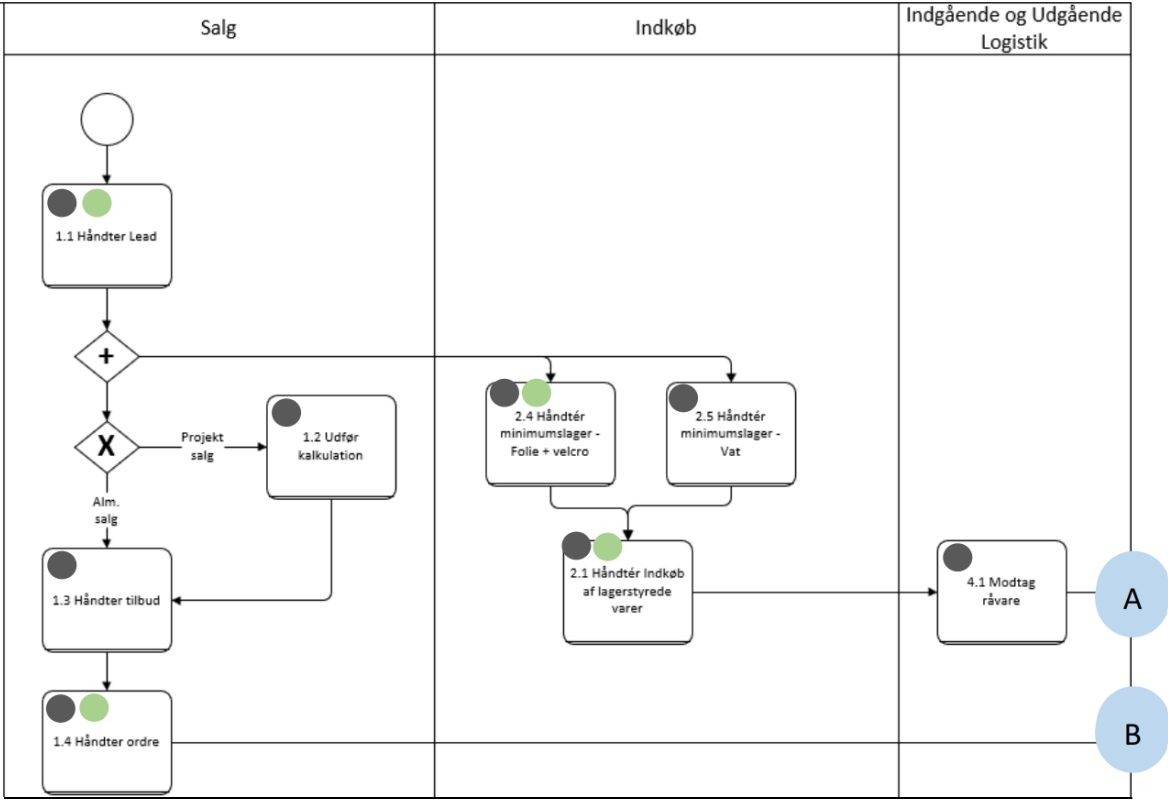
VÆRDIKÆDEN

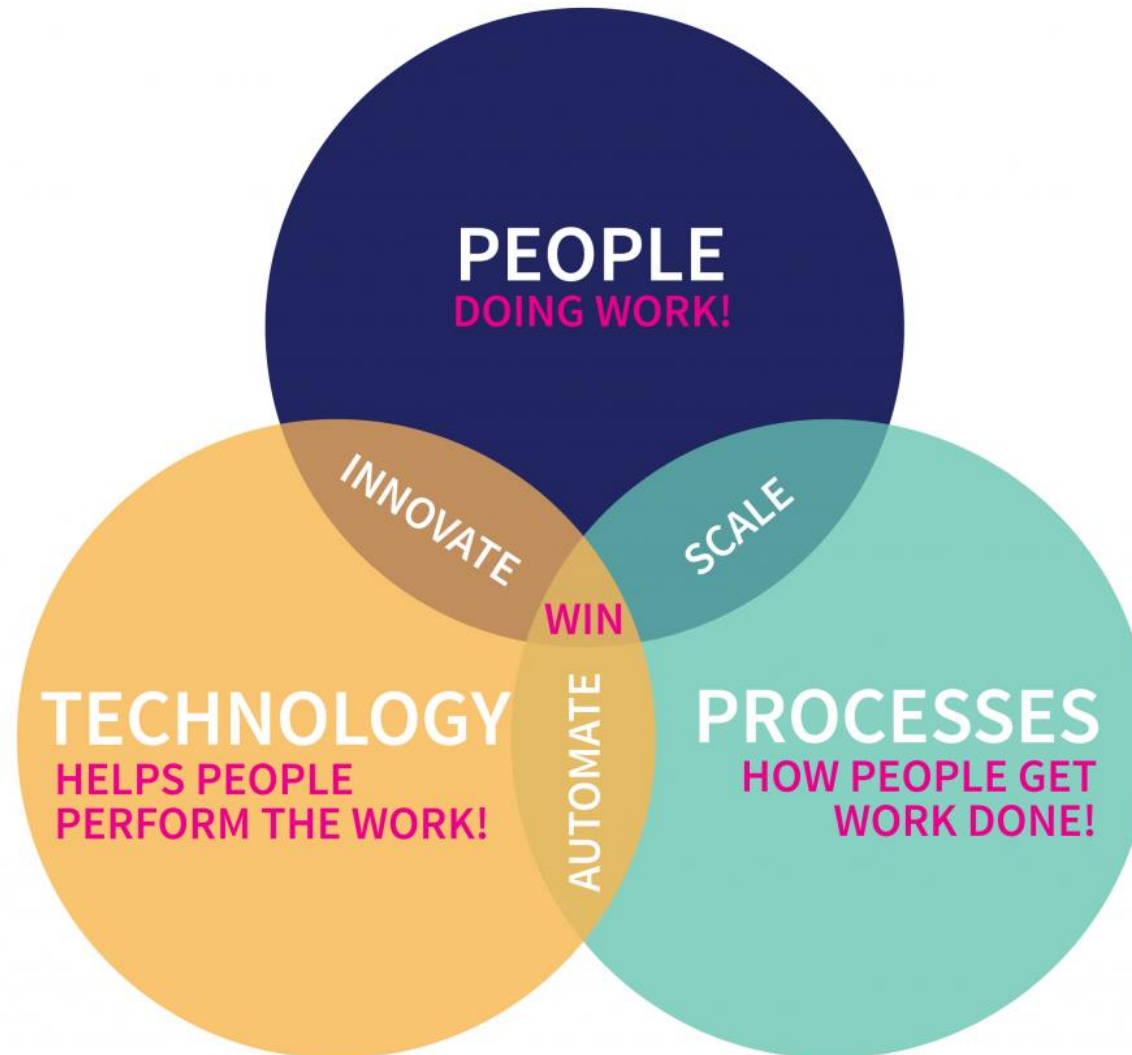
I PRODUKTIONSVIRKSOMHEDER

Salg & tilbud	Planlægning & opstart	Indkøb	Indgående logistik	Produktion & under-leverandør	Udførelse	Leverance & installation	Eftersalg & service
- Tilbud og opfølgning - Etabler kommercielle betingelser - Beregninger - CRM - Proof of Concepts	- Projektledelse - Vedligehold af projekt budgetter	- Ingeniør & konstruktion - Kontraktstyring - Erhverve materialer og ressourcer	- Modtag varer - Lagerstyring	- Produktions-planlægning - Kapacitetskontrol - Prototyping - Fremstilling - Kvalitetskontrol - Registreringer	- Vareforbrug - Ressourceforbrug - Vedligehold plan - Vedligehold budget - Shop Floor Management	- Levering af varer/ydelser - On-site aktiviteter	- Marketing - Salgsordrer - Serviceordrer
- Opret kunde/kontrakt - Opret projekt/tilbud - Opret sag - Opret købsrekvisition	- Importer varer fra PIM - Estimering - Beregn kost/leverance - Tilføj projektdetaljer - Finjuster budget - Alloker ressourcer - Udvælg/opret salgsskabelon - Tildel salgsroller til ressourcer	- Opdater lev. Planer - Opdater planlægnings-parametre - Opret købsordrer - Importer BOM - Importer CPQ elementer	- Varemodtagelse - Kvalitetskontrol - Opbevaring - Logistikaktiviteter - Transport-planlægning	- Kør MRP/MPS - Detaljeret planlægning - Underleverandør planlægning - Vedligehold kapaciteter - Kvalitetskontrol/målinger - Tidsregistrering - Registrering af materialeforbrug - Logistik aktiviteter - Shop Floor aktiviteter	- Bogfør sagsjournaler - Logistik aktiviteter - Shop Floor aktiviteter	- Lever/fakturer projekt - Afslut projekt - Transport-planlægning - Container-håndtering	- Vedligehold kunde informationer - Opret salgsordrer - Opret serviceordrer

SWIMLANE DIAGRAM

PROCESSER OG ARBEJDSGANGE





Kilde: disruptiveleadership.institute





ORGANISATORISK OPBAKNING

- AI som middel til at realisere jeres forretningsmæssige mål starter med en skarp fortælling om, hvad I har brug for at gøre anderledes og hvorfor.
- Anvendelse af AI ændrer på, hvordan I arbejder og det kan skabe usikkerhed omkring jobsikkerhed og evnen til at lykkes med at arbejde på nye måder.
- Jeres AI projekter skal tage højde for den organisatoriske forandringsproces og hvordan mennesker påvirkes af den tekniske løsning
- Det handler i virkeligheden om mennesker!

Hvis AI truer identitet, rolleklarhed eller faglig stolthed, stopper læringen

- Medarbejdere spørger (ofte implicit):
 - “Hvad betyder AI for min faglighed og værdi?”
 - “Hvem har ansvaret, når AI tager fejl?”
 - “Hvad er ‘god kvalitet’ nu?”

Hvis disse spørgsmål ikke besvares i fællesskab, sker der det klassiske:

- Nogle eksperimenterer (innovators og early adapters)
- Mange afventer (majority)
- Nogle afviser (late majority)

AI er ikke bare et værktøj. Det er en identitets- og ansvarsforandring.

SYSTEM 1

Intuition & instinct

95%

Unconscious
Fast
Associative
Automatic pilot

SYSTEM 2

Rational thinking

5%

Takes effort
Slow
Logical
Lazy
Indecisive



Source: Daniel Kahneman

En vej videre

Skab retning (strategi der kan handles)

- Vælg 3–5 forretningsprocesser hvor AI skal skabe effekt (ikke 50 use cases)
- Eksempel: kundeservice, salgstilbud, økonomirapportering, HR-onboarding, projektstyring.
- Definér forretningsbaserede mål for hver proces.
 - Fx: gennemløbstid, fejlrate, kundetilfredshed, compliance, time-to-cash.

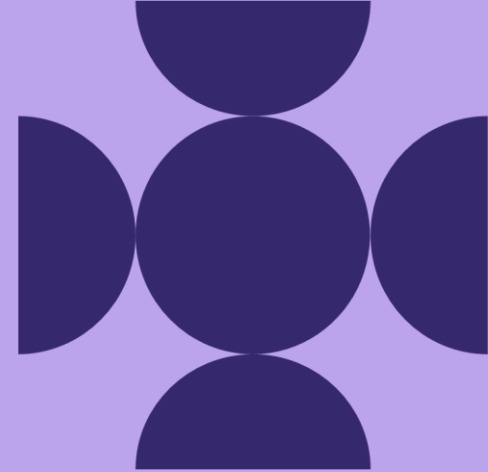
Skab sikker skalerbarhed (governance der hjælper – ikke bremser)

- Indfør 3 simple AI-principper
 - Fx: “Mennesket har ansvaret for beslutningen”
 - “Ingen følsomme data i åbne modeller”
 - “AI-output skal verificeres før ekstern brug”
- Etabler standarder for kvalitet: hvornår er output “godt nok”?

Skab adoption i flertallet (design for early majority)

- Gør AI obligatorisk i udvalgte mikro-trin i workflow (ikke “brug det hvis du vil”)
 - Eksempel: “Før du sender et tilbud, skal AI lave en første version + tjekliste.”
- Indfør 20 minutters ugentlig team-refleksion (“AI retro”)
- 3 faste spørgsmål:
 - Hvad sparede vi tid på?
 - Hvor var kvalitet/risiko en udfordring?
 - Hvilken standard skal vi justere?
- Del med teams, der ligner hinanden – hvor de kan spejle sig i erfaringerne. Ikke en masse eksempler fra IT eller innovators/early adopters — men fra kerneforretningen.

Derfor skal I huske



1. AI skalerer ikke fra piloter til virksomhed uden ændring af systemet.
2. Adoption er social og identitetsbåret — ikke kun kompetencebåret.
3. Det handler om at bruge AI som et værktøj til at forbedre og forandre jeres forretning.
4. Den største effekt kommer gennem workflow redesign – ryst posen!
5. Innovators og Early adopters viser hvad der er muligt. Ledelse gør det normalt.

SPØRGSMÅL?

