

Tänka Skriva

Produktutveckla som en författare

Agila Sverige 2026

Klas Fjärstedt

www.klas.one

www.tankagöraeffekten.se



Inflygning

- Produktutveckling handlar om **bildning**
- **Bildning** är att ständigt vara i **lärandet** – att aldrig känna sig klar – att inte tro att det finns en perfekt lösning
- Produktutvecklingsstrategier behöver således vila på idén om **den lärande organisationen**
- AI-strategier, produktutvecklingsstrategier, digitala strategier i all ära
- Men vi behöver börja i idén om den **lärande organisationen**.

”The only sustainable competitive advantage is an organization's ability to learn faster than the competition.”
– Peter Senge

Bildning, enligt ordboken

SO

Publicerad: 2026

bildning *bildningen bildningar*

ORDKLASS: substantiv

UTTAL: bil`dning 

1 förlopp varvid något bildas vanligen av redan
existerande material el. delar av det

SE *bilda, bilda*

VISA MER +

2 företeelse som uppkommit genom naturligt förlopp i
enlighet med naturens lagar

VISA MER +

3 (knappast plur.) mångsidiga, och för livet värdefulla,
kunskaper särsk. humanistiska

JFR *allmänbildning, utbildning*

VISA MER +

Utveckling

Utbildning

Bilda, enligt ordboken

SO

Publicerad: 2026

bilda *bildade bildat*
ORDKLASS: verb
UTTAL: bil`da 

1 frambringa (något) som en ny helhet vanligen av redan existerande material el. delar
VISA MER +

2 *utgöra* viss helhet; med viss funktion eller dylikt som framgår av sammanhanget
VISA MER +

3 (ofta refl.) tillföra allmänt utvecklande kunskap till person, grupp etc., vanligen i fråga om kulturellt högtstående kunskap utan direkt nyttovärde
JFR *utbilda*
DÖLJ -

KONSTRUKTION:
▸ NÅGON/NÅGOT *bildar* NÅGON/NÅGOT

Utveckla

Utbilda

Addera till receptet

Företag A



Produktionskostnad: 10 kr
Pris till kund: 45 kr



Produktionskostnad: 9,5 kr
Pris till kund: 45 kr



Produktionskostnad: 9 kr
Pris till kund: 45 kr

INGEN BILDNING

Företag B



Produktionskostnad: 10 kr
Pris till kund: 45 kr



Produktionskostnad: 9,5 kr
Pris till kund: 45 kr



UTVECKLING PÅGÅR
Produktionskostnad: 9,5 kr
Pris till kund: 59 kr

BILDNING

För att utveckla behöver vi *göra* annorlunda



Jan Boklöv och V-stilen

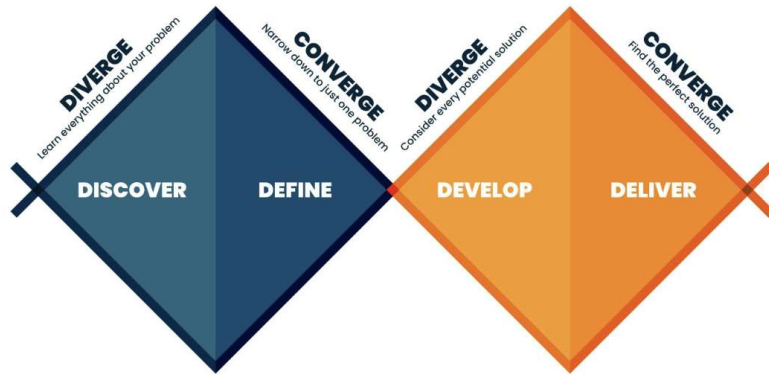


Rosa Parks och den historiska bussturen

Produktutveckla som en författare, författa som en produktutvecklare



Produktutvecklingsmetoder



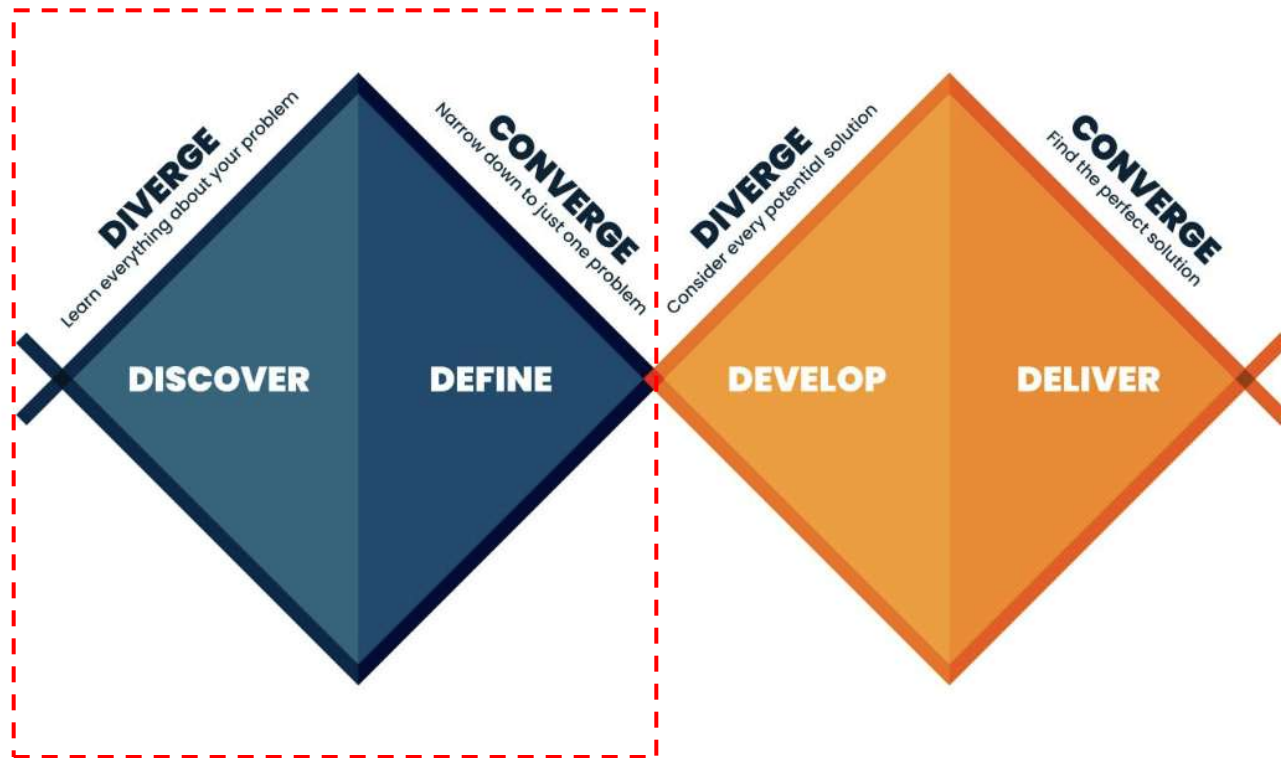
The Business Model Canvas

Designed for: _____ Designed for: _____ Date: _____ Version: _____

Key Partners Who are our key partners? What do they do for us? What do they provide for us? What do they do for us? What do they do for us? What do they do for us?	Key Activities What key activities do we need to perform to make our business model work? What do we need to do? What do we need to do? What do we need to do?	Value Propositions What value do we deliver to the customer? What do we offer? What do we offer? What do we offer? What do we offer?	Customer Relationships What type of relationship does each of our customer segments expect us to establish and maintain with them? How do we interact with them? How do we interact with them? How do we interact with them?	Customer Segments Who are our most important customers? Who are our most important customers? Who are our most important customers?
	Key Resources What key resources do we need to make our business model work? What do we need to do? What do we need to do? What do we need to do?	Channels Through which channels do our customer segments want to be reached? How do we reach them? How do we reach them? How do we reach them?	Cost Structure What are the most important costs incurred in our business model? What do we need to do? What do we need to do? What do we need to do?	

© 2016 Strategyzer. All rights reserved. | **Strategyzer** | strategyzer.com

Läsa (tänka) mycket och skriva (göra) mycket



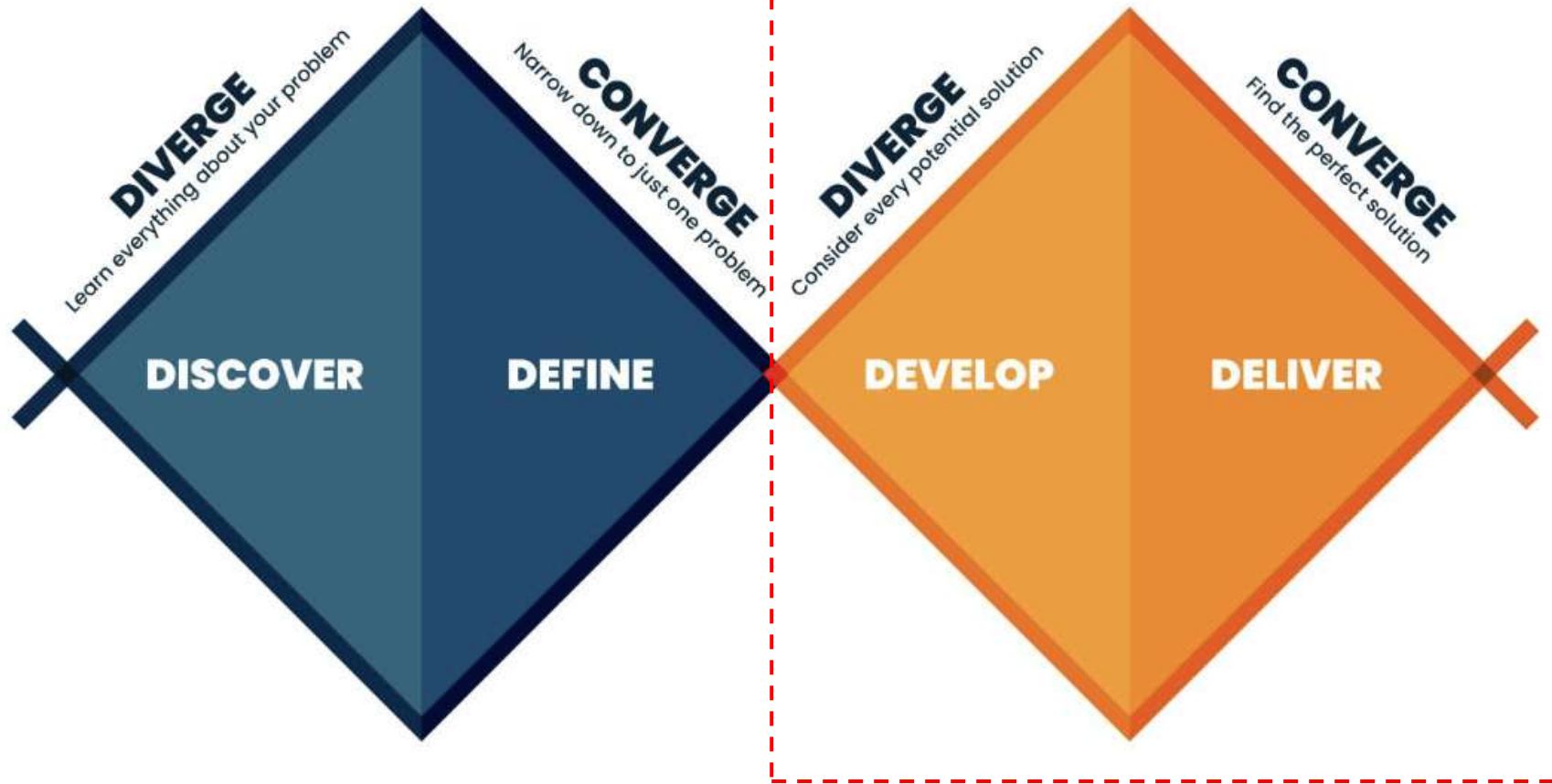
“Om du vill bli författare är det två saker du måste göra hela tiden: **läsa mycket** och **skriva mycket.**”

- Stephen King i boken *Att skriva*



“Om du vill bli produktutvecklare är det två saker du måste göra hela tiden: **utforska mycket** och **experimentera mycket.**”

Skriva (utveckla) & leverera böcker/produkter



Relativt enkelt

Relativt svårt

Iterera

Dynamiska mål



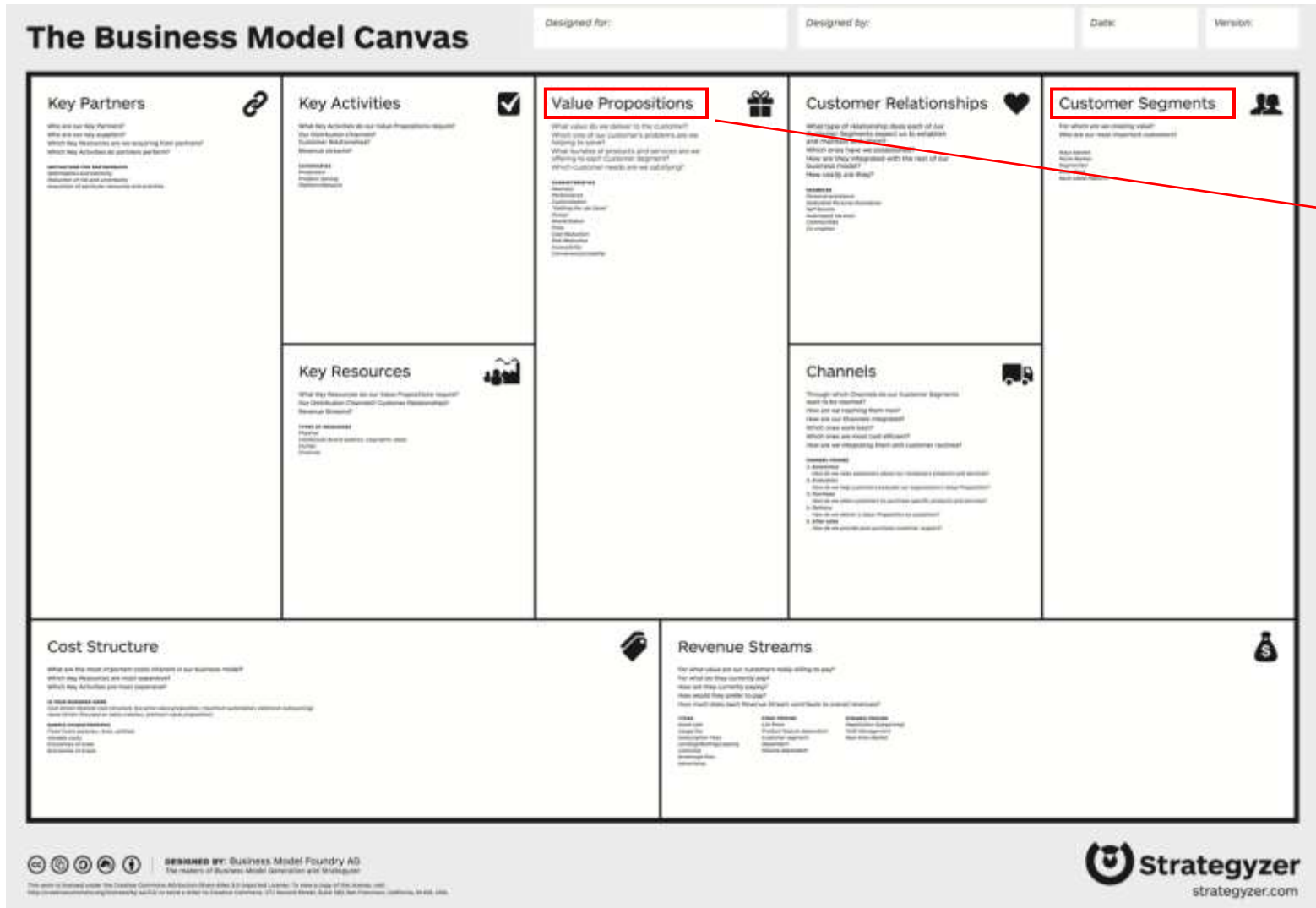
DEN ITERATIVA LÄROLOOPEN

”Ett ord i taget.”

– Stephen King i boken *Att skriva*



Definiera värdeerbjudande och målgrupp



Ett värdeerbjudande är ett tydligt löfte om:

- Vilket problem du vill lösa
- För vem du löser det
- Varför du är ett bättre val än alternativen

Värdeerbjudande och målgrupp



Värdeerbjudande och målgrupp



Värdeerbjudande

Med den här boken hoppas jag att du ska bli inspirerad till att börja eller fortsätta att skapa engagerande kommunikation i vardagen och i förändringsarbeten. Du får med dig både teori och konkreta verktyg. Utan det första faller det andra.

En bok om förändringsledning och kommunikation

Min spaning är att kommunikatörer kan lyckas ännu bättre i sitt jobb om de lär sig grunderna i förändringsarbete, och att chefer och förändringsledare kan göra detsamma om de lär sig grunderna i kommunikation. *Förändringsledningskommunikation* skulle vi kunna kalla det. Men det kanske är att krångla till det. Den här boken handlar inte om roller och definierar inga arbetsbeskrivningar. Fokus är på *varför* vi behöver kommunicera och *hur* vi kan göra det i praktiken.

Målgrupp

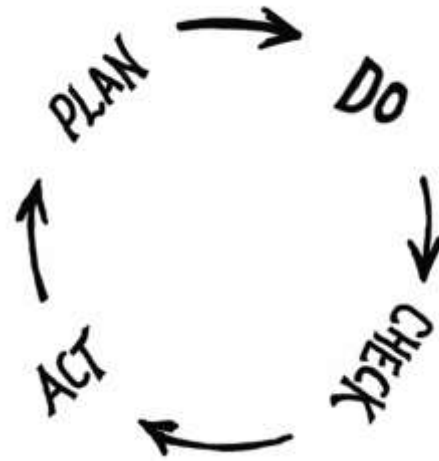
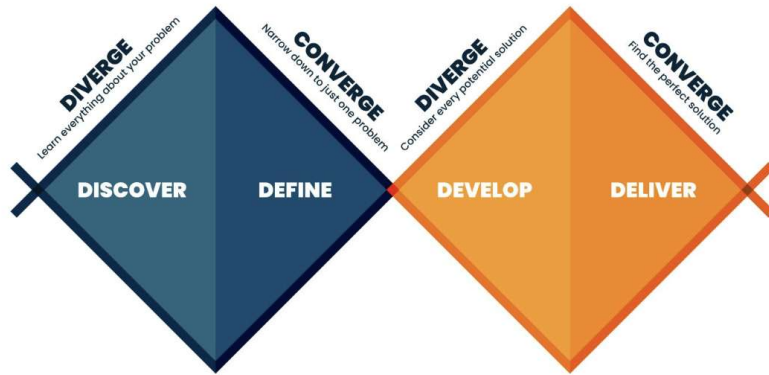
För enkelhetens skull använder jag mig i boken av den bredare förklaringen av ordet kommunikatör från Svenska Akademiens ordlista (SAOL), det vill säga ”person som kommunicerar”. Det gör oss alla till kommunikatörer.

Kanske är du också:

- chef och behöver få med dig medarbetarna på något nytt och okänt.
- ledare som behöver engagera dina kollegor och kommunicera både vad, varför och hur.
- medarbetare som vill kommunicera mer engagerande och värdeskapande i vardagen.

Men oavsett vilken roll du har så är du också kommunikatör, i alla fall när du läser den här boken, och medarbetare. Och alla är vi (förändrings)ledare för minst en person: oss själva. Vi har alla att tjäna på att bli ännu bättre på att berätta och förstå grunderna i förändringsarbete.

Produktutvecklingsmetoder



The Business Model Canvas

Designed for: _____ Date: _____ Version: _____

Key Partners Who are our key partners? What do they do for us? What do they provide for us? What do they do for us? What do they do for us? What do they do for us?	Key Activities What key activities do we need to do to make our business model work? What key activities do we need to do to make our business model work? What key activities do we need to do to make our business model work? What key activities do we need to do to make our business model work? What key activities do we need to do to make our business model work?	Value Propositions What value do we deliver to the customer? What value do we deliver to the customer? What value do we deliver to the customer? What value do we deliver to the customer? What value do we deliver to the customer?	Customer Relationships What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?	Customer Segments Who are our most important customers? Who are our most important customers? Who are our most important customers? Who are our most important customers? Who are our most important customers?
Key Resources What key resources do we need to make our business model work? What key resources do we need to make our business model work? What key resources do we need to make our business model work? What key resources do we need to make our business model work? What key resources do we need to make our business model work?		Channels Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?		
Cost Structure What are the most important costs incurred in our business model? What are the most important costs incurred in our business model? What are the most important costs incurred in our business model? What are the most important costs incurred in our business model? What are the most important costs incurred in our business model?		Revenue Streams For what value are our customers willing to pay? For what value are our customers willing to pay? For what value are our customers willing to pay? For what value are our customers willing to pay? For what value are our customers willing to pay?		

DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
 The heart of Business Model Generation and Strategyzer

© Strategyzer

Addera till receptet med unika koncept



Varför ska jag välja din produkt?

bokus

deckare

Menv

Erbjudanden

Student

Topplistor

Barn & u

ultat för... "deckare"

Kategorier

Böcker

Deckare	226 453
Skönlitteratur	83 915
Barn och ungdom	11 555
Fantasy, SciFi och skräck	27 592
Biografier	16

Sorterar på: Bästa



Koncept, enligt ordboken


SO

Publicerad: 2026

¹koncept *konceptet*, plural *koncept* el. i några

uttryck *koncepter*

ORDKLASS: substantiv

UTTAL: koncep't 

- (något ålderdomligt) utkast till längre text


JFR **manuskript**

VISA MER +

²koncept *konceptet*, plural *koncept*, bestämd

form plural *koncepten*

ORDKLASS: substantiv

UTTAL: koncep't 

- (allmän) plan för viss ny produkt som innehåller de grundläggande egenskaperna som särsk. utmärker produkten framför andra

JFR **idé, konception, utkast**

Plan för viss ny produkt som innehåller de **grundläggande egenskaperna som särskilt utmärker produkten framför andra.**

Addera till receptet med unika koncept



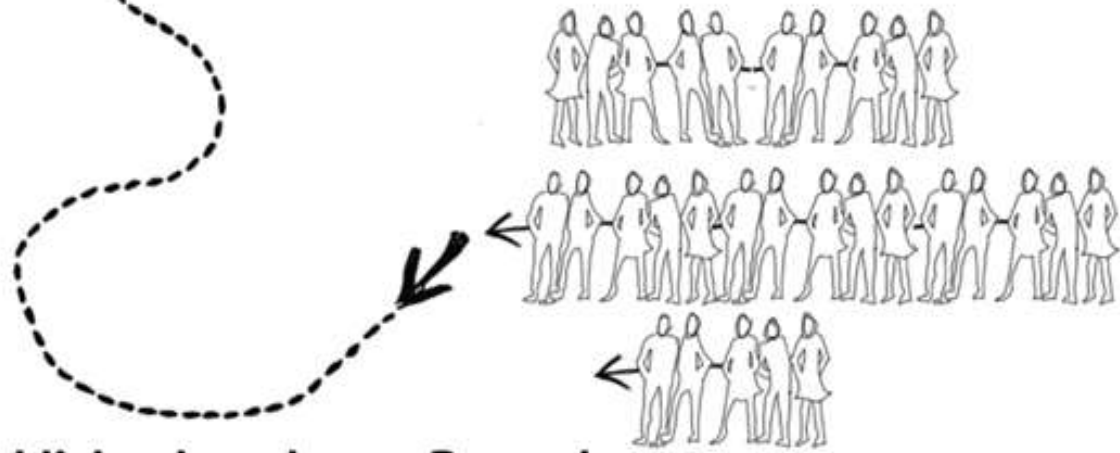
” ... festmat och folkmat från 50 år på vägarna.”

” ...grundkokboken som har allt!”

Samma recept, olika koncept

Tre koncept i mina böcker





Linjär blick - kunskap - Reproducera



Cirkulär blick - bildning - Omforma



SO

publicerad: 2021

agil *agilt agila*

ORDKLASS: adjektiv

UTTAL: agil 

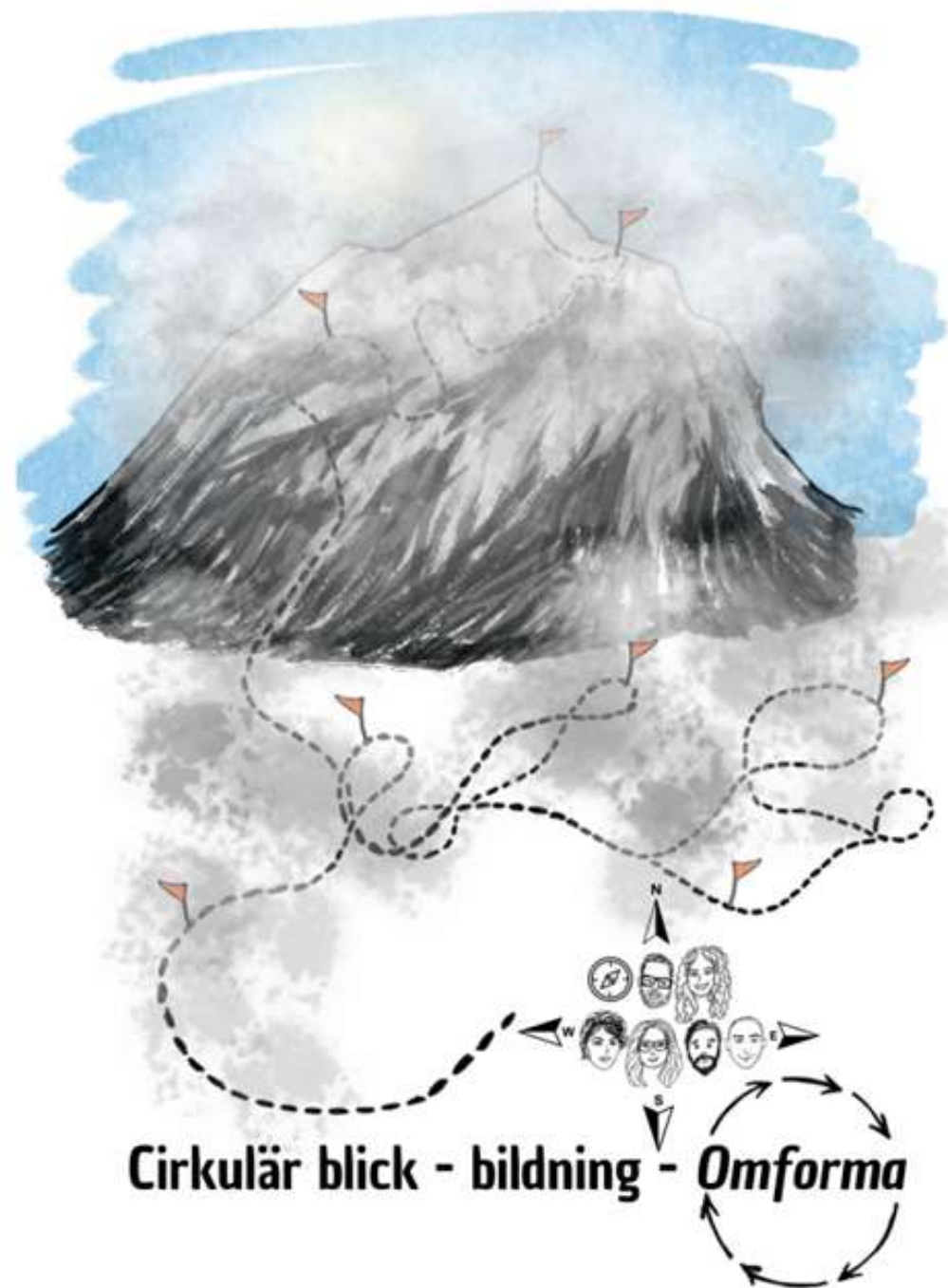
- som är lättrorlig och föränderlig inom programvaruutveckling

DÖLJ -

EXEMPEL: *agil metod; agil systemutveckling; ett agilt arbetssätt*



Linjär blick - kunskap - Reproducera

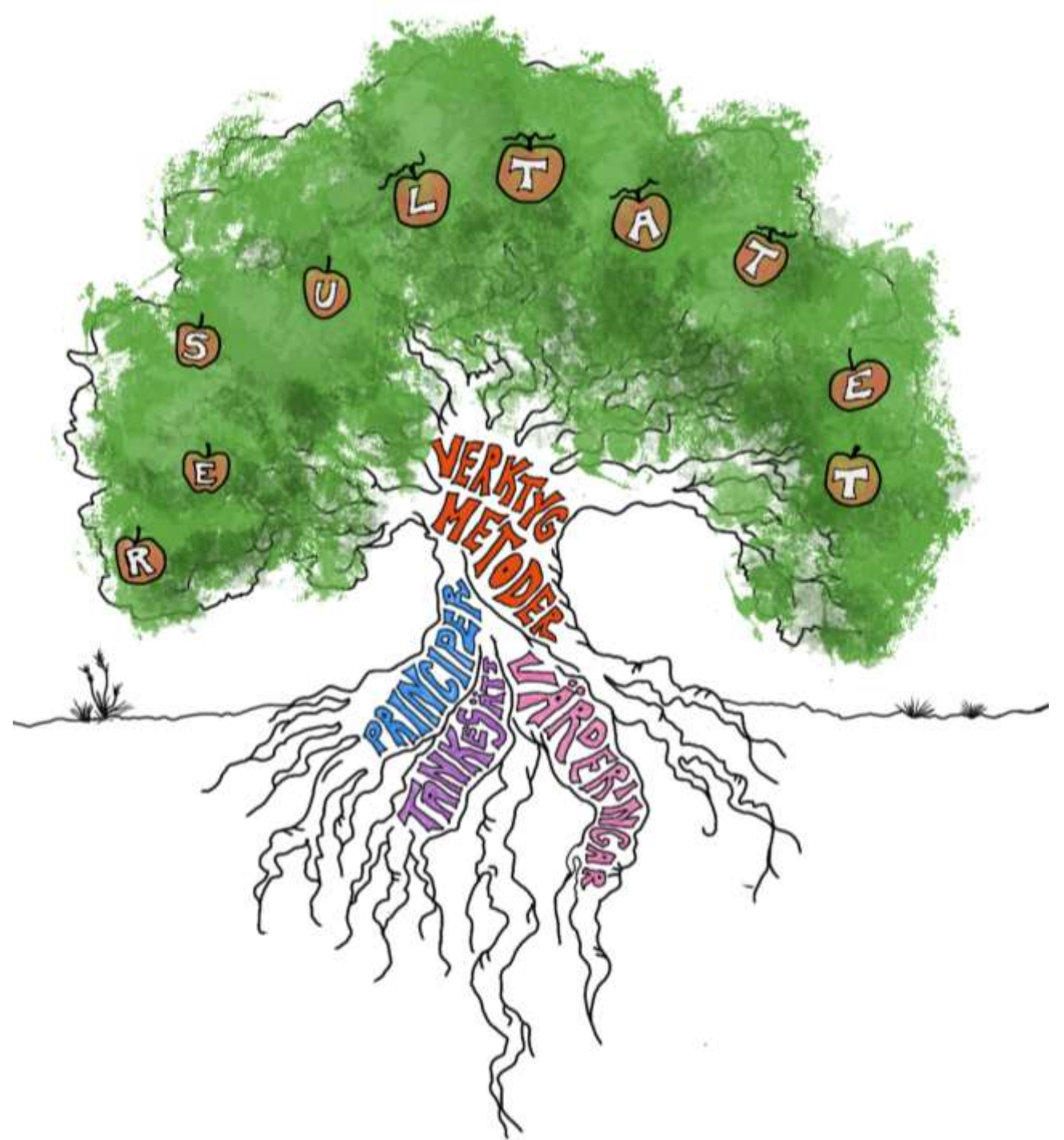


Göra annorlunda

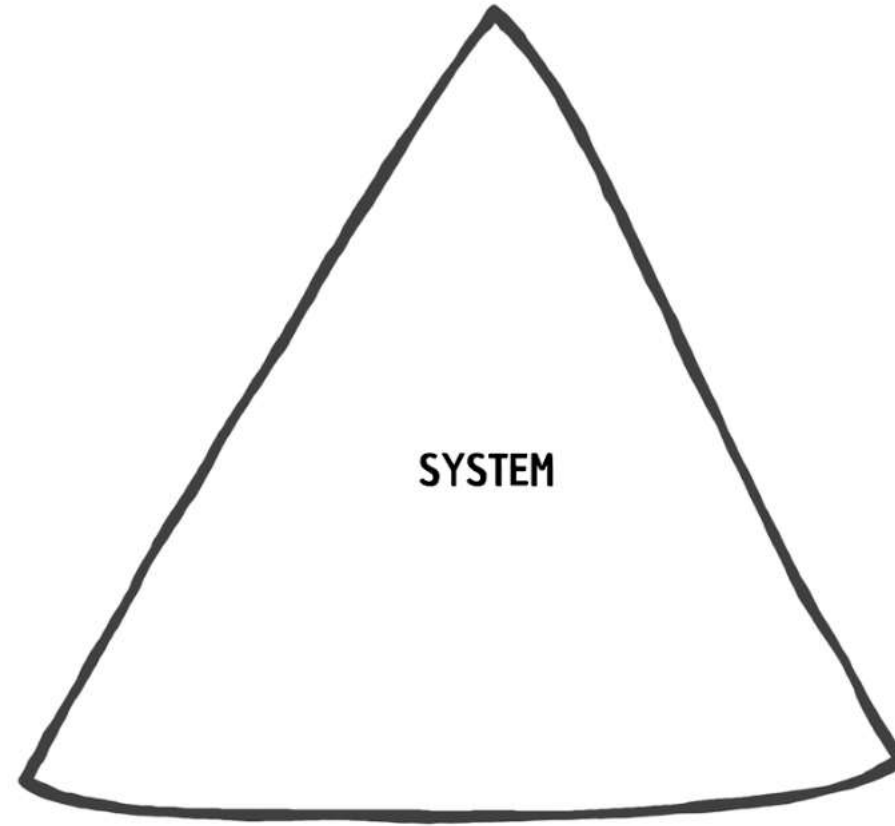
- Kortsiktig förändring
- Synligt och relativt enkelt

Tänka annorlunda

- Långsiktig förändring
- Osynligt och relativt svårt



SYFTE/FUNKTION



SYSTEM

SAMVERKAN

DELAR

SYFTE/FUNKTION



KOMPLICERAT
SYSTEM

SAMVERKAN

DELAR

Löser **samma problem** om och om igen

SYFTE/FUNKTION



KOMPLEXT
SYSTEM

SAMVERKAN

MÄNNISKOR

Löser **olika problem** genom samarbete

RIKTNING
Uppdrag och Syfte

**TEAMWORK
TRIANGELN**

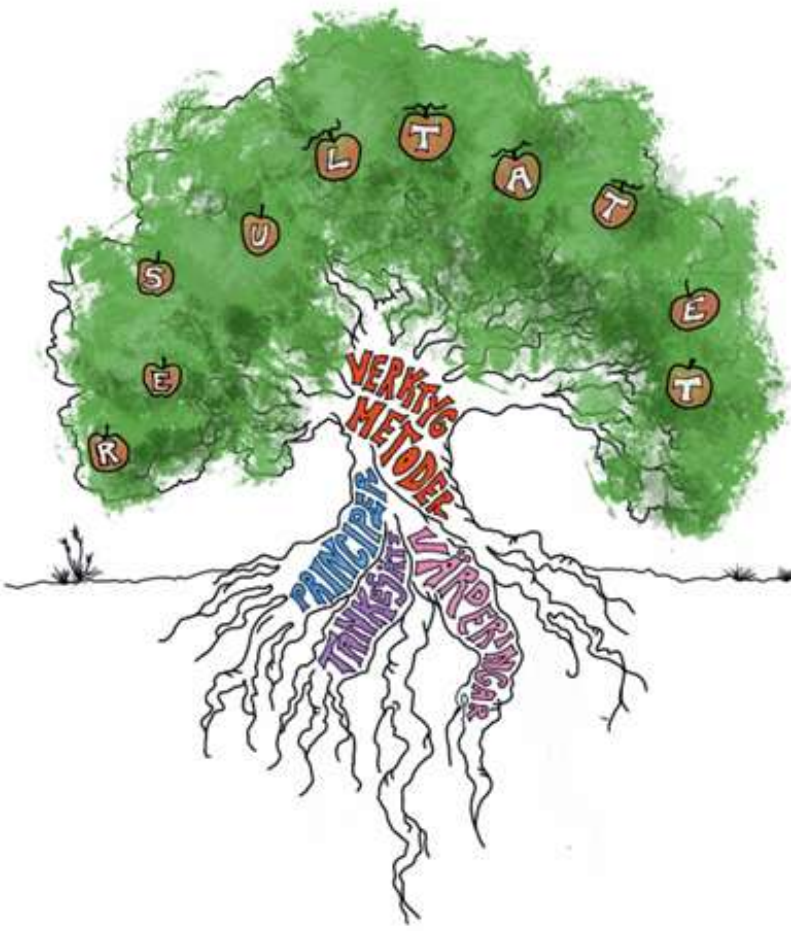


KOMPLEXT SYSTEM

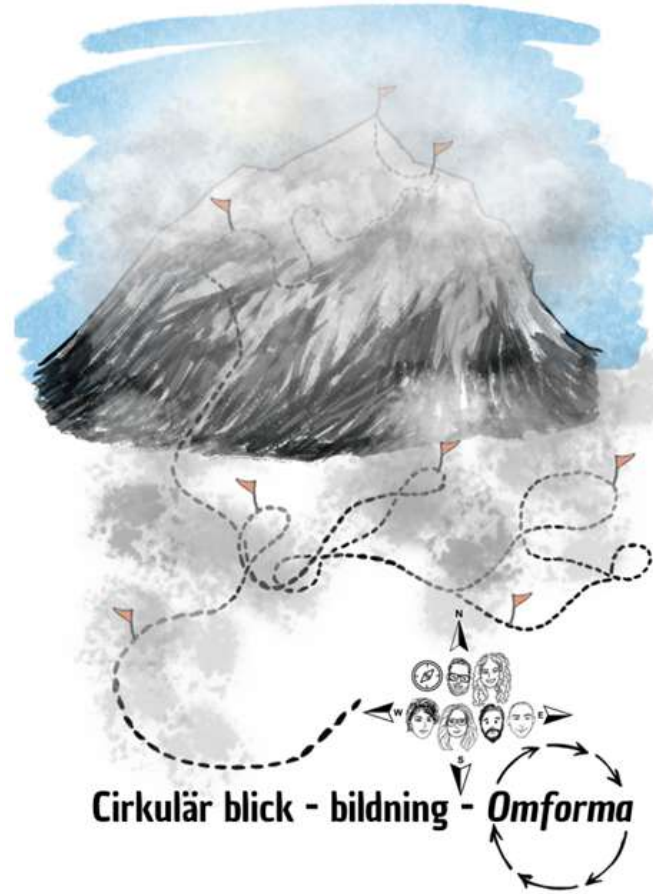
STRUKTUR
Lättrörlig och Föränderlig

RELATIONER
Psykologisk Trygghet

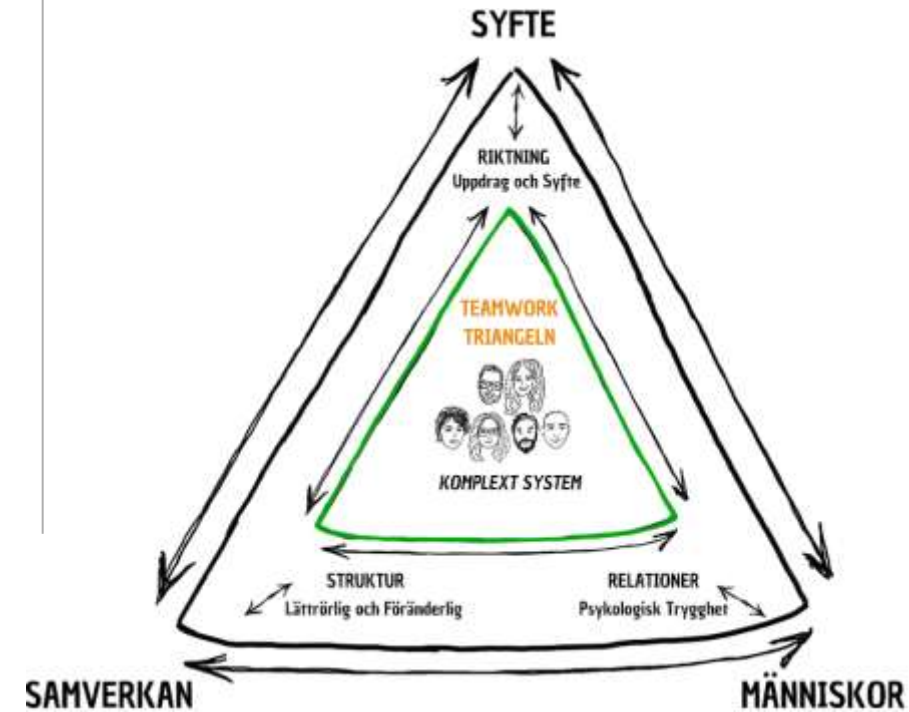
Konceptualisering – att utveckla vidare



*tänka (osynligt)
och göra (synligt)*

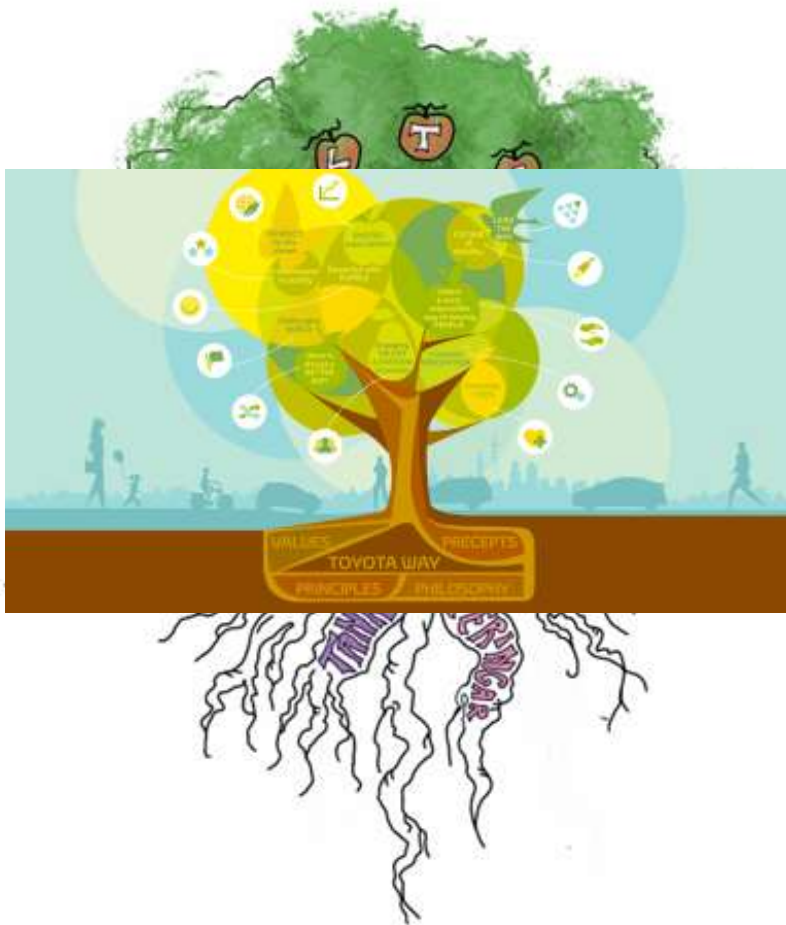


lättrorliga och föränderliga

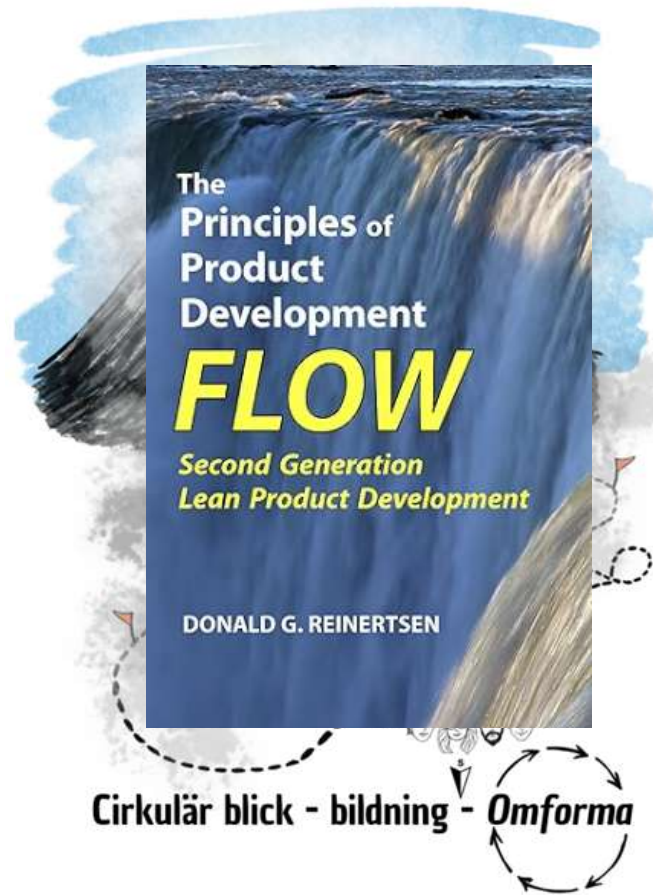


levande system med ett syfte

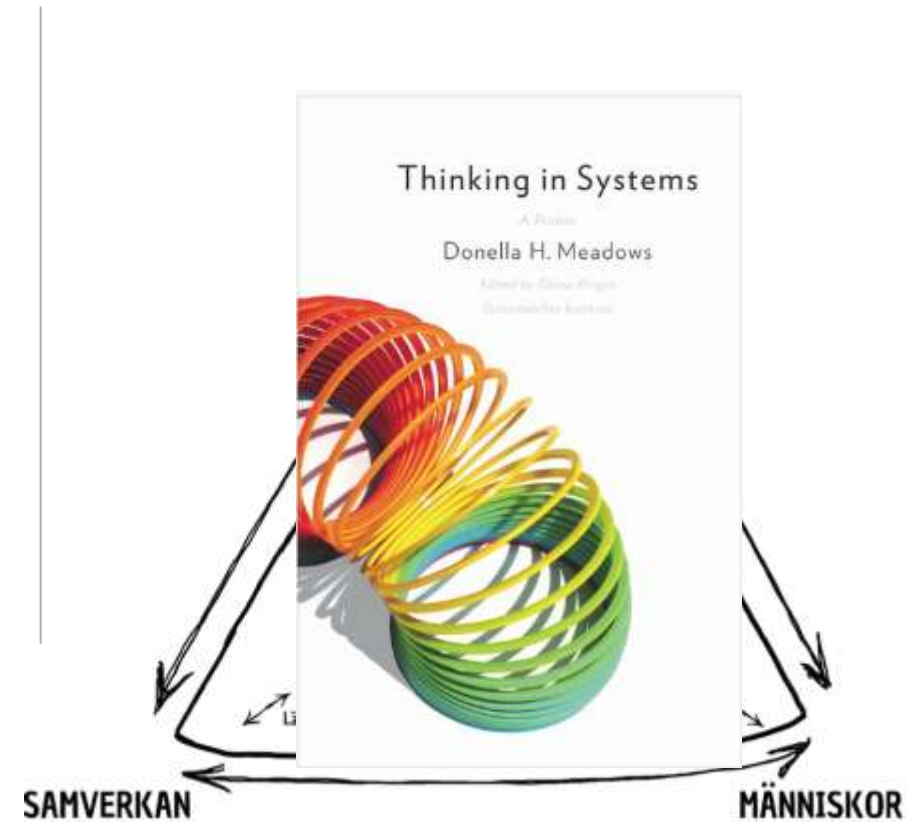
Konceptualisering – att utveckla vidare



**tänka (osynligt)
och göra (synligt)**



lättrörliga och föränderliga



levande system med ett syfte

Konceptualisering kräver bildning

SO

Publicerad: 2026

bildning *bildningen bildningar*
ORDKLASS: substantiv
UTTAL: bil`dning 

1 förlopp varvid något bildas vanligen av redan existerande material el. delar av det
SE **bilda, bilda**

VISA MER +

2 företeelse som uppkommit genom naturligt förlopp i enlighet med naturens lagar

VISA MER +

3 (knappast plur.) mångsidiga, och för livet värdefulla, kunskaper särsk. humanistiska
JFR **allmänbildning, utbildning**

VISA MER +

Utveckling

“Om du vill bli författare är det två saker du måste göra hela tiden: **läsa mycket** och **skriva mycket.**”

- Stephen King i boken *Att skriva*

Utbildning

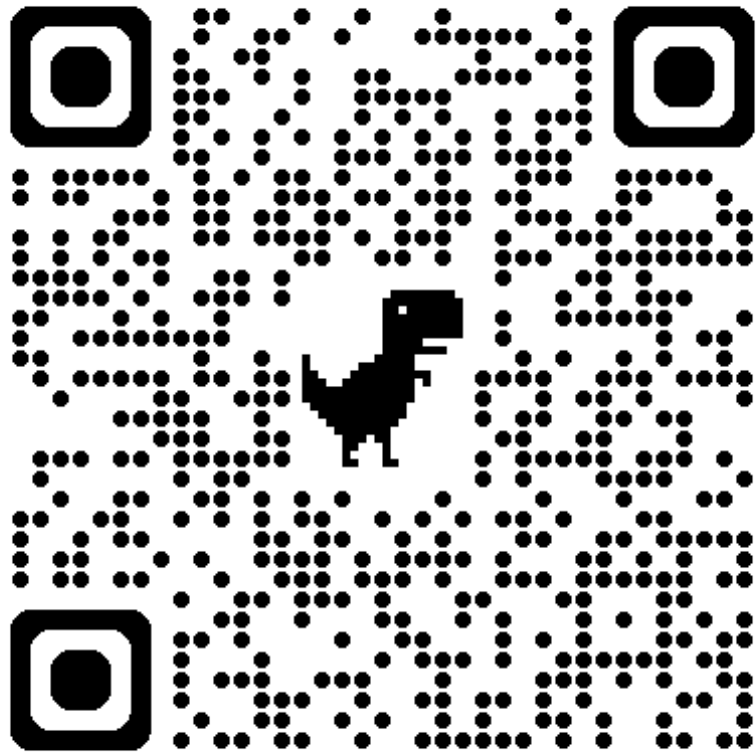
“Om du vill bli produktutvecklare är det två saker du måste göra hela tiden: **utforska mycket** och **experimentera mycket.**”

”**Skrivandet** blir som bäst – och så är det alltid, alltid, alltid – när det rör sig om **en inspirerande lek.**”
– Stephen King i boken *Att skriva*

”**Utveckling** blir som bäst – och så är det alltid, alltid, alltid – när det rör sig om **en inspirerande lek.**”

Tänka Skriva – Produktutveckla som en författare

Tack för er uppmärksamhet!



Ladda ner presentationen via
QR-koden



Finns där böcker säljs online och att låna på
biblioteket.