

8till5 live

HD-SYDSVENSKAN



EXECUTIVE SUMMARY

Digital Evolution 2017

Det handlar om att överleva, men också om att utvecklas och möta digitaliseringen. Man måste våga misslyckas, det är livsfarligt att glömma bort människorna och bäst gör alla i att skaffa en trettonårig kompis. Under konferensen Digital Evolution, arrangerad av 8till5 Live på Studio i Malmö den 9 november 2017, möttes innovatörer, näringsliv och förändringsagenter för att staka ut vägen till framtiden.

På bilden: Lisa Farrar, Stefan Svärdenborn, Tomas de Souza och Teresa Lindstedt.

Text: Maria Widehed Foto: Francesca Cerri



På Digital Evolution 2017 från 8till5 Live handlade det om att vinna eller försvinna i den digitala tidsåldern. Moderator var Kristin Nord, reporter på HD-Sydsvenskans nyhetsredaktion, och Teresa Lindstedt, reporter på näringslivssajten 8till5.

8TILL5 LIVE

8till5 Live är konferenser för det skånska näringslivet, där olika yrkesgrupper och branscher kan mötas, dela kunskap och bygga nätverk.

ANSVARIG PROJEKTLEDARE

Liza Nydén
liza.nyden@
hdsydsvenskan.se
073-315 35 20

8till5  live

Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 1 av 12



Ashkan Fardost.



ASHKAN FARDOST

Forskare, musiker, föreläsare, entreprenör och collaborator på Hyper Island. Nominerad till Årets Talare 2017.

Många som använder ordet digitalisering idag pratar egentligen om "digitisering": att ta en analog process och förvandla den till ettor och nollor. Digitalisering är något annat.

"Internet dödade vårt behov av att vara normala"

De flesta har missförstått vad digitalisering går ut på. Det inledde konferensens förste talare, Ashkan Fardost, med att i ett rasande tempo konstatera. Problemet går att härleda till två missuppfattade begrepp, sa han vidare och förtydligade:

- Digitisering är en teknik process. Exempel: ett brev som blir e-post. Vinyl som blir Spotify.
- Digitalisering handlar om hur teknologi påverkar mänskligt beteende och skapar nya förväntningar.

Exemplen på misslyckandena är många, tycker Ashkan Fardost, och nämnde bland annat kylskåp med smarta plattor och eltandborstar med kameror på.

– När jag ser sånt tänker jag att det är ett race mot idioti.

I en framtidspaning konstaterade han att vi frångått femtiotalets önskan om att vara normala. Nu vill vi vara "weirdos" – baka surdegsbröd, vara punkrockare eller hipsters.

– Internet dödade vårt behov av att vara normala, sa Fardost.

Nätet har skapat ett globalt, digitalt stamsamhälle – med miljoner nischer som passionerade människor samlas kring.

Hans bevis: Youtube-recensioner om hissar, en hemsida som enbart gör stickade plagg till franska bulldogs och ett Instagramkonto om käpphästar – som Agria har blivit officiell sponsor till.

– Vi kan konstatera att "Agria gets it".

Snart, tror Ashkan Fardost, är pengar digitala, nationella gränser borta, nio till fem-jobb utdöda och alla är med i internetstammar.

– Man måste ta hänsyn till att de som växer upp med internet i ryggraden har en helt annan bild av att förverkliga sig själva.

Sista tipset: inspireras av barnen som åker på kodningsläger – de är framtiden.

8till5  live

Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 2 av 12



Carl-Magnus Månsson.



**CARL-MAGNUS
MÅNSSON**

Koncernchef och vd
för Acando.

Utifrån Acandos digitala mognadsstudier hos svenska företag beskrev Carl-Magnus Månsson vilka åtgärder, beteenden och insatser som gör skillnad för uthållig digital konkurrenskraft.

”De som är bra på att driva storskalig transformation är vinnarna”

Vi applicerar teknik på saker vi tycker är supersvåra, sa dagens andre talare, och höll med Ashkan Fardost om att man måste ha fokus på både maskiner och människor – samtidigt som han konstaterade att talare på digitala konferenser ofta bär kostym och sneakers.

– Du måste ha perspektivet med beteende och behov, och på andra sidan teknisk förmåga. ”The crossing point” mellan dessa två är bara en gång, sa Carl-Magnus Månsson.

Sedan 2011 har Acando gjort digitala mognadsstudier bland drygt 300 företag. Carl-Magnus Månsson bjöd på ännu ej släppta siffror från årets rapport. Tre utmaningar är tydliga i rapporten:

- **Att vara innovativ.** – För alla är rädda för att bli ”disruptade”. Bara en av tio definierar innovation som att ”skapa nya värden för din kund”, berättade Carl-Magnus Månsson.
- **Att vara bra på förändring.** – De som är bra på att driva storskalig transformation, men också flytta fokus snabbt, är vinnarna här, konstaterade Månsson.
- **Att lyckas attrahera arbetskraft.** – Väldigt få bedömer att de kan agera fort när en möjlighet uppstår och det verkar hårt kopplat till att man inte kan attrahera rätt kompetens.

Så vilka har bäst resultat i Acandos mätning?

– De med ett uttalat fokus på digital strategi, som kan attrahera talanger för att jobba med innovation plus har kraften att prioritera transformation. Det finns en tydlig korrelation, sa Carl-Magnus Månsson.

Nyckeln till digital framgång, menar han, handlar om data. Och målmedvetenhet:

– Se till att ni pekar på nån och säger: kör det här, driv det här, ge dig aldrig!

8till5  live

Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 3 av 12



Anna Lundqvist och Kristin Nord.



ANNA LUNDQVIST
Affärsrådeschef,
Duni.

Moderator Kristin
Nord tog pulsen på
Dunis digitala kon-
kurrenskraft.

”Vi vill vara proaktiva, samtidigt förnuftiga”

Det började med en pappersmugg 1949, sa moderator Kristin Nord och bad Anna Lundqvist att berätta om företagets motivation att utvecklas.

- Allt vi gör handlar om att öka vår relevans, så kunden vill ha vår produkt och inte konkurrentens.

Pappersindustrin är konservativ, konstaterade Anna Lundqvist, men tycker också att deras retail-funktion är relativt digitaliserad.

Lundqvist såg fram emot resten av konferensen.

- Jag vill bli inspirerad, vi har alla mycket att lära. Framför allt det här disruptiva. Investerar vi för mycket tappar vi lönsamhet. Vi vill vara proaktiva, samtidigt förnuftiga, sa hon och avslutade:

- Är vi inte relevanta kommer vi genast tappa.

8till5  live

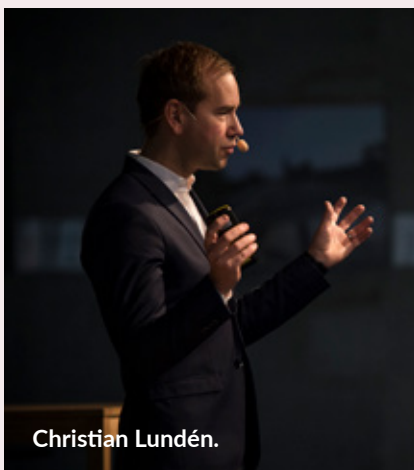
Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 4 av 12



Lisa Farrar.



Christian Lundén.

”Skapa en kultur som gör det möjligt att digitalisera”

Hon bad om hundra miljoner för att bygga en digital gästresa och fick en kvarts miljard.

Bakgrunden var att branschen efter elfte september-attackerna stod med tomma rum, berättade Lisa Farrar. Det räddades av förmedlare som Trivago och Hotels.com.

– Men så småningom gick de från att vara våra hjältar till jättar som tog en enorm del av kakan och satt mellan våra gäster och oss.

Valet som kvarstod: att bli råvaruleverantör av rum och frukost eller digitalisera.

Men hur gör man när man vill digitalisera en konservativ organisation med 10 miljarder i omsättning och 14 000 anställda? frågade sig Lisa Farrar.

– Det största fokus vi haft är att skapa en kultur som gör det möjligt att digitalisera, sa hon.

Hon förklarade Nordic Choice-modellen:

- Skapa ett team.
- Sätt upp delmål i det långsiktiga arbetet.
- Var ett exempel – genom att misslyckas.
- Våga tycka annorlunda och skapa en platt organisation.
- ”Kill the ’hippo’” – highest paid persons opinion. Låt medarbetarna fatta besluten.

Som ansvarig för ”future business” är det Christian Lundéns jobb att försöka förstå trender.

Han visade exempel på hur hotellkedjan har använt digitalisering för att tillgodose kundernas nya behov. Bland dem: digitala robotbutlers som används med röststyrning, smarta möbler med möjlighet till mobilladdning överallt på hotellen och smarta garderober.

Och just nu: de nya fönsterlösa rummen, som med hjälp av KTH-forskare utvecklas med VR-teknologi, ljud, ljus och lukt.

– Gäster förväntar sig att vi ska ge dem samma typ av upplevelser som de får i andra branscher utanför oss, konstaterade Lundén.



LISA FARRAR

Chief digital officer på Nordic Choice Hotels och vd eBerry

CHRISTIAN LUNDÉN

Director future business på eBerry, Nordic Choice Hotels.

Med en investering på 250 miljoner ska de skapa en gästresa som överraskar, sparar tid och förhöjer upplevelsen. Nordic Choice Hotels har skapat det nya bolaget eBerry.

8till5  live

Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 5 av 12



Mats Huss.



MATS HUSS

Konsult inom affärs-
utveckling och design-
tänkande.

Genom att utforma
en tjänst efter
kundens behov blir
den användarvänlig,
konkurrenskraftig och
relevant. Men hur ser
processen ut?

”Fysiska möten kan vara sköna i en digital kontext”

– Min tes är att en kundupplevelse måste utgå från kundens behov och förväntningar, sa Mats Huss.

Som exempel tog han en nylanserad bil. Den har wifi och Mats Huss lyfte det troliga konsumentbehovet bakom: att barnen ska kunna kolla film i baksätet.

Han berättade om hur en servicedesign-process går till: först gäller det att samla information – göra djupintervjuer eller få data. Sedan testar man, för att slutligen implementera.

Han tror att man kan skapa en bestående kundrelation med en skärm.

– Men kanske kombinera med andra kanaler så det blir olika möten.

Mats Huss tror däremot inte på människolös kommunikation.

– Fysiska möten kan vara sköna i en digital kontext, avslutade han.

8till5  live

Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 6 av 12



Lisa Farrar, Stefan Svärdenborn och Tomas de Souza.

”Skaffa en bästa vän som är tretton bast”

- Vad är det digitala och hur kan det hjälpa oss?

Det försökte Stefan Svärdenborn förklara när han kom till Trelleborg. Han riggade en övning.

- Vi skapade "the digital race".

Han berättade om konferensen som årligen hållits för 120 toppchefer som exponerats för alla digitala plattformar kommunen kan ha nytta av - allt från e-commerce till sociala plattformar, kunskapsöverföring och e-learning.

- Ta folk till förändringsviljan genom att gå ifrån vag teoretisk förståelse till att praktiskt dyka in i det. Då bryter man ner barriärerna, sa Stefan Svärdenborn.

Finns det då något tillfälle att tänka att "digitalisering är nog inte för oss"? undrade moderator Teresa Lindstedt.

- Om man närmar sig pensionen, svarade Tomas de Souza och utvecklade resonemanget:

- Bolags cyklar förkortas, produkters livstid förkortas. Har du inte innovation kommer du att dö, sa han och berättade om lösningen:

- Förändringsvilja är inget som existerar, men hittar man överlevnadsviljan då har man hittat nyckeln.

Panelen var överens om att det viktigaste är att få de anställda att vara delaktiga.

- Att skapa innovation är den lätta biten, det svåra är att jobba med ledarskap och kultur, sa de Souza.

Lisa Farrar höll med.

- Den största utmaningen är att få medarbetare att förstå att gästers förväntningar skapas när de är hos Tesla eller Apple.

Hennes metod? Att försöka förklara vad som pågår och hur medarbetarna kan lära sig hänga med. Hon återkopplade till Ashkan Fardosts kodningsläger för barn:

- Skaffa en bästa vän som är tretton bast, bjud på fika.



LISA FARRAR

Chief digital officer på Nordic Choice Hotels.

STEFAN

SVÄRDENBORN

Global director of digital communications på Tetra Pak, tidigare marknadsdirektör för Trelleborgskoncernen.

TOMAS DE SOUZA

Director innovation strategy på Bonnier News.

En paneldiskussion om när, var och hur den digitala innovationen ska ske. Moderator var Teresa Lindstedt, reporter på näringslivs-sajten 8till5.

8till5  live

Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 7 av 12



Jonas Hammarberg.



**JONAS
HAMMARBERG**

Digital rådgivare, föreläsare och författare. Senior partner och vice president Awe-some Group AB.

Get digital or die trying. Digitalisering är på de flesta organisationers agenda, men vad innebär det för verksamheten?

”Vi ska hantera de som springer som attan och de som inte vill”

– En gång var den ”digitala revolutionen” för mig när mejl kom, inledde Jonas Hammarberg med att berätta.

Sedan dess har det gått fort, konstaterade han – medan mobiltelefonen behövde 35 år för att nå en miljon användare behövde Angry birds 35 dagar. I dag har vi fem stora utmaningar:

- **Vi har blivit beroende av ”instant återkoppling”**

Han pratade om dopamin och oxytocin, samt serotoninets effekter – som när man känner sig sedd av en ”like” på Instagram.

- **Arbetet är inte enkelt längre**

Han visade en bild på Einstein – han räcker inte i dag, konstaterade Jonas Hammarberg. I dag behöver vi vara kollektivt smarta.

- **Engagemanget på arbetsplatsen minskar**

Bara sexton procent är emotionellt engagerade på sin arbetsplats. – Privat får jag 137 likes på en kattbild, på jobbet finns inte en chef som kan se mig 137 gånger på ett år, sa han.

- **Ett massivt behov av transformation**

För nästa generation är ”digitalt normalt”, sa Hammarberg och kallade sig själv för en ”digital immigrant”. Utmaningen är när generationerna möts:

– Vi ska hantera de som springer som attan och de som inte vill.

- **Att gå från att tro till att veta och göra**

– Varje person som kan få det att hända i organisationen blir värdefull.

Det gäller, avslutade Jonas Hammarberg, att förändra kultur, organisation, ledarskap, använda kraften från det digitala och kroka arm. Han gav Lisa Farrar rätt i ”fuck the hierarchies” och förespråkade fiskstim i stället för chefsfiskar.

– Om de emotionellt engagerade bara är sexton procent har vi en gigantisk skattkista. Vi behöver bygga en resa för dem.

8till5  live

Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 8 av 12



Gustav Jonsson.



GUSTAV JONSSON

Senior manager of
Customer Success,
Peakon.

Digital disruption och
change management
– och hur vi mäter den.

”Du vet ingenting om du inte har data”

– Det är faktiskt såhär: du vet ingenting om du inte har data, inledde Gustav Jonsson med att upplysa konferensdeltagarna om. Efter en dag som hittills handlat om digitalisering är det viktigt att prata om hur man mäter digitaliseringen, fortsatte han med att förklara.

Gustav Jonsson framhöll NPS som mätartalet över alla andra. Man garderar på en skala mellan noll och tio och ställer frågan hur sannolikt det är att kunden skulle rekommendera produkten.

– Adidas använder NPS till allt. ”Higher NPS than Nike” är deras motto, sa Gustav Jonsson och tryckte på fördelarna med ett universellt ”benchmark”.

Det finns också, fortsatte han, ”tNPS” – transaktionell NPS. Här ställs frågan ”vad tyckte du om den support du fick?”

– Det är det som är det fina, att man ställer en enda fråga! sa Jonsson.

– Vilka anser att medarbetare är den viktigaste tillgången till organisationen? frågade han vidare och möttes av en sal fylld av uppräckta händer.

– Då är det ju samma sak med medarbetarna! Du vet ju ingenting om du inte har data om dem, svarade Gustav Jonsson och förklarade hur medarbetarupplevelsen kan mätas med ”eNPS” – där man ställer frågan om huruvida den anställda kan tänka sig att rekommendera arbetsplatsen till någon annan eller inte.

Han avslutade med ett ”do” och ett ”don’t”.

- **Gör inte:** Bedöm bara baserat på den mänskliga hjärnan.
- **Gör:** Ge er själva och ledarna tillgång till data så de har underlag för att göra nånting.

8till5  live

Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 9 av 12



Pär Sikö, Jayway.

”Machine learning och AI är inte bara science fiction”

Under eftermiddagen delade konferensens deltagare upp sig i olika breakout-sessioner.

Jayway stod för fördjupning i artificiell intelligens, virtual reality och chatbotar.

– Vad är machine learning egentligen? frågade Jayways studio lead Martin Gunnarsson och exemplifierade med sajter som ”Vi köper din bil” och ”Värdera din bostad”.

Det handlar om maskiner som kan förutspå värdet, kategorisera. Det kan också vara självkörande bilar och båtar.

– Machine learning och AI är inte bara science fiction. Det finns gott om stora spelare, som Amazon, Google, Microsoft och IBM. Det finns färdiga lösningar från alla här, så man behöver inte bygga själv, tipsade Gunnarsson.

Servicedesignföretaget Transformator Design coachade rätt i vem vi digitaliserar för och varför, med fokus på att förstå kundens upplevelse och behov genom kundcentrerade arbetssätt, metoder och verktyg.

I rummet bredvid pratade Mats Huss om servitisation, eller tjänstefiering – att se över affärsmodellen och se hur man kan skapa nya sätt att erbjuda produkten eller tjänsten genom hybrider.

I en glaskub lyfte Acando fram olika scenarion för att gestalta transformationen hos företag de har arbetat med.

– Den digitala spelplanen ändras ständigt. De organisationer som präglas av agilt ledarskap och decentraliserat beslutsfattande är de som är bäst rustade att skapa konkurrensfördelar, sa Hedvig Alling, business team manager, och lyfte fyra värdeord som grunden för förändringsarbeten: Vakenhet, mod, engagemang och agilitet.



BREAKOUT-SESSIONER

Jayway, Acando, Mats Huss och Transformator Design

Vem digitaliserar vi för och varför? I parallella breakout-sessioner lärde sig konferensdeltagarna mer om AI, VR och chatbotar, hur man som ledare driver digital förändring i stället för att förändringarna driver dig, vem vi digitaliserar för och hur man kan skapa hybrider av befintliga tjänster eller produkter för att nå nya målgrupper.

8till5  live

Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 10 av 12



Martin Deinoff.



MARTIN DEINOFF
Vd Itch Design.

Det handlar om att vinna eller försvinna i den andra digitala tidsåldern. Vi lever nu i en verklighet av tjänster, valmöjligheter, information och kommunikation som var ren fantasi för bara tjugo år sedan.

”Vi ska vara lite försiktiga med att skratta åt ny teknik”

– Vi står där internet har gått från spädbarn till någon brådmodig tonåring. Vi behöver ställa om vår syn på vad den digitala arenan ska innehålla.

Det sa konferensens siste talare och erbjöd ett nytt perspektiv för dagen: att evolution är viktigare än revolution och disruption.

– Många har pratat om just revolutionära saker, spännande tekniker. Men var är evolutionen då?

Den vanliga utvecklingen av saker, att göra saker lite smartare – vi måste ta den tråkiga digitaliseringen på allvar, sa Martin Deinoff.

Han ser hur fokus på digitalisering har gått från produktion och marknadsföring, till affärer och upplevelser. Att sitta stilla i båten och inte försöka med något nytt är det sämsta man kan göra, sa han.

– Vi ska vara lite försiktiga med att skratta åt ny teknik, sa han och erbjöd ett nytt sätt att se på Ashkan Fardosts tandborste med kamera.

Det handlar, menade Deinoff, om att skapa nya värden. Han gav två exempel:

- **Musik.** Från LP, till walkman, till Ipod och sedan Spotify.
- **Kamera.** Från analog till digital, till Iphone till Instagram.

Martin Deinoff avslutade dagen med att skicka med tre tips:

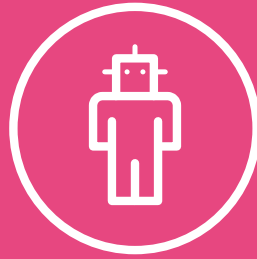
- **Fokusera på värdet**
Evolution är att göra det lite bättre, börja med nån grej.
- **Vinn slaget om gränssnittet**
– Vi orkar inte för mycket, sa han och tog som exempel hur alla fungerar olika – som HBO, Spotify, Netflix: olika betallösningar, olika appar, olika system.
- **Var personliga och subjektiva i det ni säljer**
– Företag måste bli mycket mer subjektiva i vad de erbjuder användare, vara mer våghalsiga och säga: de här valen ska ni göra.

8till5  live

Digital Evolution 2017
Torsdag 9 november

Aktuella konferenser
på live.8till5.se

Sidan 11 av 12



Konferenser för Skånes näringsliv

8till5 Live är konferenser för det skånska näringslivet, där olika yrkesgrupper och branscher kan mötas, dela kunskap och bygga nätverk.

PARTNERS

ACANDO

jayway.


pwc