



Att arrangera ett perspektivforum

Det här är en checklista inför planering av mötet.

1

Planering och förberedelse

- Bestäm tema för mötet utifrån en väldefinierad utmaning. Se också till att det finns ett tydligt syfte med perspektivforumet.
- Förankra utmaningen och ämnet internt i sjukvårdsorganisationen, kanske även med relevanta branschorganisationer.
- Definiera målgrupper för mötet, både interna och externa. Ta fram en plan för att nå dem med inbjudan. Sätt upp mål för antal deltagare från olika grupper.
- Bestäm hur de erbjudna uppföljande mötena efter det fysiska mötet ska arrangeras. Bestäm hur deltagarna kan anmäla sig till de uppföljande möten angående det aktuella ämnet. Exempelvis kan deltagarna uppmanas att lämna sina kontaktuppgifter i en låda vid det fysiska mötet. Ta även reda på var deltagare kan vända sig med andra frågor till organisationen, så denna information kan förmedlas till deltagarna vid behov.
- Säkerställ efterlevnad av upphandlingslagstiftningens grundprinciper.
- Involvera inköpsfunktioner för att säkerställa att mötet inte påverkar pågående upphandling negativt. Upphandlingsmyndighetens webbsida har mer information.
- Ta fram en tidplan. Förslagsvis behöver inbjudan skickas ut 4–6 veckor innan mötet. Säkerställ att mötet inte konkurrerar med någon annan aktivitet vid samma tidpunkt.
- Boka lämpligt utformad lokal. Vi föreslår att det finns mingelyta, föreläsningmöjlighet och avskilda delar för parallella workshopar i lokaler som ligger nära varandra. Lokalen ska också vara lättillgänglig. Det ska vara enkelt att ta sig dit med kollektivtrafik samt att det ska finnas parkeringsmöjligheter i närområdet. Val av lokal, på sjukhusområde, hos samarbetspartner eller extern konferenslokal kan uppfattas på olika sätt.
- Andra praktiska arrangemang; teknikstöd, mat, boka talare mm.

2

Inbjudan och deltagare

- Säkerställ att programmet har delar som ger värde för omvärldsrepresentanter, såväl som den inbjudande organisationen. Det här kan exempelvis ske genom att inkludera ett kort studiebesök, demonstrationer, förutsättningar att samtala med personer inom olika vårdprofessioner och personer som arbetar med näringslivskontakter.
- Inkludera tid för mingel i programmet.

- Utforma inbjudan noggrant för att attrahera rätt deltagare. Överväg att involvera externa partners, så som branschorganisationer, så att de ska kunna hjälpa till med att sprida och målgruppsanpassa inbjudan.
- Inkludera information om mötets upplägg och information om utmaningen som ska diskuteras i inbjudan. Längre bakgrundsinformation kan läggas på en webbsida tillsammans med anmälningsinformation. Informationen ger underlag för beslut om deltagande och möjlighet till viss förberedelse innan mötet.
- Beskriv syftet med dagen tydligt liksom förväntningarna på deltagarna. Exempelvis:

”Vi har identifierat ett antal områden där vi vill bli ännu bättre. Genom dialog med företag och forskare i en tidig fas av innovationsarbetet hoppas vi få fler perspektiv på de identifierade utmaningarna. Vad ser ni som inte vi ser? Har vi identifierat grundproblemet? Ni kommer under workshopen att möta medarbetare från XX. För att säkerställa att ni får en konkret inblick i verksamheten kommer ni också att gå på rundvandring på XX.

”Mötet riktar sig till dig som arbetar inom näringsliv, akademien eller intresseorganisationer och som vill bidra till förbättringar inom vården. Dessutom ska du ha erfarenhet av, eller kunskap inom XX”

- Inkludera tydlig information om plats för mötet, gärna med en karta. Beskriv gärna hur man tar sig till platsen med kollektivtrafik samt var man kan parkera.
- Arbeta aktivt för att säkerställa att deltagarna har rätt specifik ämnesinriktning och undvik överrepresentation från ett och samma företag (i praktiken fler än en person per workshopsgrupp från samma företag eller verksamhet). Det är viktigt att alla som deltar kan bidra i samtalen. Eventuellt kan ett urval av deltagare behöva göras. Var i så fall tydlig med detta redan i inbjudan.

Exempelvis:

”Antalet platser är begränsade och vår ambition är att ni deltagare ska representera en bredd av olika perspektiv och bakgrunder. Därför kommer vi eventuellt att behöva göra ett urval.”

- Sprid inbjudan till mötet i flera kanaler såsom exempelvis annonsdatabas för upphandling, sociala medier, egen webbsida och via branschorganisationer och deras kanaler. Detta för att säkerställa att grundläggande principer inom offentlig upphandling följs och att en bred representation från rätt målgrupp nås. Komplettera med mer riktade inbjudningar.
- Bjud även in personer från den egna organisationen som påverkas av utmaningen och kan bidra till samtalen. Detta kan exempelvis vara personer från olika vårdprofessioner, utvecklingsansvariga och experter inom medicinteknik, hållbarhet och digitalisering.
- Beroende på ämne, kan det vara värdefullt att även bjuda in patientrepresentanter, till exempel via patientförening.

3

Upplägg på workshopstationer

- Arbeta fram upplägg och specifika frågor/ämne för workshoparna. Inkludera behovsägare och ta med flera olika perspektiv.
- Förbered workshopstationerna noggrant för att säkerställa effektivitet och flexibilitet under mötet. Detta inkluderar att ha material och upplägg som tillåter justeringar baserat på pågående diskussioner och gruppens behov.
- Använd en facilitator för att strukturera och styra diskussionen mellan deltagarna.
- Tänk igenom vad som behöver dokumenteras och hur – utgå ifrån mötets syfte.
- Eventuellt kan någon utses till att anteckna under samtalen. Detta kan vara behovsägare, facilitator eller annan person.
- Be deltagarna om hjälp att identifiera grundproblemet och skapa förståelse kring detta innan lösningar presenteras/diskuteras.
- Ta fram visuellt material kring utmaningen i form av exempelvis illustrationer, bilder, processkartor, och citat. Detta ger stöd och inspiration till dialogerna.
- Skapa en varierad mix av workshopstationer med olika ämnen runt den specifika utmaningen för en givande upplevelse. Variera även detaljnivån i diskussionerna så att alla kan bidra vid samtalen (exempelvis kan man både ha en workshopstation med en bred fråga kring trender inom området och en mer specifik om hur ekologisk hållbarhet kan mätas och kravställas vid upphandling).
- Sprid representanter från företag och övrig omvärld och hälso- och sjukvårdens representanter väl mellan de olika grupperna för att främja nyfikenhet och interaktion.

4

Mötesdagen

- Noga förberedelser är viktigt, men var ändå inställd på att kunna vara flexibel för att kunna ändra detaljer in i det sista vid behov.
- Bestäm vem som ansvarar för vilken uppgift under dagen, och vem som tar med sig vilket material så som anmälningslistor, namnskyltar, workshopsmaterial, kontaktuppgifter till talare, program för dagen, pennor, tilltugg och annat etc.
- Se till att det finns teknikstöd.
- Se till att tiderna hålls vid varje programpunkt. Eventuellt kan ni utse en "tidspolis" som hjälper till att påminna om att det dags att börja avsluta samtalet.
- Tala om för deltagarna hur de gör för att anmäla sig till uppföljande möten samt var de ska vända sig med andra frågor till organisationen.
- Samla in material efter dagen och sammanställ de synpunkter och idéer som kommer in under dagen.

5

Uppföljning

- Arrangera individuella möten med deltagare om så önskas. Beskriv tydligt att förväntningarna på dessa möten är att man delar med sig av sina tankar kring de specifika utmaningarna och dess lösningar.

- Inkludera behovsägare i efterföljande möten för att bidra med kompetens och erfarenheter samt för att de ska kunna vara med i efterföljande diskussioner om framtida vägar framåt.
- Arbeta utifrån mötet, och den initiala beskrivningen av utmaningen, fram prioriterade områden och undersök om och i så fall hur dessa kan tas vidare.
- Sammanställ resultat från mötena och återkoppla en sammanställning till deltagarna på lämpligt vis, exempelvis via mail, sociala medier eller andra kanaler.
- Dokumentera mötet och resultatet enligt organisationens rutiner.

Resurser

Tidsåtgång för att arrangera ett perspektivforum (möte och planering) är ca 130 timmar. Detta inkluderar alla som är med och arrangerar. På själva mötesdagen behövs minst 7 personer (3 ämnesföreträdare/behovsägare, 3 facilitatorer inkl. moderator och 1 person för fotografering, avprickning, strul mm).

Kontakt

Formatet har testats inom projektet *VGR som innovationsmotor*. För mer information om mötetskonceptet kontakta Innovationsplattformen, VGR, innovationsplattformen@vgregion.se

VGR som innovationsmotor är finansierat av Medtech4Health, Hälso- och sjukvården i VGR och Miljö- och regionutvecklingsnämnden (MRU) i VGR.

Tips att tänka på som arrangör

För att skapa ett inkluderande samtal där alla får komma till tals, blir lyssnade på och lär sig något nytt, tänk på detta:

- Bidra till en trygg miljö genom tydlighet och lugn.
- Förhåll dig objektiv, lyssna in vad deltagarna har att säga även om du inte håller med.
- Styr diskussionen åt "rätt" håll och öppna upp för djupare reflektion.
- Se till att alla kommer till tals. Till exempel genom att låta ordet gå laget runt.
- Uppmuntra deltagare att bygga på varandras tankar och idéer. Uppmuntra dem att ställa frågor till varandra.
- Om diskussionen fastnar eller frångår ämnet, spara/parkera frågeställningen och uppmuntra till fortsatt samtal vid annat tillfälle.
- Uppmuntra till att prata med dem man inte redan känner.

