

ORGANISATORISK MOT

- nøkkelen til innovasjonssuksess

Ina Stølen

“Innovation is guts + generosity”

–Seth Godin

Organisatorisk **mot** handler om å tørre å stå i det ubehagelig - med data, med prosess, med timing

Sjenerøsitet er å ville skape noe for andre, løse noens problemer.



**Mennesker innoverer, ikke
organisasjoner**



3 faser hvor du må tørre å stå i ubehag

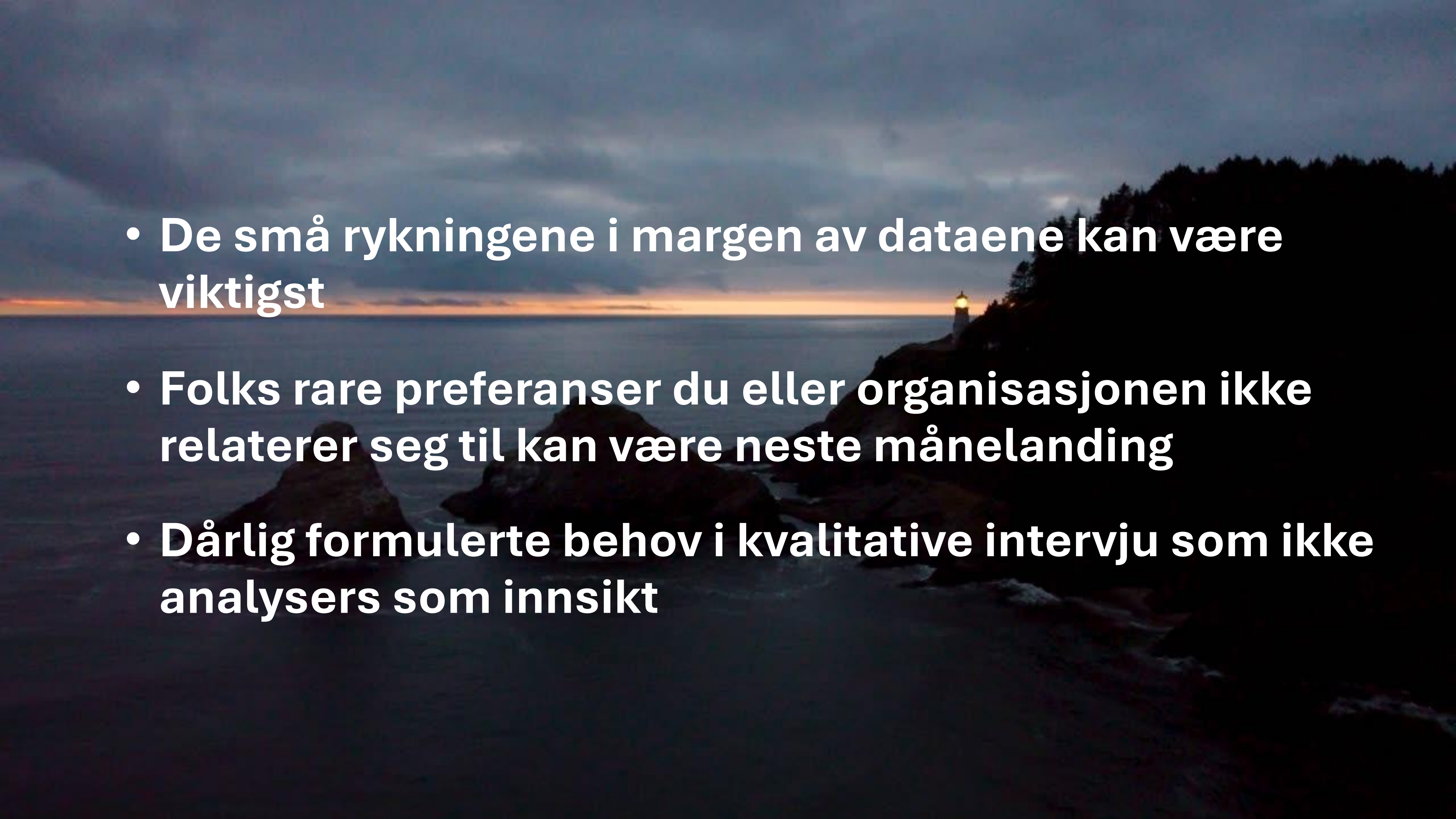
- 1: OPPDAGELSE - Tørr å følge svake signaler**
- 2: UTVIKLING - Tørr å stoppe når du lærer**
- 3: LANSERING - Tørr å lansere før du føler deg klar**



1.

**Oppdagelsesfasen:
Tørr å følge svake signaler**



- 
- De små rykningene i margen av dataene kan være viktigst
 - Folks rare preferanser du eller organisasjonen ikke relaterer seg til kan være neste månelanding
 - Dårlig formulerte behov i kvalitative intervju som ikke analyseres som innsikt



“Is it better than other pimple patches?”
“– I don’t know, but it’s cute.”



“Personal branding for introverts”



Wed, Nov 5, 5:00 PM CET

Personal Branding Strategies for People Who Hate the Spotlight

GOLDIE CHAN
Branding Expert and Author

Watch with Premium

LIVE

Premium

Personal Branding Strategies for People Who Hate the Spotlight

Event by LinkedIn News

Wed, Nov 5, 2025, 5:00 PM - 5:45 PM (your local time) Add to calendar

Asne Ådland-Dale and 5,609 other attendees

Share

“–What does a strong personal brand look like when you’re not the **loudest** in the room?”

“Jeg er en gamer og liker av og til lange akrylnegler. Jeg visste ikke hva jeg skulle gjøre i en knipe, så jeg limte små trepinner på WASD-tastene mine med smeltelim, og på en eller annen måte funket det”.





(Temu ler aldri av folks rare behov)



**Aperol vokste 400% på 8 år ved å eie ÉN
spesifikk situasjon: aperitiff,
eller klokken 18:00-19:00**



A man and a woman are sitting at an outdoor table, smiling and holding drinks. The man is wearing a white sweater and sunglasses, and the woman is wearing a white tank top and sunglasses. They are both holding glasses of beer. The background shows a waterfront with a bridge and other people. The scene is lit with warm, golden light, suggesting sunset or sunrise.

**Stol på at det lille øyeblikket du tenker er
din arena kan bli megastort.**

“Han var mektig lei av å hente
tennisballene hos naboen og bygget
en mur”

(typisk rik, lat mann)

Padel: Spanias nest største sport, 5 mill utøvere.

Hvorfor er disse innsiktene ubehagelige?

1. Du kan ikke forsvare dem med store tall
2. Oppsiden er ikke sikker



2.

Utvikling:

Tørr å stoppe når du lærer



“– Dette er ikke det vi trenger for å få det beslutningsgrunnlaget vi må ha?”

**Stopper vi? Velger annen metode?
- Nei, vi fullfører. Og venter til neste års
budsjett før vi kan endre kurs...**

Organisasjonens logikk:

"Vi har bestilt dette, vi må levere som planlagt"

Individets mot:

"Dette gir oss ingenting nytt, vi må endre kurs"



De fleste er fanget i organisasjonens systemer, prosesser og forventninger om forutsigbarhet

Og organisasjonen belønner trygghet og forsvarlige prosesser - ikke mot!



Organisatorisk mot handler om å gi individer
mandat og trygghet til å ta modige valg - selv
når systemet vil ha forutsigbarhet.



Konkrete grep:

"Pivot-mandat" + beslutningsdrevet analyse

1. Start med: "Hvilken beslutning skal tas?»
2. Gi teamet mandat til å si: "Da trenger vi ikke denne analysen, vi trenger dette."

*“Datadrevne analyser gir mange funn,
beslutningsdrevne analyser gir handling.”*

–Tarje Gaustad

Fra rapporter til beslutninger: Slik får analyser strategisk kraft

Hva betyr det egentlig å være datadrevet? Mange virksomheter har investert tungt i analyseverktøy, dashboards og rapporter, men opplever likevel at de store strategiske gjennombruddene uteblir. Utfordringen ligger ofte ikke i dataene, men i spørsmålene og i hvordan analyser kobles til beslutningene som faktisk skal tas.

Oktober 16, 2025



Tarje Børsum Gaustad
Førsteamanuensis – Institutt for
markedsføring ved
Handelshøyskolen BI
tarje.b.gaustad@bi.no |
<https://www.bi.no/>

Når data bare gir små forbedringer

De senere årene har både private og offentlige virksomheter satset stort på å bli mer datadrevne. Analytikere og institutter har levert et vell av rapporter, dashboards og modeller som gir dypere innsikt enn noen gang. Likevel opplever mange ledere at resultatene begrenser seg til små forbedringer. Kampanjer treffer

ANNONSE

Vi leverer
kvalitetsdata du
kan stole på
– fordi viktige
beslutninger
krever det beste
grunnlaget.

norstat

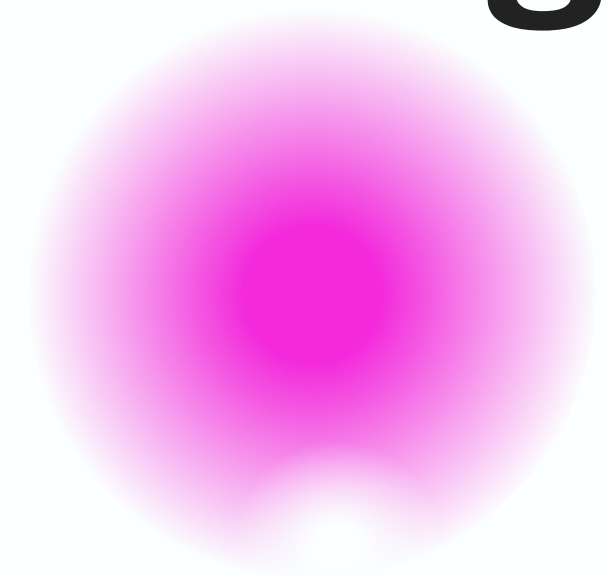
[Les artikkel her](#)



3.

Lansering:

**Tørr å lansere før du føler deg
klar**



Organisasjonens logikk:

"Vi må løse alle problemene før vi lanserer"

Individets mot:

"La oss teste i virkeligheten nå"



“We say ‘no’ to ugly neckties, cologne samplers and executive trinkets. We don’t save wrapping paper, we don’t do ribbons.”

Jonathan Beekman, grunnlegger Man Crates





Tre forslag til økt innovasjonsmot:

1. "Signal-pause"

Stopp jevnlig og spør "hva blinker i margen?"

2. "Pivot-mandat"

Gi teamet lov til å endre kurs når de lærer noe nytt

3. "Lanser før det er perfekt"

Flyr det? Justerer vi?

BLI VENN MED MEG!



LINKEDIN



TELEFON

+47 92836292



E-POST

ina@brandity.no



Ina Stølen