

Scenario: "Lansering under press – hantering av en produktkris"

Bakgrund

Företaget "EcoTech Innovations" står inför en stor produktlansering av sin senaste miljövänliga produkt, "EcoBottle", en revolutionerande återanvändbar flaska gjord av helt biologiskt nedbrytbara material. Lanseringen är planerad till nästa vecka, och företaget har investerat stort i marknadsföring och produktion. Produkterna är redan på väg till butiker och väntas göra stor succé.

Men precis när allt verkar vara på plats, kommer det in rapporter om att några av flaskorna läcker vid höga temperaturer. Denna brist kan leda till stora kundklagomål och negativa recensioner, vilket skulle skada företagets rykte och potentiellt förstöra lanseringen. Teamet måste nu fatta snabba beslut om hur man ska hantera situationen, med bara dagar kvar till lanseringen.

Roller

1. CEO – Magnus Olsson

Beskrivning: Magnus är företagets VD och har drivit EcoTech Innovations från ett litet start-up till en global aktör inom miljövänliga produkter. Han är stolt över företagets engagemang för hållbarhet, men inser att varje felsteg kan bli förödande. Magnus är ansvarig för att fatta det slutgiltiga beslutet om hur produkten ska hanteras.

Mål: Skydda företagets rykte och säkerställa att lanseringen går som planerat, samtidigt som eventuella risker hanteras på ett ansvarsfullt sätt.

2. Chief Product Officer (CPO) – Helena Larsson

Beskrivning: Helena är ansvarig för produktutvecklingen och har varit djupt involverad i skapandet av EcoBottle. Hon är en stark förespråkare för produktens miljövänliga egenskaper och är mycket engagerad i att produkten ska lanseras utan problem. Helena känner en personlig stolthet över produkten och vill inte att den dras tillbaka.

Mål: Försvara produktens integritet, hitta tekniska lösningar på problemet, och undvika en försening av lanseringen.

3. Chief Marketing Officer (CMO) – Johan Andersson

Beskrivning: Johan har lett den omfattande marknadsföringskampanjen för EcoBottle och har byggt upp stora förväntningar bland både konsumenter och media. Han är medveten om att en negativ rapportering kan få allvariga konsekvenser för företagets varumärke.

Mål: Skydda företagets varumärke, säkerställa att kommunikationen med kunderna hanteras korrekt, och minimera eventuell skada på företagets rykte.

4. Chief Financial Officer (CFO) – Elin Persson

Beskrivning: Elin är företagets finanschef och är oroad över de ekonomiska konsekvenserna av ett produktfel. Hon inser att återkallanden, produktionsförseningar eller negativa recensioner kan ha en allvarig inverkan på företagets lönsamhet och aktievärde.

Mål: Bedöma de ekonomiska riskerna och kostnaderna för olika handlingsalternativ, och föreslå åtgärder som minimerar ekonomisk skada samtidigt som företagets integritet bevaras.

5. Chief Operating Officer (COO) – Peter Karlsson

Beskrivning: Peter är ansvarig för företagets dagliga verksamhet och produktion. Han är den som får hantera praktiska frågor som produktionsstopp, leveransproblem och logistik. Han är van vid att hantera kriser men vet också att varje minut räknas när produkterna redan är på väg till butikerna.

Mål: Hitta en lösning som inte skadar produktionens effektivitet, hantera logistiken kring eventuella produktåterkallanden, och säkerställa att företaget kan möta sina åtaganden mot återförsäljare och kunder.

6. Legal Counsel – Sofia Nilsson

Beskrivning: Sofia är företagets chefsjurist och ansvarig för att se till att alla företagets handlingar följer lagstiftningen. Hon är särskilt oroad över de juridiska konsekvenserna av att släppa en potentiellt defekt produkt på marknaden och vill undvika kostsamma rättstvister och skadeståndskrav.

Mål: Bedöma de juridiska riskerna med att fortsätta lanseringen utan att åtgärda problemet, och ge råd om hur företaget kan skydda sig från rättsliga konsekvenser.

Scenariomål och utmaningar

Mål för Teamet:

Teamet måste komma överens om hur man ska hantera det upptäckta problemet med EcoBottle innan produkten når marknaden. De måste väga fördelarna med att fortsätta lanseringen mot riskerna med att potentiellt leverera en defekt produkt, samtidigt som de beaktar företagets rykte, kundnöjdhet och ekonomiska resultat.

Utmaningar:

- **Tidsbrist:** Produkterna är redan på väg till butiker, vilket innebär att snabba beslut måste fattas.
- **Motstridiga prioriteringar:** Varje teammedlem har olika prioriteringar, vilket kan leda till konflikter och svårigheter att nå enighet.
- **Juridiska och ekonomiska risker:** Beslutet påverkar inte bara lanseringen, utan kan också få långsiktiga konsekvenser för företagets framtid.
- **Hantering av media:** Hur företaget kommunicerar kring problemet kan påverka hur det uppfattas av allmänheten och media.

Genomförande av övningen

1. Introduktion:

Börja med att förklara bakgrunden och målen för scenariot. Dela ut karaktärskorten (rollerna) och ge deltagarna några minuter att läsa igenom sina roller och mål.

2. Rollspel:

Starta rollspelet och låt deltagarna diskutera hur de ska hantera problemet med EcoBottle. Som spelledare kan du ge extra information eller nya utmaningar under övningens gång för att hålla diskussionen dynamisk.

3. Beslutsfattande:

Mot slutet av tiden, uppmana deltagarna att nå en gemensam lösning. Det kan vara att återkalla produkterna, skjuta upp lanseringen, eller hitta en snabb lösning på problemet innan det når marknaden.

4. Reflektion och Feedback:

Efter övningen, samla gruppen för att diskutera hur det gick. Vad fungerade bra? Vilka utmaningar stötte de på? Hur kan detta tillämpas i verkliga arbetsmiljöer? Diskutera också hur olika roller och perspektiv påverkade beslutsprocessen.

Detta scenario erbjuder en realistisk och pressfylld situation som kräver snabbt tänkande, effektiv kommunikation och samarbete. Det ger deltagarna möjlighet att öva på att fatta beslut under osäkra förhållanden och att hantera en kris på ett ansvarsfullt och strategiskt sätt.