



**young
equine
innovators**

MODUL 2

Hitta din innovationsidé inom hästbranschen

www.younequineinnovators.eu



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

[Young Equine Innovators OERs](#) ©
by [YEI Consortium](#) is licensed
under [CC BY-SA 4.0](#)





innehåll

- 01** Inledning
- 02** Från en "vild idé" till ett affärskoncept
- 03** Behov, tillvägagångssätt, fördelar och konkurrens (NABC) förklarat
- 04** Testa och förbättra din hästrelaterade idé

Lärandemål

När denna modul är avslutad ska deltagarna kunna:



- Förstå hur idéer förverkligas
- Förstå behovet av en strukturerad metod
- Förstå de olika delarna av NABC-ramverket och hur de hänger ihop
- Tillämpa NABC-ramverket för att utveckla idéer utifrån verkliga identifierade problem

Din arbetsbok – gör den till din egen

Denna modul delar arbetsbok med modul 1. Den är din att markera, skriva i och dela med en mentor.

En regel: det finns inga regler.

Du behöver inte göra alla övningar. Vissa passar kanske inte din idé, din situation eller ditt land. Poängen är att välja de som hjälper just DIN verksamhet framåt och hoppa över resten utan att känna skuld.

En arbetsbok som är halvfärdig men som du har använt är bättre än en arbetsbok som är helt ifylld och undanstoppad.

YOUNG EQUINE INNOVATORS

MODULES 1 AND 2 WORKBOOK

01
02
MODULES

 **young
equine
innovators**

**YOUR EQUINE FUTURE
AND YOUR FIRST INNOVATION
IDEA**

Combined Learner Workbook

Explore equine careers, understand the forces shaping the sector, build evidence of your strengths, identify real problems and shape one promising idea using NABC.

Name: _____
Date: _____
Facilitator (if any): _____

Young Equine Innovators
www.younequineinnovators.eu

What you will build
A clearer career direction, a personal evidence plan, an understanding of future equine opportunities, a validated problem, a complete NABC concept and a practical next step into Module 3.

This resource is licensed under CC BY 4.0

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein.

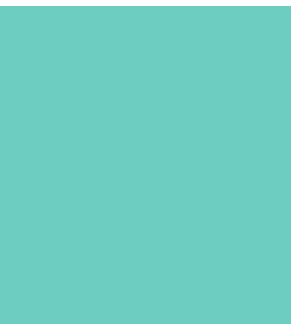
www.younequineinnovators.eu Your Equine Future and Innovation Idea Page 1



01

Inledning

Unga innovatörer inom hästbranschen

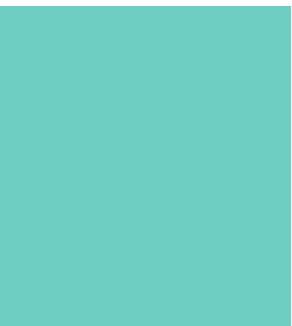


I det här modulen fokuserar vi på att hjälpa deltagarna att hitta ett konkret problem inom hästvärlden och omvandla det till en praktisk ny affärsidé.

Vi vet att hästvärlden är full av tradition, skicklighet, omsorg och passion. Människor som arbetar med hästar lär sig ofta genom att observera, göra och lyssna på dem som har erfarenhet. Den praktiska kunskapen är kraftfull. Det är också där många nya idéer föds.

Innovation inom hästbranschen kan börja med att man uppmärksammar något som är svårt, orättvist, slösaktigt, osäkert, dyrt eller föråldrat, och sedan frågar sig: Kan detta göras bättre?

Du kommer att lära dig att upptäcka verkliga problem i hästvärlden och omvandla dem till tidiga innovationsidéer. Dessa idéer kan bli en tjänst, en produkt, ett digitalt verktyg, ett samhällsprojekt, ett socialt företag eller ett framtida företag.



Du kanske redan känner till några av problemen. De kan härröra från dina egna erfarenheter av ridning, stallarbete, hästägande, volontärbete, träning, tävling, turism, avel, hovslagning, djurvård eller helt enkelt från att umgås med människor som älskar hästar.

De bästa idéerna har oftast sin grund i verkligheten. De uppstår genom att man observerar vad människor gör, lyssnar på vad som frustrerar dem och uppmärksammar var tid, pengar, energi eller möjligheter går förlorade.

Denna modul hjälper dig att gå från en vag idé till ett tydligare koncept. Du börjar med observation och probleminentifiering.

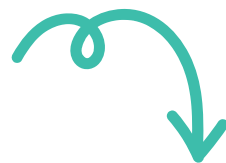


02

Från en "galen idé" till ett affärskoncept



Från en "vild idé" till ett affärskoncept



En affärsidé är ett tydligt och praktiskt koncept för att skapa värde för användare eller kunder på ett sätt som ger dig möjlighet att tjäna pengar.

Många tror att en idé är som en blixtnedslag från klar himmel, men oftast handlar det om att se det som andra missar. På följande sidor beskriver vi några sätt som idéer blir verklighet för en ny generation hästentreprenörer.

Vad är en innovationsidé inom

hästbranschen?

En innovationsidé inom hästbranschen är ett nytt eller förbättrat sätt att skapa värde i hästvärlden.

Vårdidé

Förbättrar hästens hälsa, komfort, säkerhet eller välbefinnande

Idé för människor

Hjälper ryttere, ägare, anställda, volontärer eller besökare.

Affärsidé

Skapar värde som någon kan betala för eller stödja

Samhällsidé

Förbättrar tillgänglighet, inkludering, livet på landsbygden eller ungdomars delaktighet.

Där de goda idéerna gömmer sig

Små irritationsmoment

- Samma arbetsuppgift tar för lång tid varje dag.
- Folk glömmer information eller upprepar misstag.
- Kostnaderna känns okontrollerbara.
- En häst eller person utsätts för onödiga risker.

Dolda möjligheter

- En underutnyttjad arena, hage, verktyg eller färdighet.
- En tjänst som folk efterfrågar men inte kan hitta.
- Ett bättre sätt att sammanföra människor kring hästar.
- En miljövänlig metod som också kan spara pengar.

Irritationen (gnistan):

Du blir irriterad av något. Du märker något litet i ditt eget hästliv som hela tiden irriterar dig. "Dina ridstövlar skaver efter tjugo minuter, och istället för att fokusera på din position tänker du på din ömma fotled" eller "Du hör inte instruktören tydligt i en blåsig ridhall, så du missar korrigeringar och känner dig efter i gruppen". Irritation är entreprenörens bästa vän.

Uppg
ift

Skriv ner saker i hästvärlden som har irriterat dig på grund av brist på lösningar

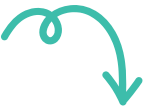


Drömmen:

Du kanske börjar tänka: *"Tänk om man istället kunde göra det så här..."* eller *"Tänk om man kunde förbättra hur det här görs."* Här finns inga regler. Du bygger luftslott, och det är bra!

Uppg ift

Försök att komma på saker som du tror skulle kunna göras på ett annat eller bättre sätt. Skriv ner dem nedan:



En realistisk bedömning:

Du börjar prata med hästvänner eller kolla på nätet om problem du ser. Märker du att fler har samma problem eller frustrationer? Om så är fallet kan du ha en idé som kan börja utvecklas till en möjlig affärsidé.

Uppg ift

Skriv ner de problem du har diskuterat
med hästvänner eller kollat upp på nätet:



Idékälla 1: Frustrationer i stallet

Gården är full av ledtrådar

Morgonkaos

Skulle matnings-, utevistelse- eller medicineringsrapporterna kunna vara tydligare?

Gemensam utrustning

Skulle utrustning, täcken eller verktyg kunna spåras och skötas bättre?

Kommunikationsbrister

Skulle ägare, personal och ryttare kunna dela uppdateringar på ett säkrare sätt?

Tidspress

Skulle rutinuppgifter kunna förenklas för mindre stall?

Idékälla 2: Hästars välbefinnande

Börja med hästupplevelsen

Komfort

Kan hästen vila, röra sig, äta och umgås på ett bra sätt?

Tidiga signaler

Kan förändringar i beteende eller rörelser upptäckas tidigare?

Återhämtning

Kan hästar som återhämtar sig efter skada hanteras mer konsekvent?

Förtroende

Kan hantering, träning eller transport minska stressen?

Idekälla 3: Människor, tillgänglighet och inkludering

Innovation kan öppna dörrar

Nya förare

Kan nybörjare snabbare förstå kostnader, säkerhet och förväntningar?

Föräldrar

Kan familjer hitta tillförlitlig information utan att känna sig vilsna?

Unga medarbetare

Kan personalen på anläggningen lära sig, dokumentera sina färdigheter och sin utveckling?

Tillgänglighet

Kan ridning, volontärarbete eller kontakt med hästar nå fler människor?

Idékälla 4: Hållbarhet och kostnad

Gröna idéer fungerar bäst när de löser ett verkligt problem

Gödsel

Insamling, kompostering, bioenergi, samarbete med jordbruk eller lokala trädgårdar.

Vatten

Läckor, tvättplatser, regnvatten, kontroll av vattentråg på fälten.

Avfall

Reparation av täcken, återanvändning av sadelutrustning, fodersäckar, val av strö.

Transport

Samåkning, resor till tävlingar, lokala leveranser.

Idékälla 5: Digitalisering och data

Teknik är användbar när den löser ett problem inom hästvärlden

Enkel app

Bokningar, påminnelser, uppdateringar från stallet eller delad skötsel.

Idé för sensorer

Temperatur, vatten, rörelse, sadelpassform eller säkerhet.

AI-assistent

Skriva vårdanteckningar, inlägg om evenemang eller svar till kunder.

Marknadsplats

Pålitliga tjänster, delad ridning, utrustning, transport eller lektioner.

Aktivitet: Problemjakt med hästar

Välj en hästmiljö som du känner till: en gård, en ridklubb, en travbana, ett vandringscenter, en hingststation, ett evenemang eller ett samhällsprojekt.

Observera eller föreställ dig en vanlig dag. Skriv ner tio problem enligt följande format:

Jag märkte att [person eller häst] har svårt med [problem] när [situation].

Exempel:

- Jag märkte att nya ägare har svårt att välja lämpliga täcken när vädret förändras.
- Jag märkte att gårdspersonalen har svårt att kontrollera vattentrågen på avlägsna fält.
- Jag märkte att unga ryttare har svårt att hitta säker transport till träning eller tävlingar.

A photograph of a person with their hair in a bun, wearing a dark jacket and pants, grooming a brown horse in a stable stall. The person is holding a grooming tool. The horse is standing in a stall with white vertical panels. A black bucket is on the floor. The background shows the wooden structure of the stable and a light fixture on the ceiling.

03

NABC – Ramverk

NABC-modellen

Hur det kan hjälpa dig

NABC är ett enkelt sätt att testa och förklara en innovationsidé. Det hjälper dig att gå från: "Jag har en idé" till "Jag förstår problemet, jag vet vem det påverkar och jag kan förklara varför min idé har ett värde."

För idéer inom hästbranschen är detta särskilt användbart eftersom en bra idé måste fungera för människor, hästar och de verkliga rutinerna inom hästbranschen.

NABC hjälper dig att kontrollera fyra saker:

N: Behov: Vad är det verkliga problemet, och vem upplever det?

A: Tillvägagångssätt: Vad är din idé för att lösa det?

B: Fördelar: Vilket värde skapar din idé för ryttaren, hästägaren, stallet, företaget, samhället eller hästen?

C: Konkurrens: Hur löses detta problem idag, och vad kan din idé göra bättre?

NABC gör inte din idé perfekt. Den hjälper dig att göra din idé tydligare, mer praktisk och lättare att förbättra.

Unga innovatörer inom hästbranschen

Vi presenterar NABC

Ett enkelt sätt att förvandla en idé till ett tydligt koncept

N: Behov

Vilket verkligt problem finns och vem upplever det?

A: Tillvägagångssätt

Vad är ditt första praktiska sätt att lösa det på?

B: Fördelar

Vad förbättras för hästen, personen eller verksamheten?

C: Konkurrens

Hur löses detta problem idag och varför är du bättre?

NABC i ett exempel med hästar

Exempelidé: YardFlow

Behov

Små gårdar förlorar tid och gör misstag när anteckningar om foder, utevistelse och medicinering är utspridda på whiteboardtavlor, WhatsApp och i minnet.

Lösning

En mycket enkel gemensam gårdstavla på mobiltelefoner, med dagliga hästkort, anteckningar från ägaren och personalens signatur.

Fördelar

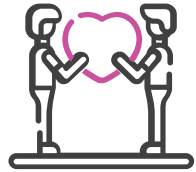
Färre missade uppdateringar, tydligare ansvarsfördelning, lugnare rutiner och bättre kontinuitet i vården.

Konkurrenter

WhatsApp-grupper, papperstavlor, anteckningsböcker och betalda stallhanteringssystem.

NABC – Ramverk

Innan vi fortsätter ska vi titta på hela ramverket.



Behov

Beskriv de validerade smärtpunkterna på marknaden. Vad är det egentliga problemet du löser?



Tillvägagångssätt

Beskriv ditt unika värde – hur faktiskt tillgodoser kundens behov?



Fördelar

Visa oss värdet!
Förklara vad kunden får i förhållande till vad de betalar. Kom ihåg:
 $\text{Värde} = \text{Fördel} / \text{Kostnad}$



Konkurrens

Vem mer finns det på marknaden?
Lista dina konkurrenter eller andra sätt som kunderna försöker lösa detta på idag.

NABC-ramverket

Har du en fantastisk idé?

Du sprudlar av energi, men när du försöker förklara den för andra blir det ofta lite rörigt. Du hamnar i att prata om små detaljer istället för varför idén egentligen är så bra.

Det är där **NABC** kommer in. Se det inte som en tråkig uppgift – tänk på det som en **kompass för din affärsidé**.

NABC är ett verktyg som skär igenom bruset. Det hjälper dig att gå från att "tro" att människor vill ha något till **att** faktiskt **veta** vad de behöver.

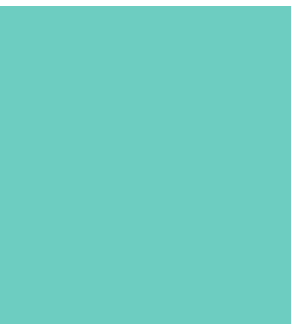
Istället för att skriva långa planer som ingen läser tvingar den här metoden dig att koka ner din idé till det som faktiskt spelar roll.

Varför ska du använda det?



Många projekt misslyckas eftersom människor lägger tid och energi på saker som ingen egentligen vill ha. Din tid är din största tillgång – slösa inte bort den.

NABC fungerar som en "verklighetskontroll" som visar om din idé håller innan du riskerar dina pengar eller din stolthet. Om du inte kan svara på de fyra delarna av modellen är din idé helt enkelt inte redo ännu, och det är bra att veta det tidigt.



NABC-ramverket

Vad är värdet?

Det ger dig **självförtroende**. När du känner till ditt NABC ser folk direkt att du kan din sak. Du kommer inte att låta som en drömmare, utan som en proffs. Det gör att vuxna, investerare eller partners känner sig trygga med att satsa på dig. Du sparar tid, hittar luckorna i din plan och upptäcker snabbt det verkliga "guldet" i din idé.



Kort sagt

NABC förvandlar dina tankar till ett vass verktyg. Det ger dig det språk du behöver för att prata med människor som har pengar eller kontakter – oavsett om du har gått ut skolan eller inte

Tips

Ta din tid

Att utveckla idéer kräver tid och eftertanke, så ha tålamod och ta den tid du behöver.

Skriv ut NABC-mallen

Om möjligt, skriv ut NABC-mallen så att du får en bra överblick. Skriv helst ut den i A3-format så att du har gott om utrymme att skissa och anteckna. (länk för nedladdning här)

Involvera andra

1+1 hjärna är ofta mer än 2 hjärnor, så involvera andra människor som bollplank. Helst människor med andra synsätt, kompetenser eller erfarenheter.

Nu sätter vi igång med utvecklingen!



NABC

Ramverket består av fyra byggstenar, var och en representerar en viktig aspekt av din idé/ditt koncept.

På de följande sidorna går vi igenom dem en i taget, visar ett konkret exempel som referens och sedan får du chansen att prova det på ett av de problem du skrev ner tidigare. Du kan välja det du tror blir roligast att arbeta med eller det som potentiellt ger mest värde för kunderna.

Mitt
problem:

Skriv nu ner ett problem, ett problem som du vill arbeta med:



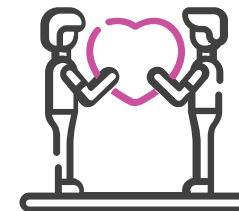
N BEHOV

Vad är det?

Detta är den absolut viktigaste delen. Kan du bekräfta att det finns ett problem som faktiskt behöver lösas? Om ingen har ett problem kommer ingen att köpa din lösning. Det finns inget behov

Tips

I det här skedet ska du älska problemet och lyssna på människor. När du börjar prata om en lösning kan du gå miste om viktig information.



Typer av frågor att ställa:

- "Vad är det svåraste med x?"
- "Hur ofta uppstår det här problemet?"
- "Hur mycket kostar det dig i tid eller pengar?"

Vem ska du fråga/prata med?

De som faktiskt upplever problemet (dina framtida kunder). Gå ut på gatan, skicka direktmeddelanden på Instagram eller prata med människor i området.

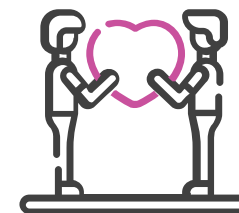
N: Dina frågor om området

Fråga, lyssna och anteckna exakta ord

Viktiga punkter

- Vad är det svåraste med den här situationen?
- När hände det senast?
- Hur löser du det idag?
- Vad skulle få dig att lita på en ny lösning?
- Vad skulle få dig att vägra använda den?
- Hur skulle en bättre dag med din häst se ut?

N BEHOV – Exempel



Vem ska du fråga/prata med?

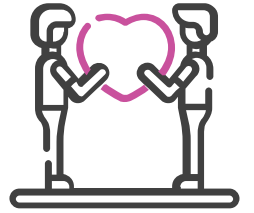
Stable Buddy

*"Tinder för
hästägare och
delridare"*

Du ser din vän som har en egen häst. Hon är på stallet sju dagar i veckan, har aldrig tid att plugga eller träffa vänner och är ständigt pank eftersom hästen kostar en förmögenhet.

Samtidigt känner du fem andra som älskar att rida men inte har råd med en egen häst. De hittar inte varandra, och när de väl gör det uppstår ofta gräl om pengar eller hur hästen ska skötas.

N BEHOV – Ditt arbete



Finns det ett behov av
en lösning på
problemet?

Beskriv det verkliga
problemet:



Behov

Beskriv smärtpunkterna på marknaden. Vad är det
egentliga problemet du löser?

Ett tillvägagångssätt (lösning)



Vad är det?

Det här är din "grej". Hur planerar du att lösa problemet? Är det en app, en tjänst, en fysisk produkt eller ett evenemang?

Tips

Håll det enkelt i början. Bygg inte hela slottet på en gång – bygg en dörr och se om folk vill komma in.

Typer av frågor att ställa:

"Om jag gjorde X, skulle det hjälpa dig?"

"Vilka funktioner är viktigast för att du ska vilja använda detta?"

Vem ska du fråga/prata med?

Personer som kan något om hantverket (t.ex. en ryttare, en tränare eller någon som har drivit ett företag tidigare) för att se om det överhuvudtaget är genomförbart.

Ett tillvägagångssätt (lösning) – exempel

Tillvägagångssätt

En app som matchar rätt ryttare med rätt häst. Inte bara baserat på var du bor, utan också på ridskicklighet, personlighet och vad du vill få ut av det. Appen har färdiga digitala avtal (så att ingen blir lurad) och ett betalningssystem för försäkring och stallhyra.

Vem frågar du?

Till exempel personer som bygger enkla appar, eller någon som arbetar med djurförsäkringar.



Frågor att ställa:

"Skulle du känna dig tryggare om det fanns ett färdigt avtal och en betygsättning för föraren?" "Vilka funktioner måste finnas med för att du ska använda appen?"

A Strategi – Ditt arbete



Hur går du tillväga för
att skapa värde och
tillgodose det
identifierade behovet?
Skriv ner det



Strategi

Beskriv ditt unika värde. Hur
faktiskt tillgodoser kundens behov?

B Fördelar (värde)



Vad är det?

Vad får kunden ut av det? Det räcker inte att säga "min tjänst är bra". Vad är resultatet? Sparar de tid? Blir de snyggare? Tjänar de pengar? Blir de lyckliga?

Tips

Sälj inte "en sadelkontroll".
Sälj en mer självsäker ryttare, en mer bekväm häst och en säkrare lektion.

Typer av frågor att ställa:

Hur skulle din dag se ut om det här problemet försvann?"

"Vad är det värt för dig att undvika [problemet]?"

Vem ska du fråga/prata med?

Återigen – kunden. Du vill höra dem säga "Wow, det skulle spara mig massor av tid!"

Aktivitet: Bygg upp din värdestack

Aktivitet

För din idé, lista fördelar för minst tre grupper.

Använd följande struktur:

- Hästen gynnas eftersom...
- Den huvudsakliga användaren gynnas eftersom...
- Gården, klubben, företaget eller samhället gynnas eftersom...

Lägg sedan till en mätbar fördel om du kan:

sparade minuter, sparade euro, färre fel, fler bokningar, bättre närvaro, mindre slöseri, tydligare säkerhetsstatistik.

B Fördelar (värde) – Exempel



Fördelar

Hästägaren får tillbaka sin fritid och kan spara 200 euro i månaden. Delägaren får rida sin drömhäst utan att behöva ta ett banklån. Hästen mår bättre eftersom den får motion även när ägaren är sjuk eller arbetar.

Vem ska du fråga?

Slutanvändaren (hästägaren) och delägaren

Frågor att ställa:

”Om du sparade 200 € i månaden och fick två kvällar ledigt, vad skulle det innebära för din vardag?”

B Fördelar (värde) – Ditt arbete



Vilka fördelar kommer din produkt/tjänst att erbjuda?

Skriv ner det.



Fördelar

Visa oss värdet! Förklara vad kunden får i förhållande till vad de betalar.
Kom ihåg: $\text{Värde} = \text{Fördel} / \text{Kostnad}$

C Konkurrens



Vad är det?

Vem gör redan detta idag?
Och kom ihåg: den största konkurrenten är ofta kunden som inte gör någonting alls (status quo).

Tips

Var ärlig! Om du säger "Jag har ingen konkurrens" har du inte tittat tillräckligt noga. Din styrka är att du gör det bättre, billigare eller rättvisare.

Typer av frågor att ställa:

"Hur löser du det här idag?"

"Vilka andra appar/tjänster använder du för detta?"

"Vad tycker du inte om med de lösningar som finns tillgängliga idag?"

Vem ska du fråga/prata med?

Google, YouTube, TikTok och kunden. Se vad de använder idag och hitta luckorna i dessa tjänster.

C Tävling – Exempel



Hur/var löses det idag?

Facebook-grupper: Kaotiska, ingen ordning, svåra att söka i.

Anteckningar på stallet: Gammaldags, når bara dem som redan är där.

Vem frågar du?

Personer som har försökt lägga ut annonser online men misslyckats.

Frågor att ställa:

"Varför har du inte hittat hjälp via Facebook?" "Vad är det värsta med att söka efter delägare online idag?"

Aktivitet: Konkurrentanalys

Aktivitet

Sök igenom ditt idéområde i 20 minuter. Inkludera sökningar på nätet, sociala medier, lokala gårdar, klubbar och informella lösningar.

Skapa fyra kolumner:

- 1: Nuvarande lösning
- 2: Vad som fungerar bra
- 3: Vad som frustrerar användarna
- 4: Vad din idé skulle kunna göra bättre

Var ärlig. Om människor redan har en lösning de litar på behöver din idé en starkare anledning att existera.

C Konkurrens – Ditt arbete



Hur ser konkurrensen ut? Vilka är konkurrenterna?

Skriv ner det.



Konkurrens

Vem mer finns där ute? Lista dina konkurrenter eller andra sätt som kunderna försöker lösa detta på idag.

NABC – Sammanfattning

Kom ihåg att NABC handlar om att förstå människor.

Om du vet vad människor behöver (**N – Need**), har en plan för att lösa det (**A – Approach**), kan förklara varför det är bra för dem (**B – Benefit**) och vet varför din lösning är bättre än alternativen (**C – Competition**), då har du inte bara en idé – du har början på ett företag.



NABC för nedladdning

NABC Canvas



Klicka för att skriva....

A close-up photograph of a horse's muzzle, showing the dark, moist skin of the nostrils and the surrounding brown fur. The muzzle is covered with numerous small, white, granular particles, likely a feed supplement or a cleaning product. The background is blurred, showing more of the horse's head and some indistinct shapes.

04

Testa och förbättra din hästidé

En idé blir starkare när man prövar den.

Det är lätt att bli förälskad i sin egen idé. Man kanske tänker:

- "Det här skulle definitivt fungera."
- "Alla skulle använda det här."
- "Det här skulle lösa problemet."

Men i hästvärlden måste idéer fungera i verkliga situationer.

- En ryttare kanske gillar idén men är inte villig att betala för den.
- En stallägare kanske ser värdet men har inte tid att använda den.
- En tränare kanske stöder den men oroar sig för säkerheten eller försäkringen.
- En hästägare kanske gillar idén men behöver mer förtroende innan hen provar den.

Tester hjälper dig att ta reda på detta tidigt. Det sparar tid, minskar risken

Unga innovatörer inom hästbranschen

Vad bör du testa?

Du behöver inte testa allt på en gång. Börja med de viktigaste frågorna:

- Är problemet verkligt? Upplever andra människor det också?
- Vem känner av problemet mest?
- Hur hanterar de det just nu?
- Skulle din idé göra livet enklare, säkrare, billigare eller tydligare?
- Vilka farhågor skulle människor ha om att använda den?
- Vad skulle få dem att lita på den?
- Vad skulle göra den för svår att använda?

När det gäller idéer som rör hästar, lägg alltid till en extra fråga: **Skulle detta vara bra för hästen?**

En stark hästrelaterad innovation bör skapa värde för människor samtidigt som hästens välbefinnande, säkerhet och god praxis respekteras.

Filter för innovationsidéer

Välj idéer med verklig potential

Verkligt behov

Människor kan beskriva problemet utan att du behöver förklara det.

Tydlig användare

Du vet exakt vem du hjälper i första hand.

Genomförbar test

Du kan testa en liten version med begränsade resurser.

Välfärdssäker

Hästen skyddas i konstruktionen.

Ungdomsanpassad

Ungdomar kan forma, leda eller använda den.

Branschvärde

Den passar in i en verklig hästmiljö och har potential att växa.

Ställ bättre frågor

Bra tester bygger på bra frågor. Undvik frågor som får folk att hålla med dig. Istället för att fråga:

"Skulle du använda min app för sadelkomfort?"

Fråga:

"När var sista gången obekväma sadelremmar påverkade din ridtur?"

"Vad gjorde du åt det?" "Vem berättade du det för?"

"Vad skulle ha hjälpt i det ögonblicket?"

"Vad skulle hindra dig från att använda ett verktyg som detta?"

"Vad skulle få dig att lita på det?"

Bättre frågor hjälper dig att förstå verkligt beteende. Lyssna efter detaljer. Den bästa feedbacken kommer ofta från berättelser, inte ja- eller nej-svar.

Lyssna efter mönster

När du har pratat med folk, leta efter mönster.

- Nämnde flera personer samma frustration?
Använde de liknande ord?
Brydde sig en grupp mer än en annan?
Förstod folk din idé snabbt?
Tog de upp samma problem?
Hade de redan en lösning?
Sa någon att de skulle betala, dela, boka, prova eller rekommendera det?

Mönster är viktiga. En åsikt är användbar. Upprepade synpunkter är starkare bevis.

- Om tre unga ryttnare säger att de känner sig obekväma med att fråga om obehag i sadeln, är det en signal.
- Om två tränare säger att de skulle göra en enkel komfortkontroll i början av lektionerna är det en annan signal.

Förbättra idén

Testningen kan visa att din idé behöver ändras. Det är bra. Du kanske behöver göra den:

- Enklare
- Billigare
- Säkrare
- Mer pålitlig
- Mer inriktad på hästarnas välbefinnande
- Enklare för en stall att använda
- Tydligare för nybörjare
- Bättre anpassat för tränare eller instruktörer
- Mer realistiskt för ett mindre hästföretag

Exempel: Din första idé: En app för att kontrollera sadelkomforten.

Efter testning: Ett enkelt komfortkort för unga ryttere att använda före ridturen, med tre kontroller för rytturen, tre tecken på hästens komfort och en uppmaning att prata med instruktören.

Det är framsteg. Du har gått från en stor idé till något mer användbart, realistiskt och testbart.

Förbättra idén

Testningen kan visa att din idé behöver ändras. Det är bra. Du kanske behöver göra den:

- Enklare
- Billigare
- Säkrare
- Mer pålitlig
- Mer inriktad på hästarnas välbefinnande
- Enklare för en stall att använda
- Tydligare för nybörjare
- Bättre anpassat för tränare eller instruktörer
- Mer realistiskt för ett mindre hästföretag

Exempel: Din första idé: En app för att kontrollera sadelkomforten.

Efter testning: Ett enkelt komfortkort för unga ryttere att använda före ridturen, med tre kontroller för rytturen, tre tecken på hästens komfort och en uppmaning att prata med instruktören.

Det är framsteg. Du har gått från en stor idé till något mer användbart, realistiskt och testbart.



**young
equine
innovators**

Följ vår resa



www.youngequineinnovators.eu



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.