

- 1. Skapa en känsla av akut behov**

Övertyga organisationen om nödvändigheten av att förändras. Belys riskerna med att inte förändras. Förmedla en känsla av att tiden börjar rinna ut.
- 2. Bilda en sponsorkoalition**

Bakom varje framgångsrik förändring behövs ett nätverk av sponsorer. Ofta räcker det inte att vara ensam drivkraft bakom en större förändring. Skapa därför en liten kärna på 3-5 personer som tillsammans besitter rätt kompetens, makt och status.
- 3. Utveckla en vision för förändringen**

För att kunna nå ut till en stor mängd människor behövs en sammanfattande och tilltalande bild av vad förändringen ska åstadkomma. En välskrivna vision skapar engagemang, rättfärdigar förändringen och agerar ledstjärna vid övergripande beslut.
- 4. Kommunicera visionen**

Kommunicera mycket och ofta. Använd organisationens alla kommunikationskanaler och kommunicera så att människor förstår. Enklaste sättet att stjälpna en förändring är att aldrig tala om den.
- 5. Ge människor möjligheter att realisera förändringen**

Ge människor möjlighet att agera genom att eliminera hinder. Det kan till exempel vara brist på tid, pengar, kompetens eller stöd. Det kan även handla om motstånd från personer i organisationen.
- 6. Skapa snabba vinster**

Snabba vinster hjälper till att övertyga de som fortfarande tvivlar på förändringen. Dessutom hjälper det till att hålla engagemanget uppe för de som arbetar i förändringen.
- 7. Bibehåll momentum i förändringen**

Undvik att ta ut segern i förskott. Följ upp, utvärdera och fortsätt förändra. Fortsätt diskutera och kommunicera förändringen. Risker är annars stora att förändringen inte får fäste och att människor återgår till gamla vanor och beteenden.
- 8. Förankra det nya tillståndet**

Det nya tillståndet behöver bli en naturlig del av den rådande kulturen. Först då är förändringen garanterad att bli bestående.