Förändringsledning och AI

Adoptionskurvans betydelse i förändringsarbete med AI-transformation

Carin Östling
2025-05-06



Förändringsledning med adoptionskurvan

Inledning

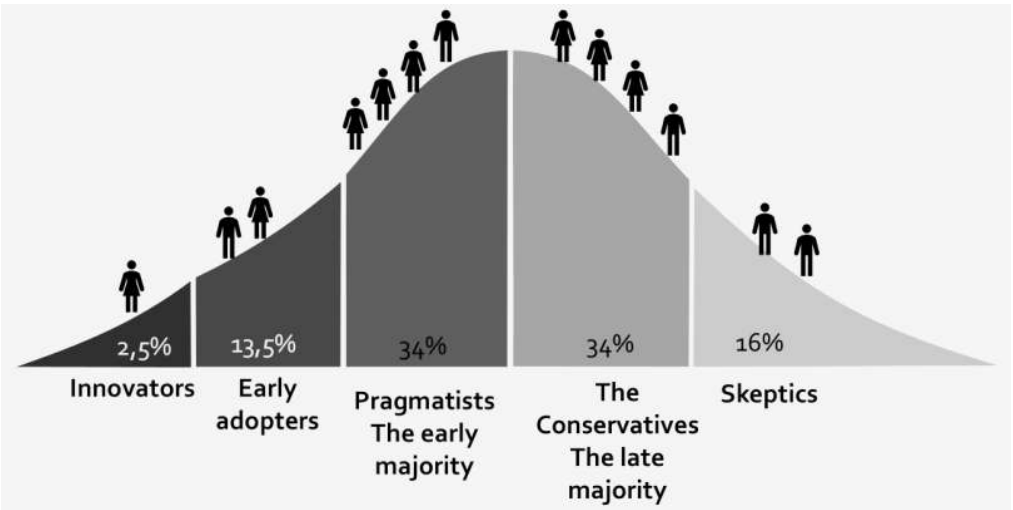
Organisationer som introducerar AI möter inte en reaktion, utan flera olika reaktioner under olika tidpunkter. Några medarbetare börjar testa nya AI-verktyg med entusiasm, andra uttrycker tvekan och vissa håller fast vid sitt nuvarande arbetssätt. Alla dessa reaktioner är fullt naturliga, men om de inte förstås och hanteras strategiskt riskerar förändringsarbetet att stanna upp.

Det är här adoptionskurvan kommer in som en avgörande modell. Den hjälper oss att förstå varför förändring nästan alltid väcker olika typer av reaktioner, och hur vi kan navigera i den komplexitet som uppstår. Modellen ger ett språk för att prata om det som ofta beskrivs som motstånd, men som i själva verket är en naturlig och förutsägbar del av alla förändringsprocesser.

Den här rapporten riktar sig till ledare, chefer och förändringsledare som befinner sig i AI-relaterade förändringsprocesser. Syftet är att ge en djupare förståelse för hur olika grupper i organisationen förhåller sig till ny teknik, och hur du som ledare kan agera för att skapa rörelse och sammanhang i förändringen.

Vad är adoptionskurvan och varför är det relevant?

Adoptionskurvan, eller Diffusion of Innovation som modellen ursprungligen heter, utvecklades av Everett Rogers 1962. Den visar hur en ny idé, teknik eller innovation sprids genom en befolkning eller organisation över tid. Rogers identifierade fem grupper som reagerar olika snabbt på nyheter: Innovators, early adopters, pragmatists, the conservatives och skeptics.



När en AI-transformation rullas ut i en organisation är det lätt att tro att alla ska reagera ungefär likadant, antingen positivt eller med motstånd. I verkligheten möter vi en mycket större variation.

Adoptionskurvan hjälper oss att se det mönstret tydligt. Den visar att människor förhåller sig till ny teknik utifrån olika behov, erfarenheter och perspektiv. Genom att sätta AI i centrum av modellen kan vi börja urskilja de vanligaste reaktionerna i varje grupp och förstå hur vi bäst bemöter och stödjer dem genom anpassat ledarskap och kommunikation.

5 grupper enligt adoptionskurvan:

- **Innovatörer (2,5 procent)**

Innovatörerna är först på bollen. De har ofta redan börjat experimentera med AI-verktyg innan det ens formellt introducerats. De drivs av nyfikenhet, lärande och en vilja att utforska nytt.

Typiska uttryck:

• Jag har redan lagt in några av våra processer i ChatGPT, det sparar mig timmar varje vecka.

• Jag tycker vi borde ha en AI-pilot igång redan nu, vad väntar vi på?

Innovatörer behöver utrymme att experimentera. De vill testa, laborera och ibland till och med misslyckas. Det viktiga är att de inte bromsas av för mycket struktur eller krav på att "göra rätt" från början.

Genom att ge dem frihet, lyssna på deras insikter och använda dem som spanare på möjligheter kan vi förvandla deras engagemang till värdefull input för organisationen.

- **Early adopters (13,5 procent)**

Early adopters ser snabbt hur AI kan skapa strategiskt värde. De är inte nödvändigtvis tekniker, men de är förändringsbenägna och vill ligga i framkant. De blir ofta naturliga ambassadörer för det nya.

Typiska uttryck:

• Det här kan verkligen frigöra tid för mer kvalitativa uppgifter.

• Om vi är först ut med att använda det här smart, tänk vilken konkurrensfördel vi får.

Early adopters vill känna sig delaktiga i riktningen. De behöver förstå hur tekniken kopplar till verksamhetens mål, men också ges möjlighet att påverka implementeringen.

Här är det viktigt med öppenhet, transparens och dialog. Om de får vara med i formgivningen av hur AI används i praktiken, kommer de naturligt att ta rollen som förändringsambassadörer

➢ **Tidig majoritet (34 procent)**

Den tidiga majoriteten är pragmatisk. De är inte emot förändring, men vill veta att det fungerar i praktiken. De söker trygghet, struktur och konkreta exempel innan de engagerar sig.

Typiska uttryck:

• Jag är nyfiken, men vill förstå vad det faktiskt innebär för mitt jobb.

• Kommer vi få utbildning i hur man använder det här på rätt sätt?

Tidig majoritet söker trygghet och tydlighet. För dem är det avgörande att se att det fungerar i vardagen. De behöver goda exempel, utbildningar som är relevanta för deras roll och forum för att ställa frågor.

Ledarskapets roll här handlar om att översätta visionen till konkret nytta, skapa tydliga steg-för-steg-planer och visa på att förändringen är möjlig – inte bara önskvärd.

➢ **Sen majoritet (34 procent)**

Den sena majoriteten är ofta mer skeptisk och försiktig. De känner sig ofta stressade av förändringstakten och har kanske inte fullt förtroende för att tekniken fungerar eller för att ledningen har en tydlig plan.

Typiska uttryck:

• Ska vi verkligen ändra på allt nu? Det funkar ju som det är.

• Vad händer om det här inte fungerar som det är tänkt?

Sen majoritet behöver hjälp att prioritera. De sitter ofta med fullt ansvar för den dagliga driften och känner att ytterligare initiativ blir en belastning. För att vinna deras förtroende behöver vi visa förståelse för deras vardag, avlasta där det går och kommunicera att det inte handlar om att springa snabbast – utan om att komma med på resan på ett sätt som är hållbart. Praktiskt stöd, tillgänglig support och en plan för hur övergången ska ske stegvis är nycklar här.

➢ **Skeptiker (16 procent)**

De skeptiska är starkt knutna till det gamla sättet att arbeta. De litar sällan på ny teknik och kan känna oro över att förlora kontroll, inflytande eller sin plats i organisationen.

Typiska uttryck:

• Jag tror inte på sånt där, jag gör som jag alltid har gjort!

• Vi borde fokusera på att göra det vi redan gör, fast bättre.

Skeptiker behöver bli sedda, men inte pressade. Det är vanligt att försöka övertyga den här gruppen för tidigt, vilket riskerar att skapa motstånd snarare än rörelse. Istället bör de bjudas in i samtalet på ett respektfullt sätt, få tid att observera andras framgångar och känna att det finns en plats för dem även i det nya. Trygghet, tillit till ledarskapet och en känsla av att bli lyssnad på kan göra stor skillnad

Reflektionsfrågor till dig som ledare:

1. Vilka grupper i adoptionskurvan känner du igen i din egen organisation och hur möter ni dem i dag?
2. Vad skulle det innebära för din verksamhet om respektive grupp fick rätt stöd för att ta nästa steg?
3. Hur kan du som ledare bidra till ett klimat där nyfikenhet, tvekan och skepsis får samexistera som naturliga delar av förändring

Avslutning

AI-transformation är i grunden en mänsklig process. Tekniken må vara ny, men reaktionerna den väcker är djupt mänskliga. Vissa ser möjligheterna direkt, andra behöver tid, trygghet och tydliga exempel för att förstå sin roll i det nya. Adoptionskurvan ger oss en karta över den här variationen för att skapa bättre förutsättningar att leda i det komplexa.

Genom att förstå var olika grupper befinner sig kan vi som ledare skapa rörelse. Det handlar inte om att få alla att förändras samtidigt, utan om att möta varje grupp med rätt typ av stöd. Innovatörer behöver utrymme. Early adopters behöver delaktighet. Majoriteten behöver trygghet och relevans. Skeptikerna behöver bli sedda, inte pressade. När vi lyckas skapa rörelse mellan dessa grupper, steg för steg, närmar vi oss den punkt där förändringen får eget liv, så kallad tipping point. Då uppstår förflyttningen inte bara i strukturer och arbetssätt, utan i kulturen.

Den här rapporten är tänkt som ett praktiskt och reflekterande stöd för dig som vill leda förändring på djupet. Vill du fördjupa förändringsledning i din organisation? Vi på CORO stöttar gärna med analys, facilitering och ledarträning i AI-transformation – alltid med människan i centrum.

” Att förstå adoptionskurvan är att förstå förändringens verkliga tempo och det mänskliga.”

AI-transformation är i grunden en mänsklig process. Tekniken må vara ny, men reaktionerna den väcker är djupt mänskliga. Vissa ser möjligheterna direkt, andra behöver tid, trygghet och tydliga exempel för att förstå sin roll i det nya. Adoptionskurvan ger oss en karta över den här variationen för att skapa bättre förutsättningar att leda i det komplexa.

Vi på CORO stöttar gärna med strategi, struktur, förändringsledning och rådgivning för att stärka er strategiska förmåga på ett sätt som är både mänskligt och hållbart.

Vi skapar klarhet, riktning och resultat i komplex förändring

Strategiarbete som inte leder till verkliga resultat är bortkastad kraft. CORO stöttar organisationer i att skapa strategisk tydlighet, gemensam riktning och genomförandekraft och att omsätta beslut till konkret handling i vardagen, i organisationen och i affären.

✓ CLARITY
Strategisk tydlighet

✓ ORIENTATION
Gemensam riktning

✓ RESULTS
Genomförande i praktiken

✓ OUTCOMES
Hållbar förändringsförmåga

www.coro.se



Carin Östling, MPH
Grundare, CORO

Som förändringsledare drivs jag av att skapa tydlighet och mening i komplexa sammanhang.

Jag kombinerar ett ödmjukt förhållningssätt med ett starkt engagemang för att leda förändringsarbete och utveckla både organisationer och människor.

Mitt fokus är att skapa rätt förutsättningar för förändring som fungerar i vardagen, där beslut är möjliga att bära och där leveranser håller hög kvalitet och långsiktig hållbarhet.

CORO



CLARITY. ORIENTATION. RESULTS. OUTCOMES.