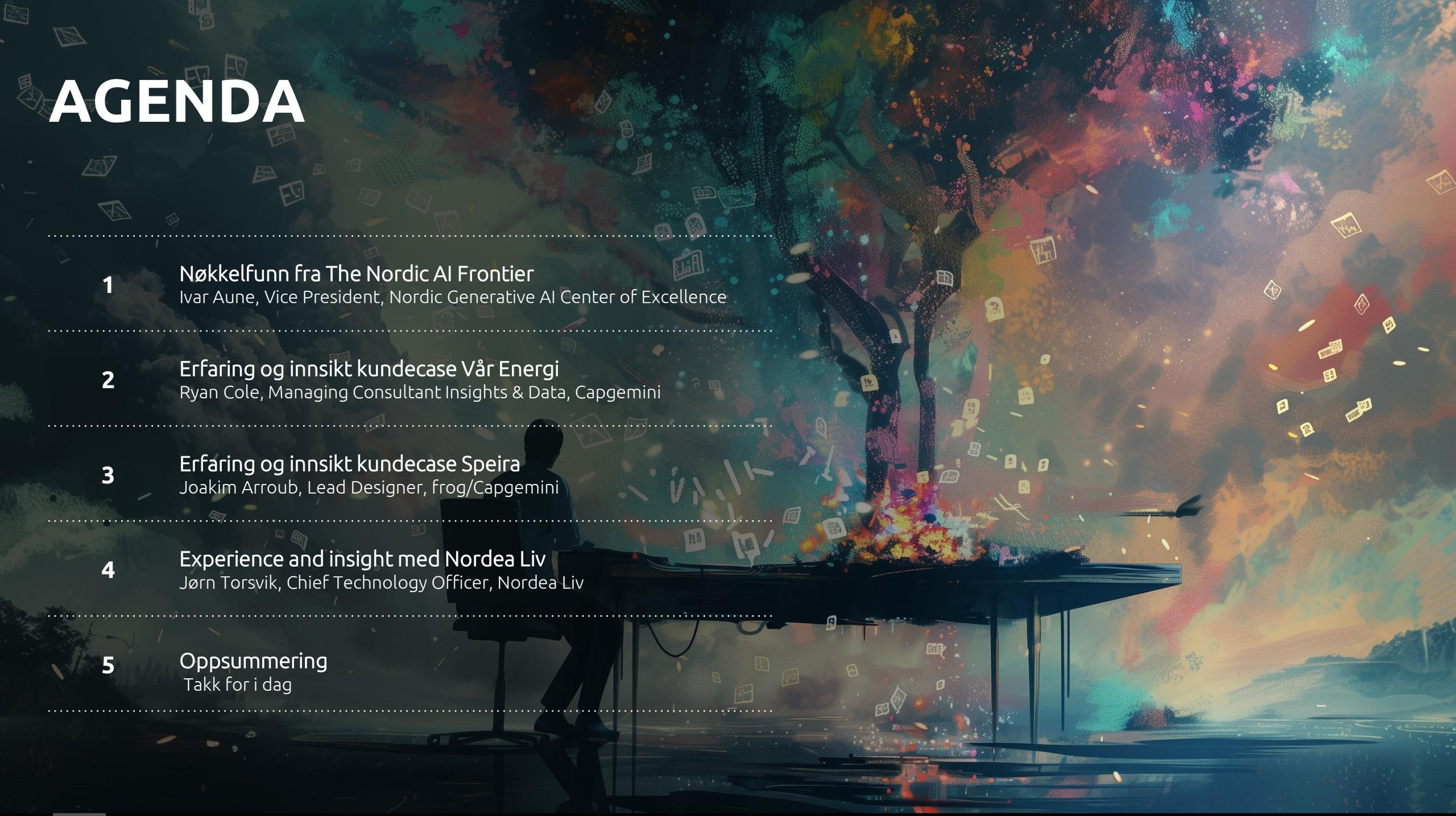


AGENDA



1 Nøkkelfunn fra The Nordic AI Frontier
Ivar Aune, Vice President, Nordic Generative AI Center of Excellence

2 Erfaring og innsikt kundecase Vår Energi
Ryan Cole, Managing Consultant Insights & Data, Capgemini

3 Erfaring og innsikt kundecase Speira
Joakim Arroub, Lead Designer, frog/Capgemini

4 Experience and insight med Nordea Liv
Jørn Torsvik, Chief Technology Officer, Nordea Liv

5 Oppsummering
Takk for i dag

NØKKELFUNN FRA THE NORDIC AI FRONTIER



Ivar Aune
Vice President,
Nordic Generative AI Center of Excellence

Capgemini 

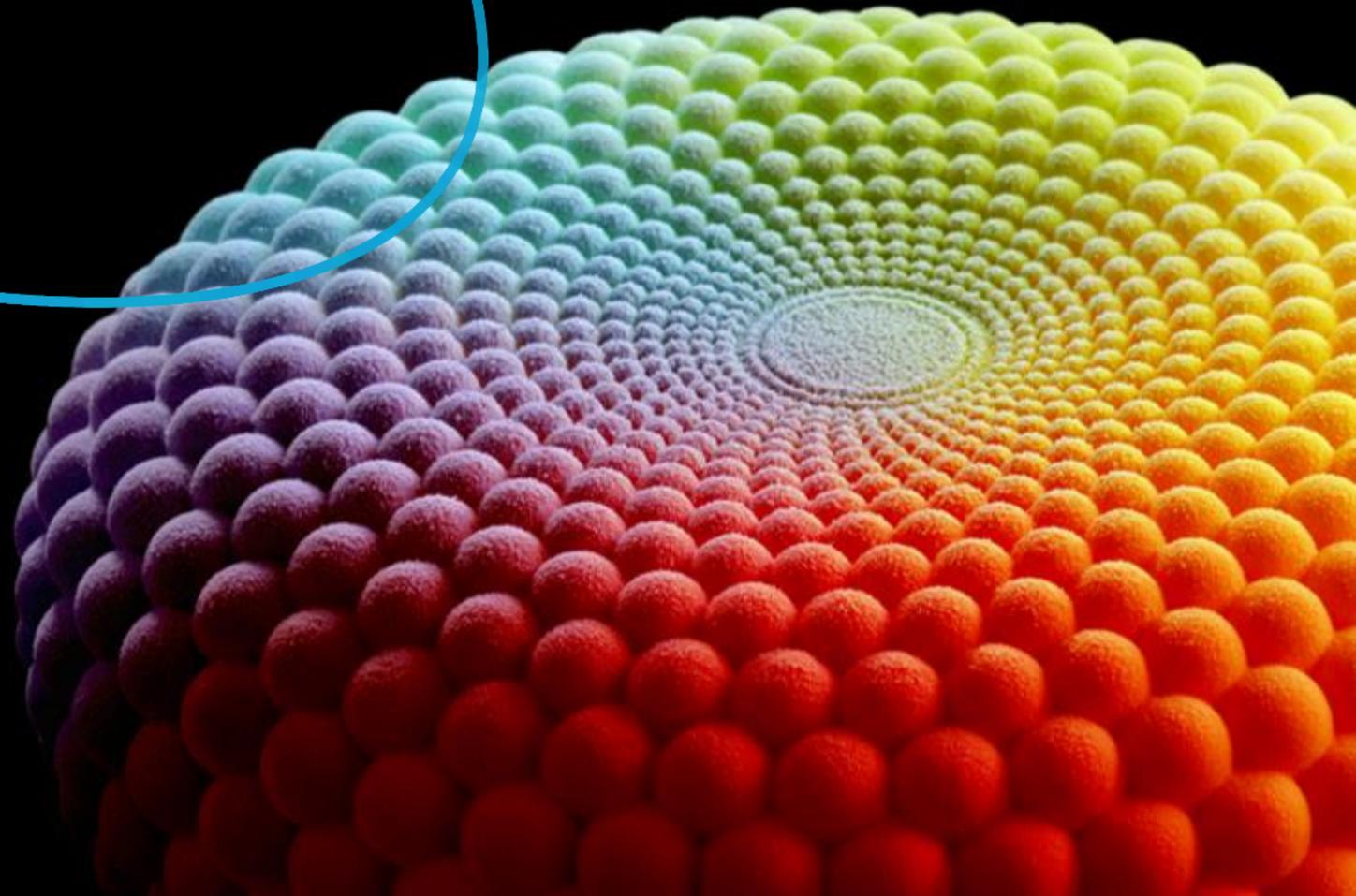


The Nordic AI Frontier *Generative AI*

Readiness and Implementation in Business

Bergen, September 6, 2024

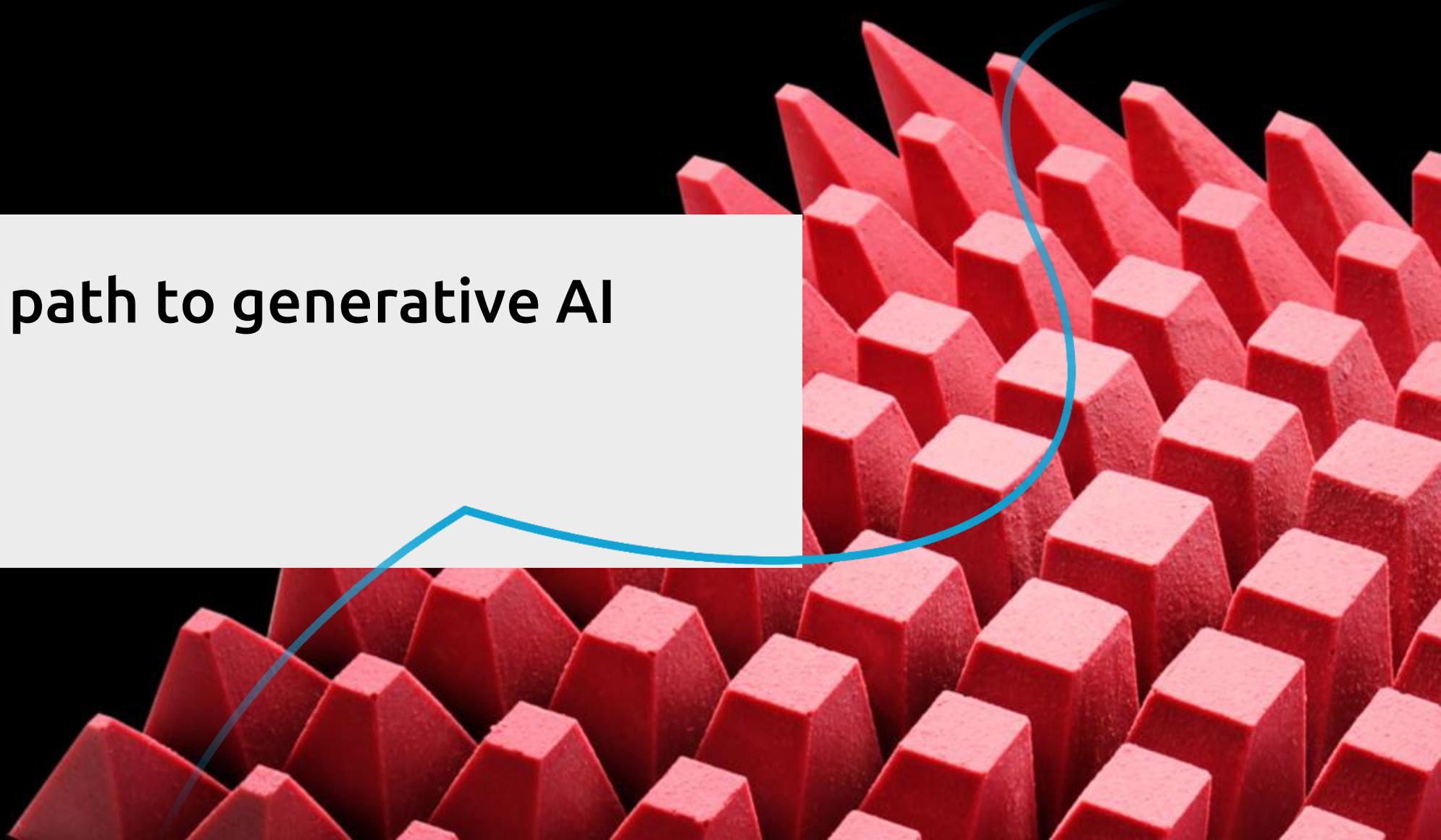
Capgemini 





Leading the path to generative AI adoption

Leadership

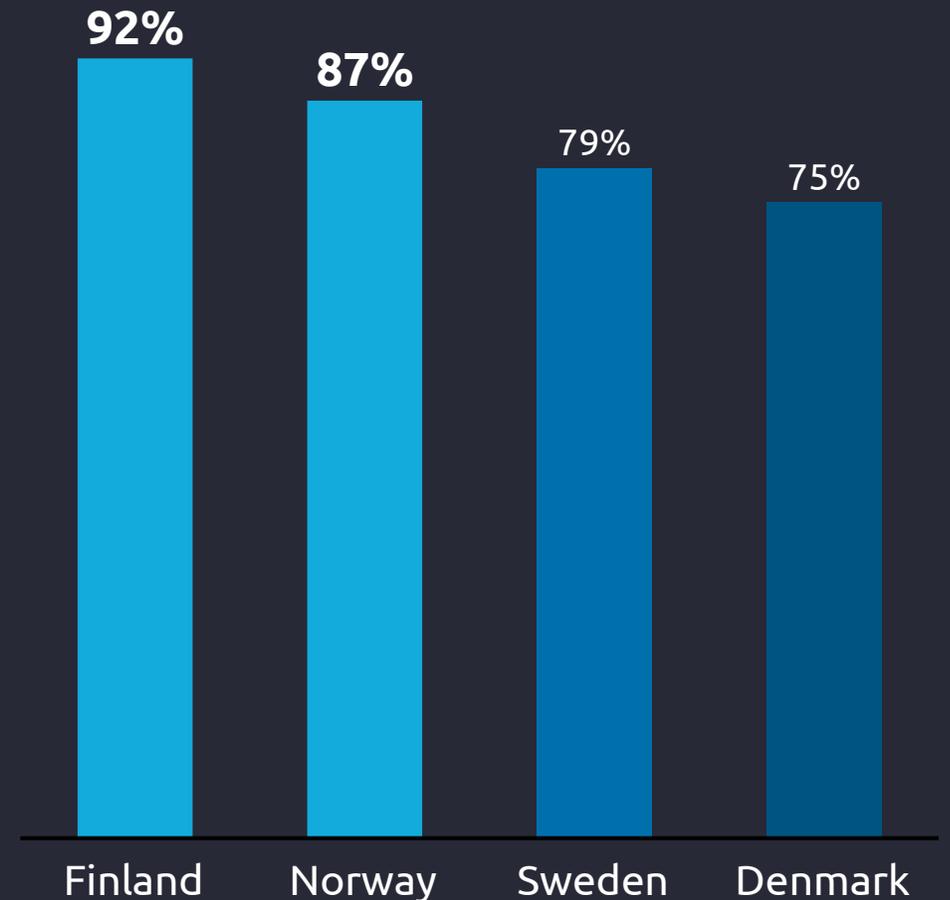




GenAI is the **talk of the town**

More than **84%** state that **GenAI is a hot topic** for their leadership / boardroom discussions

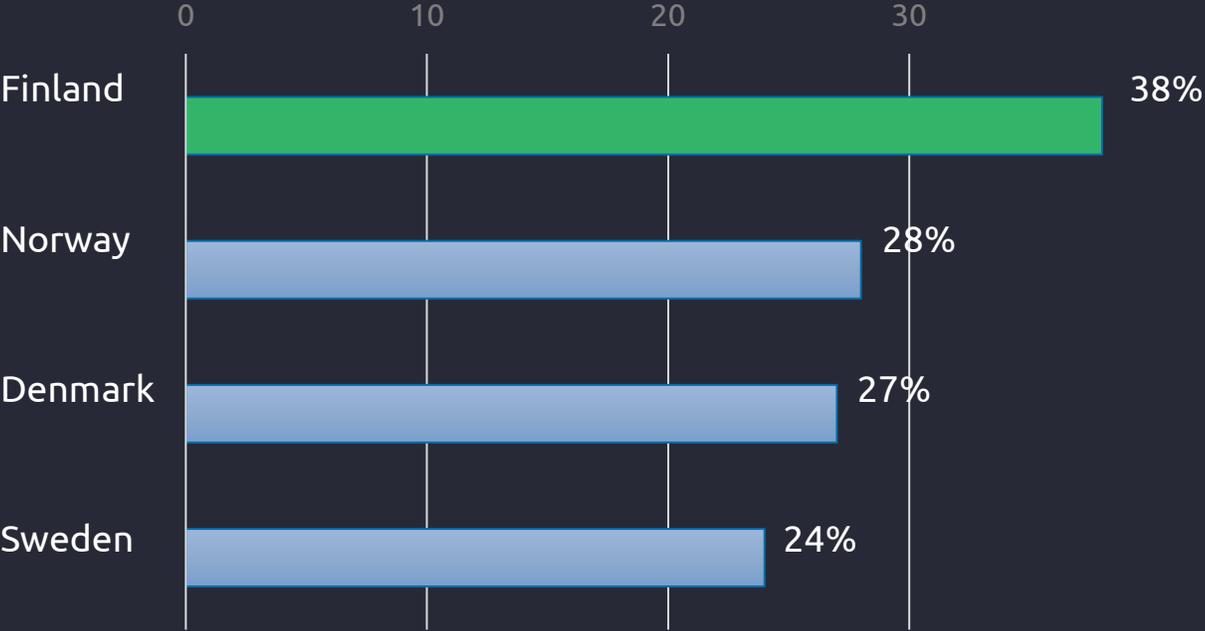
Gen AI is especially trending in boardroom discussions in **Finland** and **Norway**



GenAI may be the talk of the town, but Finland is leading the way by walking the talk



“Have enabled GenAI capabilities in most or some of their locations”





We see challenges in Sweden

Sweden has the **lowest score amongst the Nordic countries when it comes to investments in upskilling and the belief that GenAI is important for transformation**

Finland who is often quoted as a leader scores significantly higher followed by Norway and Denmark



2018

THE NATIONAL AI STRATEGY IN SWEDEN IS ALREADY 6 YEARS OLD



56%

UNDERSTANDS THE NEED TO INVEST IN GEN AI TRAINING

48%

BELIEVES THAT GEN AI WILL HAVE A KEY ROLE IN BUSINESS TRANSFORMATION



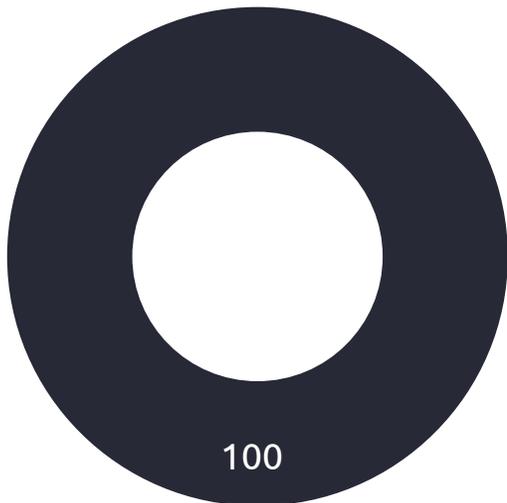


Finland's leadership may be the ones to **initiate** the walk

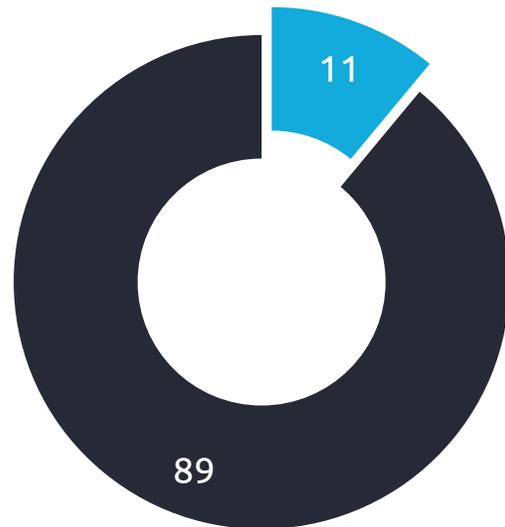
 **Not convinced of the potential**

 **Other = Convinced, not sufficiently aware, divided**

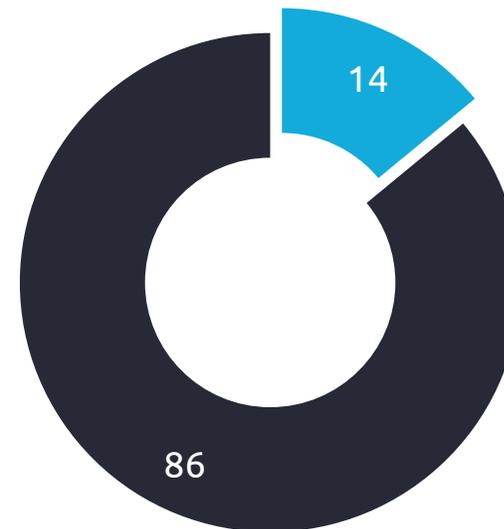
Finland



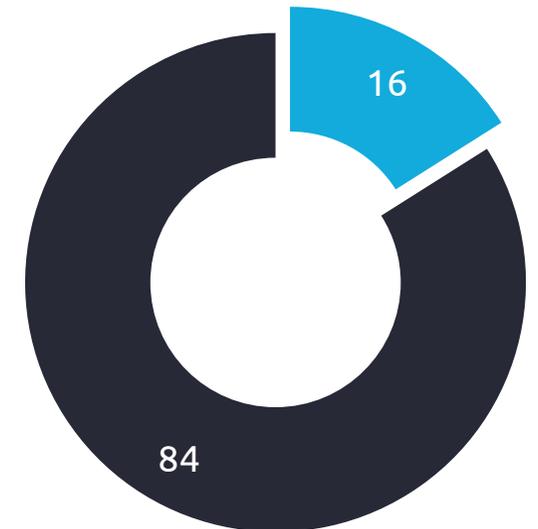
Denmark



Norway



Sweden





Initiation is also happening globally. We have learned that organizations should:

July 2024

Establish a **robust framework** for data governance and management

Deploy a **generative AI platform** to manage use cases at scale

Strengthen the **data platform and cultivate trust** to ensure reliable outcomes

Fortify against cyber- security threats

Acquire **understanding and expertise** of the generative AI ecosystem

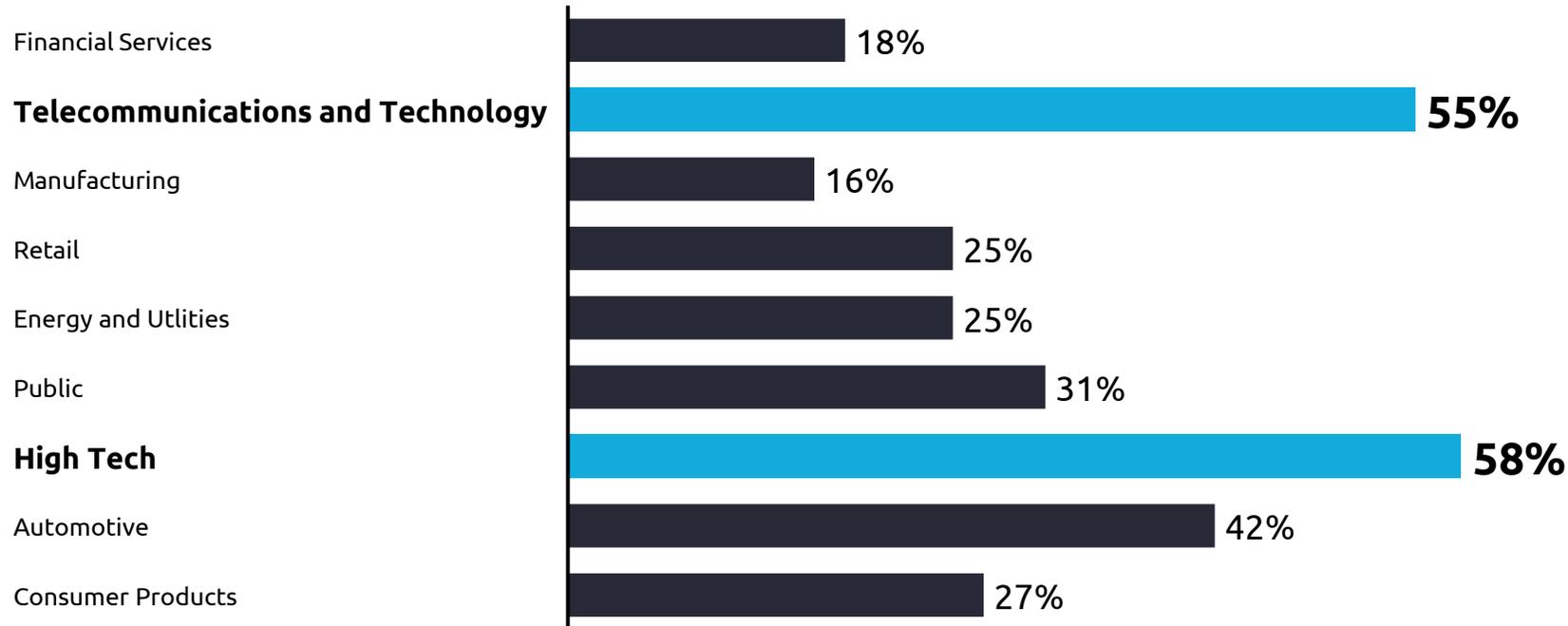
Embrace **emerging trends** such as AI agents to boost competitiveness and innovation

Cultivate expertise through **strategic training and talent development**





Have enabled GEN AI capabilities in most or some of their locations

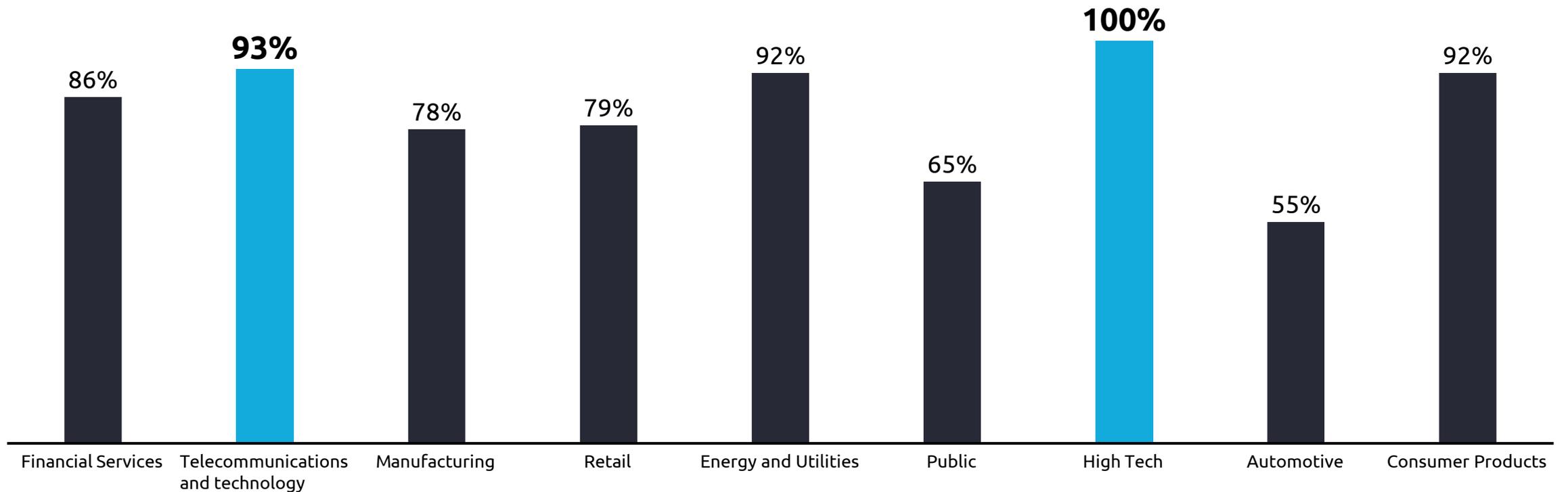


Global: **24%** of companies have enabled GEN AI capabilities in most or some of their locations with **Retail** as the leading industry at **40%**





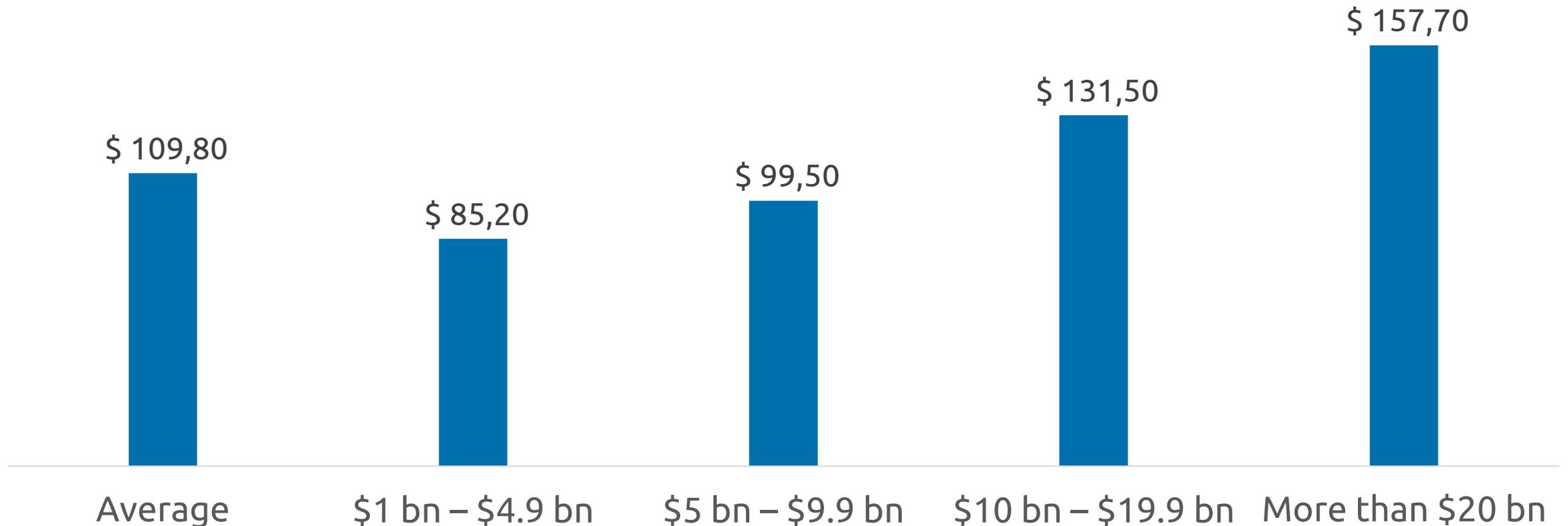
Again, the leadership and boardroom seem to be drivers for adoption in the Nordics





Globally investment in generative AI increases with organization size

Average investment dedicated to generative AI, by annual revenue, 2024 (MUSD)





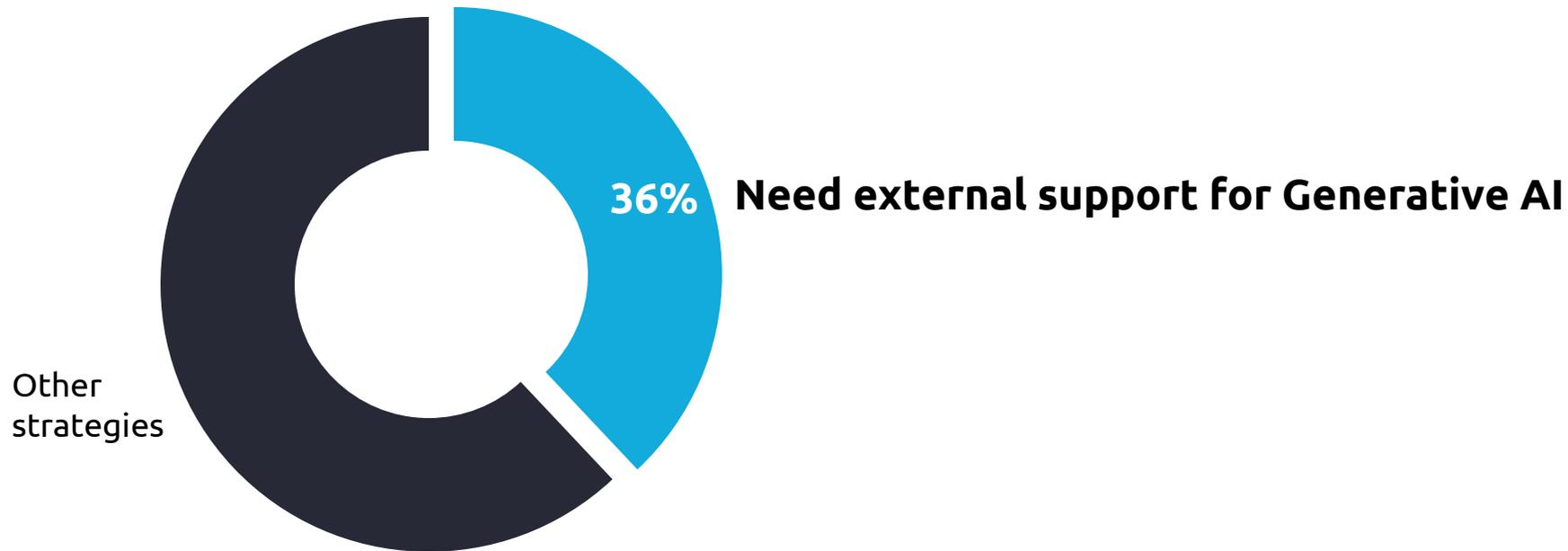
Calling for external support & Internal upskilling

Implementing Strategies for Generative AI





An abundance of Nordic companies are seeking partnerships for the implementation of Generative AI





GenAI is not taking over yet, but rather *creating more Nordic jobs*

It won't be AI that takes your job...

It will be humans who know how to use it.

**More than half of Nordic leaders state that GEN AI
has created new roles in their organization**





Companies say they are committed to sustainable implementation of GenAI, but most are yet to demonstrate it with actual initiatives

The organizations say they focus on ethical aspects of GenAI, but as much as 48% of leaders say they are NOT currently looking into the carbon footprint of GenAI. Globally this is even worse at 54%.



Generative AI sustainability

Nordic organizations show readiness to reduce the carbon footprint upon full implementation of generative AI, emphasizing sustainability efforts. They also acknowledge the potential for generative AI to have a higher carbon footprint in comparison to traditional IT programs.



A clear focus on the ethical implementation of AI demonstrates the companies' commitment to responsible corporate citizenship and good business ethics.

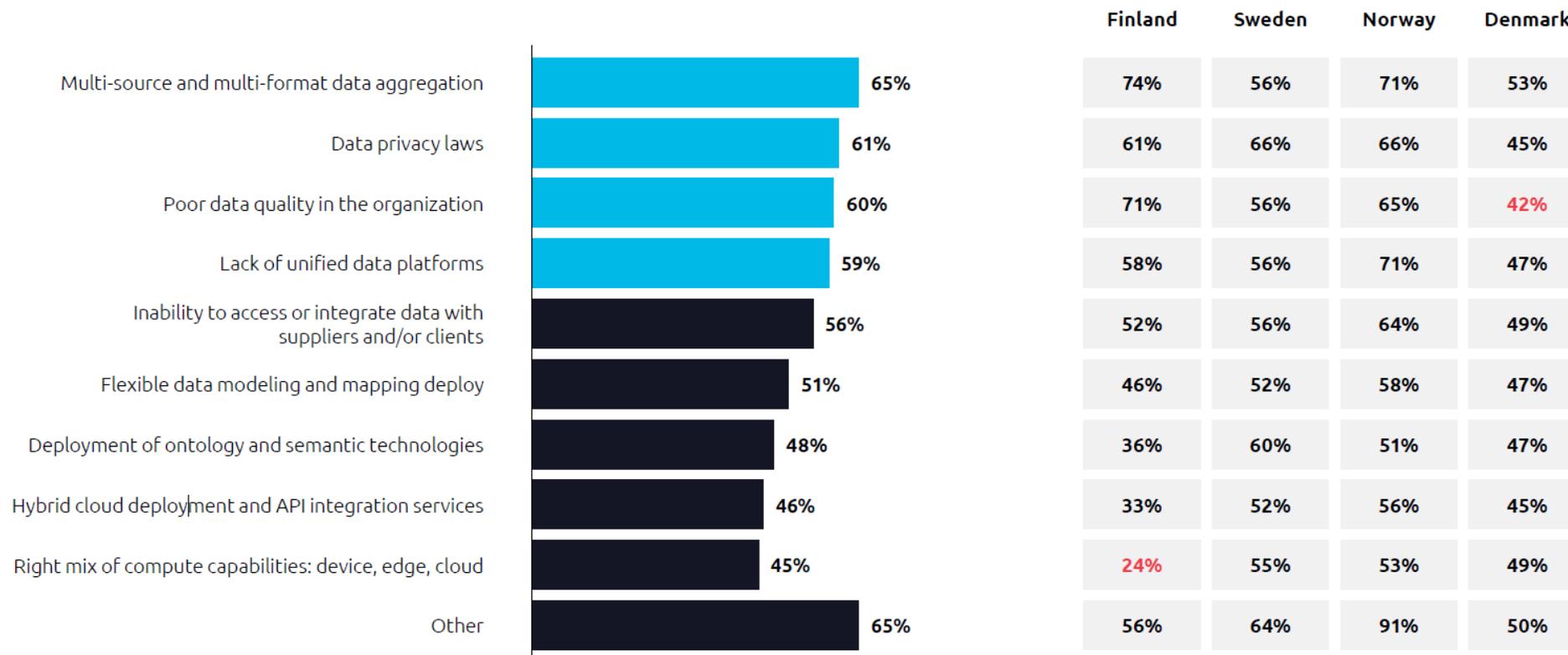


Most Nordic organizations face data management challenges when trying to leverage GenAI to it's full potential

And Finland best understands the need for better quality data

Which of the below data management challenges are hindering your organization from realizing the full potential of generative AI?

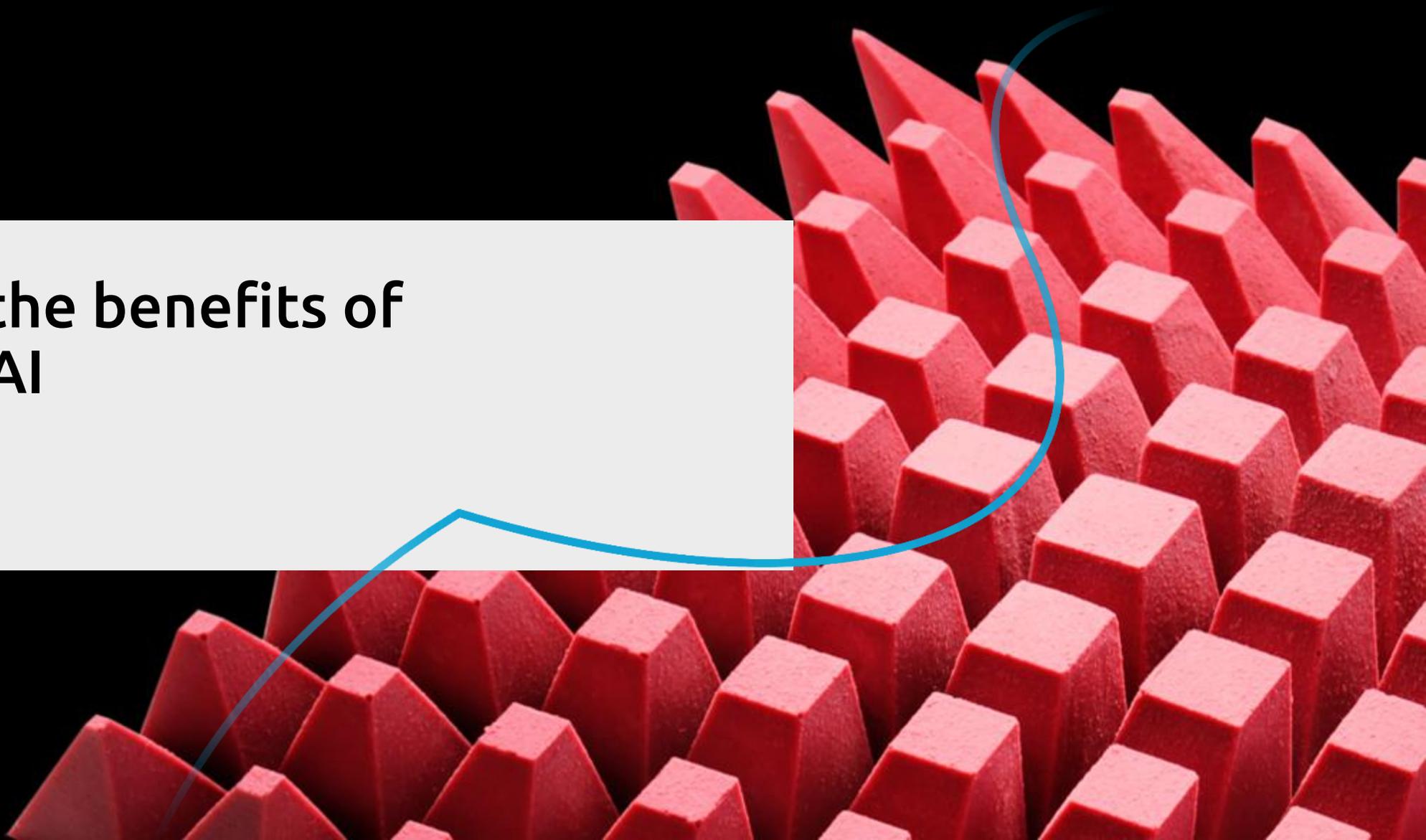
(Top three choices of respondents.)





Harvesting the benefits of Generative AI

GenAI's impact

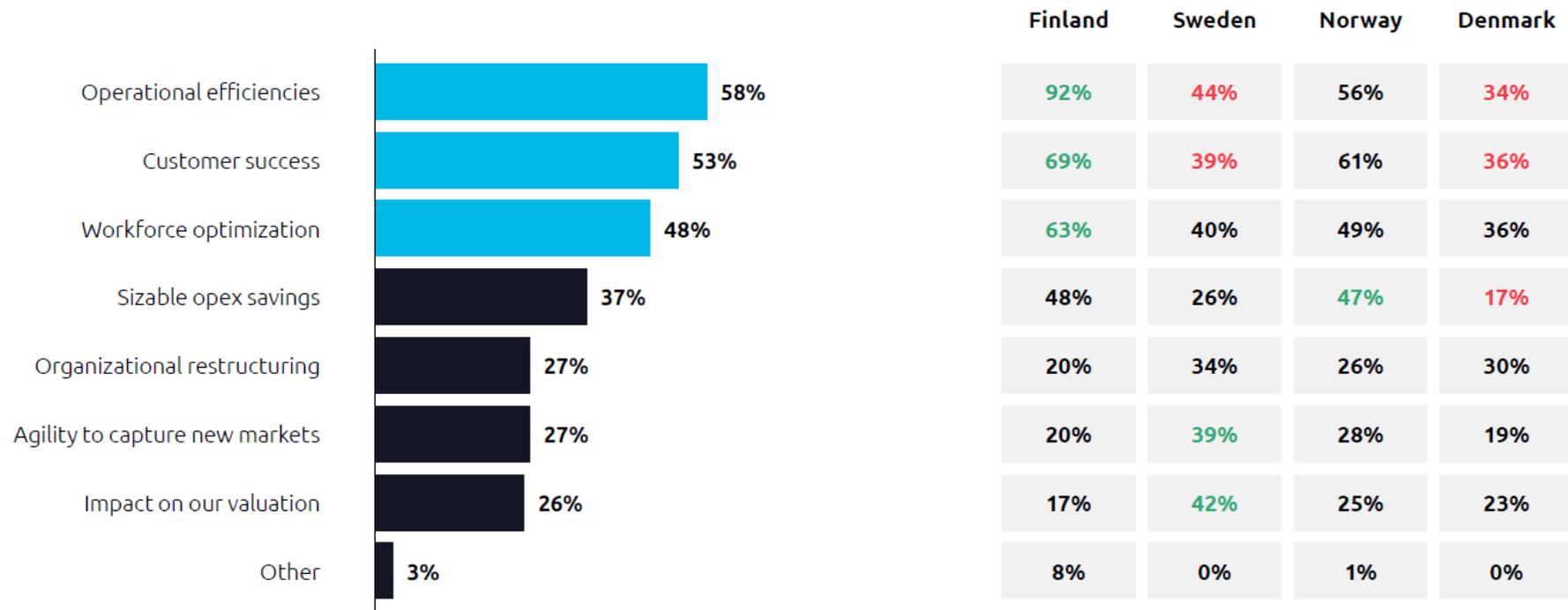


Nordic organizations foresee significant benefits from Generative AI the next three years



What benefits do you expect to realize at an organizational level from generative AI (3 years from now)?

(Multiple choices possible.)





IT, Sales & MARKETING dominate the investment areas, while the biggest benefits so far are seen in Enterprise Productivity, Operations and Customer services

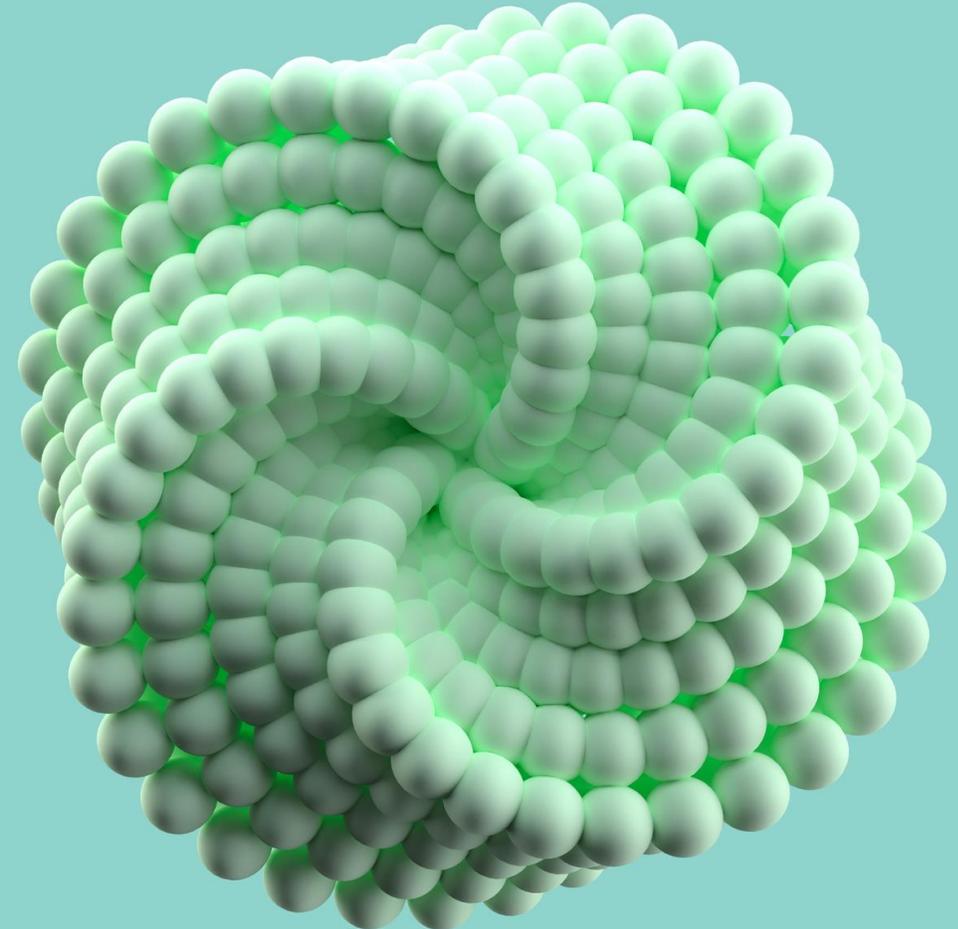
These are the GenAI masters:

- Have clear benefits **5-90%** in clear economic KPIs (productivity, through-put)
- Has a **clear operating model** and a clear view of inhouse vs external help
- Already realizes measurable benefits in Enterprise Productivity, Operations and Customer services



“To scale privacy and security sensitive generative AI applications, the Nordic countries will need sovereign cloud capabilities. That is why we teamed up with NVIDIA to truly accelerate the build-up of AI factory in these markets with models fully run and operated from Norway.”

Ieva Martinkenaite
SVP, Head of research and innovation at Telenor





WE deep-dived into the NORDIC GEN AI MASTERS – 4 basics are often Overlooked and need deliberate work

1. IT ALL STARTS WITH PICKING THE OBVIOUS BENEFITS:

Enterprise Productivity, Operations and Customer services are well documented areas for realizing benefits. Tools such as Microsoft 365 Copilot, ServiceNow, Google's contact center and others are ready for deployment now.

2. **BENEFITS NEEDS TO BE TRACKED AND DRIVEN:** Only trusted data will be used to truly drive a business forward. The Data Masters **invest in secured and measured data quality**, fair and transparent Artificial Intelligence. They ensure that data both **can be**, and **is**, used by the wider organization and external partners

3. **DEFINE A CLEAR OPERATING MODEL:** The masters prioritize the most **impactful operating model**. The choice of model is highly individualized albeit some geographical differences stand out

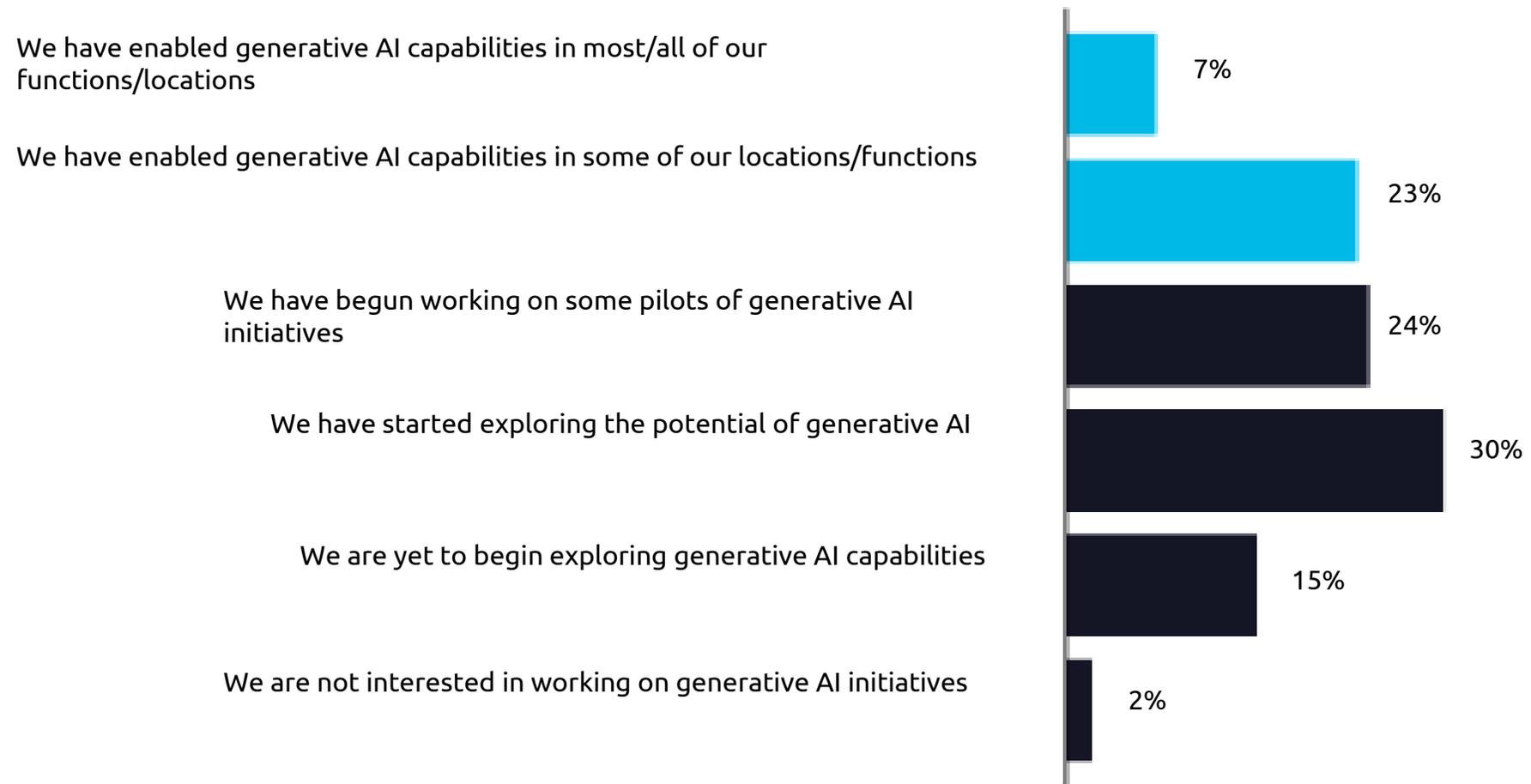
4. **MOVE QUICKLY AHEAD WHEN YOU HAVE SUCCEEDED:** When the first clear benefits are realized, use available market insights to quickly scale up the next area. **Tangible GenAI business initiatives and use cases are identified and measured and investment follow**



As Generative AI continues to advance, early adopter organizations will benefit from reinvented business models and processes.

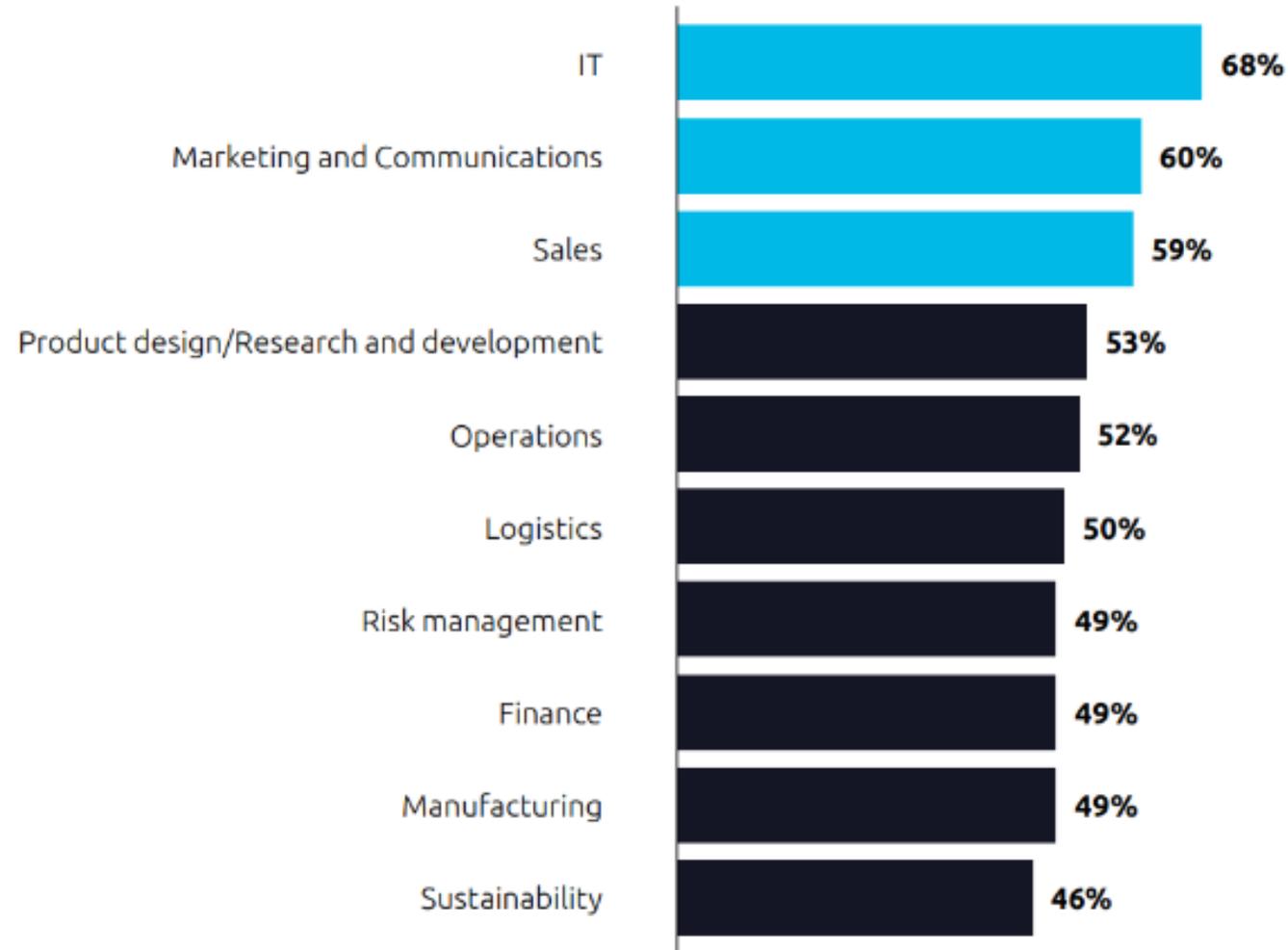


We see a very fast uptake of GENERative AI technologies





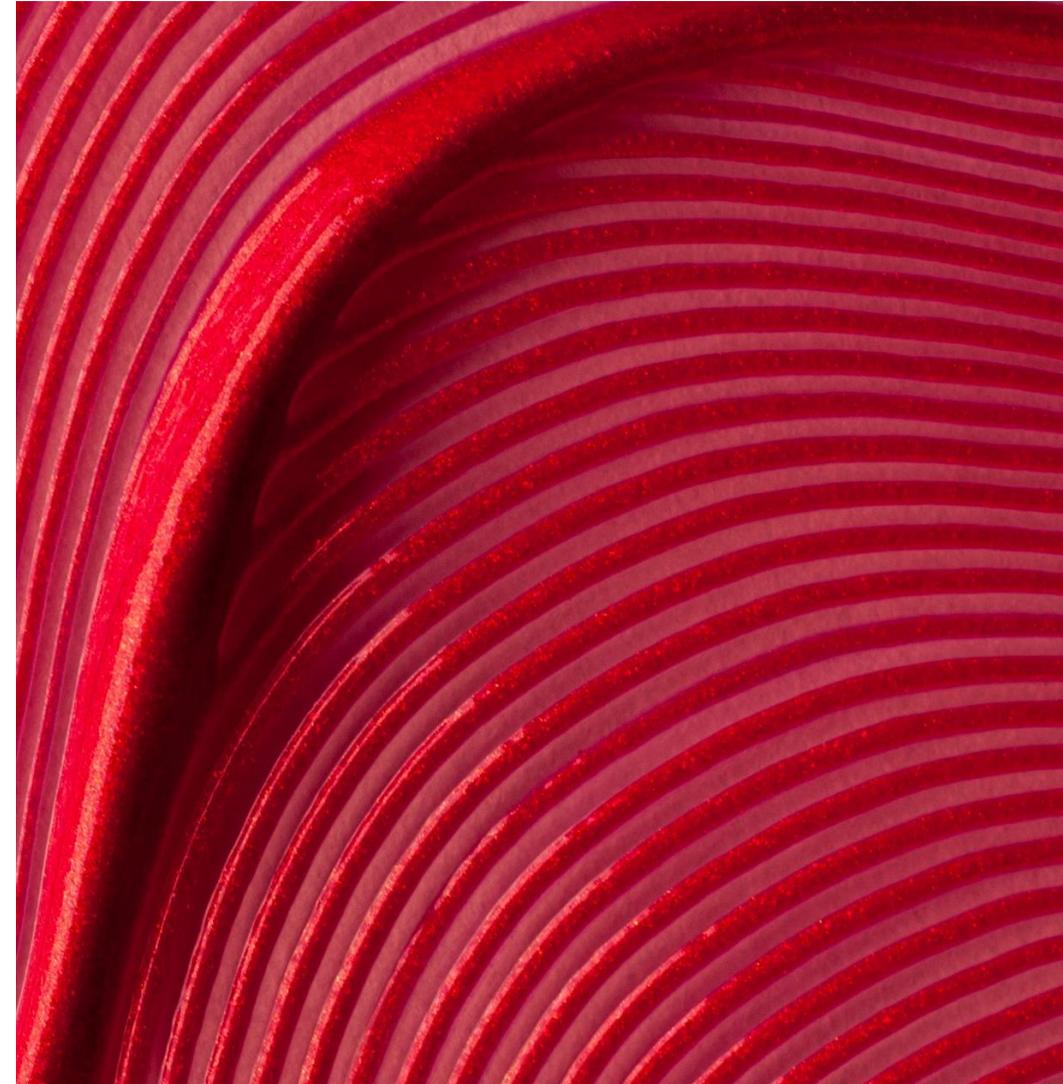
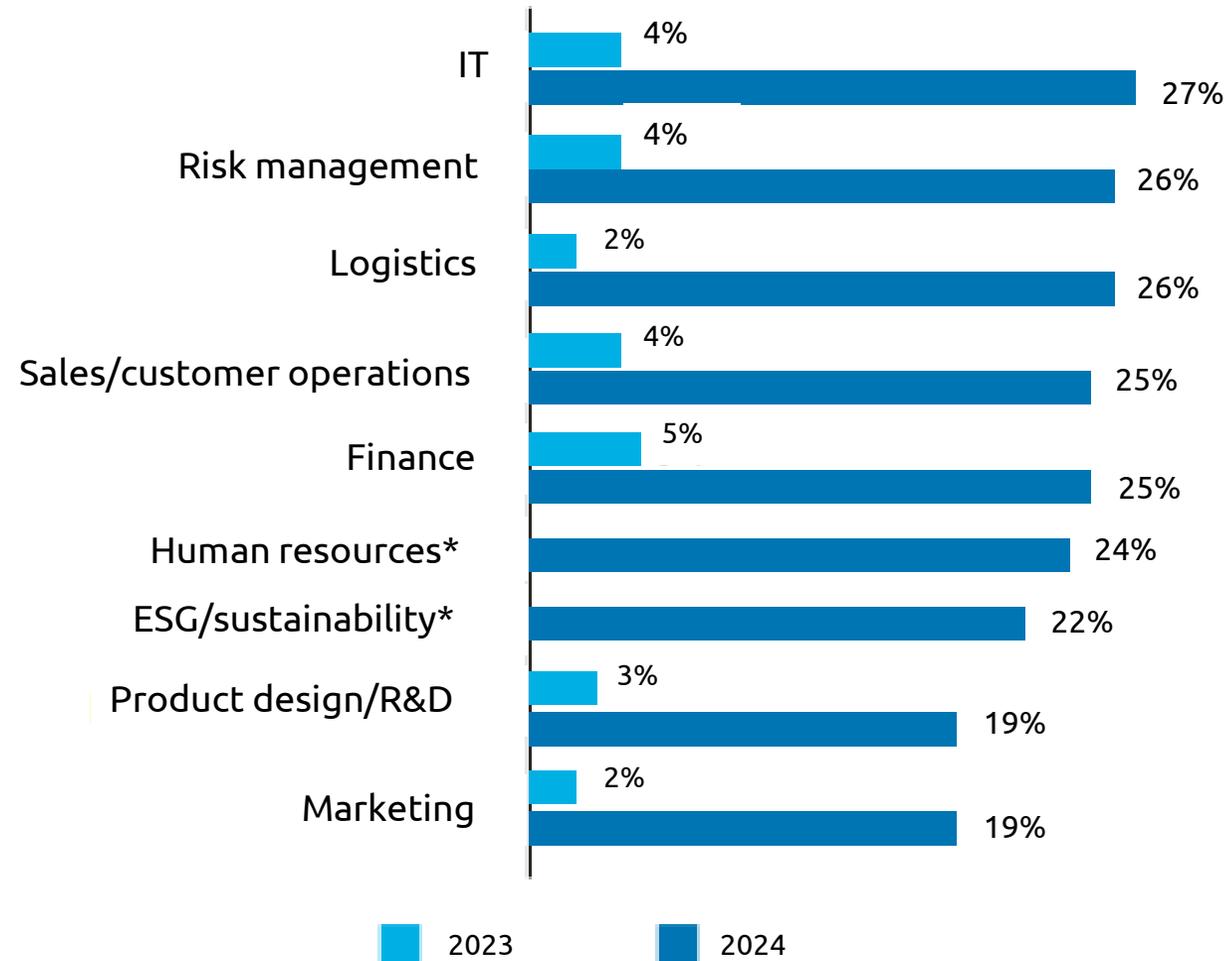
THE IT-FUNCTION HAS THE BIGGEST SHORT-TERM POTENTIAL





Globally this is the trend we see

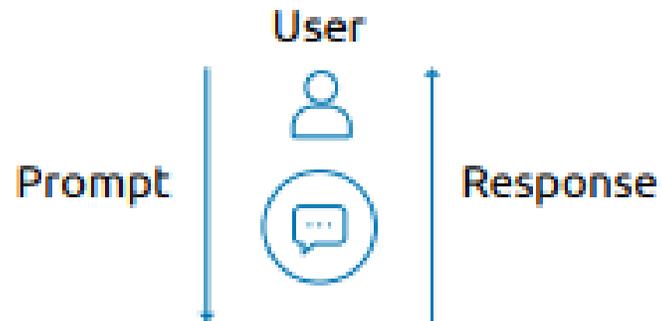
% of organizations implementing generative AI use cases, by function



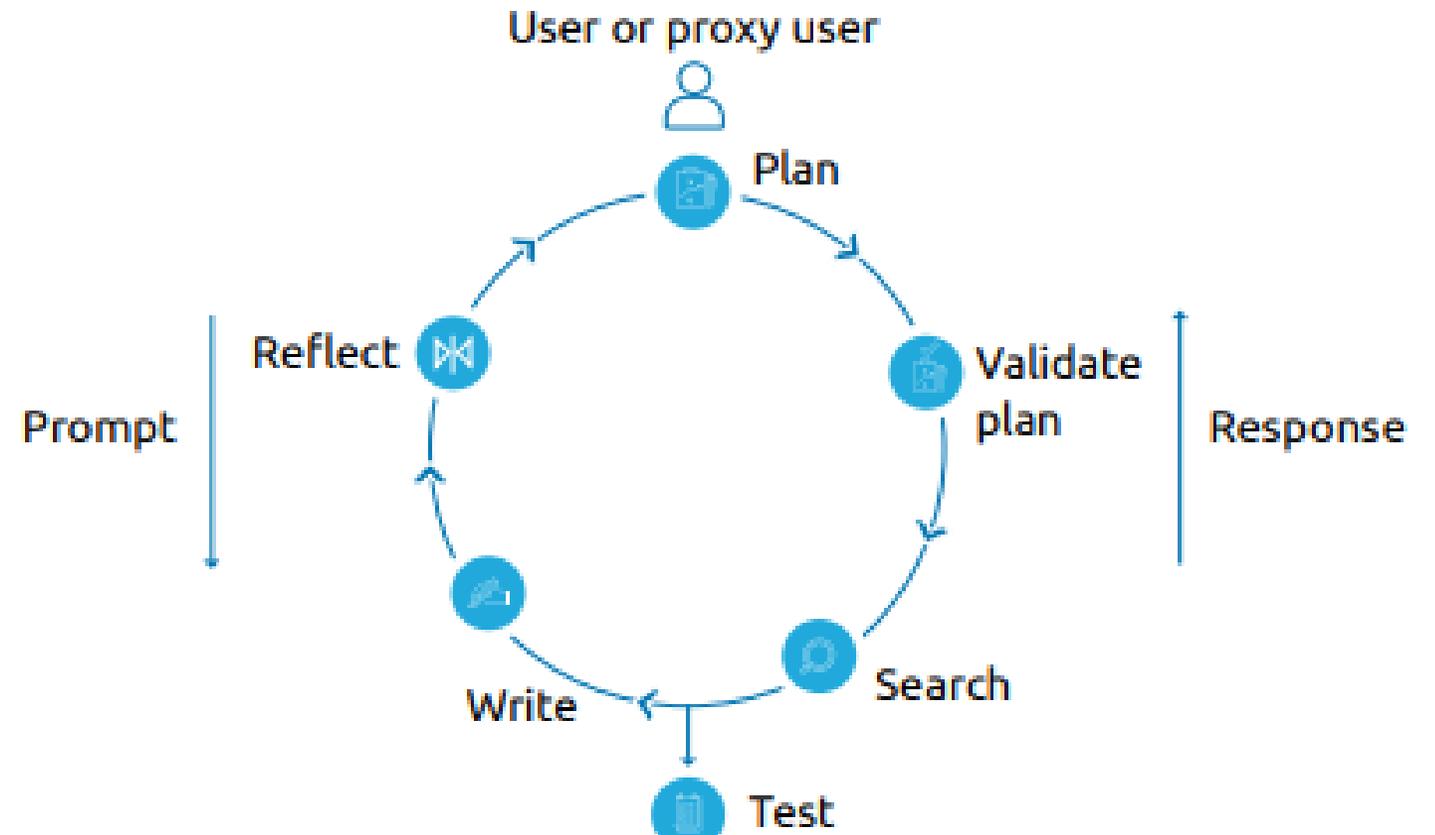


AI agents are coming

Conventional use of LLM



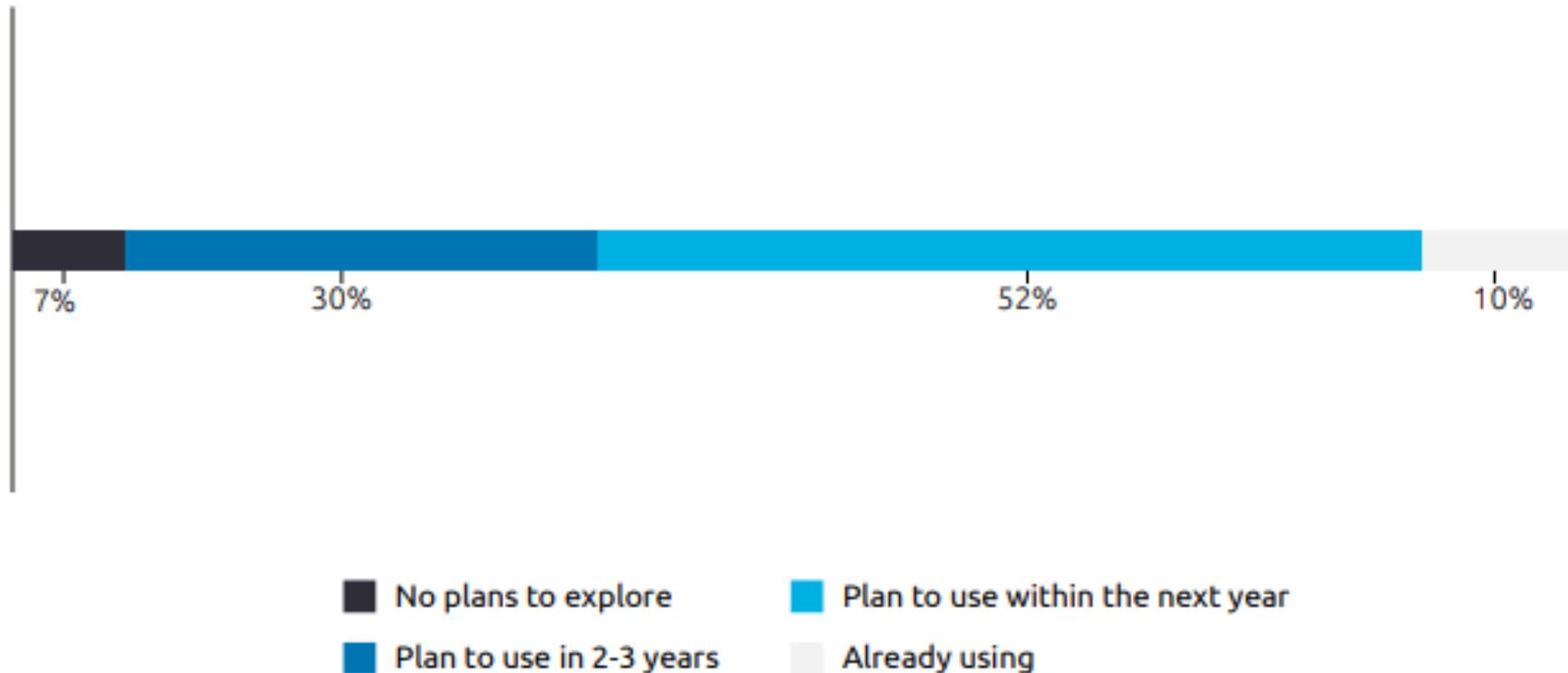
Agentic use of LLM





Globally AI Agents have started to gain interest

% of organizations using or planning to use AI agents





THE BEST

Invest in tech for data and AI

... and governance

and in the right strategy for data
and generative AI **now.**





Sector use cases from the global report

Function	Use case	2023		2024	
		Pilot/POC	Implementation	Pilot/POC	Implementation
Energy and utilities	Generation of synthetic data	33%	1%	20%	30%
	Inverse design, composing entirely new materials to target specific physical properties (material science)	24%	3%	32%	31%
	Smart-grid management	-	-	28%	31%
	Predictive maintenance to prevent equipment failures	-	-	37%	19%
Financial services	Generation of synthetic customer data	34%	6%	42%	17%
	Accurate price forecasting and portfolio optimization	27%	3%	45%	34%
	Improved prospect profiling and customized product recommendations for account managers	31%	8%	40%	24%
	Claims processing, mortgage processing	31%	1%	41%	30%
	Fraud detection	25%	7%	46%	16%
	Risk assessment and management	-	-	24%	21%
	Credit scoring and loan approval	-	-	37%	15%
	Personalized financial planning and advisory services	-	-	34%	22%
	Regulatory compliance and reporting	-	-	38%	21%
	Customer service automation through chatbots and virtual assistants	-	-	44%	14%



Functional usecases

Function	Use case	2023		2024	
		Pilot/POC	Implementation	Pilot/POC	Implementation
Human resources	Automate documentation process	-	-	37%	28%
	Analyze data for people analytics	-	-	44%	21%
	Employee engagement with chatbots and virtual assistants	-	-	36%	24%
	Optimize and expedite performance management	-	-	41%	23%
	Automate learning and development procedure	-	-	39%	24%
	Content creation for recruitment, enhancing job postings, and candidate communication	-	-	44%	24%
Government services	Content summarization for internal tasks and processes	-	-	24%	24%
	Virtual administrative assistant for claims and case managers	-	-	38%	38%
	Self-service bot for citizen services	-	-	31%	31%
	Content generation for government communication	-	-	17%	17%



Sector usecases

Function	Use case	2023		2024	
		Pilot/POC	Implementation	Pilot/POC	Implementation
Manufacturing	Generative design of parts optimized to meet specific goals and constraints	37%	6%	35%	25%
	Inverse design, composing entirely new materials to target specific physical properties (material science)	39%	1%	32%	30%
	3D modeling to create detailed shapes	42%	6%	37%	17%
	Predictive maintenance	33%	3%	39%	24%
	Robot programming	29%	2%	34%	23%
	New product development and prototyping	-	-	28%	23%
	Personalization of user experience	-	-	30%	25%
	Development and deployment of autonomous vehicles and drones	-	-	30%	26%
Public sector/ government	Scenario planning for decision-making process	-	-	35%	26%
	Public health monitoring and resource allocation	-	-	54%	13%
	Analytics for efficient government procurement	-	-	23%	23%
	Emergency response and crisis management	-	-	40%	17%
	Virtual assistants for government services	-	-	28%	31%
	Fraud detection	-	-	26%	33%

BYGGE SKREDDERSYDDE GEN AI-LØSNINGER HOS VÅR ENERGI



Ryan Cole
Managing Consultant
Capgemini – Insight & Data



vår energi

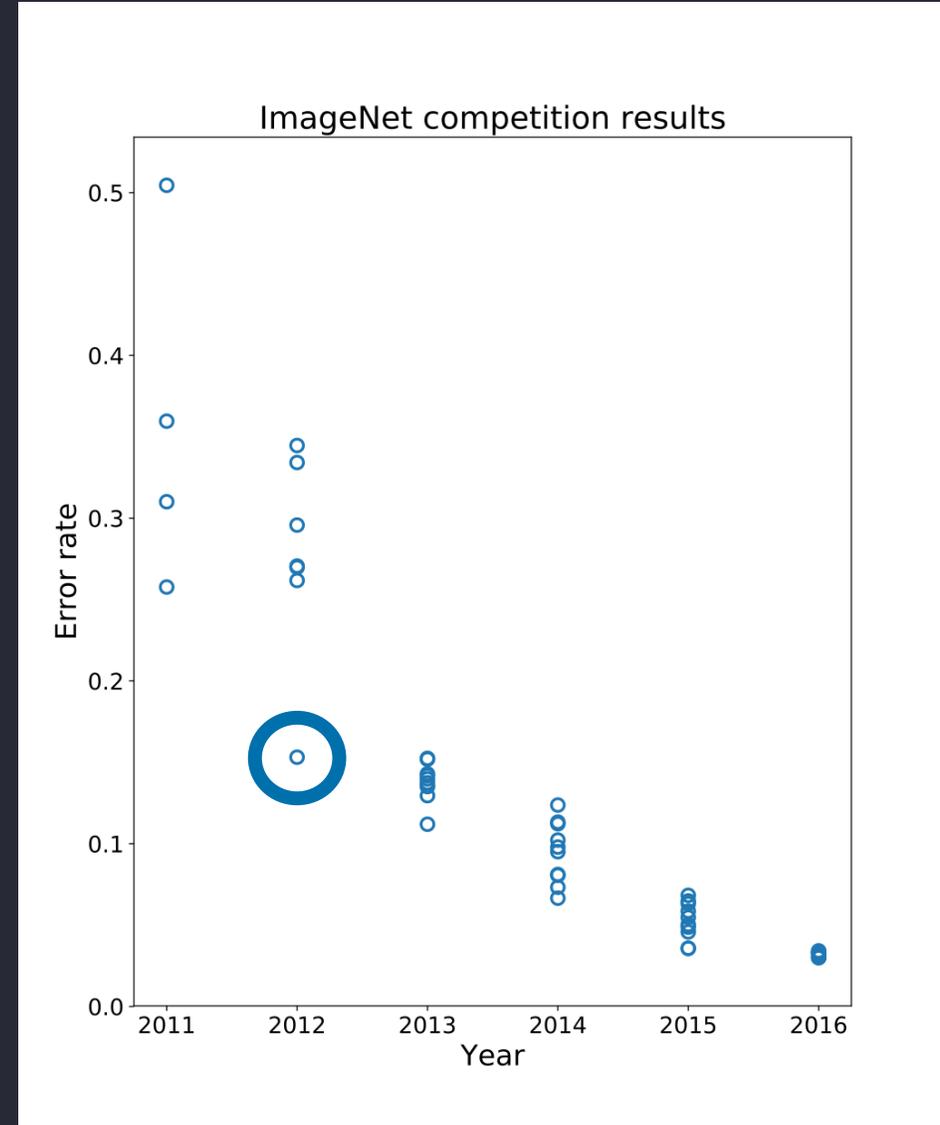




Tech revolution in one image

ImageNet Large Scale Visual Recognition Challenge

- Established 2010
- Best methods used a conventional signal processing approach
- In 2012, Hinton, Krizhevsky, and Sutskever apply deep learning



Source: Wikipedia



Why not use enterprise GenAI products?



VS



“AI services are not designed, intended, or to be used as substitutes for professional advice”

“For the first time professionals can delegate substantive work to GenAI and trust the results.”

Significant performance gains when using a restricted use case



What is custom genAI?

- Leverage open sources models and frameworks
- Tailor solution to specific business needs
- Satisfy security and governance standards
- Meet evolving user expectations



OpenAI



Workflow Management at Vår Energi

Background

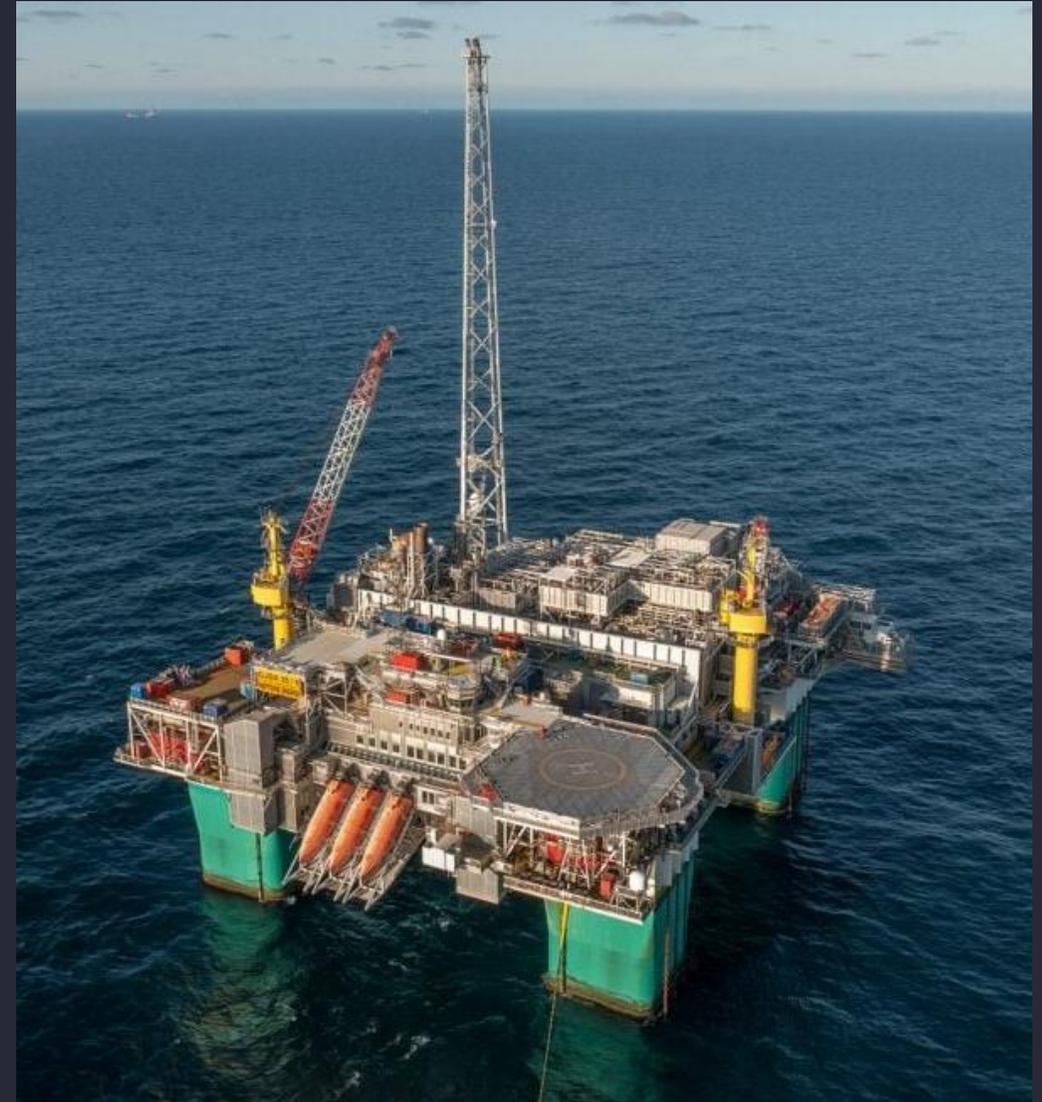
- Goal is to ensure compliance and increase efficiency for business processes
- Mix of power users and very infrequent users

Problem

- High friction for several user groups (poor search, complexity)
- Improving user adoption was a priority

Proposed Solution (PoC)

- Save time and improve user adoption with a GenAI powered chatbot that allows users to ask questions and get useful links and answers





What we delivered:

A chatbot (PoC) delivered through a simple web application

Capabilities

1. Help users find the right workflow
 - “What workflow should I use to onboard a new employee?”
2. Answer questions about workflow
 - “I’ve just completed the second step in onboarding a new employee, which steps should I do next”
3. Answer questions using supporting documents
 - “What are the goals of our onboarding process?”





Feedback and Value

Feedback

- “This is too good. If you built this then people won’t want to use the website.”



Feedback and Value

Feedback

- “This is too good. If you built this then people won’t want to use the website.”





Feedback and Value

Feedback

- “This is too good. If you built this then people won’t want to use the website.”

Value (for this PoC)

- Cultivated new use cases
- Upskilled team
- Produced re-usable development assets





Significant unrealized value potential

Although we didn't move to production in this case, we see significant value in these kinds of applications:

- Increase in productivity for power users
 - *Users estimated 10-20% speedup across the board, 50% for new users*
- Increased adoption and reduced friction for casual users



Unique challenges when building custom GenAI

Validation Challenges

- **New kind of value**
- **New methods are needed to validate performance**

Delivery Challenges

- **More complicated product for most AI teams**
- **LLM Security and availability**
- **AI Platform Capabilities**



Suggestions for AI/DS development teams

- Prioritize engagement with users
- Invest human capital in custom GenAI projects, but fail fast
- Correct any deficiencies in AI Platform capability
- Rely on vendors and open-source frameworks when possible



Strategy to capitalize on value potential

- Make a strategic investment in custom GenAI to capture value
- Invest in AI platform and delivery capabilities
- Adopt or update governance framework for AI risk management
- Get the right talent



Closing

Custom GenAI products are becoming essential tools in the AI/DS toolkit

BRUKE AI VERKTØY TIL Å SKAPE HISTORIER, KOMMUNIKASJON OG VISUELL FORMIDLING



Joakim Arroub
Lead designer
Capgemini – frog



speira



Joakim Arroub

LEAD DESIGNER FROG & CAPGEMINI

DESIGN THINKING & TJENESTEDESIGN

AD / KREATIV LEDER

PEDAGOGIKK

STORYTELLING

VISUELL DESIGN & ILLUSTRASJON

ANIMASJON, 3D, VIDEO & LYD



WHAT IF...

**AI replaces
my superpowers...**



FREMTIDIGE SKILLSET

Mestre nye superkrefter

- AI IDEATION
- AI VISUALISERING
- AI FOTOGRAMMETRI
- AI VIDEO FUNKSJONER
- AI ANIMASJON
- AI 3D MODELLERING
- AI MOTION CAPTURE
- AI CHARACTER DESIGN
- AI LYD, MUSIKK & EFFEKTER
- AI STEMMEKLONING



RASKT OM PROSJEKTET

The Who
The What
& The Why

HVORFOR

Viktigheten av sikkerhet

HVORFOR FOKUSERE PÅ
SIKKERHET?

- Mordor smelteverk
- Store maskiner
- Tung metall last
- Skarpe metall objekter
- Risiko; grad av **sannsynlig** vs grad av **katastrofe**



We are Speira,



HVEM ER SPEIRA?

Speira **Holmestrand** i Vestfold

- Aluminiumverket ble solgt fra Hydro til Speira i 2021.
- Leverer aluminium til bygg- og bygningsrelaterte produkter, samt emballasje
- 92 000 tonn aluminium er produsert i 2021
- Verdensledende satsing på bærekraft og resirkulerte materialer
- **Fokus på samhandling og støtte fra lokalsamfunnet i Holmestrand**



WHO'S SPEIRA?

Speira **Karmøy** på Vestlandet

- Aluminiumsverket ble solgt fra Hydro til Speira i 2021.
- Leverer aluminium til bygg- og bygningsrelaterte produkter, samt emballasje
- 92 000 tonn aluminium er produsert i 2021
- Verdensledende satsing på bærekraft og resirkulerte materialer
- Fokus på samhandling og støtte fra lokalsamfunnet i Holmestrand
- **Fokus på samhandling og samarbeid med Hydro på Karmøy**
Iterasjon av prosjektet Holmestrand

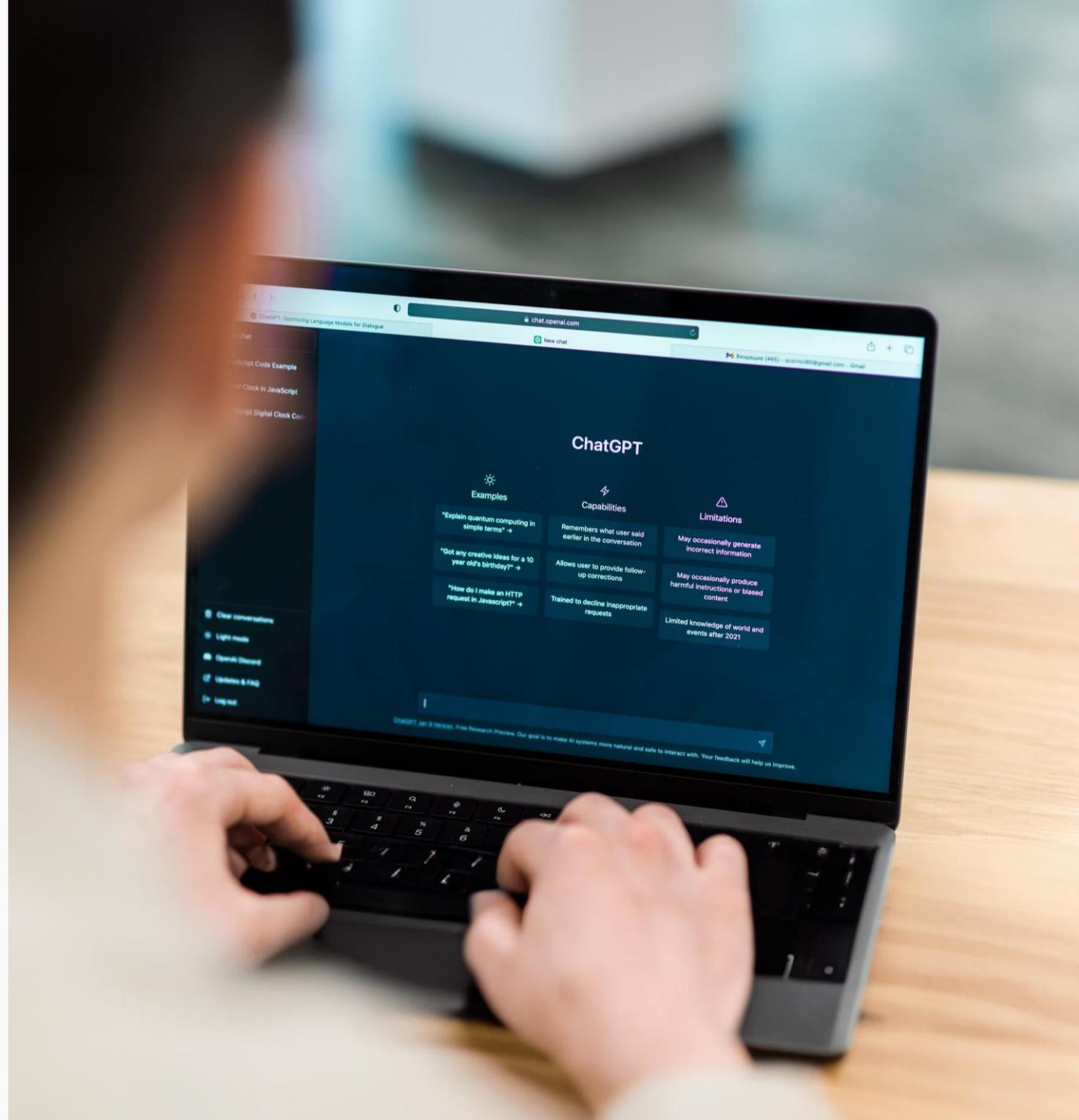


HVA KUNDEN BA OM

Digitalisert sikkerhetskurs



ChatGPT, til det du ikke vet at du ikke vet...



DEFINERE LØSNING

Hvordan løser vi
de rette problemene?

AI IDEATION

En ekstra sparringspartner ...kunstig dog



PROBLEMET BAK PROBLEMET

Kultur er selve akilleshælen for sikkerheten



KULTURFORSKJELLER

Samhandle opp mot Speiras prosjekt for sikkerhetskultur



HVORDAN KONTRE «TIDSPRESSET»

Tid, penger og mennesker



DET HANDLER OM MENNESKENE

Empati og
samvittighet

Sikkerhet eller
trygghet



Hvem skal komme trygt hjem fra jobb?

Alle, minimum!



HVORDAN FORMIDLE - KVANTITET

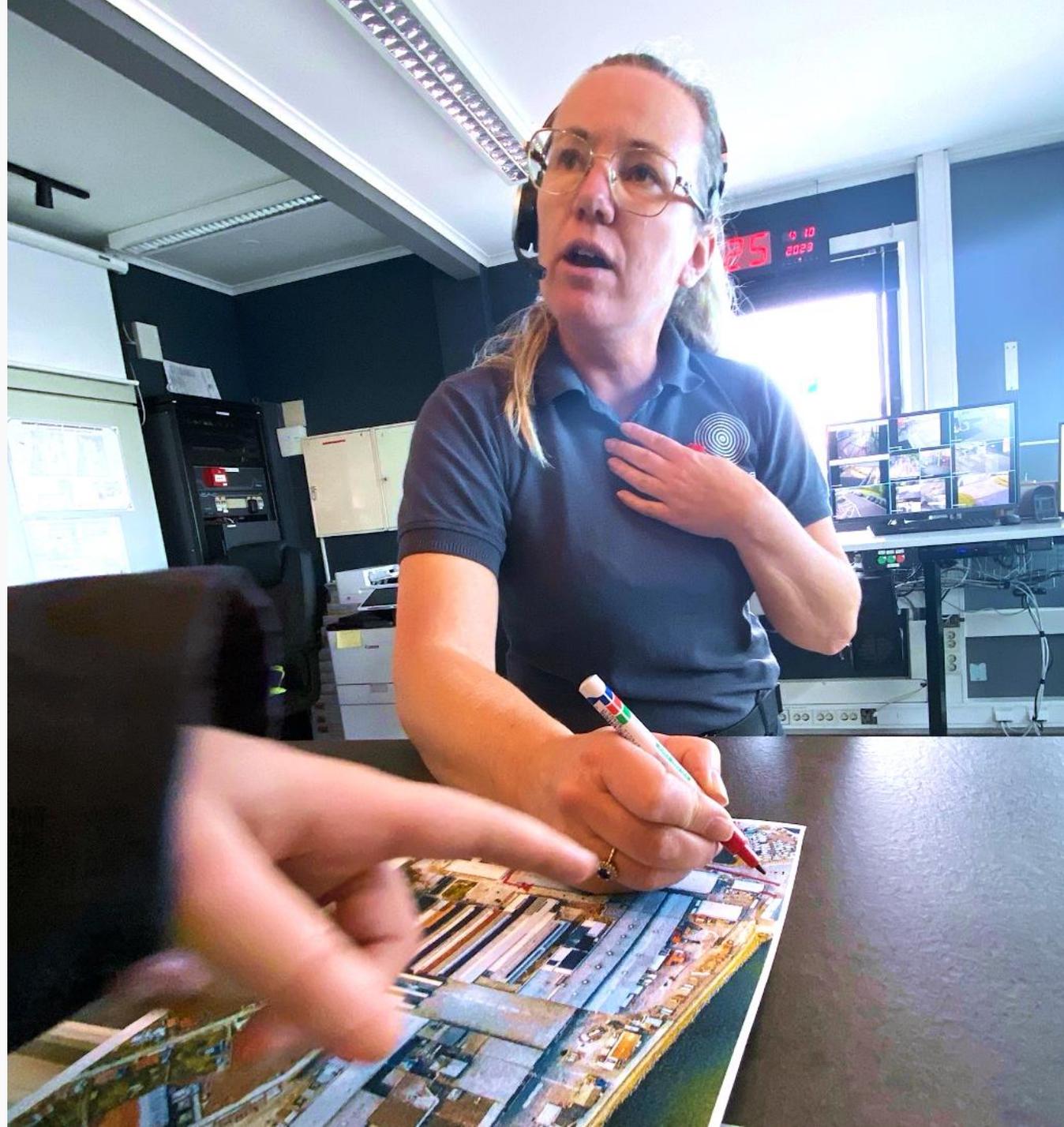
Mange tiltak som skal formidles



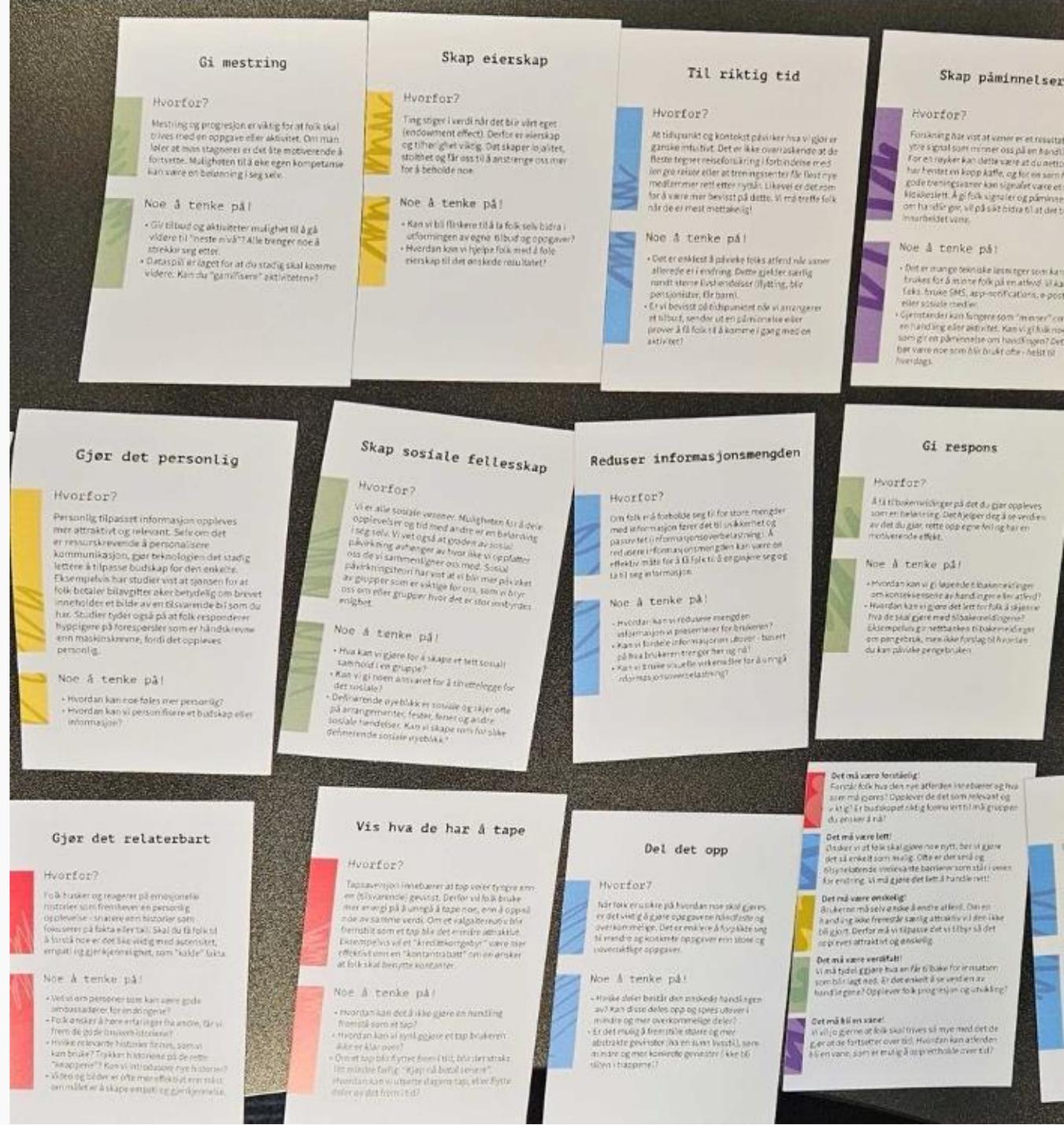
«SUPER» KLAR SPRÅK



Inkludering gjennom forenkling



Hvordan kan vi best nå inn?



Gi mestring

Hvorfor?

Mestring og progresjon er viktig for at folk skal trives med en oppgave eller aktivitet. Om man later at man stagnerer er det lite motiverende å fortsette. Muligheten til å øke egen kompetanse kan være en belønning i seg selv.

Noe å tenke på!

- Gi tilbud og aktiviteter mulighet til å gå videre til " neste nivå"? Alle trenger noe å strekke seg etter.
- Datas på er laget for at du stadig skal komme videre. Kan du "gamifisere" aktivitetene?

Skap eierskap

Hvorfor?

Ting stiger i verdi når det blir vårt eget (endowment effect). Derfor er eierskap og tilhørighet viktig. Det skaper lojalitet, stolthet og får oss til å anstrenge oss mer for å beholde noe.

Noe å tenke på!

- Kan vi bli flinkere til å la folk selv bidra i utformingen av egne tilbud og oppgaver?
- Hvordan kan vi hjelpe folk med å føle eierskap til det ønskede resultatet?

Til riktig tid

Hvorfor?

Et tidspunkt og kontekst påvirker hva vi gjør og ganske mye hva. Det er ikke overaskende at de fleste taper ved forsinkelse i forbindelse med lønnsprinsipal eller at treningspartene får best nye medførmer rett etter nyttår. Likvel er det ram for å være mer bevisst på dette. Vi må rette folk når de er mest mottakelige!

Noe å tenke på!

- Det er enkelt å påvirke folks atferd når vi sender allerede en melding. Dette gjelder særlig rundt større livshendelser (flytting, blir foreldre, får barn).
- Er vi bevisst på tidspunktet når vi arrangerer et tilbud, sender ut en påminnelse eller prøver å få folk til å komme i gang med en aktivitet?

Skap påminnelser

Hvorfor?

Forskning har vist at vi som er et resultat av signaler som kommer oss på en ferd. For en nyheter kan det være vanskelig å huske. For en nyheter kan det være vanskelig å huske. For en nyheter kan det være vanskelig å huske. For en nyheter kan det være vanskelig å huske.

Noe å tenke på!

- Det er mange tekniske løsninger som kan brukes for å minne folk på en måte. Slike f.eks. bruke SMS, app-notifikasjoner, e-post eller sosiale medier.
- Gjensender kan fungere som "minner" om en handling eller aktivitet. Kan vi gi folk noe som gir en påminnelse om handlingen? Det bør være noe som blir brukt ofte - helst til hverdags.

Gjør det personlig

Hvorfor?

Personlig tilpasset informasjon oppleves mer attraktivt og relevant. Selv om det er ressurskrevende å personligere kommunikasjon, gjør teknologien det stadig lettere å tilpasse budskap for den enkelte. Eksempelvis har studier vist at sjansen for at folk betaler bilavgifter øker betydelig om brevet inneholder et bilde av en tilsvarende bil som du har. Studier tyder også på at folk responderer hyppigere på forespørsler som er håndskrevet enn maskinskrivne, fordi det oppleves personlig.

Noe å tenke på!

- Hvordan kan noe føles mer personlig?
- Hvordan kan vi personifisere et budskap eller informasjon?

Skap sosiale fellesskap

Hvorfor?

Vi er alle sosiale vesener. Muligheten for å dele opplevelser og tid med andre er en belønning i seg selv. Vi vet også at godere av sosial påvirkning avhenger av hvor ikke vi opplever oss de vi sammenligner oss med. Sosial påvirkningsteori har vist at vi blir mer påvirket av grupper som er viktige for oss, som vi blir oss om eller grupper hvor det er stor ombyrdes omhet.

Noe å tenke på!

- Hva kan vi gjøre for å skape et tett sosialt sammenhold i en gruppe?
- Kan vi gi noen ansvaret for å styrke bygge for det sosiale?
- De fleste erde trykkes er sosiale og søker ofte på arrangementer, feirer, leser og andre sosiale hendelser. Kan vi skape rom for slike definerende sosiale møteplasser?

Reduser informasjonsmengden

Hvorfor?

Om folk er å forholde seg til for store mengder med informasjon fører det til uakkommet og passivitet (informasjonsoverbelastning). Å redusere informasjonen vi presenterer kan være en effektiv måte for å få folk til å engasjere seg og ta til seg informasjon.

Noe å tenke på!

- Hvordan kan vi redusere mengden informasjon vi presenterer for brukeren?
- Kan vi fordele informasjonen (brev, brosjør) på hva brukeren trenger det og når?
- Kan vi bruke visuelle hjelpemidler for å omgje informasjonen?

Gi respons

Hvorfor?

Å få tilbakemeldinger på det du gjør oppleves som en belønning. Det hjelper deg å se verdien av det du gjør, sette egne mål og har en motiverende effekt.

Noe å tenke på!

- Hvordan kan vi gi legende tilbakemeldinger om kontekstuelle av handlinger for atferd?
- Hvordan kan vi gjøre det lett for folk å skjære hva de skal gjøre med tilbakemeldingene? Eksempelvis gjennom å bruke tilbakemeldinger som pengeløst, men ikke forslag til hvordan du kan påvirke prosedyren.

Gjør det relaterbart

Hvorfor?

Folk husker og reagerer på emosjonelle historier som fremhever en personlig opplevelse - snarere enn historier som fokuserer på fakta eller tall. Skal du få folk til å forstå noe er det lite viktig med autentisitet, empati og gjerkjenning, som "kaldt" fakta.

Noe å tenke på!

- Vil vi om personer som kan være gode ambassadører for en anngivelse?
- Folk ønsker å høre erfaringer fra andre. Gi vi frem de gode brukerhistoriene?
- Hvilke relevante historier finnes, som vi kan bruke? Trykkes historier på de rette "skjermene"? Kan vi innbydere nye historier?
- Video og bilder er ofte mer effektive enn tekst - kan måttet å skape empati og gjerkjenning.

Vis hva de har å tape

Hvorfor?

Tapsaversion (irritabilitet) er tap verdt å tape enn å vinne (loss avhengende) gevinst. Derfor vil folk bruke mer energi på å unngå å tape noe, enn å oppnå noe av samme verdi. Om et valgbeholdt blir fremtids som et tap blir det mindre attraktivt. Eksempelvis vil et "kredittkortgebyr" være mer effektivt enn en "kontantrabatt" om en ønsker at folk skal benytte kortet.

Noe å tenke på!

- Hvordan kan det å ikke gjøre en handling framstå som et tap?
- Hvordan kan vi synliggjøre et tap brukeren ikke er klar over?
- Om et tap blir trykkes fremtids, blir det attraktivt mindre fyllig. "Kjøp nå betal senere". Hvordan kan vi utsette slagets tap, eller flytte det eller av det frem i tid?

Del det opp

Hvorfor?

Når folk er usikre på hvordan noe skal gjøres, er det viktig å gjøre oppgavene i deler og overkommelige. Det er enkelt å klype seg til mindre og koordinerte oppgaver enn store og uoversiktlige oppgaver.

Noe å tenke på!

- Hvilke deler består den største handlingen av? Kan disse deles opp og spes utføres i mindre og mer overkommelige deler?
- Er det mulig å fremstille større og mer abstrakte gevinster (i en sunn forståelse) som mindre og mer konkrete gevinster (i ikke bli sløvt i trappene)?

Det må være forståelig!

Forsikringsfolk har den nye atferden i tre måneder og hva som er må gjøre? Opplever de det som relevant og viktig? Er budskapet någ. konkret nok i målgruppen du ønsker å nå?

Det må være lett!

Ønsker vi at folk skal gjøre noe nytt, bør vi gjøre det så enkelt som mulig. Ofte er det små og sløke og uoversiktlige barrierer som står i veien for atferd. Vi må gjøre det lett å handle rett!

Det må være ønskelig!

Brukerne må selv ønske å gjøre det. Det er en handling ikke fremtids slik attraktiv i den ikke tilgjengelig. Derfor må vi tilpasse det vi tilbyr så det opprives attraktivt og ønskelig.

Det må være verdifullt!

Vi må tydeliggjøre hva en får tilbake for innsatsen som blir lagt ned. Er det enkelt å se verdien av handlingene? Opplever folk progresjon og utvikling?

Det må bli en vane!

Vi vil jo gjerne at folk skal trives så mye med det de gjør at de fortsetter over tid. Hvordan kan atferden bli en vane, som er mulig å opprettholde over tid?



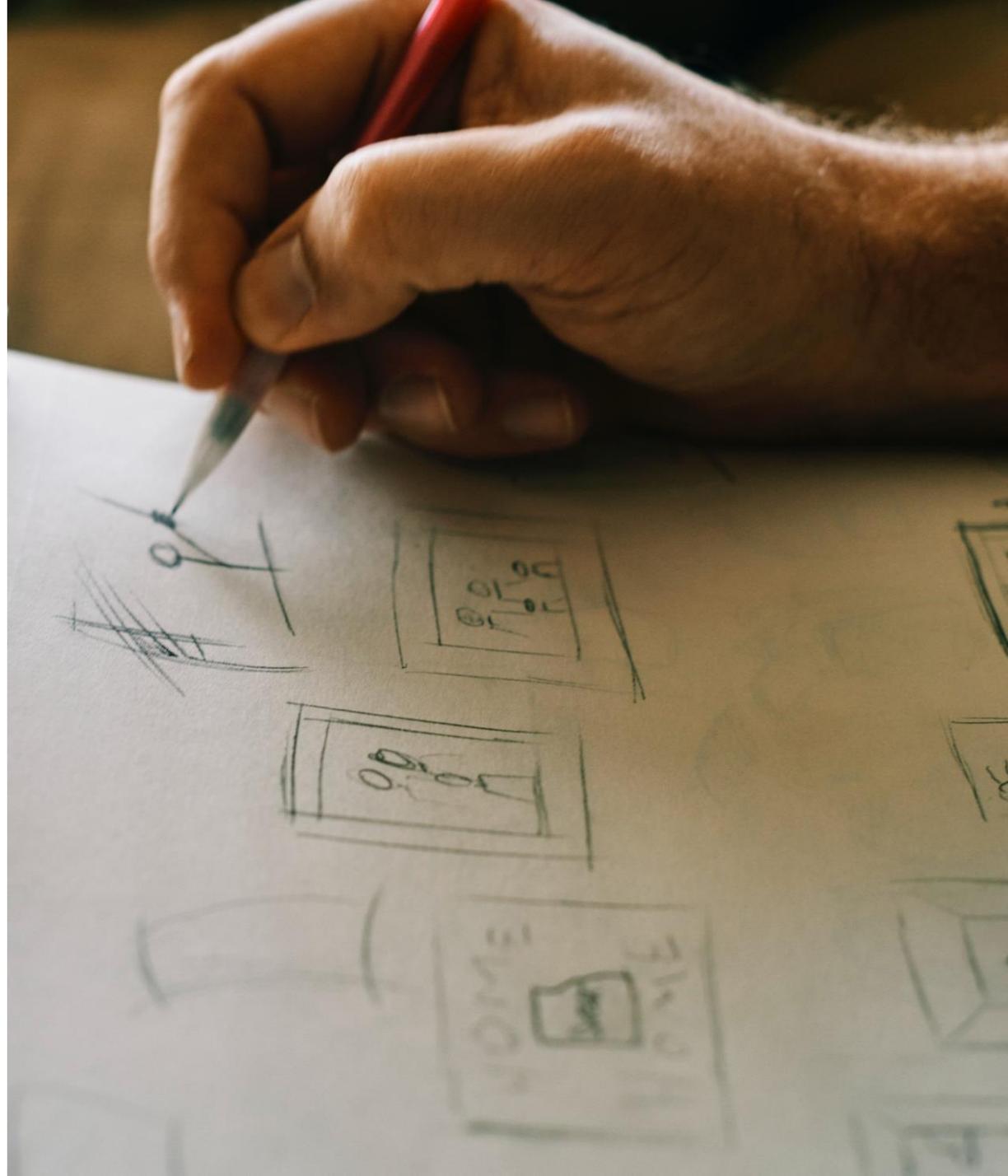
STORYTELLING

Design, metoder og virkemidler

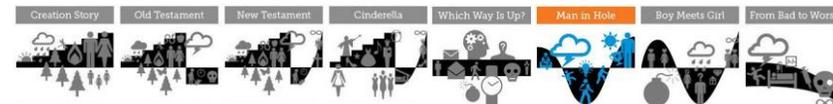
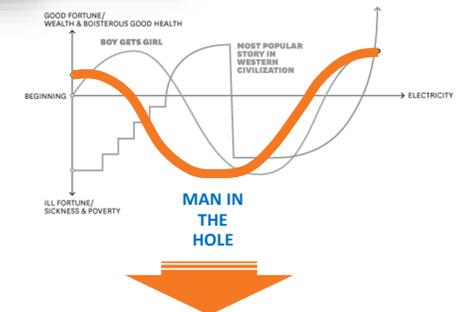
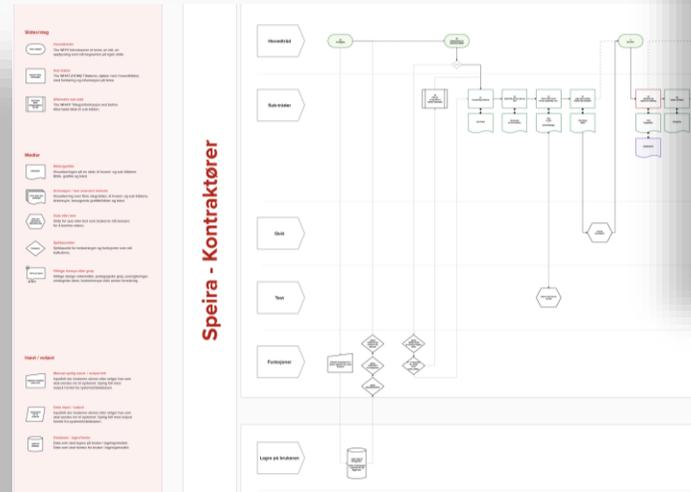
HISTORIEFOTELLING



Skissere opp **Storyboards**



Prioritering av hva som skal designes



STORYTELLING

Karakter design





Når det du lærer blir det du opplever

EN DIGITALISERT VIRKELIGHET

Menneskene hos Speira Holmestrand er sikkerheten.

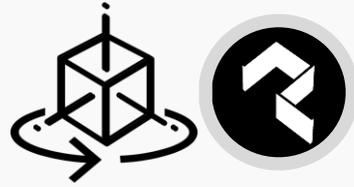
De **etterlever** sikkerheten, fra hver enkelt til kulturen samlet.

De er de beste **frontfigurene** vi kunne hatt. La oss utnytte det.

De som tar kurset, får føle på sammenkoblingen mellom opplæringen og virkeligheten hos Speira.

La oss digitalisere virkeligheten.





Når det du lærer blir det du opplever

EN DIGITALISERT VIRKELIGHET

Menneskene hos Speira Holmestrand er sikkerheten.

De **etterlever** sikkerheten, fra hver enkelt til kulturen samlet.

De er de beste **frontfigurene** vi kunne hatt. La oss utnytte det.

De som tar kurset, får føle på sammenkoblingen mellom opplæringen og virkeligheten hos Speira.

La oss digitalisere virkeligheten.

PROSESSEN

- Turnaround fotografering
- 360 Head (3D-modellering)
- Fotogrammetri (200+ bilder)
- **3D modell justering**



Når **voice design** tydeliggjør kommunikasjon og forenkler konseptet

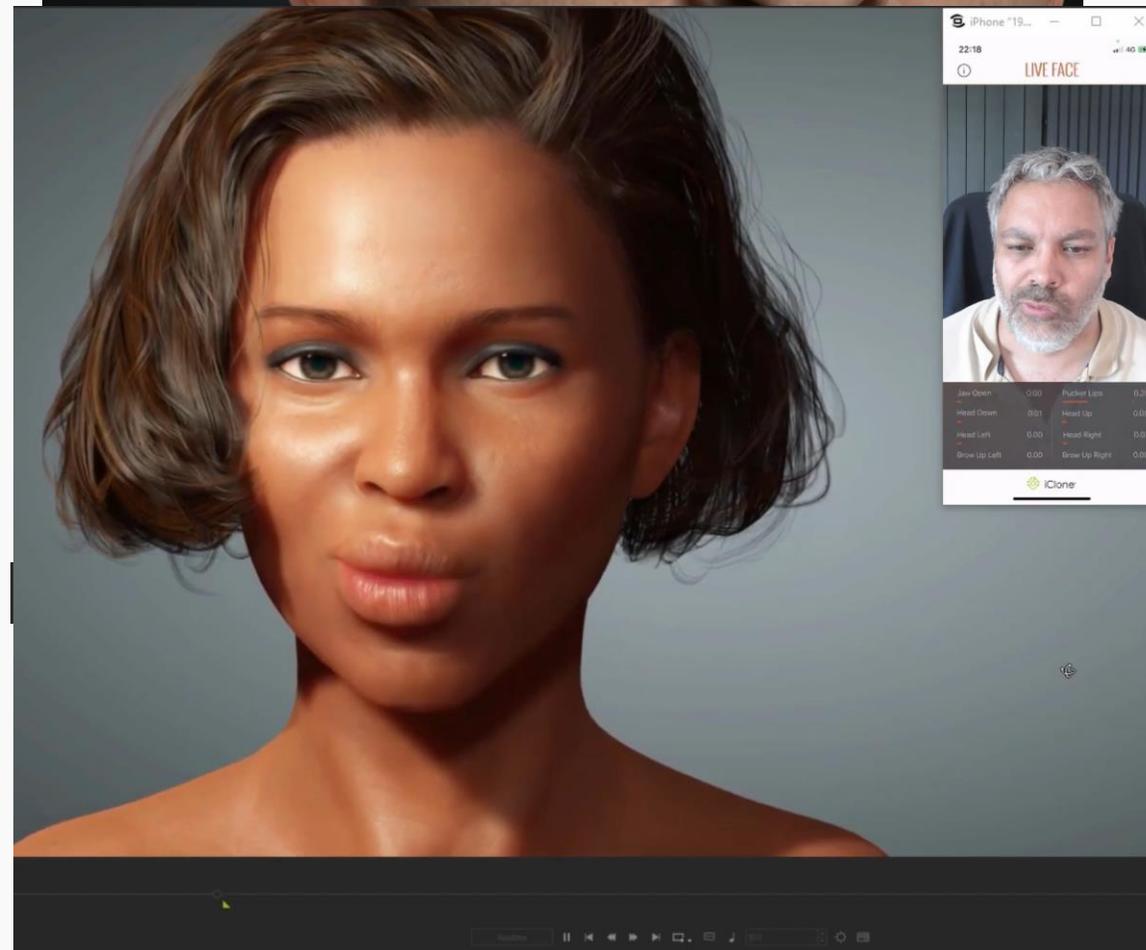
METODER:

- AI talk animasjon
- iTalk: Tekst-til-tale-til-animasjon
- **Mocap face** for følelser og ansiktsanimasjon



LIVE FACE App
iPhone Face Motion Capture

SPEED: NORMAL



Når **animasjon** tydeliggjør kommunikasjonen og forenkler konseptet

METODER:

- AI talk animasjon
- iTalk: Tekst-til-tale-til-animasjon
- Mocap face
for følelser og ansiktsanimasjon
- **Mo-cap body**
uten utstyr, AI motion capture

DEEPMOTION



KARAKTER DESIGN

Hils på sjåføren Joaquin Aerob

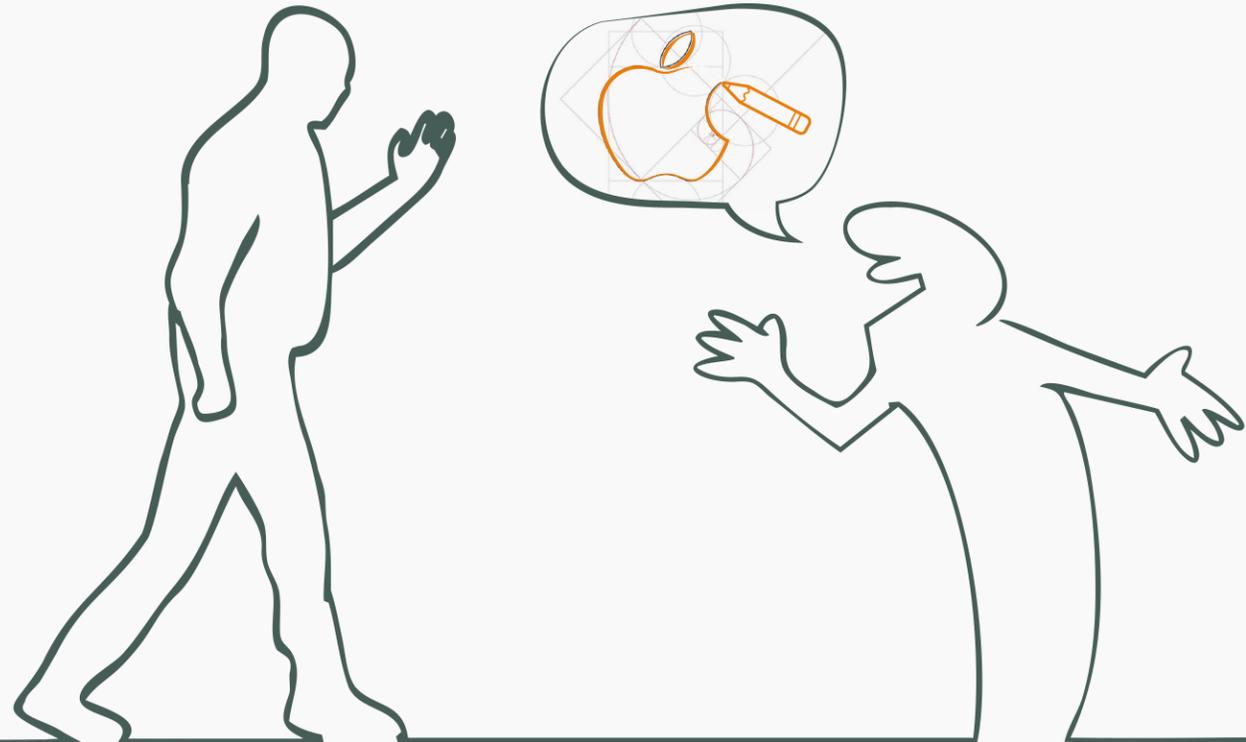


STORYTELLING

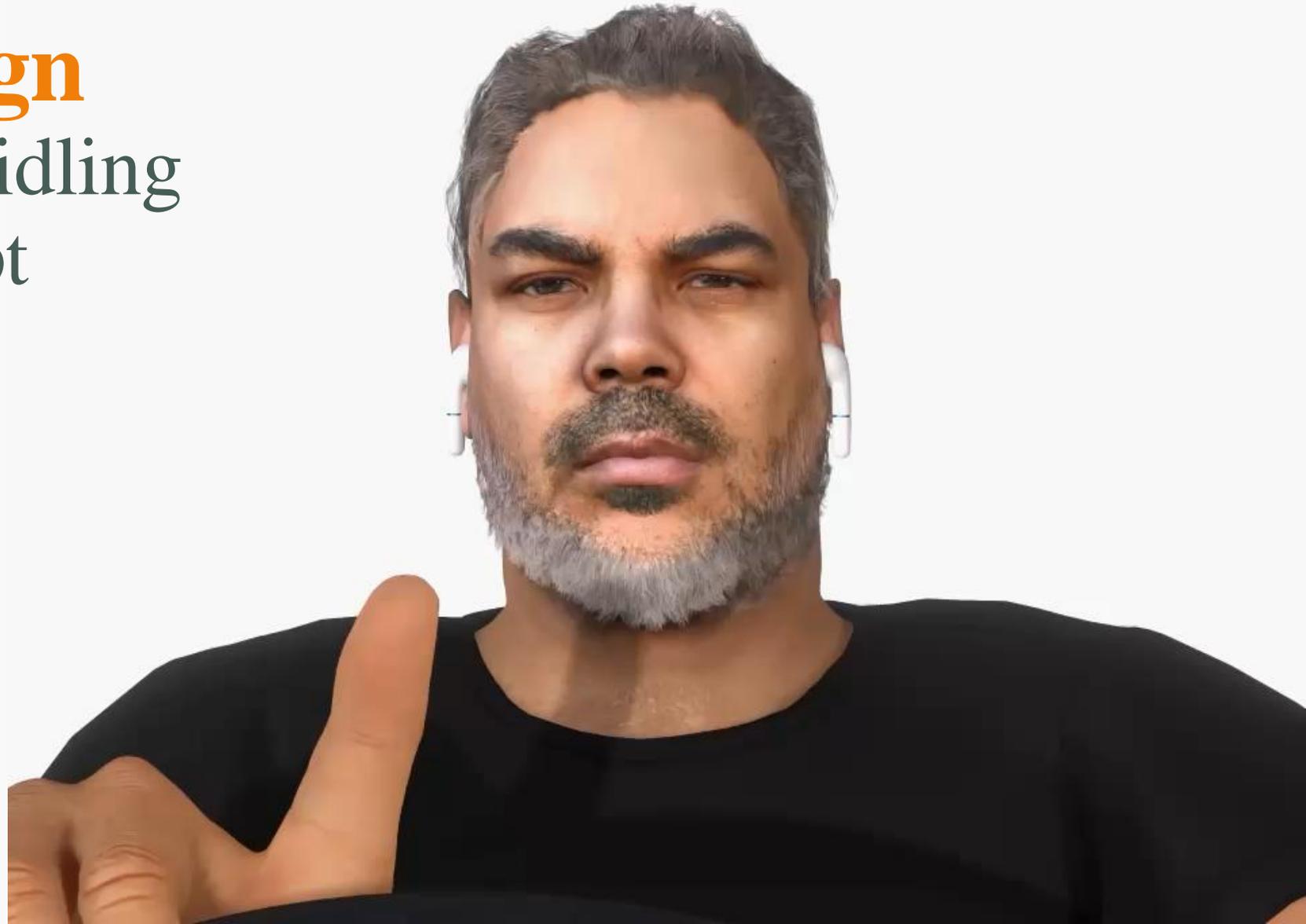
Visuell stil



Når visualisering tydeliggjør formidling forenkler konsept



Når **2.5D design**
tydeliggjør formidling
forenkler konsept





Når ikonografi tydeliggjør tiltak forenkler læring



Alumina	Automation	Bicycle	Boat	Buildings	Bulldozer
Car	Digitalization	Electricity	Household Foil	Fork Lift Truck	HVACR
Innovation	Packaging	Circularity	Strip Rolling	Safetygear	Solar Energy
Urbanization	Windpower	Can	Can Lid	Foil Rolling	Litho
GE	Recycling	Strategic Operations	Supply Chain	Batteries	Foil Coil
Strip Coil	Aluminium Recycling				

THE CRITICAL 7:

LOTO Power Unlock	Falling from Heights
Mobile Equipment	Cranes
Entering Confined Spaces	Liquid Metal
Contractor Management	

LINEART ANIMASJON



Når **ikonografi** tydeliggjør **tiltak** forenkler **læring**



LINEART ANIMASJON

Når **lineart design**
tydeliggjør **tiltak**
forenkler **læring**



STORYTELLING

Musikk, lyd og voiceover

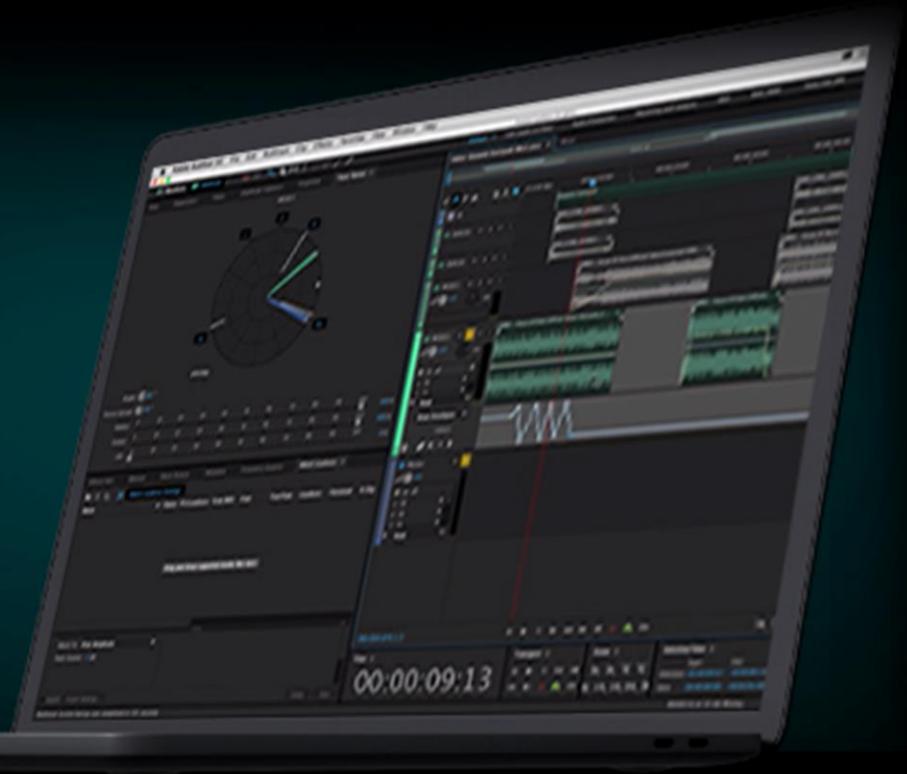


MUSIKK AND LYD DESIGN



Background Soundtrack

- Adobe Express - GenreX Music AI
- Envato Music
- Adobe Audition



LYD OPPTAK



Norwegian voiceover

- Lydopptak av tekst og tale på norsk
- Mannlige og kvinnelige stemmer med “karmøysk” dialekt



AI STEMMER

Digital AI stemme kloning

- **Speechelo**
Stort bibliotek
Engelske stemmer
- **Voice.ai**
Bibliotek for kjente personer
Tale- og lydverktøy
- **Adobe Enhance**
Podcast stemme
Stemmeforsterker
- **Elevenlabs**
Stort bibliotek
Beste stemmegenerator
Kloning av stemmer
Oversettelse og dubbing



REGLER HOS SPEIRA

Blindsoner til truck og annet kjøretøy

Den største årsaken til ulykker er farene rundt blindsonene til trucker og andre kjøretøy. Ha ekstra fokus, bruk ekstra tid, og ta ekstra hensyn til dette.



← TILBAKE

NESTE →

Når **stemme design** tydeliggjør kommunikasjonen og forenkler konseptet

METODER:

- **AI talk animasjon**



STORYTELLING

Tekst & språk

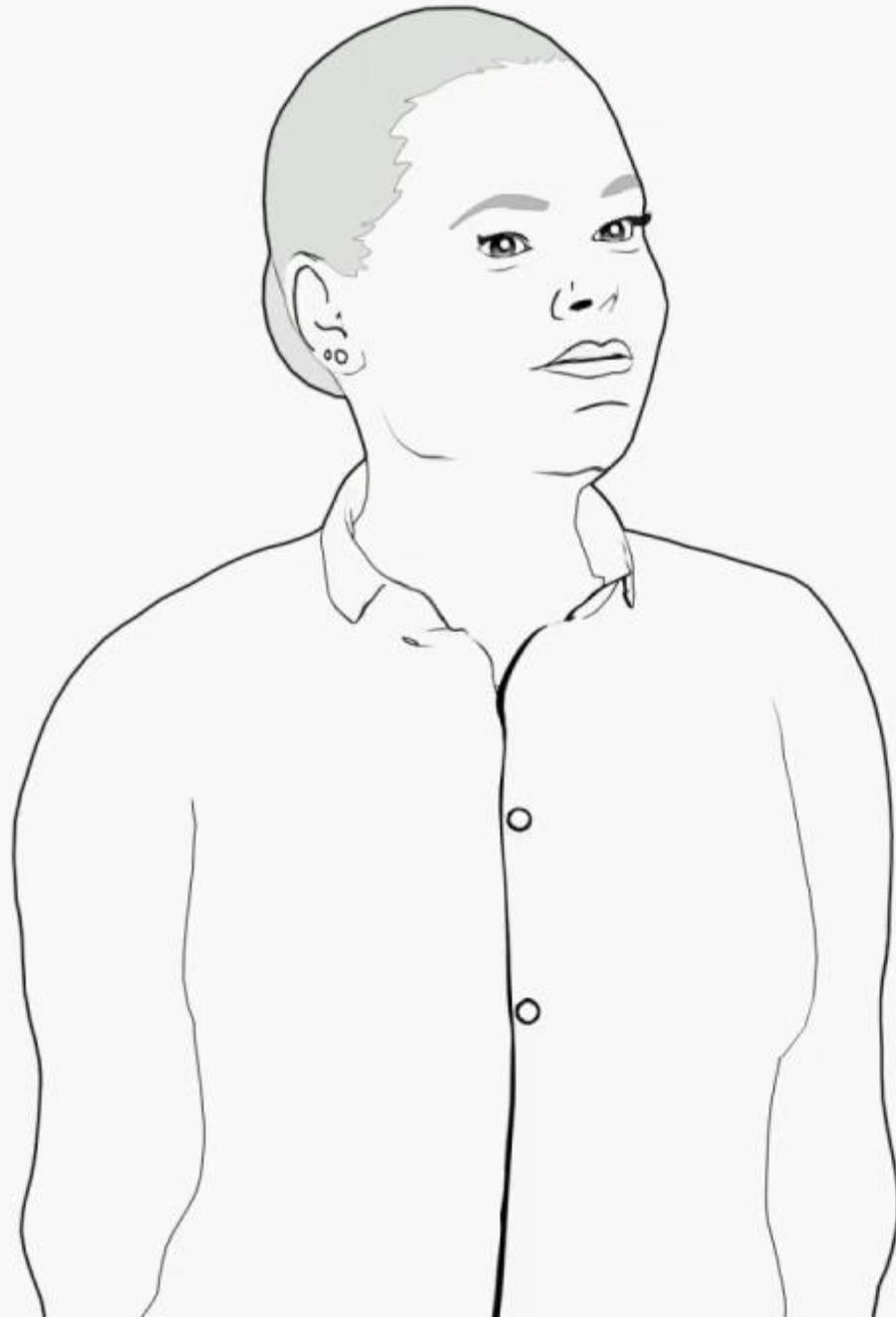


Tekstlig språk overlay

- Kursinnholdet designes i **en naken versjon**
- En **overlay** med tekst, **synkroniseres** med videoen
- Muliggjør integrasjon med Gen AI, for eksempel Chat GPT
- Språket som skal vises, kan erstattes
- Inkluderer engelsk og norsk, i første versjon
- Muliggjør enkel skalering til **alle andre språk** i fremtiden



**Tekst
spark
overlay**



Speira Trailer

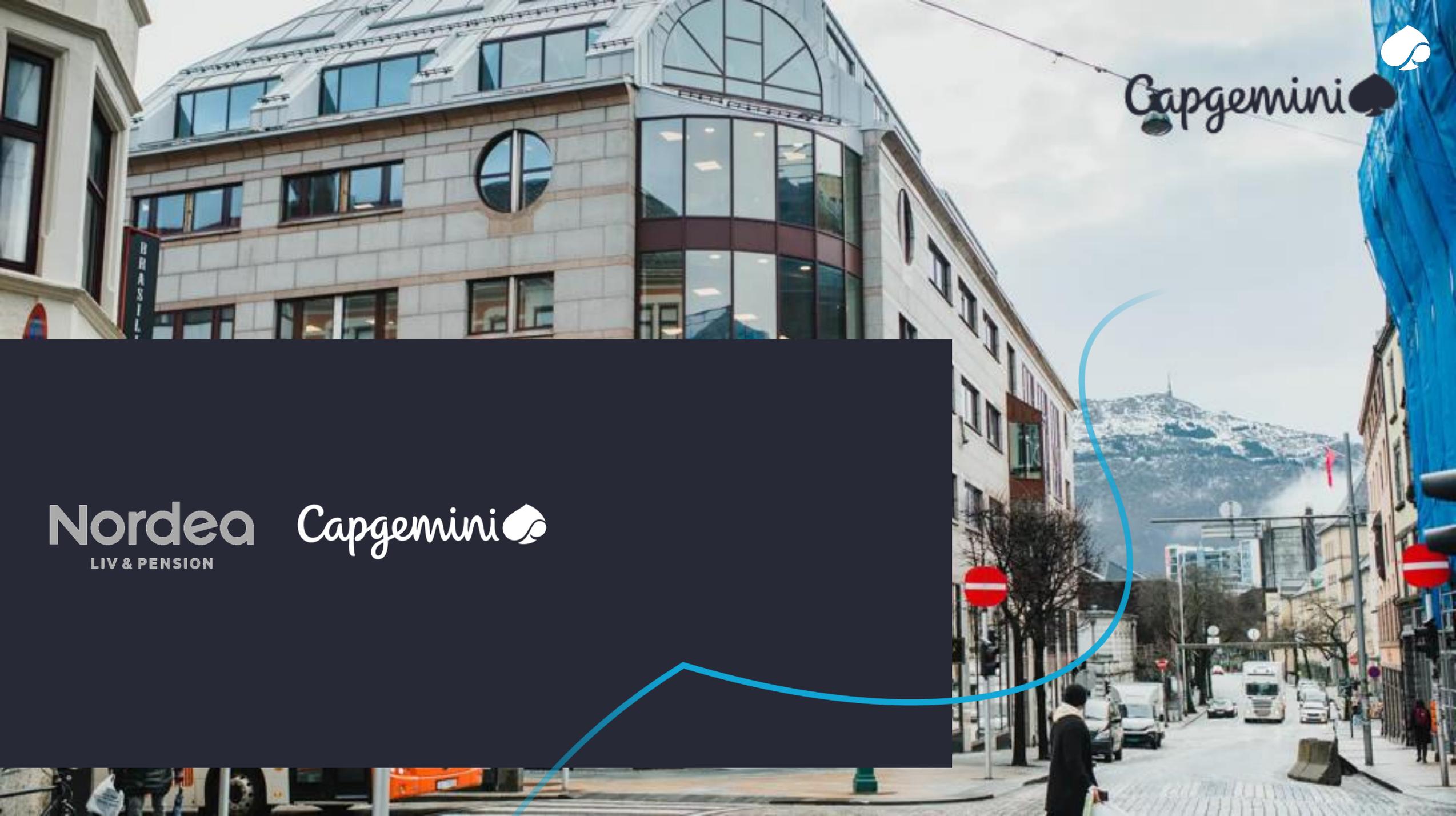
ERFARING AND INNSIKT MED NORDEA LIV



Jørn Torsvik
Chief Technology Officer
Nordea Liv

Nordea
LIV & PENSION





Capgemini

Nordea
LIV & PENSION

Capgemini

Capgemini is the leading player in AI services

FORRESTER WAVE LEADER IN AI

Capgemini





Access the report now

Scan the QR-Code below to download and read the report



Leads to:
<https://www.capgemini.com/se-en/insights/research-library/the-nordic-ai-frontier/#linkToForm>

About Capgemini

Capgemini is a global business and technology transformation partner, helping organizations to accelerate their dual transition to a digital and sustainable world, while creating tangible impact for enterprises and society. It is a responsible and diverse group of 340,000 team members in more than 50 countries. With its strong over 55-year heritage, Capgemini is trusted by its clients to unlock the value of technology to address the entire breadth of their business needs. It delivers end-to-end services and solutions leveraging strengths from strategy and design to engineering, all fueled by its market leading capabilities in AI, cloud and data, combined with its deep industry expertise and partner ecosystem. The Group reported 2023 global revenues of €22.5 billion.

Get the future you want | www.capgemini.com



This presentation contains information that may be privileged or confidential and is the property of the Capgemini Group.

Copyright © 2024 Capgemini. All rights reserved.