

Van grenzeloze ambitie naar actie!

Karl Raats





Karl Raats

Het gros van de technieken in deze waaier zijn gebaseerd op het lateraal denken van Dr. Edward de Bono (www.edwarddebono.com) waarin Karl Raats gecertificeerd trainer is.

Karl Raats traint, begeleidt en spreekt wereldwijd over creativiteit en innovatie.

www.karlraats.com

www.linkedin.com/in/karlraats



DE STARTVRAAG

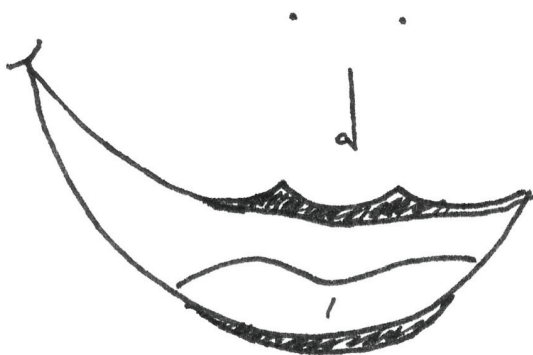
We worden vaak pas creatief wanneer er zich een probleem voordoet: 'product x verkoopt niet, team y is niet gemotiveerd, proces z loopt zo stroef als wat'. Maar het echte probleem is hoe je denkt over je probleem. En dus gaan we slimme startvragen maken.

Tip: Zoek zeker drie verschillende startvragen die je boeien alvorens te beslissen met welke vraag je verder werkt. De startvraag verandert je denken over het probleem/de kans.

1 MONDHOEKVRAAG

'Beter 1 mondhoek in de lucht...'

Waarmee werk je liever? Een probleem dat als een molensteen om je nek hangt? Of een pittige vraag die zowel je denken als je energie meteen een kickstart geeft?



1 MONDHOEKVRAAG

Stap 1: Je begint vaak vanuit een probleem.

Voorbeeld 'Er komen te weinig klanten in de winkel'

Stap 2: Vertaal je probleem naar een vraag.

- 'Hoe kunnen we...'
- 'Op welke manieren...'
- 'Zou het niet fantastisch zijn...'

Voorbeeld 'Hoe kunnen we 100 klanten over de vloer krijgen voor de lunch?'

Stap 3: Maak je vraag ambitieuzer dan de realist in je normaal zou toelaten.

Voorbeeld 'Op welke manieren krijgen we zeker 500 klanten zingend en dansend voor de winkel, 2 uur voor openingstijd?'



DE STARTVRAAG

[2] ANDERE DOELFOCUS

Je hebt per definitie beperkte tijd en middelen om in te zetten op je startvraag. En dus is het slim om je af te vragen: 'Is mijn vraag de vraag wel?'. Trek daarom je startvraag in twijfel 'Waarom wil je dit?' en 'Wat houdt ons tegen?'.



2 ANDERE DOELFOCUS

Voorbeeld 'Hoe kunnen we de tevredenheid van onze klanten garanderen?' 'Waarom wil je de tevredenheid van je klanten garanderen?'

Antwoord 1 'Om de kans op positieve mond-tot-mond reclame te vergroten'.

Antwoord 2 'Om onze niet-goed-geld-terug garantie betaalbaar te houden'.

Antwoord 3 'Om er zeker van te zijn dat ze de volgende aankoop niet bij de concurrentie doen'.

Gebruik die antwoorden om nieuwe startvragen te maken. Dus bijvoorbeeld:

Nieuwe startvraag 1 'Op welke manieren kunnen we mond-tot-mond reclame aanmoedigen?'

Nieuwe startvraag 2 'Hoe kunnen we ervoor zorgen dat onze niet-goed-geld-terug garantie het bedrijf geen euro kost?'

Nieuwe startvraag 3 'Zou het niet fantastisch zijn mochten onze klanten weigeren ooit nog een voet binnen te zetten bij de concurrentie?'

Wat houdt ons tegen om de tevredenheid van onze klanten te garanderen? Vind drie antwoorden en creëer daaruit weer drie nieuwe startvragen.

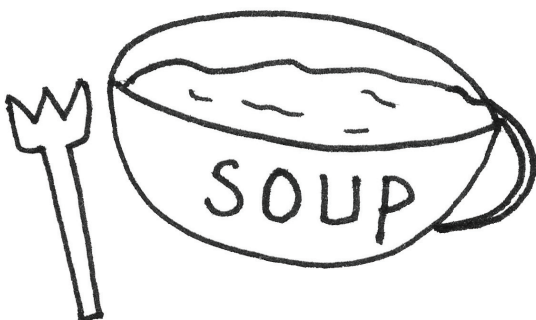


DE STARTVRAAG

3 UITDAGEN

'Waar je van uitgaat, gaat eruit!'

Wil je het status quo uitdagen? Ga op zoek naar wat vanzelfsprekend is en daag het uit. Dat kan onder andere door 'ontsnappen' en 'de omkering'.



3 UITDAGEN

Zo is het vanzelfsprekend dat restaurants eten serveren, een bibliotheek haar boeken uitleent en een fiets rubberen banden heeft.

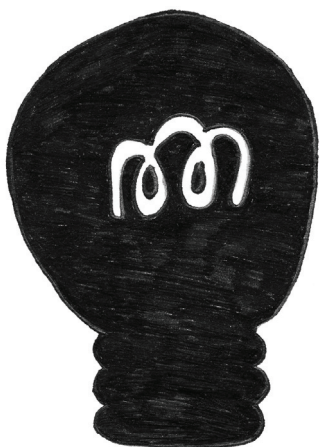
Ontsnappen

- 'Bedenk een restaurant dat geen eten serveert'.
- 'Bedenk een bibliotheek die geen eigen boeken uitleent'.
- 'Bedenk een fiets die geen rubberen banden heeft'.

Het is ook vanzelfsprekend dat de klacht bij de helpdesk terechtkomt, de advertentie de aandacht op de korting trekt en het bouwen langer duurt bij slecht weer.

Omkering

- 'Bedenk een helpdesk die bij de klacht terechtkomt'.
- 'Bedenk een korting die de aandacht op de advertentie trekt'.
- 'Bedenk een bouwmethode die sneller klaar is bij slecht weer'.



IDEEËN GENEREREN

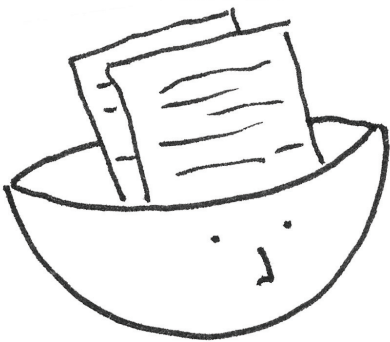
Hoe kom je nu snel tot nieuwe ideeën? Let op, nog geen oplossingen, dat is pas voor een volgende stap. Eerst gaan we voor de ideeën, de opstapjes, de bouwsteentjes en de zijsprongen. Maar hoe krijg je die ideeën stroom op gang?

Tip: Oordeel niet positief of negatief over ideeën. Ideeën zijn ideeën, punt. Door te spelen met ideeën zonder met de aanvaarding ervan bezig te zijn, krijgt de doorbraak die je zoekt de kans zich te openbaren.

4 PURGE

'Giet je hoofd leeg op papier'

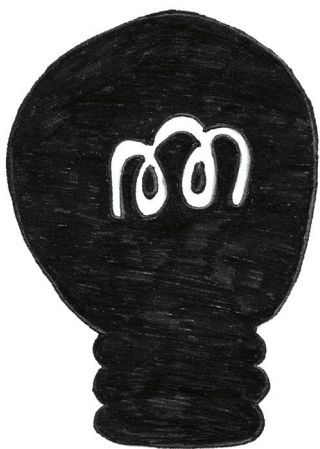
Vraag in een doorsnee groep of 'er iemand ideeën heeft' en de oogst is in 99% van de gevallen ronduit triest. Vraag aan iedereen om zijn ideeën op te schrijven en te delen en je staat verrast van de hoeveelheid en diversiteit aan invallen.



4 PURGE!

1. Kies je startvraag.
2. Iedereen schrijft zijn eigen ideeën op in zijn eigen tempo, woorden of beelden.
3. Iedereen deelt zijn ideeën zonder ze te evalueren.

Je zult merken dat het aantal ideeën enorm is in vergelijking met een rondje hardop discussiëren bij het eerste idee dat op tafel komt. 'Purge' laat iedereen toe - los van hiërarchie, ervaring, snelheid, welbespraaktheid of wat dan ook - om ideeën te formuleren en te delen.

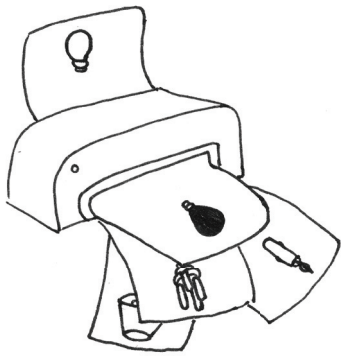


IDEEËN GENEREREN

5 CONCEPTDRIEHOEK

'Hoe hetzelfde bereiken door het anders te doen'

Je hoeft geen creatieveling te zijn om snel met meerdere ideeën te komen. Door heel logisch je denkpad te bekijken, kan je ieder idee zo vermenigvuldigen.



5 CONCEPTDRIEHOEK

Eén idee is alles wat je nodig hebt om helemaal los te gaan.

1. Zoek een doel en genereer een eerste idee.
2. Heb je je idee, benoem dan de gedachtegang of het concept achter dat idee.
3. Heb je het concept achter dit idee, zoek dan alternatieven die hetzelfde concept dienen.

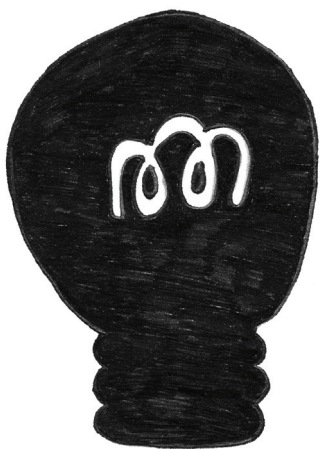
Dus

1. **Doel** 'We willen medewerkers stimuleren om 10 kansen te benoemen per jaar.'
2. **Eerste idee** 'We houden maandelijks een team meeting omtrent nieuwe kansen.'
3. **Concept** 'Dit idee wil regelmaat inbouwen in het stimuleren om tot 10 kansen per medewerker te komen.' - 'Welke alternatieve ideeën leiden ook tot 'regelmaat inbouwen?'.'

Alternatief 1 Door een aparte rubriek te voorzien in de interne nieuwsbrief.

Alternatief 2 Door twee borden op de gang te hangen; 1 met nieuw geselecteerde kansen en 1 met uitgevoerde/afgeronde kansen.

Alternatief 3 Een medewerker die een kans heeft benoemd, wijst een andere collega aan die een week later zelf een kans kenbaar maakt.

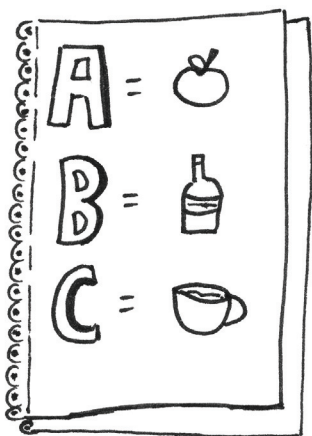


IDEEËN GENEREREN

6 ABC-METHODE

'26 ideeën zo voor het grijpen'

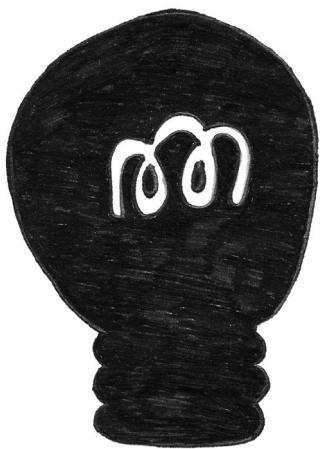
Al wat je brein soms nodig heeft is de eerste letter van iets wat je wil herinneren: de naam van die acteur, de plaats waar je op vakantie ging... Gek genoeg werkt dat ook voor dingen die je nog niet weet: schitterende ideeën!



6 ABC-METHODE

1. Kies je startvraag.
2. Maak een lijstje met de letters van het alfabet.
3. Vul bij iedere letter een idee in, beginnend met die letter.
4. Ben je helemaal klaar?
Waarom geen tweede rondje?

Het maakt op zich niet uit met welke letter je begint. Heb je eerst een idee met een 'f', dan is dat prima. Ideeën laten zich niet in volgorde dwingen wanneer ze zich aandienen. Ga ook voor de 'x' en de 'y'. Let alleen goed op de concreetheid van je ideeën (zie 8: Kreet - Concreet).

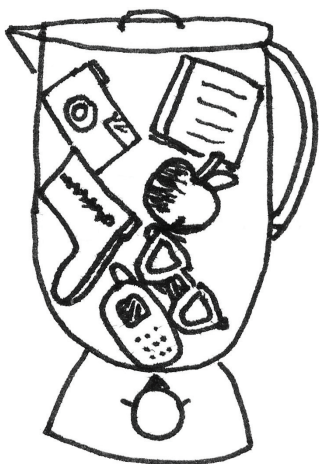


IDEEËN GENEREREN

7 KENMERKENMATRIX

'Vind je niks? Maak een mix!'

Wat een gedoe soms, dat out-of-the-box denken. Alsof er niks in-the-box zou kunnen zitten. Daar zit wel degelijk héél veel in. Het is alleen een kwestie van al dat lekkers zichtbaar te maken.



7 KENMERKEN MATRIX

Door wat je al hebt op een heel andere manier te bekijken, springen de mogelijkheden en ideeën als paddenstoelen uit de grond.

1. Zet twee jou bekende voorwerpen, producten of diensten tegenover elkaar in een matrix.
2. Plaats 5 onderdelen of aspecten van je gekozen onderwerp op hun respectievelijke as.
3. Ga combineren en ontdek verbetering op bestaande zaken en zelfs geheel nieuwe producten, diensten en processen.

Je kunt dit doen met bekende elementen uit je werkomgeving, maar je kunt er net zo goed een onverwacht voorwerp bij nemen. Juist in de onverwachte match tussen voordien niet-gerelateerde elementen ligt de innovatie te wachten.



OPLOSSINGEN KNEDEN

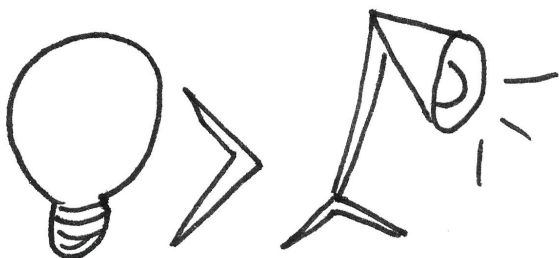
Als het stellen van een sterke startvraag al pittig is, dan is het genereren van ideeën, terwijl je je kritische reflexen onder controle houdt, dat al helemaal. Maar nu je zover bent, is het kwestie je ideeën die kans te geven die ze verdienen om het tot echte oplossingen te schoppen.

Tip: Je kunt tegen een idee zijn en toch beslissen mee te denken over de oplossing die er zich in schuil houdt. Niet eenvoudig, maar wel heel productief.

8 KREET - CONCREET

'Maakt het tastbaar'

Ze zijn heel schalks, die hele abstracte, vage ideeën waarover we het allemaal eens zijn, maar waarvan niemand weet wat ze precies betekenen. Die ideeën, die kreten zeg maar, worden pas echt bruikbaar wanneer we ze concreet maken.



8 KREET - CONCREET

Bij ieder idee loont het de moeite om je de volgende hulpvraag te stellen: 'Als dit idee morgenvroeg in mijn agenda staat om 10.00 uur, weet ik dan wat ik ga doen?'. Is het antwoord 'nee', dan moet je kreet concreter worden.

Idee 'We gaan beter communiceren met onze klanten!'

Hulpvraag 'Als dit idee morgenvroeg zo in mijn agenda staat om 10.00 uur, weet ik dan wat ik ga doen?'

Antwoord 'Euh...nou, nee'

Maak van je Kreet een Concreet.

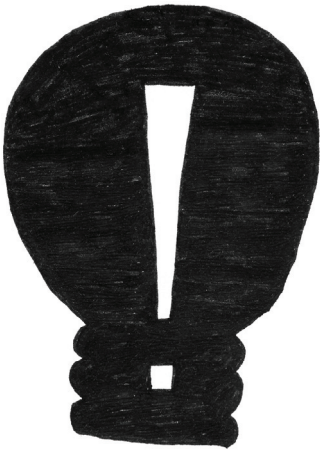
Hoe zou jij dat dan doen?

Concreet 1 Ik zou de font-grootte van de folder iets groter maken.

Concreet 2 Ik zou iedere klant één enkele contactpersoon toewijzen binnen ons bedrijf.

Concreet 3 Ik zou mijn Engels wat bijspijkeren.

En hup, je Kreet is een Concreet geworden. Trouwens, eens je je Concreet hebt, waarom hem niet gebruiken als beginpunt van een Conceptdriehoek?



OPLOSSINGEN KNEDENT

9 DOOR DE OGEN VAN
EEN ANDER

'Maakt het sterker'

Kijk eens naar de voordelen van het idee. Hoe zou je die sterker maken? Een middel om dat te doen, is om de voordelen te benoemen door de ogen van andere betrokkenen en om daarop in te zetten.



9 DOOR DE OGEN VAN EEN ANDER

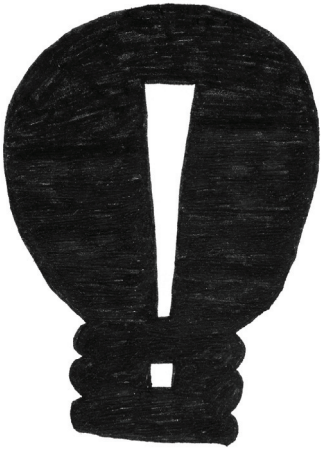
1. Wie zijn de betrokkenen?
2. Welke voordelen zien zij of hopen zij terug te vinden in dit idee?
3. Verrijk het idee door concrete acties te benoemen op basis van punt twee!

Idee Een avondje uit met het team

Betrokkene 1 de teamleider: wil dat het team plezier beleeft > iedereen krijgt een leuke oorkonde met een memorabele uitspraak, grappige anekdote.

Betrokkene 2 het teamlid: wil erkenning voor zijn/haar inzet > de CEO komt langs en benoemt publiekelijk iets concreet waarvoor hij/zij ieder individueel lid dankbaar is.

Betrokkene 3 het thuisfront: wil waardering voor de flexibiliteit die ook zij tonen > het bedrijf nodigt niet alleen de partner mee uit, maar regelt ook babysit voor die dat wenst.

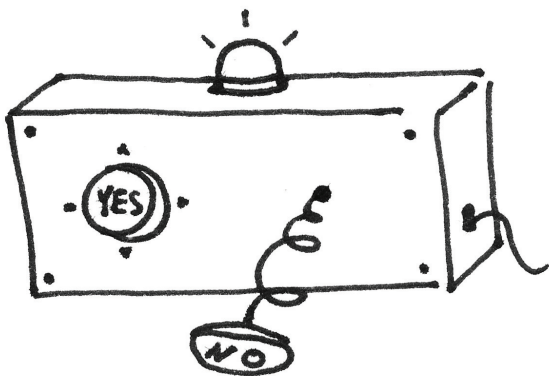


OPLOSSINGEN KNEDEN

10 JA EN - JA INDIEN -
NEE TENZIJ

'Maakt het onweerstaanbaar'

Een idee sterft vaak een vroegtijdige dood omwille van alle ja-maren. Om een idee tot wasdom te krijgen, is de ja-maar lang niet altijd het effectiefste middel.



10 JA EN - JA INDIEN - NEE TENZIJS

Daarom. Ga 2 minuten in de 'Ja en'. Benoem daarbij al het onbenutte potentieel van een idee.

Wat maakt dit idee nog allemaal mogelijk?

Ga vervolgens 2 minuten in de 'Ja indien'. Met andere woorden, ga het idee uitvoeren. Benoem alle praktische stappen die je zou nemen om het tot succesvolle uitvoering te krijgen.

Als laatste stap ga je 2 minuten in de 'Nee tenzij'. Je somt alle valkuilen op, niet om het idee te begraven, maar juist om het een eerlijke kans te geven.

3 x 2 minuten lang is er geen 'ja maar' waardoor het idee de kans krijgt een oplossing te worden waaraan je zo wilt beginnen.

1 MONDHOEKVRAAG

De formulering van je probleem is vaak het probleem. Daarom helpt een herformulering je om je denken te herdenken. We maken daarbij gebruik van meer ambitie, maar ook synoniemen of wisseling tussen onderwerp en lijdend voorwerp.

2 ANDERE DOELFOCUS

Neem je huidige uitgangspunt en ontdek er slimme deelvragen in. De twee hulpvragen die je daarbij gebruikt zijn: 'Waarom wil je dit opgelost zien?' en, 'Wat houdt je tegen?'. De antwoorden op deze hulpvragen zijn de basis van nieuwe startvragen.

3 UITDAGEN

Neem wat vanzelfsprekend is niet als vanzelfsprekend. Benoem het en daag het status quo uit. In de aannames over werken, produceren, overleggen, uitvoeren, de tijd besteden, besparen, samenwerken, etc. zit een schat aan nieuwe ideeën verborgen.

4 PURGE

Inzetbaar tijdens elke bijeenkomst waar ieders ideeën op tafel moeten komen. Iedereen zwijgt en schrijft de ideeën op die hij/zij sowieso al had, alvorens ze te delen. De rest neemt akte van die ideeën en velt er verder geen oordeel over.

5 CONCEPTDRIEHOEK

Ieder idee is slechts een manier om het uiteindelijke einddoel te bereiken. Meer nog, in ieder idee schuilt een achterliggende gedachte of concept. Benoem het concept en bedenk alternatieve manieren om diezelfde achterliggende gedachte te dienen.

6 ABC-METHODE

Kinderlijk en zelfs ergerlijk eenvoudig, maar het werkt wel. Je neemt je startvraag en vervolgens schrijf je het alfabet op. Formuleer nu 26 verschillende ideeën die ieder met een letter van het alfabet beginnen.

7 KENMERKENMATRIX

Je haalt twee bestaande producten, processen of diensten uit elkaar en zet hun onderdelen tegenover elkaar in een matrix. Uit de onderlinge combinaties haal je verbeteringen of totale vernieuwingen.

8 KREET - CONCREET

We identificeren alle abstracte, vage en te algemene begrippen in onze lijst met ideeën en maken ze concreet en tastbaar. De hulpvraag die we daarbij stellen is: 'Als dit in mijn agenda staat morgenochtend om 10.00 uur, hoe zou ik dat dan gaan doen?'

9 DOOR DE OGEN VAN EEN ANDER

Het is onmogelijk om bewust je eigen manier van denken uit te schakelen. Des te waardevoller is de blik van anderen om je oplossing te versterken. Benoem de betrokken partijen en kijk door hun ogen om je oplossing te versterken.

10 JA EN - JA INDIEN - NEE TENZIJ

Om een oplossing te verkrijgen is het handig om de 'Ja, maar' buitenspel te zetten. Deze drie op een rijtje toepassen, is een krachtige manier om snel en erg bruikbare feedback te genereren.

Deel je inspiratie, kennis en ervaring
ook met andere ondernemers op
www.ondernemerssupport.nl

