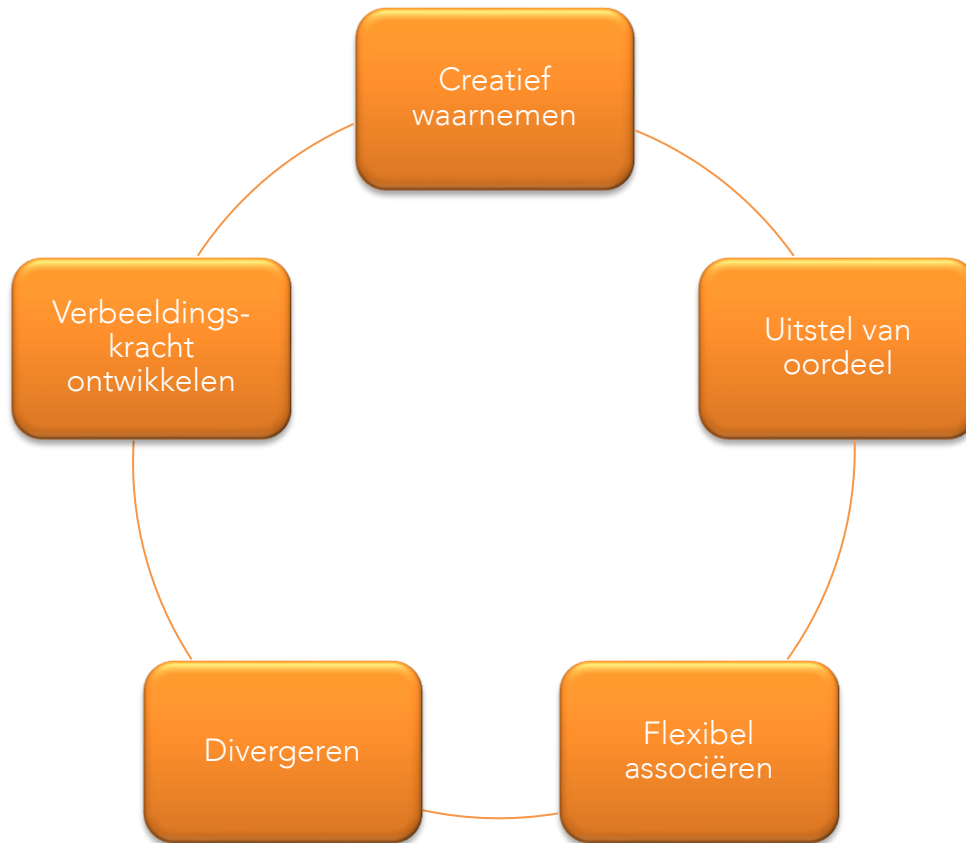


Technieken Creativiteit

Basisvaardigheden voor creativiteit



De vijf bovenstaande skills heb je nodig als je op een regelmatige manier je creativiteit wil aanspreken. Laat ons even overlopen:

1 Creatief waarnemen

Leer op een andere manier naar de wereld om je heen kijken. Zo kan een stoel een stoel zijn, maar evengoed een tafel want je kan er iets op zetten. Soms is het ook een ladder, want je kan erop klimmen. En toen je klein was en je zat onder de stoel, was het je kamp. Interpreteer wat je ziet (of hoort of voelt) op meer dan één manier en je zet al een grote stap.

2 Uitstel van oordeel

Als je oordeelt over iets stop je met exploratief denken. Het is dan zo en er komt niets nieuws meer. Probeer dat oordeel dus uit te stellen en leer een probleem vanuit zoveel mogelijk standpunten bekijken. Voorbeeld: schrijf eens vijf vooroordelen op die Christenen hebben over Moslims. En schrijf

Member of the Cameleon Group

Cameleon creëerde deze inhoud met veel passie. Deel gerust met onze groeten!

dan eens vijf vooroordelen op die Moslims hebben over Christenen. Of neem je favoriete voorwerp in de kamer en schrijf er eens vijf nadelen van op. Prima oefening om aan productontwikkeling te doen!

6 Flexibel associëren

Bij associatie roept het ene woord het andere op, zeker niet altijd met een logisch verband. Dit is precies wat je nodig hebt voor een goeie brainstorm. Net zoals een atleet zich opwarmt en zijn spieren losser maakt, doet men voor de brainstorm vaak associatieoefeningen om je brein los te maken. Er zijn verschillende sub-technieken:

- gewoon associëren, maar steeds sneller en méér
- kantelen: onderweg van context veranderen, vb. fruit – appel – New York)
- terugkoppel-associatie: vb. begin met Japan en eindig met paddenstoel
- verbinden: wat hebben een zonnebloem en een spiegelei gemeen?

Een typische oefening is bijvoorbeeld: noem de eerste vijf merken die je te binnenvallen. Welke associaties heb je met elk merk?

Associëren lijkt voor sommigen in het begin erg lastig, maar je zal merken dat je daar met oefening beter in wordt.

6 Divergeren

Durven verder denken en doordenken. Vaak stoppen we met het meest voor de hand liggende antwoord en zijn we tevreden daarmee. De rijkdom zit juist in het antwoord op de vraag: "Ja, en wat nog?" Vb: welke letter hoort niet thuis in het rijtje en waarom: **A E I F U** ?

6 Verbeeldingskracht ontwikkelen

Het sleutelwoord hierin is "**beeld**". Beelden zijn heel krachtig, roepen veel op en blijven ons lang bij. Probeer je bij alles wat je bedenkt iets visueel voor te stellen. Zie het voor je gebeuren. Niet enkel "zien", ook de andere zintuigen mogen aan bod komen. Probeer het zelf maar: denk aan je favoriete film en er komt je gegarandeerd een beeld voor ogen. Als je focust op dit beeld, ga je er op den duur alle details van zien. Vanuit dit sterke beeld ga je dan ook nog vlotter associaties kunnen maken.

Member of the Cameleon Group

Brainstormen doe je niet zomaar

Een brainstorm is een proces in een aantal fasen, met een aantal duidelijke spelregels (uitstel van oordeel is cruciaal) en met een toolbox vol creatieve technieken. Wil je een brainstorm begeleiden, is het best dat je die goed beheerst en laat toepassen door de deelnemers.

Als deelnemers heb je best een mix van specialisten, generalisten en "wilde ganzen". Die laatste categorie zijn deelnemers die het onderwerp niet of zeer oppervlakkig kennen. Vaak zijn het net zij die met de meest creatieve, out-of-the-box ideeën komen.

Vragen voor de Brainstorm

Voelen, denken en willen:

- Hoe voelen we ons tegenover het onderwerp, en wat doen we daarmee?
- Wat denken we over het onderwerp, weten we er genoeg van af?
- Weten we wat we willen en willen we dat echt wel?

Hoe formuleren we de startvraag? Die moet helder, duidelijk en tegelijk attractief zijn. Vergelijk maar:

- Hoe kunnen we de klantentevredenheid verhogen?
Of
- Hoe kunnen we ervoor zorgen dat klanten ons een lead doorgeven die we met hun groeten mogen bellen?

De divergerende fase

Dit is de fase waarin er zoveel mogelijk ideeën gegenereerd worden. Ieder idee is valabel, ook als het voortbouwt op een ander idee.

Ook hier zijn weer een massa technieken die je kan gebruiken. Associatie komt natuurlijk al goed van pas hier, maar ook:

- Vooronderstellingen zoeken over het onderwerp. En die dan ontcrachten!
- Analogieën zoeken tussen het onderwerp en een "analogon". Daar kies je dan een voorwerp voor dat erg ver afstaat van het onderwerp. Dat is zoals

Member of the Cameleon Group



Cameleon creëerde deze inhoud met veel passie. Deel gerust met onze groeten!

een (olifant, Chinees, op de Noordpool, een schroevendraaier, ...). Zoek overeenkomsten en verschillen.

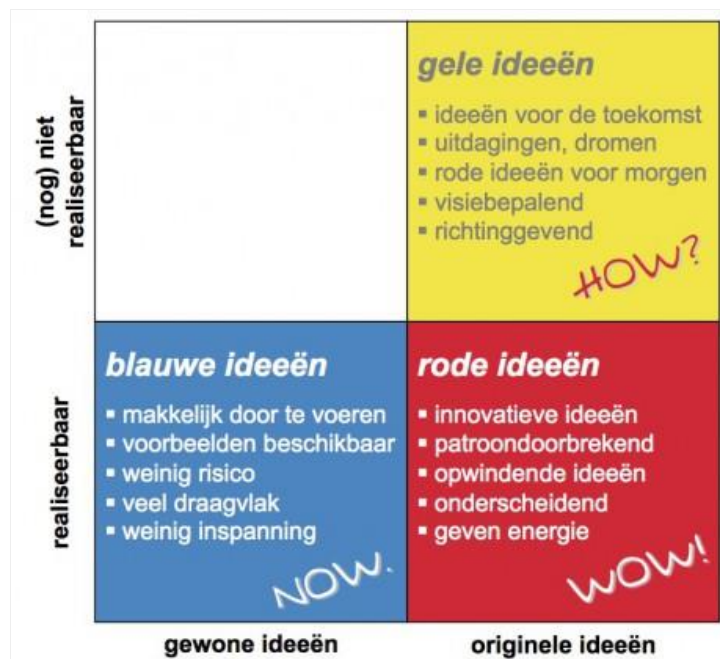
- 6 Wat zou je favoriete superheld doen?
- 6 Moest ikzelf het onderwerp zijn, ik zou ...
- 6 De toevalstreffer: kies een willekeurig woord in een boek of magazine. Associeer vanuit dat woord terug naar je onderwerp.

De convergerende fase

Als we zoveel mogelijk ideeën hebben bijeengebracht, gaan we terug over naar het "serieuze" gedeelte van de opdracht: hoe gaan we nu kiezen uit de massa van mogelijkheden? Maar ook hier bestaan technieken die je daarbij kunnen ondersteunen.

Een bekende valkuil in deze fase is de creadox, de paradox van de creativiteit. Nadat we zoveel nieuwe ideeën hebben gevonden, worden we wat bang en krabbelen we terug naar het oude vertrouwde idee en verandert er bijna niets.

Een goede keuzemethodiek is de How-Now-Wow matrix, waarin de meest populaire ideeën kan indelen:



Conclusie is dan dat de blauwe ideeën quick-wins zijn die je meteen kunt doen. De rode zijn de moeite waard, maken het verschil en gaan we meteen aanpakken. De gele zijn interessant maar niet meteen haalbaar; maar ze gaan wel in de planning!

Member of the Cameleon Group

Na de keuze

Is de aanpak gekozen? Dan kunnen we bijna met de implementatie starten, maar dan moeten we eerst ons idee nog verkocht en aanvaard krijgen. Dat zal vlotter en verlopen als we vooraf het idee ontwikkelen en activeren.

Ontwikkelen doe je door:

- 1 het idee verder vorm te geven. Wat nu een slogan is, moet een betaversie worden. Het idee moet al tastbaar worden en concreter, anders is het veel te gevoelig voor kritiek. Je kan hier werken met ideeënformulieren, je kan een moodboard maken, je idee toetsen bij anderen, ...
- 2 het idee te verrijken. Hiermee maken we het idee verkoopbaarder, aantrekkelijker. Ook hier zijn weer technieken voor. Probeer er alle zintuigen bij te betrekken en maak er een hele beleving van. Of gebruik "schaven":

S	Substitueren
C	Combineren
H	Herschikken
A	Aanpassen
V	Vergroten/verkleinen
E	Elimineren
N	Nieuw nut geven

Activeren doe je door een MBA:

- 1 Motiveren: bouw je motivatie op om het idee te lanceren, zorg dat je veel "goesting" hebt.
- 2 Buitenwereld: bereid je voor op wat de buitenwereld zal zeggen. Zo kan je op eventuele bezwaren al anticiperen.
- 3 Actieplan: werk de stappen uit die er nu moeten gezet worden. Hoe helderder het pad, hoe duidelijker de vooruitgang.

Je bent nu helemaal klaar om je volop in de creativiteit te gooien. Veel succes!

Visie Creativiteit

Ons verstand is soms onze grootste vijand. Ons denkend brein houdt namelijk maar al te graag van routine. Heel je leven lang is het gewoon bezig patronen aan te leren en die patronen op te slagen voor toekomstig gebruik.

Dat is natuurlijk handig, want anders zou je iedere keer alles opnieuw moeten uitvinden, maar al te vaak duwt het ons terug in behoudsgezind en star routine-denken.

Net wanneer er in bedrijven meer en meer geroepen wordt dat we moeten leren "out of the box" denken! Want de wereld draait sneller en sneller en met vasthouden aan oude patronen raken organisaties hopeloos achterop. De meest succesvolle bedrijven zijn gebouwd rond een creatief idee. En vaak is dat idee zo simpel dat je zegt: "Daar had ik ook kunnen op komen".

Maar kan je dat dan leren, creativiteit? Het antwoord op de vraag is 'ja'! Zolang je maar creativiteit niet verwart met kunst, want dat is nog wat anders. Maar als je creativiteit ziet als het slim en vindingrijk oplossen van problemen, op een niet traditionele manier, dan kan je je brein daarin oefenen. Net zoals een atleet zijn spieren traint, kan je door toepassing van de juiste technieken je creativiteit aansterken. Ga je mee op verkenning?

Member of the Cameleon Group

