

Het nut van brainstormen

(met creatieven)

Het nut van brainstormen voor bedrijven: enkele voorbeelden

Innovatie en productontwikkeling (het bevorderen van innovatief denken binnen een bedrijf):

- Welke aanpassingen of verbeteringen leiden tot een beter eindproduct?;
- Wat zou een volgende stap of nieuw product kunnen zijn voor mijn bedrijf?.

Vraagstukken beantwoorden (het vinden van oplossingen voor, al dan niet toekomstige, problemen):

- Hoe kunnen we gekwalificeerde medewerkers aantrekken en behouden?;
- Hoe kan de leefbaarheid van onze bedrijfsomgeving verbeterd worden?.

Marketing:

- Op welke manieren kan ik mijn bedrijf of product beter profileren?;
- Bestaan er andere of nieuwe merken voor onze huidige producten of technologieën?.

Brainstormsessies leveren waardevolle inzichten, door een frisse blik op belangrijke zaken

Daarnaast heeft regelmatig brainstormen een zeer positieve invloed op teambuilding en –spirit. Het is daarom niet vreemd, dat brainstormen goed kan worden ingezet, bij het optimaliseren van bedrijfsvoeringen. Dit optimaliseren bestaat meestal uit vier hoofdfasen:

1. Analyseren: vraag of probleem analyseren en zo helder mogelijk omschrijven;
2. Brainstormen: genereren van ideeën, vinden van zoveel mogelijk antwoorden of oplossingen;
3. Uitwerken: ideeën toetsen, selecteren en optimaliseren;
4. Realiseren: vertalen van de ideeën naar de werkelijkheid.

Innovatieve concepten en efficiënte processen, ontstaan altijd vanuit divergent denken

Zowel werknemers als leidinggevenden, kunnen geremd worden door conventies binnen hun bedrijfscultuur: de angst om (volgens management of collega's) te ontsporen, speelt hierbij soms een rol.

Maar de belangrijkste obstakels die vooruitgang beperken zijn:

- tijdsdruk: dit belemmert het zich bezinnen op andere mogelijkheden of nieuwe ontwikkelingen;
- gebrek aan ervaring met (regelmatig) brainstormen.

De behoefte aan andere invalshoeken en aan informatie over nieuwe mogelijkheden, is echter op alle niveaus aanwezig: 'niet weten' kan zomaar 'stil staan' betekenen.

Brainstormen met creatieven

Een goede oplossing, is het organiseren van één of meerdere brainstormsessies, waarbij creatieven* van buiten het bedrijf worden betrokken:

- voor een succesvolle brainstormsessie zijn frisse invalshoeken noodzakelijk; het uitnodigen van outsiders is daarom belangrijk;
- creatieven zijn divergente denkers bij uitstek;
- creatieven laten zich minder of niet leiden door (bedrijfs-) conventies.

Brainstormsessies verlopen beter, naarmate de deelnemers er meer ervaring mee hebben: huur daarom bij voorkeur creatieven in met brainstormervaring. En laat het liever niet bij één sessie! En net zoals bij iedere andere vaardigheid, zijn er trucs en regels om beter te (leren) brainstormen.

Over Eibert Draisma

Op het gebied van brainstormen met- en voor bedrijven, heb ik veel ervaring: sinds 1994 hebben tientallen bedrijven mij hiervoor ingehuurd. Bovendien beschik ik over de juiste eigenschappen:

- slim, creatief, en een divergente denker 'pur sang';
- empathisch van aard (goed inlevingsvermogen);
- analytisch, goed en snel in staat om hoofd- van bijzaken te onderscheiden;
- uitgebreide kennis op zeer uiteenlopende gebieden.