



Laat ideeën stromen!

5 tips voor een creative organisatie

Een praktisch e-book boordevol tips voor teamleiders en managers

Training with a Twist

© Britta Lassen

Inhoudsopgave

Waarom dit e-book en wat heb jij eraan?

- 1. Begin met een visie***
- 2. Vermijd ideeëncillers en andere doodsoorzaken***
- 3. Zorg voor een creatieve mindset bij medewerkers***
- 4. Ingrediënten voor een creatieve bedrijfscultuur***
- 5. 7 kenmerken van een creatief team***

Tot slot

Over Britta Lassen

Wil je dit e-book delen? Heel graag! Maar stuur het niet zo maar door. Verwijs liever naar de gratis download op www.trainingwithatwist.nl.

Ik vind het prima als je delen uit dit e-book wilt gebruiken, maar vermeld dan wel even de bron.

De mooie tekeningen in dit boek zijn trouwens van Lisa Landesbergen.

Waarom dit e-book en wat heb je eraan?

Op naar een glansrijke toekomst

Hoe krijg je een organisatie bruisend van de nieuwe ideeën en energie? Hoe zorg je ervoor dat je medewerkers snel nieuwe ontwikkelingen oppakken en er creatief op inspelen? Met andere woorden: hoe boor je het creatieve potentieel in je eigen team of afdeling aan om gezamenlijke doelen te bereiken en koploper in je branche te worden en te blijven?

"Creativiteit is onze belangrijkste kwaliteit", zegt ontwerper en succesvol ondernemer Daan Roosegaarde. Ik geef hem groot gelijk. Om te kunnen vernieuwen, heb je creativiteit nodig. Zonder vernieuwing blijft namelijk alles bij het oude. Is dat dan zo erg? Ja, dat is het zeker, want de wereld om ons heen verandert constant én in steeds hoger tempo. Kijk maar naar de ontwikkelingen van de afgelopen jaren. Bedrijven en maatschappelijke organisaties staan voor grote uitdagingen. Het roer moet om, we zijn in transitie. Innovatie is hard nodig om succesvol te kunnen zijn in een wereld die snel verandert. En creativiteit is daarvoor de motor.

Innovatie is namelijk gerealiseerde creativiteit. Creativiteit is het proces dat leidt tot iets nieuws. Tot innovatie dus. Zonder creativiteit kom je niet tot iets nieuws.

Het aanboren en versterken van creativiteit in organisaties is mijn belangrijkste missie. In mijn werk als trainer en procesbegeleider maak ik vaak mee dat medewerkers denken dat ze niet creatief zijn of zeggen dat ze hun creativiteit niet kwijt kunnen in hun werk. Er ligt dus in elke organisatie een enorm potentieel aan ongebruikte creativiteit die het verdient te worden ontsloten.

Voor jou als manager of teamleider ligt hier een sleutelrol.

Als jij wilt dat in je organisatie ideeën gaan stromen en er dagelijks wordt geïnnoveerd, dan is dit e-book voor jou!

Ik geef je tips hoe je het creatieve potentieel in jouw organisatie kunt ontsluiten en versterken. Met deze 5 tips gaat het zeker lukken!!

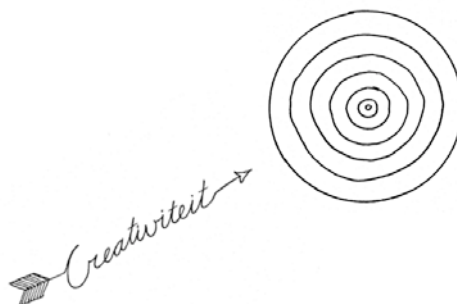
Britta Lassen

1. Begin met je visie op creativiteit

Stel:

- Je hebt ambitieuze doelen en om die te realiseren heb je alle inzet, kennis en creativiteit nodig van je team of afdeling;
- Je zit met een aantal problemen in je organisatie en om die de baas te kunnen worden, heb je nieuwe oplossingen nodig;
- Door de bezuinigingen moet er steeds meer met steeds minder. Er zijn nieuwe ideeën nodig om dat voor elkaar te krijgen;
- Klanten nemen minder producten af, jullie moeten met nieuwe, verrassende producten komen of nieuwe markten aanboren;
- De verandering waarin jullie zitten, roept veel weerstand op. Je zou zo graag zien dat mensen hun creativiteit gebruiken om de voordelen te zien van de nieuwe manier van werken.

Er zijn nog veel meer redenen te bedenken waarom creativiteit in organisaties belangrijk is. Creativiteit creëert nieuwe kansen en zorgt ervoor dat zaken anders worden aangepakt. De grote vraag is: voor welk doel wil jij creativiteit inzetten?



Weet waar creativiteit voor nodig is en creëer focus door hier helder over te communiceren

Het is belangrijk om je bewust te zijn van je doel en drijfveer om creativiteit te stimuleren en dat vervolgens helder te communiceren naar je team of organisatie. Pas als je dat doet, creëer je focus. Deze focus is nodig zodat mensen hun creativiteit kunnen richten.

Formuleer je doel waarvoor je creativiteit nodig hebt. Begin met de vraag *Hoe kan dit ook anders?*

- Is er een andere manier waarmee we onze dienst x sneller, efficiënter of effectiever kunnen aanbieden/uitvoeren?
- Hoe kunnen we andere wegen bewandelen om onze ambities of dromen te realiseren?
- Hoe zorgen we ervoor dat we belemmeringen ombuigen en nieuwe kansen ontdekken?

Als je roept "we hebben meer innovatie nodig" ben je er nog niet. Mensen weten dan niet wat je van ze verwacht. Geef dus helder aan hoe mensen creativiteit in de context van hun werk moeten zien. Wat wil je precies bereiken of veranderen? Zoek je ideeën om te bezuinigen op afdeling Z? Of nieuwe oplossingen om meer klanten te trekken voor product X? Zo schep je een duidelijk kader.

Wat je wilt bereiken zijn twee dingen.

Ten **eerste** dat mensen begrijpen waarom ze meer aandacht moeten besteden aan creativiteit in hun werk en

ten **tweede** dat mensen de energie voelen om daaraan een bijdrage te willen leveren. Bedenk dat creativiteit een middel is om doelen te bereiken en geen doel op zich. We spreken hier ook over resultaatgerichte creativiteit. Creativiteit die helpt vooropgestelde ambities en doelen te realiseren.

Tip

Beantwoord de volgende vragen voor je organisatie om te bepalen wat jouw visie op creativiteit is:

1. Wat is de belangrijkste reden dat je creativiteit in je organisatie wilt stimuleren?
2. Welk doel wil je bereiken door meer creativiteit in te zetten?
3. Hoe kun je dat doel zo formuleren dat medewerkers energie voelen om hun creativiteit in te zetten?

2. Vermijd ideeëncillers en andere doodsoorzaken voor creativiteit

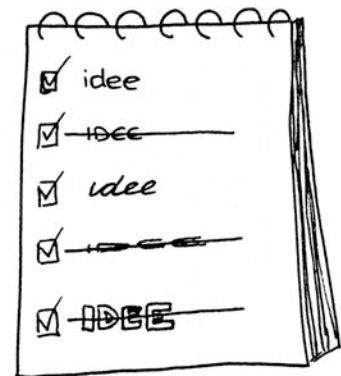
In een creatieve organisatie stromen ideeën en worden nieuwe kansen makkelijk en ondernemend aangepakt. Is dat in jouw organisatie niet zo, vraag je dan af welke obstakels er liggen die mensen weerhouden hun creativiteit te ontplooiën.

Ik noem hier de twee meest voorkomende obstakels. Misschien herken je ze? Dat is fijn, want dat weet je wat je te doen staat: opruimen en elimineren.

Ideeëncillers

Een organisatiecultuur waarbij mensen vaak in de "ja-maar" modus zitten, creëert weinig ruimte voor vernieuwing. Als er al iemand komt met een verbetervoorstel of nieuw idee, stuit hij op volgende reacties:

- ja, alles leuk en aardig, maar daar hebben we echt het geld niet voor, geen tijd voor, geen mensen, uren etc. voor;
- dit hebben we vorig jaar ook geprobeerd, maar het heeft niet gewerkt.



Je kunt je waarschijnlijk voorstellen wat ik bedoel.

Het plaatje hiernaast laat de belangrijkste ideeëncillers zien. Het gevolg van zo'n reactie is dat mensen niet snel meer met nieuwe oplossingen komen. Ze denken dan "Ach, laat ook maar zitten, er verandert hier toch nooit iets." Dat wil je natuurlijk niet!

Tip

Stimuleer een open en vraaggerichte sfeer waarin mensen initiatief durven te nemen.

Geef vooral zelf het goede voorbeeld. Reageer geïnteresseerd en nieuwsgierig wanneer een van je collega's met een idee komt. Luister en verken eerst samen het idee. Zeg bijvoorbeeld: "Wat leuk dat je met dit idee komt, kun je daar iets meer over vertellen?" En als je iets niet begrijpt, vraag door en stimuleer de ander om uitleg te geven. "Wat bedoel je precies met..., kun je dat toelichten?"

Oh jee, een fout

Hoe wordt er in jouw organisatie met fouten omgegaan? Ik durf te stellen dat er in elke organisatie dagelijks fouten en misschien zelfs blunders worden gemaakt. Helaas probeert men die meestal zo snel mogelijk te verdoezelen. Want o jee, stel dat er iemand achter komt dat de zaken niet op rolletjes lopen? We schamen ons voor gemaakte fouten. Het gevolg is dat ineffectieve werkwijzen steeds herhaald worden. Zonde is dat! Daar leert niemand wat van. In een cultuur waar misstappen afgestraft worden, is geen ruimte voor eigen initiatief.

"Waanzin is altijd hetzelfde blijven doen en toch een ander resultaat verwachten"

Albert Einstein



Fouten maken, ze vieren en delen hoort bij een creatieve bedrijfscultuur. Wie geen fouten durft te maken, beweegt namelijk ook niet. Innovatie begint immers met afwijken van het bekende pad en stappen zetten richting het onbekende. En dat zonder dubbele bodem en vangnet. Daarvoor is lef nodig. Lef om open te staan voor wat we nog niet weten, moed en ruimte om te experimenteren en lef om te durven falen en daar weer van te leren.

Tip

Stimuleer mensen niet alleen om successen te delen, maar deel ook eens tijdens een vergadering wat er mis ging in een project of werkproces. Zeg er bij dat fouten maken onderdeel van het proces is en dat het erom gaat om er van te leren. Begin zelf te vertellen welke fouten jij maakte en wat je ervan leerde. In het begin zullen mensen misschien nog aarzelen, omdat ze niet gewend zijn zich kwetsbaar op te stellen, maar je zult zien: goed voorbeeld doet goed volgen.

Andere doodsteken voor creativiteit zijn trouwens:

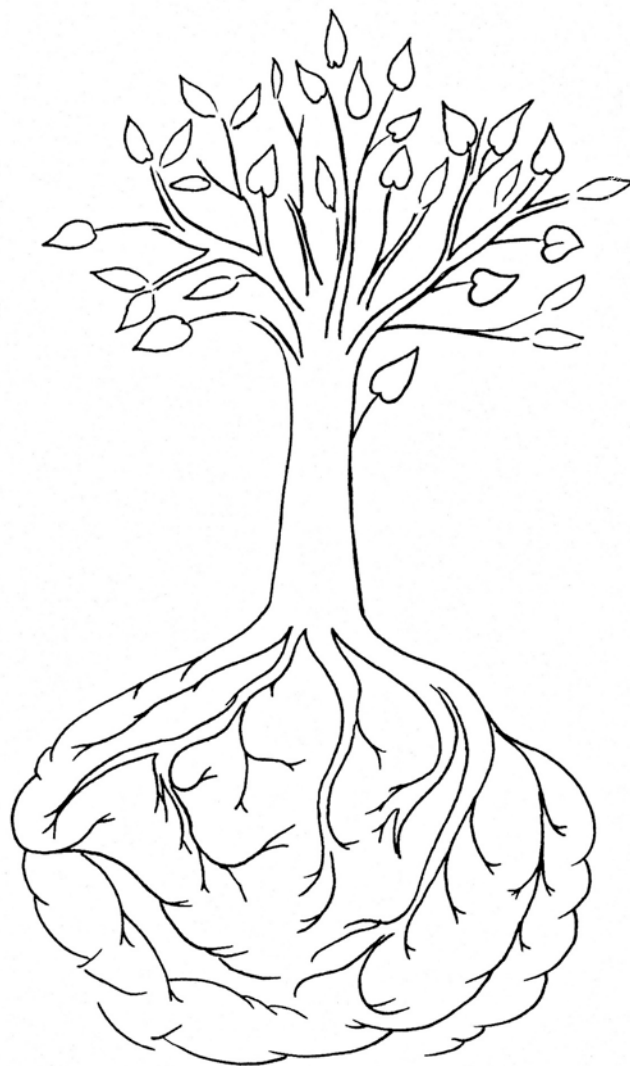
- een hiërarchische bedrijfscultuur met top-downbeleid
- kortetermijndenken
- werken op eilandjes

Tip 4 gaat over het creëren van een creatieve organisatiecultuur.

3. Zorg voor een creatieve mindset bij medewerkers

Groeimindset

Hoe kijk jij aan tegen leren en het ontwikkelen van capaciteiten? Denk je dat een dubbeltje nooit een kwartje wordt of geloof je dat oefening kunst baart? Er is een wezenlijk verschil. In de eerste versie geloof je dat menselijke capaciteiten en eigenschappen, zoals bijvoorbeeld creatief denken, onveranderbaar zijn. Je hebt het of je hebt het niet. In het tweede geval, dat van een groeimindset, geloof je dat iemand zich door te leren en te oefenen kan verbeteren. Je ziet menselijke capaciteiten als een potentieel dat ontwikkeld kan worden.



Het type overtuiging heeft consequenties voor ons gedrag in samenwerking en dus ook voor het aanboren van creativiteit. Mensen met een fixed mindset richten zich sterk op laten zien dat ze een capaciteit bezitten. Ze hebben weinig motivatie om energie te steken in het verder ontwikkelen van hun capaciteit. Je bent creatief of je bent het niet. Wie deze overtuiging aanhangt, vermijdt vaak nieuwe uitdagingen, durft eigen fouten of zwaktes niet onder ogen te zien, ziet succes van anderen als bedreiging en belemmert vaak samenwerking.

Mensen met een groeimindset daarentegen zijn juist geneigd om verder te leren en zich te ontwikkelen zodat ze hun prestaties kunnen verbeteren. Ze staan ervoor open om iets nieuws te leren en te groeien.

"Als je een stem in je hoort zeggen 'je kan niet schilderen', ga dan vooral schilderen, en die stem zal zwijgen"

Vincent Van Gogh

Mensen met een groeimindset omarmen uitdagingen, zien inspanning als een weg naar meesterschap, leren van het maken van fouten en het ontvangen van feedback. En dat zijn precies de ingrediënten die we nodig hebben bij het aanboren van creativiteit in organisaties. Als we het hebben over creativiteit, is een groeimindset van groot belang. Creatief denken is namelijk een vaardigheid die je kunt trainen.

Tip

Wil je een omslag in denken bereiken, dan helpt het om uit te leggen hoe mensen leren en wat het verschil is tussen een fixed- en een groeimindset. Menigeen zal zich zo bewust worden van zijn eigen gedrag en de mogelijkheid om ook anders aan te kunnen kijken tegen *'ergens goed in zijn'*. In een vervolgstap vraag je de medewerkers te beschrijven hoe het hen lukte om iets te kunnen wat ze eerst niet konden. Door de eigen ervaring te identificeren en te analyseren, ontstaat bewustwording en herkenning. Een eerste stap om anders te handelen.

Patronen doorbreken

De mens is een gewoontedenker. Onze hersens houden van routine en denken in vaste patronen. En dat is hartstikke nuttig. Snel en efficiënt patronen herinneren en gebruiken, maakt het leven een stuk makkelijker. Onze hersens willen steeds weer langs bekende verbindingen omdat die in het verleden tot een succesvolle en dus veilige maar ook bekende uitkomst leidden.

Als we iets nieuws willen bedenken, staat het patroondenken ons in de weg. Als we niet afwijken van de bekende patronen, komen we steeds weer bij het bekende uit. Het doorbreken van denkpatronen is echter voor de meeste mensen best lastig en vraagt enige oefening. Ga even bij jezelf na: wanneer is er bij een vergadering of brainstorm echt iets nieuws bedacht? In de meeste gevallen lukt het nog net om een variant van wat we al kennen te bedenken en dat levert een verbetering op, maar zelden een innovatief idee.

"Creativiteit houdt het doorbreken van gevestigde patronen in om dingen in een geheel nieuw licht te kunnen zien"

Edward de Bono

Hoe kun je ontsnappen uit dit patroondenken? Dit lukt alleen door onze hersens te dwingen om nieuwe verbindingen aan te maken. Je "twist" je denken bij wijze van spreken. Door je te oefenen in creatief denken, zorg je voor flexibele denkspijeren die makkelijk patronen kunnen doorbreken. Hierbij helpen creatieve denktechnieken die ervoor zorgen dat vraagstukken vanuit verschillende perspectieven worden benaderd. Het denken vanuit meerdere perspectieven, geeft je meer handelingsmogelijkheden en laat nieuwe kansen zien.

Stimuleer nieuwsgierigheid en uitwisseling

Zeg eens eerlijk: ben jij nieuwsgierig? Ik ben vreselijk nieuwsgierig. Als kind hoorde ik vaker dat nieuwsgierig zijn niet zo'n fijne eigenschap is. En toen ik ouder was gebeurde het me eens dat een collega letterlijk tegen me zei dat ik niet alles hoefde te weten toen ik op een teamvergadering vroeg waar hij momenteel mee bezig was. *"Dat is jammer"*, was mijn respons, *"want nu kan ik klanten ook niet goed naar je doorverwijzen."* Alles willen weten is natuurlijk niet zinvol en bovendien onhaalbaar. Nieuwsgierig zijn naar hoe anderen zaken aanpakken of hoe processen in andere branches werken is wel zinvol, want zo doe je nieuwe ideeën op. Het delen van ideeën en kennis is een belangrijke voorwaarde om innovatief samen te werken.

Stimuleer mensen om met een gezonde portie nieuwsgierigheid om zich heen te kijken en zo inspiratie op te doen voor vernieuwing.

"Nieuwsgierigheid over alle aspecten in het leven is naar mijn mening nog steeds het geheim van grote creatieve denkers"

Leo Burnett

Tip:

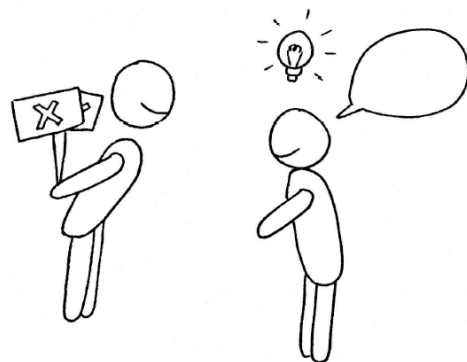
Je moedigt medewerkers aan om nieuwsgierig te zijn door veel open vragen aan elkaar te stellen. Let op dat vragen positief geformuleerd worden. Soms vraagt dat even wat oefening en helpt het om negatief gestelde vragen zoals: "Waarom doe je dat niet" om te buigen in een positieve vraag, bijvoorbeeld: "Wat wil je graag bereiken?" Positieve vragen stimuleren en dragen bij aan een "het kan wel-mentaliteit."

Pleit voor uitstel van oordeel

Hoe wordt er in jouw organisatie gereageerd op een nieuw idee? Wordt het gelijk afgeschoten of reageren collega's nieuwsgierig en stellen zij je vragen waardoor jullie het idee samen kunnen verkennen? Ik heb het

eerder over ideeënkillers gehad, uitspraken waarmee een idee geen kans krijgt omdat er meteen een oordeel over wordt geveld zoals: "Dat werkt toch niet, daar hebben we nu geen tijd voor, dat hebben we al geprobeerd." End of story. Nog voordat een nieuw idee geboren kon worden, is het al een stille dood gestorven. De volgende keer houdt de inbrenger zijn mond, want hier staat men toch niet open voor iets nieuws. Zonde!

Bij een creatieve mindset hoort dat je je bij een nieuw idee eerst nieuwsgierig opstelt, het idee verkent voordat je oordeelt. Je stelt je oordeel uit. Laat één ding duidelijk zijn: uitstel van oordeel betekent niet afstel van oordeel. Het betekent dat je een idee een kans geeft om zijn potentie te laten zien.



Tip

Maak er bijvoorbeeld in teamvergaderingen een gewoonte van om bij een nieuw voorstel met uitstel van oordeel te reageren.

Deze 4 stappen helpen je:

1. vraag goed door wat wordt bedoeld met het idee;
2. luister goed en aanvaard dat het idee mogelijk is, ook al past het nog niet bij wat je kent;
3. verken de kansen die het idee creëert;
4. beoordeel dan pas wat je ermee gaat doen.

Mensen die hun oordeel makkelijk uit kunnen stellen, staan automatisch meer open voor andere visies, nieuwe ideeën, andere gedachtes of andere culturen. In deze zin is het uitstellen van je oordeel een vaardigheid die op veel terreinen in je leven van pas komt.

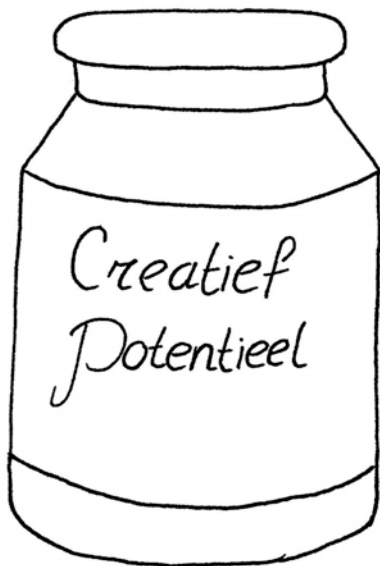
4. Ingrediënten voor een creatieve bedrijfscultuur

Je wilt dat in je organisatie constant nieuwe kansen worden gezien en gepakt en dat medewerkers met nieuwe ideeën komen. Het is dus zaak om ervoor te zorgen dat alle creativiteit wordt aangewend om deze doelen te halen. Als leider schep je hiervoor de voorwaarden. Je hebt een visie en weet hoe je creativiteit stimuleert, kanaliseert en oogst.

Naast het helder aangeven van hoe medewerkers creativiteit in het kader van hun werk moeten zien en welke doelen concreet bereikt moeten worden, heb ik de volgende tips voor je:

Boor het gehele creatieve potentieel aan

We hebben het al gehad over het doorbreken van patronen. Het loont om geregeld na te gaan of de gewoontes oftewel patronen in je organisaties nog zinvol zijn en hoe je zaken anders kunt aanpakken om meer effect te



bereiken. Stimuleer iedereen in de organisatie om mee te denken en met nieuwe ideeën te komen om bijvoorbeeld werkprocessen, diensten of producten te verbeteren. Hierdoor leg je verantwoordelijkheid voor vernieuwing breed in de organisatie neer en creëer je eigenaarschap voor de uitdagingen die er liggen. Tegelijkertijd stimuleer je creatief denken. Bij een creatieve cultuur hoort namelijk meer dan het af en toe opwekken van ideeën. Het is net zo belangrijk dat mensen dagelijks in hun werk origineel blijven denken.

Tip

- organiseer een ideeëntoernooi
- hang kunstwerken op en verwissel deze regelmatig om de inspiratie van mensen te prikkelen
- organiseer een bezoek aan een ander bedrijf en koppel daar een verbetervraag aan. Zo hebben medewerkers van een academisch ziekenhuis geleerd hun werkproces te versnellen door te kijken naar een pitstop van een Formule 1-team.

Stimuleer openheid en vertrouwen

In een creatieve cultuur passen openheid en vertrouwen. Openstaan voor alles wat anders is, is een voorwaarde om te kunnen vernieuwen. Zo is een bekend gegeven in brainstormen dat de echt vernieuwende ideeën niet meteen toegejuicht worden. Het nieuwe past per definitie niet in ons oude denkpatroon. Door je open te stellen, je oordeel uit te stellen en goed te luisteren, geef je nieuwe ideeën een kans. Als manager of teamleider heb je hierin een voorbeeldrol. Lukt het je om je open op te stellen, dan zul je ervaren dat het vertrouwen groeit en mensen sneller met ideeën durven te komen. Het vertrouwen hebben om fouten te durven maken en ervan te leren hoort bij elk ontwikkelproces.

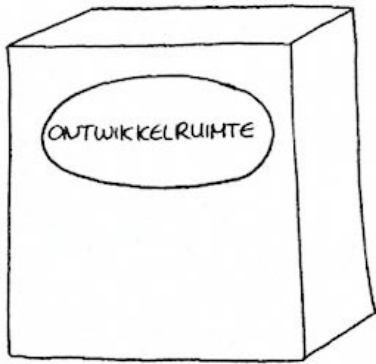


"Als je vertrouwen hebt, hoef je niet de gehele trap te zien om de eerste stap te zetten"

Martin Luther King

Creëer ontwikkelruimte

Vernieuwing vraagt om ontwikkelruimte. De uitdaging ligt hierin in het creëren van ruimte om te mogen experimenteren. Want het nieuwe dat je wilt ontwikkelen, bestaat nog niet. Door ontwikkelruimte te creëren geef

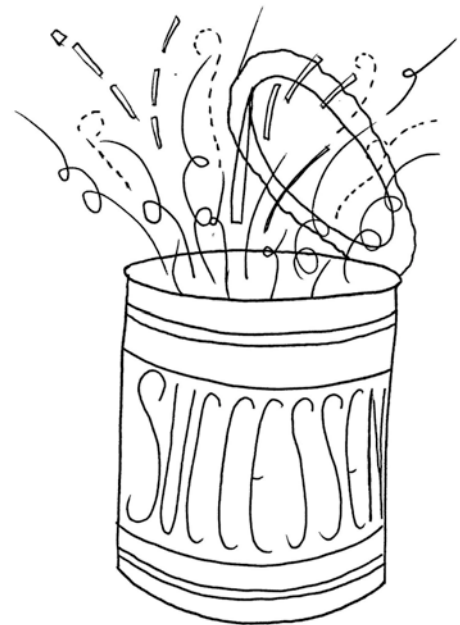


je mensen met een nieuw idee de kans om hun idee uit te werken, verder te ontwikkelen, te experimenteren en uiteindelijk met een werkbaar idee voor de dag te komen. Ontwikkelruimte creëren vraagt van jou om vertrouwen te hebben in de kwaliteiten van je mensen en om het loslaten van controle. Ben je daar klaar voor?

Vier samen de successen

Creativiteit is de motor voor innovatie. Het gaat er dus om dat creativiteit leidt tot een innovatief resultaat. En als dat resultaat er is, neem je de tijd om feest te vieren. Dat is enorm belangrijk. Waarom? Ik geef je drie redenen:

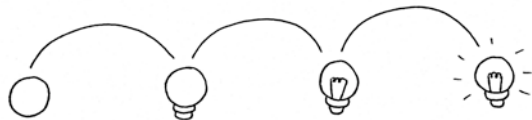
1. Door samen te vieren en je waardering uit te spreken, laat je zien dat je creatief gedrag waardeert. Dat stimuleert enorm. Want alles went behalve een compliment. Spreek je waardering uit voor de inzet en de creativiteit van iedereen die bij het behalen van het succes betrokken was. Een innovatief resultaat is in de meeste gevallen een teamprestatie.
2. Tegelijkertijd is het een mooi moment om de creatieve inzet van mensen in je organisatie blijvend te stimuleren door te wijzen op het belang van creativiteit.
3. En als derde, maar niet minder belangrijk, creëer je door samen te vieren betrokkenheid en een gevoel van eigenaarschap. Dat hebben we toch mooi samen voor elkaar gekregen en daar mogen we samen trots op zijn.



5. 7 kenmerken van een creatief team

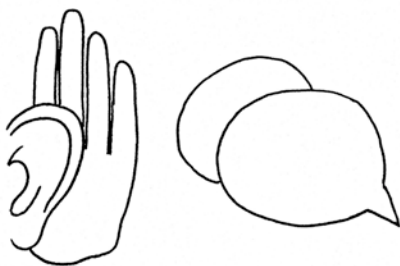
Eureka! Je wordt wakker en een nieuw idee is geboren. Zo werkt het natuurlijk meestal niet. Innoveren in je eentje is best lastig. Of dacht je dat Einstein in zijn eentje werkte? Je kunt natuurlijk in je eentje brainstormen en soms komt er ook een aardig idee uit, maar samen met anderen gaat het een stuk leuker en effectiever. Keith Sawyer beschrijft in zijn boek *Group Genius: The creative power of collaboration* 7 kenmerken voor een creatief team die ik tot slot graag met je deel.

1. Innovatie vraagt om ontwikkeltijd



Grote innovaties ontstaan in samenwerking met anderen. Elk teamlid draagt bij en door in dialoog te gaan en samen te experimenteren, ontwikkelt zich een idee. Dat gebeurt stap voor stap. Het gebeurt maar zelden dat iemand wakker wordt, "Eureka" roept en gelijk het hele plaatje voor zich ziet. Door een idee met anderen te delen wordt het beter en leidt het tot innovatie. En dat ontwikkelproces kost tijd.

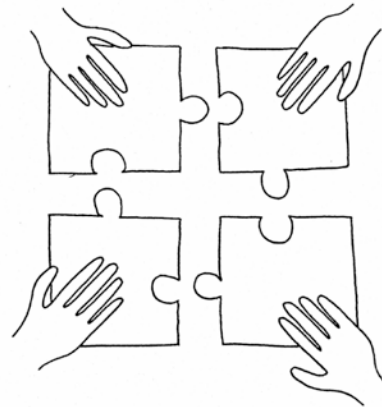
2. Succesvolle creatieve teams luisteren goed naar elkaar



In creatieve teams poppen vaak allerlei ideeën op. En iedereen wil zijn eigen idee droppen. Het gevaar is dat er niet meer goed naar elkaar wordt geluisterd en iedereen met zijn eigen plan bezig is. Goed luisteren met uitstel van oordeel en veel open vragen stellen zijn belangrijke eigenschappen van creatieve teams.

3. Samen bouw je op elkaar voort

Bij het ontwikkelen van nieuwe ideeën is het essentieel dat teamleden voortbouwen op elkaar. In de creatieve ideeënfase mag er gespiekt en afgekeken worden. Het ene idee inspireert teamleden naar een volgend idee. Door samen te associëren volgen ideeën elkaar snel op.



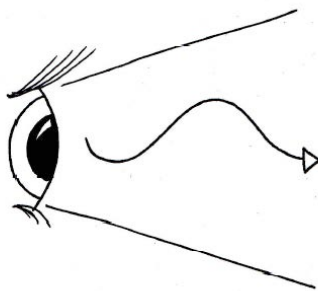
4. Na afloop wordt pas helder wat het resultaat zal zijn

Tijdens het creatieve proces ontstaat iets nieuws. We weten dus vooraf nog niet wat het concrete resultaat wordt. Net zo min als dat de teamleden vooraf weten wat hun individuele bijdrage concreet zal opleveren. Ze gaan samen het creatieve proces in waarbij wordt verkend, geëxperimenteerd, verbeterd en opnieuw geëxperimenteerd.



5. Fris denken en kantelen hoort bij het proces

Onderzoek naar creativiteit wijst uit dat creatieve teams net zo goed zijn in het vinden van nieuwe problemen als in het oplossen van bestaande problemen. Dat ligt aan hun vaardigheid om een idee vanuit verschillende invalshoeken te benaderen. Door steeds weer constructief in dialoog te gaan, dwars te denken en verrassende vragen aan elkaar te stellen, kom je er achter of een kansrijk idee werkelijk potentie heeft. Dan helpt het om te zorgen voor diversiteit in het team. Lukt dat intern niet, dan kun je ook tijdens het brainstormen buitenstaanders betrekken die met een frisse blik naar de zaak kijken. Want ook



creatieve teams hebben net als andere teams de neiging om na verloop van tijd samen een tunnelvisie te ontwikkelen.

6. Innovatief samenwerken is niet efficiënt

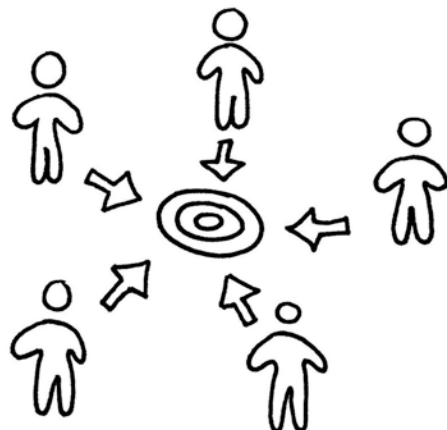


Het begint al bij het genereren van nieuwe ideeën. In deze fase is een creatief team niet gericht op kwaliteit maar op kwantiteit. Het gaat er om zo veel mogelijk ideeën te bedenken in de hoop dat er een paar mogelijke doorbraakideeën tussen zitten. Maar ook in de volgende fase van idee naar actie

sneuvelen ideeën waarin al is geïnvesteerd. De grootste misvatting is om door te gaan met een idee dat bij nader inzien weinig kans op slagen heeft. "Kill your darlings" noemen we dat. Je moet een idee ook weer los kunnen laten. Fouten en verkeerde inschattingen maken horen bij het proces. Daar leer je van voor het volgende idee.

7. Creatieve teams werken bottom-up

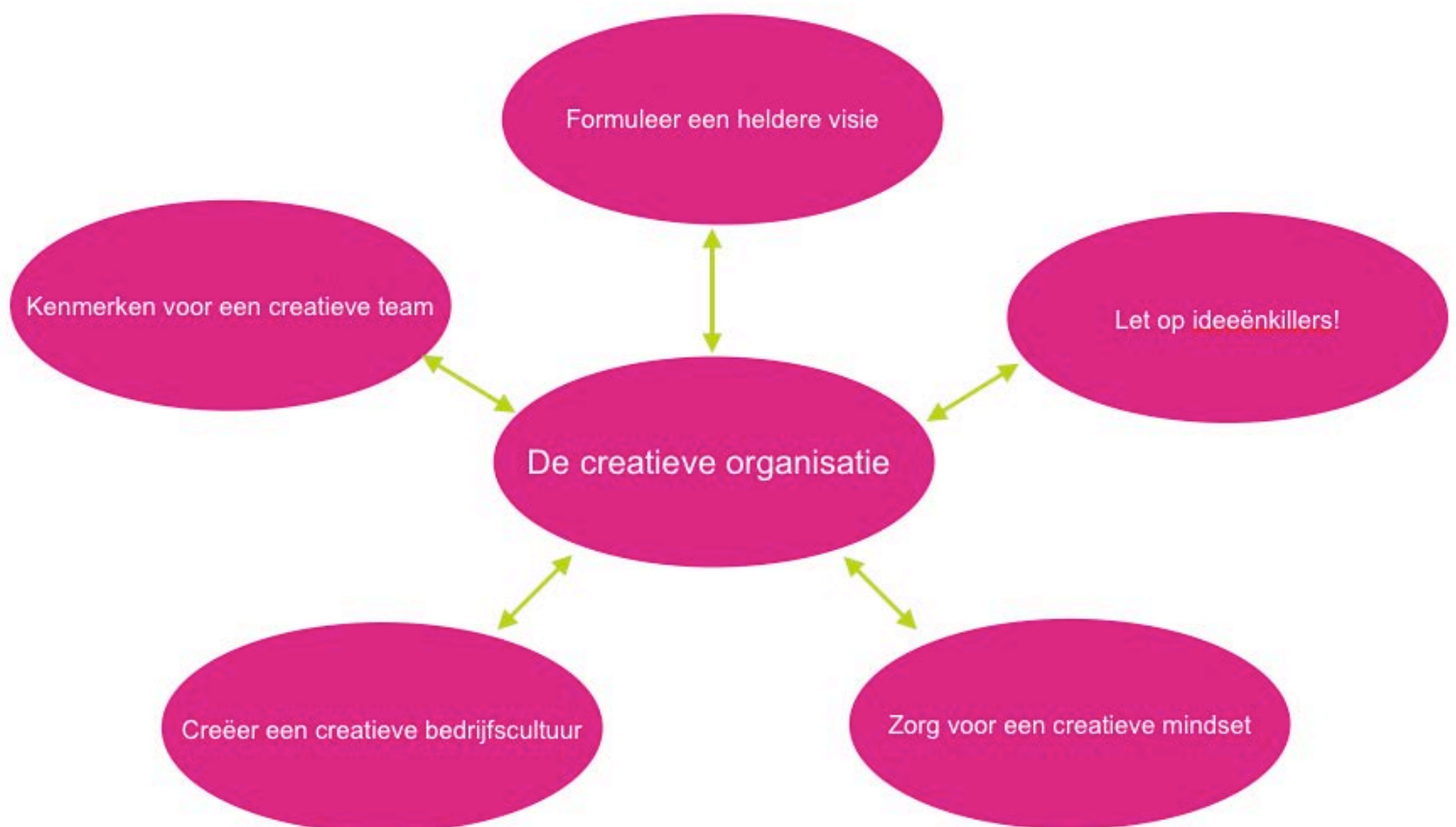
Creatieve teams kennen geen hiërarchie. Iedereen is gelijk en iedereen is verantwoordelijk en eigenaar van het proces. Zelfsturing is essentieel om snel in te kunnen spelen op onverwachte veranderingen in de omgeving. In sommige organisaties ontstaan spontaan creatieve teams rondom een bepaald vraagstuk. Is dat vraagstuk opgelost, dan valt ook de groep weer uit elkaar. Dat vraagt uiteraard om speelruimte vanuit de top van de organisatie. Voor veel managers en teamleiders is dit een lastig dilemma omdat creatieve processen moeilijk beheersbaar zijn in termen van conventioneel management. We weten immers van tevoren niet wat



het concrete resultaat wordt. In die zin vraagt ruimte geven aan creativiteit om durf en het nemen van risico's. Maar zeg nou zelf: is ondernemen zonder risico mogelijk? En als een team dan komt met een succesvolle innovatie staat iedereen versted. Niemand had dit van tevoren kunnen verwachten.

Tot slot

Ik hoop dat ik je met dit e-book heb kunnen inspireren en dat je met de tips aan de slag gaat om je organisatie creatiever te maken. Het veranderen van je organisatie is natuurlijk niet iets wat je even tussendoor doet. Ook is er geen "one-size-fits-all" succesformule. De meest geschikte aanpak is afhankelijk van de uitdagingen waar je organisatie voor staat en het ontwikkelniveau van je team en die aanpak vraagt om maatwerk. Daarnaast is ruimte nodig om te experimenteren, te observeren, te leren van fouten en te verbeteren. Ga daarom stap voor stap aan de slag en heb je doel helder. De meest voorkomende reden dat we niet bereiken wat we willen, is dat we te veel in één keer willen en geen focus houden. Hieronder heb ik alle tips voor je nog eens schematisch weergegeven:



Elke verandering begint met jou. Ik ben benieuwd met welke concrete actie je na het lezen van mijn e-book aan de slag gaat. Schrijf je actie hieronder voor jezelf op.

.....

.....

.....

Je mag hem ook met mij delen. Stuur dan een mail naar:

britta@trainingwithatwist.nl

Ik wens je veel succes met het stimuleren en versterken van creativiteit binnen je organisatie!

Hartelijke groet,

A handwritten signature in black ink that reads "Britta". The signature is written in a cursive, flowing style.

Over Britta Lassen

Organisaties helpen creatief, energiek en innovatief te ondernemen, dat is mijn missie. Want alleen organisaties die mee kunnen bewegen in een wereld die snel verandert, zijn blijvend succesvol.

Met mijn bedrijf Training with a Twist stimuleer ik creatief denken en innovatief samenwerken. Denken en doen met een twist staat voor mij voor een draai naar een andere richting, een nieuwe benadering, een creatieve houding.

Als facilitator, teamcoach en trainer verzorg ik op maat:

Toekomstsessies: Samen met het team of de hele organisatie de strategie voor de toekomst neerzetten.

Creatieve brainstorms: nieuwe ideeën bedenken met behulp van creatieve denktechnieken.

Teamcoaching: een creatieve cultuur creëren en als team innovatief samenwerken om topresultaten te behalen.

Training & Workshops: onder andere creatief denken, kansdenken, share & create.

Kijk voor meer informatie op www.trainingwithatwist.nl



Mijn contactgegevens:

Mobiel: **06-11053926**

e-mail: britta@trainingwithatwist.nl

Twitter: [@brittaLassen](https://twitter.com/brittaLassen)

Facebook: [trainingmetewtwist](https://www.facebook.com/trainingmetewtwist)