

Nooit meer saaie vergaderingen.

Creativiteitstechnieken met een lage drempel

(door Christine Huyge, verschenen in Jobat 30 november 2002)

“Creatief denken een plaats geven in je organisatie, hoeft niet veel tijd en geld te kosten”, meent brainstormspecialist Koen De Vos. “Met een paar eenvoudige technieken kan je een vergadering stukken interessanter maken én dichterbij een oplossing voor je probleem komen.”

Mensen, ook bedrijfsmensen, draaien vaak in een kringetje als ze zoeken naar oplossingen voor grote of kleine problemen. Ze blijven te dicht met hun neus op de feiten zitten en kunnen de geijkte denkpatronen niet verlaten. Hierdoor krijgen innovatieve oplossingen geen kans. “Je bereikt al veel door een probleem te herformuleren”, zegt Koen De Vos. “Hierdoor werp je plots een ander licht op een situatie en ga je die vanuit een heel ander perspectief bekijken.”

Formuleer ambitieuzer

Er zijn verschillende manieren om een probleem te herformuleren. Zo kan je bijvoorbeeld een bepaalde stelling overdrijven, ze veel ambitieuzer of haast provocerend verwoorden. De idee die daarachter steekt, is dat je ook in het bedenken van oplossingen veel verder zal gaan. Je leert met andere woorden patroon doorbrekend naar je eigen werk te kijken. Stel: je wilt het foutenpercentage in een proces naar beneden halen. Tijdens een vergadering kan je de projectleden bijvoorbeeld vragen hoe zij het aantal fouten met 7 procent zouden verminderen. Je kan echter overdrijven en vragen wat er nodig is om het aantal fouten met 200 procent te doen dalen. Het ligt voor de hand dat dit aanleiding geeft tot een heel ander denkproces. Als je honderd klantenklachten per week tot nul klachten wil herleiden, kan je een groep uitdagen en vragen hoe die ervoor kan zorgen dat de organisatie per week duizend dankbrieven ontvangt.

Nog een andere manier om zaken anders te formuleren, is het onderwerp van de stelling aanpassen. Hoe kunnen we klanten naar onze winkel lokken, wordt dan: hoe zorgen we ervoor dat onze winkel klanten lokt of hoe kunnen onze klanten andere klanten aanbrengen?

Gebruik een metafoor

Op het Kwaliteitscongres van het VCK (Vlaams Centrum voor Kwaliteitszorg) werd onlangs deze techniek uitgetest tijdens een aantal creatieve workshops met kwaliteitsmanagers. Een aantal consultants van COCD (Centrum voor de Ontwikkeling van het Creatief Denken), waaronder Koen De Vos, begeleidden het proces. De aanwezigen werd gevraagd om de vraag 'hoe kunnen we onze medewerkers motiveren om kwaliteitsbewust te werken', anders te formuleren. Een van de groepjes kwam met de vraag: 'hoe kunnen we ervoor zorgen dat onze medewerkers regisseur van hun eigen werk worden'. "Een interessante wending", meent Koen De Vos. "Door de metafoor in de vraag te brengen, komt plots een heel andere wereld binnen bereik. Bij het bedenken van oplossingen kan je daarop voortbouwen en komen er interessante invalshoeken uit de bus."

Open elke vergadering met een brainstorm

Dé manier om heel veel nieuwe ideeën op tafel te krijgen, is natuurlijk de brainstorm. Als je een brainstorm volgens het boekje wilt organiseren, komt daar heel wat bij kijken. Heel algemeen kan je stellen dat een brainstorm uit twee fases bestaat. De eerste is een zogenaamd divergerende fase. De groep gaat ideeën genereren. De klemtoon ligt op het bedenken van zoveel mogelijk ideeën, hints en invalshoeken. Kwantiteit staat voorop. Daarna volgt een convergerende of ideeontwikkelingsfase: de beste ideeën worden – via een aantal technieken – uitgewerkt tot concepten, anders heeft fase één natuurlijk geen zin. In de convergerende fase streef je naar kwaliteit.

"Je hoeft dit proces niet steeds tot in de puntjes te volgen", meent Koen De Vos. "Je kan een klassieke vergadering bijvoorbeeld beginnen met een beperkte brainstorm van tien minuten. Dit maakt elke vergadering stukken interessanter en je leert je medewerkers creatief denken. Iedereen mag gedurende tien minuten over een onderwerp allerlei ideeën op tafel gooien: globale concepten, kleine ideetjes, hints, naïeve of absurde ideeën, ideeën die veel of weinig geld kosten: het maakt allemaal niet uit. De gouden spelregel tijdens zo'n brainstorm is wel 'uitstel van oordeel'. Je schiet voorstellen van medewerkers nooit af, want de meest waanzinnige ideeën kunnen toch een kiem van de oplossing bevatten. Het maakt niet uit of er achteraf ook iets met de ideeën gebeurt, het gaat in eerste instantie om het oefenen met de techniek. De verslaggever kan het verzamelde ideeëngoed natuurlijk ook opnemen in zijn notulen, zodat het niet verloren gaat en later opnieuw uit de kast kan worden gehaald."

Je kunt voor een prettig gestoord effect ook de setting van een vergadering veranderen: een andere tafelopstelling, een totaal andere locatie, rechtstaan in plaats van zitten, een onverwacht tijdstip, het gebruik van humortechnieken, enzovoort. Een van de sprekers op het Kwaliteitscongres, Stan Gryskiewicz, vice-voorzitter van het Center for Creative Leadership in Greensboro, V.S., getuigde alvast dat hij sterk gelooft in de kracht van het doorbreken van voorspelbaarheid. Op een dag liet hij zijn kinderen de tafel dekken 'onder tafel'. "Aanvankelijk was er gemompel en wenkbrauwgefrons, maar onder die tafel konden we plots dingen bespreken waarover we het vroeger nooit hadden gehad."

Christine Huyge