

Growing

Δραστηριότητες σχετικά με τις

“ΙΔΕΕΣ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ”

Για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και παρόχους εκπαίδευσης
ενηλίκων



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project N°.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD).



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project N°.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD).

The background is a solid orange color. There are four light blue circles of varying sizes scattered across the page. One large circle is in the top right corner, partially cut off. Another large circle is on the left side, also partially cut off. Two smaller circles are located in the middle right and bottom left areas.

Growing

Συγγραφείς

GrowINg - Ανάπτυξη και καινοτομία των ΜΜΕ μέσω της εκπαίδευσης στον εργασιακό χώρο | Μάρτιος 2021



Mentortec

Serviços de Apoio a Projectos Tecnológicos S.A, Πορτογαλία
Andreia Monteiro e Rita Sousa

Ιστοσελίδα: <http://www.mentortec.eu/>



AEP

Associação Empresarial de Portugal, Πορτογαλία
Raquel Araujo e Oriana Noronha

Ιστοσελίδα: <https://www.aeportugal.pt/>



AKMI

Anonimi Ekpaideftiki Etairia, Ελλάδα
Βασιλική Καραμπάμπα

Ιστοσελίδα: <https://iek-akmi.edu.gr/>



iED

Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας, Ελλάδα
Μαρία Δαλακούρα



DOREA

Εκπαιδευτικό Ινστιτούτο DOREA, Κύπρος
Viktorija Triuskaite

Ιστοσελίδα: <https://dorea.org/>



CONNECTIS Srl

Ιταλία
Edoardo Bacenetti

Ιστοσελίδα: <https://connectisweb.com/>

4



Αυτό το έργο διατίθεται με άδεια χρήσης της Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project N°. 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)



εισαγωγή

Τα επιχειρηματικά εργαλεία του GrowINg επικεντρώνονται σε 10 κύριες επιχειρηματικές δεξιότητες. Οι δεξιότητες αυτές μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τρεις κύριους τομείς: “Ιδέες και ευκαιρίες”, “Πόροι” και “Σε δράση”. Αυτοί οι τομείς και οι ικανότητες αποτελούν μέρος του εννοιολογικού μοντέλου που εισήχθη στο EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework , και σχετίζονται με:

Ιδέες και ευκαιρίες - Ικανότητα εντοπισμού και δημιουργίας νέων ευκαιριών και ιδεών.

Πόροι - Ικανότητα εντοπισμού, προσέγγισης ή κινητοποίησης πόρων για την υλοποίηση ιδεών και ευκαιριών.

Σε δράση - Ικανότητα συγκεκριμενοποίησης των ιδεών και των ευκαιριών που εντοπίστηκαν ή καθορίστηκαν.

Όσον αφορά τις ικανότητες, η σύμπραξη GrowINg επέλεξε 10 από τις 15 που παρουσιάζονται στο πλαίσιο EntreComp, με βάση τα αποτελέσματα που συγκεντρώθηκαν κατά τη διάρκεια της μελέτης που πραγματοποιήθηκε στην αρχή του έργου . Σύμφωνα με την προσέγγιση του έργου, οι 10 ικανότητες μπορούν να κατανοηθούν ως εξής (βλ. Σχήμα 1):

6

<p>1. Εντοπισμός ευκαιριών</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Εντοπισμός και αξιοποίηση ευκαιριών για τη δημιουργία αξίας με τη διερεύνηση του κοινωνικού, πολιτιστικού και οικονομικού τοπίου. • Εντοπισμός των αναγκών και των προκλήσεων που πρέπει να αντιμετωπιστούν • Δημιουργία νέων συνδέσεων και συνένωση διάσπαρτων στοιχείων του τοπίου για τη δημιουργία ευκαιριών δημιουργίας αξίας
<p>2. Δημιουργικότητα</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη διαφόρων ιδεών και ευκαιριών για τη δημιουργία αξίας, συμπεριλαμβανομένων καλύτερων λύσεων σε υφιστάμενες και νέες προκλήσεις. • Εξερευνήστε και πειραματιστείτε με καινοτόμες προσεγγίσεις • Συνδυασμός γνώσεων και πόρων για την επίτευξη πολύτιμων αποτελεσμάτων
<p>3. Αυτογνωσία & αυτοαποτελεσματικότητα</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Αναλογιστείτε τις ανάγκες, τις φιλοδοξίες και τις επιθυμίες σας βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. • Προσδιορίστε και αξιολογήστε τις ατομικές και ομαδικές σας δυνάμεις και αδυναμίες • Πιστέψτε στην ικανότητά σας να επηρεάσετε την πορεία των γεγονότων, παρά την
<p>4. Κίνητρα & επιμονή</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Να είστε αποφασισμένοι να μετατρέψετε τις ιδέες σε δράση και να ικανοποιήσετε την ανάγκη σας να επιτύχετε • Να είστε προετοιμασμένοι να κάνετε υπομονή και να συνεχίσετε να προσπαθείτε να επιτύχετε τους μακροπρόθεσμους ατομικούς ή ομαδικούς σας στόχους • Να είστε ανθεκτικοί σε συνθήκες πίεσης, αντιξοότητας και προσωρινής αποτυχίας
<p>5. Κινητοποίηση πόρων</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Αποκτήστε και διαχειριστείτε τους υλικούς, άυλους και ψηφιακούς πόρους που απαιτούνται για να μετατρέψετε τις ιδέες σε δράση. • Αξιοποιήστε στο έπακρο τους περιορισμένους πόρους • Αποκτήστε και διαχειριστείτε τις ικανότητες που απαιτούνται σε κάθε στάδιο, συμπεριλαμβανομένων των τεχνικών, νομικών, φορολογικών και ψηφιακών

1 Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2021). Το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Επιχειρηματικών Ικανοτήτων (EntreComp). Πρόσβαση στις 3rd Νοεμβρίου 2021, στη διεύθυνση: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en>.

2 Για να μάθετε περισσότερα για τη μελέτη, ανατρέξτε στο έγγραφο που συνέταξε η κοινοπραξία Career Guidance and Learning στις MME και για να μάθετε περισσότερα για τη διαδικασία επιλογής, ανατρέξτε στο GrowINg Research Matrix, και τα δύο είναι

6. Χρηματοοικονομικός και οικονομικός αλφαριθμητισμός	<ul style="list-style-type: none"> • Εκτίμηση του κόστους μετατροπής μιας ιδέας σε δραστηριότητα που δημιουργεί αξία • Να σχεδιάζετε, να θέτετε σε εφαρμογή και να αξιολογείτε τις οικονομικές αποφάσεις σε βάθος χρόνου • Διαχείριση της χρηματοδότησης για να διασφαλίσετε ότι η δραστηριότητα δημιουργίας αξίας μπορεί να διαρκέσει μακροπρόθεσμα
7. Κινητοποίηση άλλων	<ul style="list-style-type: none"> • Να εμπνέετε και να ενθουσιάζετε τους ενδιαφερόμενους φορείς • Να λάβετε την υποστήριξη που απαιτείται για την επίτευξη πολύτιμων αποτελεσμάτων • Να επιδεικνύετε αποτελεσματική επικοινωνία, πειθώ, διαπραγμάτευση και ηγεσία.
8. Προγραμματισμός & διαχείριση	<ul style="list-style-type: none"> • Θέστε μακροπρόθεσμους, μεσοπρόθεσμους και βραχυπρόθεσμους στόχους • Καθορισμός προτεραιοτήτων και σχεδίων δράσης • Προσαρμογή σε απρόβλεπτες αλλαγές
9. Αντιμετώπιση της αβεβαιότητας, της ασάφειας και του κινδύνου	<ul style="list-style-type: none"> • Να λαμβάνει αποφάσεις όταν το αποτέλεσμα της απόφασης αυτής είναι αβέβαιο, όταν οι διαθέσιμες πληροφορίες είναι μερικές ή διφορούμενες ή όταν υπάρχει κίνδυνος απρόβλεπτων αποτελεσμάτων • Στο πλαίσιο της διαδικασίας δημιουργίας αξίας, συμπεριλάβετε δομημένους τρόπους δοκιμής ιδεών και πρωτοτύπων από τα αρχικά στάδια, για να μειώσετε τους κινδύνους αποτυχίας. • Χειρισμός ταχέως εξελισσόμενων καταστάσεων με ταχύτητα και ευελιξία
10. Συνεργασία με άλλους	<ul style="list-style-type: none"> • Να συνεργάζονται και να συνεργάζονται με άλλους για να αναπτύξουν ιδέες και να τις μετατρέπουν σε δράση • Δίκτυο • Να επιλύετε συγκρούσεις και να αντιμετωπίζετε θετικά τον ανταγωνισμό όταν

Σχήμα 1 - Σύντομη περιγραφή των 10 επιχειρηματικών ικανοτήτων που εξετάζονται από τα εργαλεία Grow!NG.

Το εργαλείο επιχειρηματικής αυτοαξιολόγησης είναι ένα ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο που περιλαμβάνει 45 δηλώσεις, δομημένο έτσι ώστε να επιτρέπει στους εργαζομένους να γνωρίζουν το επίπεδο επάρκειας τους σε 10 επιχειρηματικές δεξιότητες (βλ. Σχήμα):
 Αυτό το πρώτο τεύχος παρουσιάζει τις δραστηριότητες που προετοιμάστηκαν για την περιοχή Ιδέες και τις Ευκαιρίες

Αρ	Τίτλος Δραστηριότητας	Κατηγορία	Διάρκεια	Ικανότητα	Σύντομη περιγραφή
1	Εντυπώσεις σχετικά με τις εικόνες	Εκπαιδευτική συνεδρία	2 ώρες	Εντοπισμός ευκαιριών	Συνίσταται στην κατανομή των συμμετεχόντων σε ομάδες ώστε να μπορούν να κάνουν καταϊγισμό ιδεών για πιθανά νέα εγχειρήματα, εμπνευσμένα από σκηνές της καθημερινής ζωής. Πρόκειται για μια εκπαιδευτική συνεδρία από την οποία μπορούν να μάθουν πώς να παρατηρούν και να εντοπίζουν ευκαιρίες. Δεν υπάρχει
2	Εναλλακτικές χρήσεις	Εκπαιδευτικές συνεδρίες	30 λεπτά	Εντοπισμός ευκαιριών	Οι ομάδες θα πρέπει να αποτελούνται από 4-5 άτομα και κάθε ομάδα θα έχει έναν εμπειρογνώμονα, στόχος του οποίου θα είναι να βρει καινοτομία από τυχαία ουσιαστικά που θα φωνάζουν οι υπόλοιποι. Είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να βοηθήσετε την ομάδα σας να σκεφτεί αυτόνομα και να λύσει δημιουργικά προβλήματα.

Αρ.	Τίτλος Δραστηριότητας	Κατηγορία	Διάρκεια	Ικανότητα	Σύντομη περιγραφή
3	Σχεδιάστε	Πρακτική	45 λεπτά	Εντοπισμός ευκαιριών	Αυτή η δραστηριότητα απαιτεί από τους συμμετέχοντες να μιλήσουν και να εξασκηθούν στην ομαδική εργασία, συνεργαζόμενοι με τους συναδέλφους τους για να αποκτήσουν τις πληροφορίες που λείπουν. Μόλις μάθουν τις πληροφορίες από τους συναδέλφους τους, μπορούν να συμπληρώσουν το "κενό" και να ολοκληρώσουν την εργασία ή τη δραστηριότητα, προσπαθώντας να αναπαράγουν ένα σχέδιο μιας εικόνας που περιγράφει ο συνεργάτης τους. Ο αναμενόμενος αριθμός συμμετεχόντων είναι περίπου 20 άτομα.
4	Πλαίσιο ανάπτυξης	Εκπαιδευτική συνεδρία	45 λεπτά	Εντοπισμός ευκαιριών	Αναθέστε τυχαία τους συμμετέχοντες σε ομάδες των 3 ή 4 ατόμων. Δώστε τους 5 λεπτά για να σκεφτούν μια έκφραση και να τη γράψουν στον πίνακα. Μετά από αυτό, θα πρέπει να σκεφτούν καταστάσεις στις οποίες η έκφραση θα ήταν ακατάλληλη ή πιθανόν να συμβεί. Αυτή η δραστηριότητα βοηθά τους συμμετέχοντες να επικοινωνούν και να μάθουν πώς να εργάζονται με ομαδικό πνεύμα.
5	Απελευθερώστε το δημιουργικό σας μυαλό	Εργαστήριο και συνάντηση παρακολούθησης	1 ώρα & 30 λεπτά	Δημιουργικότητα	Πρόκειται για μια ομαδική δραστηριότητα που αποτελείται από 5 βασικά βήματα και έχει σχεδιαστεί για την ανάπτυξη ιδεών και προτάσεων για λύσεις, καθώς και για την ενίσχυση των δεξιοτήτων δημιουργικότητας μέσω της χρήσης νοητικών χαρτών.
6	Brainwriting	Εργαστήριο	1 ώρα	Δημιουργικότητα	Πρόκειται για μια ομαδική δραστηριότητα που αποτελείται από 5 βασικά βήματα και έχει σχεδιαστεί για την ανάπτυξη ιδεών και προτάσεων για λύσεις, καθώς και για την ενίσχυση των δεξιοτήτων δημιουργικότητας μέσω της χρήσης της τεχνικής brainwriting.
7	6 καπέλα σκέψης	Εργαστήριο	1 ώρα & 30 λεπτά	Δημιουργικότητα	Πρόκειται για μια ομαδική δραστηριότητα που αποτελείται από 4 κύρια βήματα και έχει σχεδιαστεί για να βελτιώσει τον εντοπισμό και την επίλυση προβλημάτων, καθώς και τις δεξιότητες δημιουργικότητας.
8	Είμαι δημιουργικός στοχαστής!	Εργαστήριο	2 ώρες	Δημιουργικότητα	Πρόκειται για μια ομαδική δραστηριότητα που αποτελείται από τα 7 κύρια βήματα και έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει τη δημιουργική και καινοτόμο σκέψη των εργαζομένων κατά την ανάπτυξη νέων προϊόντων, υπηρεσιών ή διαδικασιών μέσω της χρήσης της μεθόδου SCAMPER.
9	Είμαι καινοτόμος!	Εργαστήριο	1 ώρα & 30	Δημιουργικότητα	Πρόκειται για μια ομαδική δραστηριότητα που αποτελείται από 6 κύρια βήματα και έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει τη δημιουργική και καινοτόμο σκέψη των εργαζομένων με το σχεδιασμό καινοτόμων εννοιών "mash-up".

Πίνακας 1 - Προσδιορισμός των δραστηριοτήτων για την ενίσχυση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων των εργαζομένων



δραστηριότητες

Πληροφορίες εικόνας

Επιχειρηματική ικανότητα: Εντοπισμός Ευκαιριών	Διάρκεια: 2 ώρες	Κατηγορία: Εκπαιδευτική
Στόχοι: <ul style="list-style-type: none">• Να βρείτε επιχειρηματικές ευκαιρίες μέσω υφιστάμενων νεοφυών επιχειρήσεων• Να μάθετε να δίνετε μεγάλη προσοχή στον κόσμο γύρω σας• Να βλέπετε τις καθημερινές σας εμπειρίες μέσα από τον επιχειρηματικό φακό	Σκηνικό: <ul style="list-style-type: none">• Φωτογραφίες• Πίνακας/Διαφάνειες• Σύνδεση στο Internet• Κινητό/ Υπολογιστής / Laptop	

Η δραστηριότητα αυτή αποτελείται από τρία βήματα:

- 1** Ορίστε τυχαία τους συμμετέχοντες σε ομάδες των 3-4 ατόμων, δώστε τους μια φωτογραφία μιας καθημερινής σκηνής, όπως μια στάση λεωφορείου, μια φωτογραφία γάμου, έναν σιδηροδρομικό σταθμό, ένα γυμναστήριο. Αφού μοιραστείτε τις φωτογραφίες στις ομάδες, δώστε τους την ακόλουθη εργασία: Με βάση την εικόνα που δόθηκε σε κάθε ομάδα, πραγματοποιήστε μια γρήγορη αναζήτηση 5 λεπτών για να εντοπίσετε τουλάχιστον 3 ενδιαφέροντα επιχειρηματικά εγχειρήματα που έχουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, που επηρεάζει τη συγκεκριμένη σκηνή. Μετά την εφαρμογή γρήγορης έρευνας (π.χ. “νεοφυείς επιχειρήσεις στον κλάδο του γάμου”), θα πρέπει να επιλέξουν τα κορυφαία αποτελέσματα που φάνηκαν να ταιριάζουν.
- 2** Ζητήστε από κάθε ομάδα να μοιραστεί την εικόνα της με το υπόλοιπο ακροατήριο και να παρουσιάσει γρήγορα τις εταιρείες που βρήκε και το πρόβλημα που λύνουν οι εταιρείες αυτές. Γράψτε τις εταιρείες σε έναν πίνακα ή σε μια διαφάνεια, κατηγοριοποιημένες με βάση την εικόνα. Οι ομάδες που εξετάζουν την ίδια εικόνα θα επικαλύψουν αναπόφευκτα τις εταιρείες που βρήκαν. Η “στιγμή αχά” συμβαίνει όταν ο 2ος ή η 2η ή η 3η, ενώ περιμένουν να παρουσιάσουν τα αποτελέσματά τους, συνεχίζουν να ακούνε παρόμοιες εταιρείες που βρήκαν. Ως αποτέλεσμα, συνειδητοποιούν ότι δεν έψαξαν αρκετά βαθιά - ενθαρρύνετε τους να το μοιραστούν.
- 3** Δώστε στους συμμετέχοντες μια δεύτερη ευκαιρία. Πείτε τους ότι θα κάνουν το ίδιο πράγμα, αλλά ότι κάθε εταιρεία που αναφέρθηκε στον πρώτο γύρο είναι εκτός ορίων. Ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να μην περιοριστούν μόνο στην εικόνα που βλέπουν. Ενθαρρύνετε τους να σκεφτούν τι χρειάστηκε για τη δημιουργία αυτής της εικόνας - τι έπρεπε να συμβεί για να συμβεί ό,τι συμβαίνει σε αυτή την εικόνα, κ.λπ. Ενθαρρύνετε τους να επικεντρωθούν σε αυτό που συμβαίνει στο παρασκήνιο και όχι μόνο σε αυτό που μπορούν να εντοπίσουν με μια πρώτη ματιά.

Αυτή η εκπαιδευτική συνεδρία θα πρέπει να καταλήξει σε λύσεις για τα προβλήματα. Ως εκ τούτου, ως συντονιστής, μπορείτε να κάνετε κάποιες ερωτήσεις κλεισίματος για να συγκεντρώσετε τα βασικά σημεία:

- Πόσο βαθιά ψάξατε για επιχειρηματικές ευκαιρίες;
- Πόσο χρόνο ξοδέψατε για να σκεφτείτε κριτικά την έννοια αυτή σε σχέση με το να προσπαθήσετε απλώς να ολοκληρώσετε την εργασία;
- Πώς θα μπορούσατε να ωθήσετε τον εαυτό σας να προχωρήσει περισσότερο;
- Πώς να δώσετε μια νέα πινελιά σε ιδέες που υπάρχουν ήδη στην αγορά;



Συμβουλές:

Ο συντονιστής θα μπορούσε να έχει ένα έτοιμο παράδειγμα για να το παρουσιάσει στους συμμετέχοντες πριν ξεκινήσουν την έρευνά τους. Αυτό θα τους διευκολύνει να κατανοήσουν τις απαιτήσεις της δραστηριότητας και θα κάνει τη δουλειά του πολύ πιο εύκολη. Αυτή η δραστηριότητα μπορεί να διεξαχθεί διαδικτυακά χρησιμοποιώντας τις ξεχωριστές αιθουσες Zoom.

Εναλλακτικές χρήσεις

Επιχειρηματική ικανότητα: Εντοπισμός ευκαιριών (Εστίαση στις προκλήσεις)	Διάρκεια: 30 λεπτά	Κατηγορία: Εκπαιδευτικές συνεδρίες
Στόχοι: <ul style="list-style-type: none">• Να βοηθήσει τις ομάδες να χαλαρώσουν, να σπάσουν τον πάγο, να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη και να μετατοπίσουν τη νοητική τους εστίαση σε μια πιο χαλαρή και δημιουργική ατμόσφαιρα.• Για να κινηθούν οι νοητικές ταχύτητες πριν από τις συνεδρίες καταιγισμού ιδεών, ώστε η ομάδα να είναι έτοιμη να δράσει ανακαλύπτοντας με πρωτότυπες ιδέες.	Σκηνικό: <ul style="list-style-type: none">• Χαρτί• Στυλό/Μολύβι	

Η δραστηριότητα περιλαμβάνει τέσσερα βήματα:

- 1** Αναθέστε σε ένα άτομο να είναι "ο ειδικός". Οι συμμετέχοντες μπορούν να ψηφίσουν ποιος θα είναι ο εμπειρογνώμονας και στη συνέχεια κατανομονται σε ομάδες των 4 ή 5 ατόμων.
- 2** Βάλτε τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας να φωνάξουν δύο άσχετα ουσιαστικά. Η πρώτη λέξη που τους έρχεται στο μυαλό. Αυτά θα πρέπει να συνδυαστούν σε ένα νέο "προϊόν". Για παράδειγμα, ας πούμε ότι η ομάδα προτείνει "τραπέζι" και "αθλητικό παπούτσι". Το προϊόν θα είναι ένα "αθλητικά παπούτσια σε σχήμα τραπεζιού" ή ένα "τραπέζι με αθλητικά παπούτσια".
- 3** Ο "ειδικός" στη συνέχεια ενεργεί ως ειδικός του συγκεκριμένου προϊόντος και προσπαθεί να πουλήσει στην ομάδα όλα τα υπέροχα οφέλη και χαρακτηριστικά του.
- 4** Επαναλάβετε αυτή την άσκηση αλλάζοντας τον εμπειρογνώμονα μιας ομάδας με τον εμπειρογνώμονα μιας άλλης και επαναλάβετε τη διαδικασία.

Για το τέλος της συνεδρίας, ο συντονιστής θα μπορούσε να θέσει στους συμμετέχοντες κάποιες ερωτήσεις όπως:

- Η επιλογή του εμπειρογνώμονα ήταν τυχαία ή κάτι σε αυτούς σας ενέπνευσε να τους επιλέξετε;
- Πώς αισθανθήκατε όταν άλλαξε ο ειδικός;
- Δυσκολευτήκατε να σκεφτείτε μια ιδέα;

11



Συμβουλές:

Ο συντονιστής θα μπορούσε να δώσει στους συμμετέχοντες ένα παράδειγμα για να τους διευκολύνει να κατανοήσουν τις απαιτήσεις της δραστηριότητας και θα κάνει τη δουλειά του πολύ πιο εύκολη.

Σχεδιάστε αυτό

Επιχειρηματική ικανότητα: Εντοπισμός ευκαιριών (Αποκάλυψη αναγκών- ανίχνευση κενών)	Διάρκεια: 45 λεπτά	Κατηγορία: Πρακτική
Στόχοι: <ul style="list-style-type: none">• Ανάπτυξη ομαδικής εργασίας• Για να κάνουν τους συμμετέχοντες να αισθάνονται πιο άνετα όταν ζητούν λεπτομέρειες		Σκηνικό: <ul style="list-style-type: none">• Φωτογραφίες• Χαρτί• Στυλό/Μολύβι

Η δραστηριότητα περιλαμβάνει δύο βήματα:

- 1** Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε ζεύγη. Δώστε μια εικόνα ή φωτογραφία στο πρώτο άτομο κάθε ζεύγους χωρίς να τη δείξετε στο δεύτερο.
- 2** Το πρώτο άτομο περιγράφει την εικόνα στο δεύτερο άτομο. Στη συνέχεια, το δεύτερο άτομο σχεδιάζει την εικόνα με βάση αυτή την περιγραφή. Το δεύτερο άτομο έχει τη δυνατότητα να κάνει ερωτήσεις για να το βοηθήσει να καταλάβει τι πράγμα δείχνει η εικόνα ή η τι φαίνεται

Αυτή η δραστηριότητα μπορεί να προσαρμοστεί για κάθε επίπεδο. Επιλέξτε εικόνες που θα ενσωματώνουν τη γλώσσα με την οποία οι άνθρωποι της ομάδας έχουν μελετήσει και είναι εξοικειωμένοι. Για παράδειγμα, στο ακόλουθο παράδειγμα υπάρχει εστίαση στα χρώματα. Για παράδειγμα:

Άτομο Α: Το φόντο είναι γαλάζιο.

Άτομο Β: Εντάξει.

Άτομο Α: Υπάρχει μια γυναίκα στη μέση της εικόνας.

Άτομο Β: Τι χρώμα έχουν τα μαλλιά της;

Άτομο Α: Τα μαλλιά της είναι καστανά.

Μπορείτε να μετατρέψετε αυτή τη δραστηριότητα σε "διαγωνισμό" με νικητή το ζευγάρι που θα αναπαράγει καλύτερα την εικόνα. Αν θέλετε να επεκτείνετε τη δραστηριότητα, βάλτε τους

Η συνεδρία θα μπορούσε να ολοκληρωθεί με τον συντονιστή να θέτει στους συμμετέχοντες κάποιες ερωτήσεις όπως:

- Ήταν εύκολη η επικοινωνία με τον σύντροφό σας;
- Αισθανθήκατε άβολα να κάνετε πολλές ερωτήσεις;
- Ώς αισθανθήκατε όταν αλλάξατε ρόλους;



Συμβουλές

Ο συντονιστής θα μπορούσε να έχει ένα έτοιμο παράδειγμα για να το παρουσιάσει στους συμμετέχοντες πριν ξεκινήσουν την έρευνά τους. Αυτό θα τους διευκολύνει να κατανοήσουν τις απαιτήσεις της δραστηριότητας και θα κάνει τη δουλειά του πολύ.

Πλαίσιο ανάπτυξης

Επιχειρηματική ικανότητα: Εντοπισμός ευκαιριών	Διάρκεια: 45 λεπτά	Κατηγορία: Εκπαιδευτική συνεδρία
Στόχοι: <ul style="list-style-type: none">• Να παρέχει στους μαθητές πολλές ευκαιρίες να αναπτύξουν το δικό τους πλαίσιο για τη γλώσσα που παρουσιάζεται.• Να τονιστεί η σημασία του πλαισίου στο οποίο η γλώσσα εμφανίζεται φυσικά.	Σκηνικό: <ul style="list-style-type: none">• Πίνακας• Στυλό• Φύλλο εργασίας 1. Παράδειγμα ανάπτυξης πλαισίου	

Η δραστηριότητα περιλαμβάνει τέσσερα βήματα:

- 1** Γράψτε μια έκφραση (π.χ. "Αυτό δεν σας αφορά!") στον πίνακα και δώστε τέσσερις διαφορετικές καταστάσεις. Οι ομάδες πρέπει να προσδιορίσουν σε ποια κατάσταση η φράση θα ήταν ακατάλληλη. Μπορείτε να το συνεχίσετε με ερωτήσεις που διεισδύουν βαθύτερα στο πλαίσιο και να επεκτείνουν τη φράση σε έναν σύντομο διάλογο.
- 2** Γράψτε μια έκφραση (π.χ. "Περίμενε!") και βάλτε τις ομάδες να σκεφτούν καταστάσεις στις οποίες είναι πιθανό να εμφανιστεί η έκφραση. Στη συνέχεια, ακολουθήστε το με τον ίδιο τρόπο όπως και με το προηγούμενο βήμα.
- 3** Οι διαβόητες ασκήσεις συμπλήρωσης μπορούν να προσαρμοστούν για χρήση σε δραστηριότητες ανάπτυξης πλαισίου. Αρχικά, χρησιμοποιήστε τη δραστηριότητα ως συνήθως και στη συνέχεια επιλέξτε μία ή δύο προτάσεις και συνεχίστε με την ερώτηση: "Ποιος ήταν πιο πιθανό να την πει;" Μπορείτε να δώσετε μερικές επιλογές για να επιλέξουν οι ομάδες ή καλέστε τις να προτείνουν τα δικά τους παραδείγματα.
- 4** Παρουσιάστε έναν σύντομο διάλογο, ή μέρος αυτού, με μια δραστηριότητα ευαισθητοποίησης που βοηθά τις ομάδες να παρατηρήσουν ένα συγκεκριμένο γλωσσικό χαρακτηριστικό (π.χ. αδύναμοι τύποι). Ασκήστε τον διάλογο χορωδιακά και στη συνέχεια βάλτε τις ομάδες σε ζεύγη να απαντήσουν σε ερωτήσεις όπως
 - Ποιοι είναι οι δύο άνθρωποι; Επινόηστε τα ονόματά τους.
 - Πόσο χρονών είναι;
 - Ποια είναι η σχέση τους;
 - Πού είναι;
 - Τι ώρα είναι;
- 5** Μόλις τελειώσουν, βάλτε δύο ζευγάρια μαζί και βάλτε τα να συζητήσουν τις απαντήσεις τους. Σκοπός αυτού του σταδίου είναι να βρουν τυχόν λογικές ασυνέπειες και να τις διορθώσουν παρέχοντας πρόσθετες εξηγήσεις. Οι μαθητές μπορούν να σχηματίσουν νέες ομάδες και να συνεχίσουν με τον ίδιο τρόπο μέχρι να ικανοποιηθούν με το αποτέλεσμα, το οποίο μπορούν στη συνέχεια να παρουσιάσουν. Τέλος, εξασκηθείτε ξανά χορωδιακά και ατομικά σε ζευγάρια. Επίσης, σκεφτείτε αν κάποια από τις καταστάσεις που παρουσιάστηκαν μπορεί να είναι κατάλληλη για να την υποδυθείτε!
- 6** Οι σαπουνόπερες ή οι ρομαντικές ταινίες αποτελούν ιδιαίτερα πλούσια πηγή καθομιλουμένης γλώσσας κατάλληλης για αυτό το είδος δραστηριότητας. Για τις πιο διάσημες ταινίες του Χόλιγουντ, είναι επίσης εύκολο να βρείτε πλήρεις υπότιτλους στο διαδίκτυο, γεγονός που διευκολύνει την προετοιμασία. Από την άλλη πλευρά, ο κίνδυνος είναι ότι οι μαθητές μπορεί να γνωρίζουν τη συγκεκριμένη σκηνή, γεγονός που ουσιαστικά θα τους εμπόδιζε να χρησιμοποιήσουν τη φαντασία τους.

13



Συμβουλές

(φύλλο εργασίας 1) για να το παρουσιάσει στους συμμετέχοντες πριν ξεκινήσουν τη διαδικασία. Αυτό θα τους διευκολύνει να κατανοήσουν τις απαιτήσεις της δραστηριότητας και θα κάνει τη δουλειά του διευκολυντή πολύ πιο εύκολη. Η δραστηριότητα αυτή μπορεί να διεξαχθεί διαδικτυακά με τη χρήση κάποιων διαδικτυακών εργαλείων όπως το Mentimeter, το Miroboard κ.λπ.

Φύλλο εργασίας 1.

Παράδειγμα ανάπτυξης πλαισίου

Εδώ, για παράδειγμα, είναι μια σύντομη ανταλλαγή από το Notting Hill. Σημειώστε την υψηλή συχνότητα εμφάνισης λέξεων από το σημασιολογικό πεδίο “Φαγητό” και τη λειτουργική γλώσσα “Προσφορά”.

A: Θα θέλατε ένα φλιτζάνι τσάι πριν φύγετε;

B: Όχι.

A: Καφέ;

B: Όχι.

A: Χυμό πορτοκαλιού; Μάλλον όχι. Χμ, κάτι άλλο κρύο. Χμ... Κόκα κόλα; Νερό;

Κάποιο αηδιαστικό ζαχαρούχο ποτό που προσποιείται ότι έχει σχέση με τα φρούτα του δάσους;

B: Όχι.


A: Θα θέλατε κάτι να φάτε; Κάτι να τσιμπήσετε; Εμ, βερίκοκα μουλιασμένα σε μέλι; Ακριβώς γιατί, κανείς δεν ξέρει, γιατί έτσι σταματούν να έχουν γεύση βερίκοκου... και έχουν γεύση μελιού, και αν θέλατε μέλι, απλά θα αγοράζατε μέλι αντί για... βερίκοκα. Εμ, αλλά να 'μαστε. Είναι δικά σας αν τα θέλετε.

B: Όχι.

A: Λέτε πάντα “όχι” σε όλα;

B: Όχι... Καλύτερα να πηγαίνω.

Απελευθερώστε το δημιουργικό σας νου

Επιχειρηματική ικανότητα: Δημιουργικότητα (Να είστε περίεργοι και ανοιχτοί)	Διάρκεια: 1 ώρα & 30 λεπτά	Κατηγορία: 1 ώρα & Εργαστήριο και συνάντηση παρακολούθησης
Στόχοι: <ul style="list-style-type: none">• Εισαγωγή των εργαζομένων στην τεχνική της νοητικής χαρτογράφησης και στα οφέλη της• Εισαγωγή των εργαζομένων στις διάφορες εφαρμογές της τεχνικής του της νοητικής χαρτογράφησης• Να βοηθήσει τους εργαζόμενους να ανακαλύψουν νέους τρόπους ανάπτυξης των δεξιοτήτων τους• Να βοηθήσει τους εργαζόμενους να αντιμετωπίσουν τις υπάρχουσες προκλήσεις με την οπτικοποίηση ιδεών• Να παρακινήσει τους εργαζόμενους να αναζητούν νέες γνώσεις και να αναπτύσσουν νέες δεξιότητες	Σκηνικό: <ul style="list-style-type: none">• Μια αίθουσα, ένα φυλλάδιο με τη σύντομη περιγραφή των νοητικών χαρτών, πίνακας ή βιντεοπροβολέας, χαρτί (μεγέθους A4 ή A3), πολύχρωμοι μαρκαδόροι και στυλό.• Φύλλο εργασίας 1. Σύντομη εισαγωγή στους νοητικούς χάρτες• Φύλλο εργασίας 2. Παραδείγματα νοητικών χαρτών• Η δραστηριότητα μπορεί επίσης να γίνει διαδικτυακά, τότε κάθε συμμετέχων θα χρειαστεί τηλέφωνο/τραπέζι/φορητό υπολογιστή κ.λπ. και πρόσβαση σε κάποια πλατφόρμα συναντήσεων, όπως Microsoft teams, skype, zoom κ.λπ. Ο συντονιστής μπορεί να χρησιμοποιήσει διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες όπου οι εργαζόμενοι μπορούν να δημιουργήσουν τους δικούς τους νοητικούς χάρτες, όπως Bubbl, Miro, Mindmap, Mindmeister.	
	Βίντεο για να παρακολουθήσετε: <ul style="list-style-type: none">• Chris Croft "How to solve problems using Mind Maps" https://www.youtube.com/watch?v=JV4Dfh6rsRc• Investis Digital, Formerly Vertical Measures "Brainstorming with mind maps in a group" https://www.youtube.com/watch?v=00IEj2dHpE• Mind tools "Mind mapping" https://www.youtube.com/watch?v=kzccUjVF24g• Ayoa "How to Mind Map with Tony Buzan" https://www.youtube.com/watch?v=u5Y4plsXTV0n	Αναφορές: <ul style="list-style-type: none">• https://www.emeraldgroupublishing.com/how-to/study-skills/mind-map• https://www.mindmeister.com/• https://www.mindmeister.com/blog/mind-mapping-benefits-who-needs-mind-maps/

Η δραστηριότητα περιλαμβάνει έξι βήματα:

- 1** Προσκαλέστε την ομάδα σας: Προγραμματίστε αυτή την άσκηση ως συνάντηση σε μια χαλαρή αίθουσα της εταιρείας ή σε εξωτερικό χώρο αν ο καιρός το επιτρέπει. Μπορείτε επίσης να την πραγματοποιήσετε σε απευθείας σύνδεση ανάλογα με την κατάσταση.
- 2** Δώστε μια σύντομη εισαγωγή στην τεχνική των νοητικών χαρτών - τι είναι, πώς χρησιμοποιούνται (διαφορετικό πλαίσιο), καθώς και συστάσεις για τον τρόπο κατασκευής τους. Θα ήταν καλό να δείξετε παραδείγματα νοητικών χαρτών για να τους βοηθήσετε να το οπτικοποιήσουν επίσης (βλ. Φύλλο εργασίας 1. Σύντομη εισαγωγή στους χάρτες νου).
- 3** Ζητήστε από κάθε συμμετέχον μέλος της ομάδας να σκεφτεί έναν τομέα/δεξιότητα/ικανότητα που θα ήθελε να βελτιώσει στο άμεσο μέλλον (π.χ. επικοινωνιακές δεξιότητες, δεξιότητες πληροφορικής, ξένη γλώσσα κ.λπ.). Καθώς το έχουν κάνει αυτό, καλέστε τα μέλη της ομάδας να ετοιμάσουν τους νοητικούς τους χάρτες με βάση την επιλεγμένη δεξιότητα/ικανότητα. Δώστε τους το "παράδειγμα" που θα τους καθοδηγήσει στην προετοιμασία των χαρτών τους (βλ. Φύλλο εργασίας 2. Παραδείγματα νοητικών χαρτών). Τονίστε, ότι τα μέλη της ομάδας θα πρέπει να χρησιμοποιούν καθοδηγητικές ερωτήσεις καθώς και να παραμένουν ρεαλιστές (π.χ. να μην καταγράφουν τις ιδέες που είναι αδύνατο να υλοποιηθούν ή τους πόρους που είναι αδύνατο να αποκτηθούν) κατά την προετοιμασία των νοητικών χαρτών τους. Οι ιδέες που προτείνονται θα πρέπει πάντα να οδηγούν σε μια δράση SMART (συγκεκριμένη, μετρήσιμη, εφικτή, σχετική, έγκαιρη).
- 4** Τα μέλη της ομάδας θα πρέπει να παρουσιάσουν τους νοητικούς τους χάρτες, ενώ τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας μπορούν να παρέχουν ανατροφοδότηση - πιθανές άλλες

ιδέες, λύσεις κ.λπ., καθώς και να προσφέρουν τη βοήθειά τους στην ανάπτυξη ορισμένων δεξιοτήτων/ικανοτήτων (εάν έχουν εμπειρία σε αυτό).

5 Με βάση την ανατροφοδότηση, ζητήστε από κάθε μέλος της ομάδας να προετοιμάσει ένα απλό σχέδιο δράσης για την υλοποίηση της επιλεγμένης ιδέας.

6 Οργανώστε μια συνάντηση παρακολούθησης (κατά προτίμηση μετά από ένα μήνα) για να συζητήσετε πώς πήγε η εφαρμογή αυτών των ιδεών - κατάφεραν να βελτιωθούν ή να αποκτήσουν τις επιθυμητές δεξιότητες, τις προκλήσεις που αντιμετώπισαν κ.λπ.

Στο τέλος της δραστηριότητας ζητήστε από τα μέλη της ομάδας να αποτυπώσουν τις εντυπώσεις τους με τη μορφή της ανατροφοδότησης - πώς τους φάνηκε η τεχνική των νοητικών χαρτών, αν την βρήκαν χρήσιμη κ.λπ. Προκαλέστε τα μέλη της ομάδας να σκεφτούν ένα άλλο πλαίσιο στο οποίο μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτή την τεχνική - π.χ. σε μια ομαδική συνάντηση κατά τη συζήτηση ενός συγκεκριμένου θέματος/ την επίλυση ενός προβλήματος/ την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος, την εκμάθηση νέων πληροφοριών κ.λπ.



Συμβουλές

Ο νοητικός χάρτης μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για την καλύτερη κατανόηση του υπάρχοντος προβλήματος και την παροχή λύσεων. Οι νοητικοί χάρτες μπορούν να γίνουν σε ομάδες, για παράδειγμα, μπορείτε να παρουσιάσετε το συγκεκριμένο θέμα στα μέλη της ομάδας. Μπορεί να είναι αφιερωμένος στις ανάγκες των εργαζομένων, π.χ. βελτίωση της ομαδικής επικοινωνίας/ διαχείρισης έργων/ δεξιοτήτων κ.λπ. ή στις ανάγκες ανάπτυξης της επιχείρησης, π.χ. εισαγωγή νέου προϊόντος ή υπηρεσίας, ανάπτυξη επιχειρηματικού ιστότοπου ή εφαρμογής, ανάγκες των πελατών κ.λπ. Τα μέλη της ομάδας μπορούν να κάνουν καταιγισμό ιδεών και να προετοιμάσουν από κοινού τον χάρτη του νοητικού. Είναι σημαντικό κάθε μέλος της ομάδας να έχει τον χρόνο να παρουσιάσει τον χάρτη του και να λάβει τα σχόλια των συναδέλφων του. Όλες οι απόψεις πρέπει να γίνονται σεβαστές και να ακούγονται επίσης. Ο συντονιστής μπορεί να είναι 'άτομο που εκπροσωπεί το ανθρώπινο δυναμικό, διευθυντής, εσωτερικός ή εξωτερικός εκπαιδευτής κ.λπ.

Φύλλο εργασίας 1.

Σύντομη εισαγωγή στους χάρτες νου

Τι είναι ο νοητικός χάρτης;

Ο νοητικός χάρτης είναι ένα οπτικό εργαλείο σκέψης που έχει πολλά πλεονεκτήματα σε σύγκριση με τις παραδοσιακές τεχνικές σημειώσεων και γραφής. Είναι ένα διάγραμμα για την αναπαράσταση εργασιών, λέξεων, εννοιών ή στοιχείων που συνδέονται και διατάσσονται γύρω από μια κεντρική έννοια ή θέμα, χρησιμοποιώντας μια μη γραμμική γραφική διάταξη που επιτρέπει στο χρήστη να δημιουργήσει ένα διαισθητικό πλαίσιο γύρω από μια κεντρική έννοια. Μπορεί να μετατρέψει έναν μακρύ κατάλογο μονότονων πληροφοριών σε ένα πολύχρωμο, αξιομνημόνευτο και εξαιρετικά οργανωμένο διάγραμμα που λειτουργεί σύμφωνα με τον φυσικό τρόπο λειτουργίας του εγκεφάλου σας.

Με απλά λόγια, ο χάρτης του μυαλού είναι ένας εξαιρετικά αποτελεσματικός τρόπος για να μεταφέρετε πληροφορίες μέσα και έξω από το μυαλό σας - είναι ένα δημιουργικό και λογικό μέσο καταγραφής και σημείωσης που κυριολεκτικά "χαρτογραφεί" τις ιδέες σας.

Η νοητική χαρτογράφηση είναι ιδανική για:

- Καταιγισμό ιδεών και οπτικοποίηση εννοιών
- Έρευνα και ενοποίηση πληροφοριών από πολλαπλές πηγές
- Παρουσίαση και επικοινωνία ιδεών
- Γραπτή οργάνωση και ηλεκτρονικά σημειωματάρια
- Αποτελεσματικότερη διεξαγωγή συνεδριάσεων
- Σκιαγράφηση εκθέσεων και εγγράφων
- Απλοποίηση της διαχείρισης εργασιών και έργων
- Επίλυση προβλημάτων

Η νοητική χαρτογράφηση συνδέεται γενικά με τον δημοφιλή ψυχολόγο, Άγγλο συγγραφέα και εκπαιδευτικό σύμβουλο Tony Buzan, αν και παρόμοιες προσεγγίσεις έχουν χρησιμοποιηθεί από τον Πορφύριο από την Τύρο τον 3ο αιώνα για την εννοιολόγηση των ιδεών του Αριστοτέλη, από τον Λεονάρντο ντα Βίντσι και από τον Πικάσο, για να αναφέρουμε μόνο μερικούς. Ωστόσο, ο Tony Buzan εκλαΐκευσε και σχηματοποίησε τους νοητικούς χάρτες στις δεκαετίες του 1960 και 1970.

Οφέλη των νοητικών χαρτών

Τα πλεονεκτήματα της νοητικής χαρτογράφησης ως τεχνική είναι ότι επιτρέπει στο χρήστη να επιστρατεύσει όλη τη δύναμη του εγκεφάλου, τόσο τη δεξιά πλευρά, η οποία χρησιμοποιείται για τη χωρική αντίληψη, την αίσθηση της ολότητας (Gestalt), τη φαντασία, την ονειροπόληση και το χρώμα, όσο και την αριστερή, η οποία είναι η πιο αναλυτική, λογική πλευρά.

Οι νοητικοί χάρτες βασίζονται στην ικανότητα του εγκεφάλου να αποθηκεύει άπειρο αριθμό συσχετίσεων και αυτό, σε συνδυασμό με τις οπτικές τους ιδιότητες (χώρος, εικόνα, χρώμα κ.λπ.), τους βοηθά να διεγείρουν τη μνήμη να αποθηκεύσει περισσότερα γεγονότα. Από φυσική άποψη καταλαμβάνουν επίσης λιγότερο χώρο από τις χρονολογικές σημειώσεις και είναι λιγότερο χρονοβόρες για την παραγωγή τους.

Για να συνοψίσουμε, ένας νοητικός χάρτης:

1. επιτρέπει την ουσιαστική μάθηση
2. βοηθά στην απομνημόνευση και τη διατήρηση της μνήμης
3. είναι μια πιο ελκυστική μορφή μάθησης
4. καθιστά τα πολύπλοκα ζητήματα ευκολότερα κατανοητά
5. βελτιώνει την παραγωγικότητα
6. πυροδοτεί τη δημιουργικότητα
7. βελτιώνει τη γραφή

Φτιάχνοντας έναν νοητικό χάρτη

Τα βήματα που απαιτούνται για τη δημιουργία ενός χάρτη νου μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

1. Βήμα 1 - Καθορίστε την κεντρική σας εικόνα ή έννοια.
2. Βήμα 2 - Δημιουργήστε τη βασική δομή για την οργάνωση των ιδεών σας: πρόκειται για τους κύριους κλάδους, οι οποίοι είναι γνωστοί ως Βασικές Οργανωτικές Ιδέες (ΒΟΙ) και αντιπροσωπεύονται από κλάδους που εκπέμπονται ακτινοειδώς από την κύρια έννοια.
3. Βήμα 3 - Βάλτε λέξεις-κλειδιά που σχετίζονται με τις Βασικές Οργανωτικές Ιδέες (ΒΟΙ), οι οποίες θα πρέπει να βρίσκονται σε μικρότερους κλάδους που συνδέονται με τον κύριο κλάδο.
4. Βήμα 4 - Επανεξετάστε τον νοητικό σας χάρτη, βάλτε τα πράγματα σε σειρά και αριθμήστε τα κλαδιά. Εάν είναι απαραίτητο, αναθεωρήστε τον σε ένα άλλο κομμάτι χαρτί.

Τεχνικές

Κατά τη δημιουργία ενός 'νοητικού χάρτη θα πρέπει να έχετε κατά νου τα ακόλουθα σημεία:

- Χρησιμοποιήστε την ακτινοβολό σκέψη - ξεκινήστε από το κέντρο και ακτινοβολήστε προς τα έξω.

- Χρησιμοποιήστε την ιεραρχία και τον συσχετισμό - οι κύριες Βασικές Οργανωτικές Ιδέες (ΒΟΙ) σας ενσωματώνονται σε παχιές γραμμές που εκπέμπονται από το κέντρο- οι ιδέες που εκπέμπονται από τις επιμέρους Βασικές Οργανωτικές Ιδέες (ΒΟΙ), έχουν λεπτότερες γραμμές. (Εάν πιστεύετε ότι είναι

πιθανό να υπάρχουν περισσότερες Βασικές Οργανωτικές Ιδέες (ΒΟΙ), και ιδέες από όσες μπορείτε να σκεφτείτε, αφήστε κενές γραμμές για μελλοντική αναφορά).

- Χρησιμοποιήστε τις εικόνες και τα χρώματα - θα τονώσουν την οπτική και δημιουργική ικανότητα του εγκεφάλου σας και θα σας βοηθήσουν να διασκεδάσετε στην πορεία!

- Χρησιμοποιήστε λέξεις-κλειδιά και όχι φράσεις - είναι πιο εύκολο να τις θυμάστε.

- Χρήση συμβόλων (π.χ. x για όχι) και κωδικών. Μπορείτε επίσης να σχολιάσετε τον νοητικό σας χάρτη του. Για παράδειγμα, θα μπορούσατε να γράψετε αναφορές σε άλλες πηγές με στυλό διαφορετικού χρώματος.

- Να είστε σαφείς: οι λέξεις να έχουν το ίδιο μήκος με τις γραμμές (καλύτερη χρήση του χώρου) και να χρησιμοποιείτε κεφαλαία, τα οποία διαβάζονται ευκολότερα και δίνουν έμφαση στις λέξεις-κλειδιά.

- Χρησιμοποιήστε βέλη για να υποδηλώσετε συνδέσμους μεταξύ ιδεών.

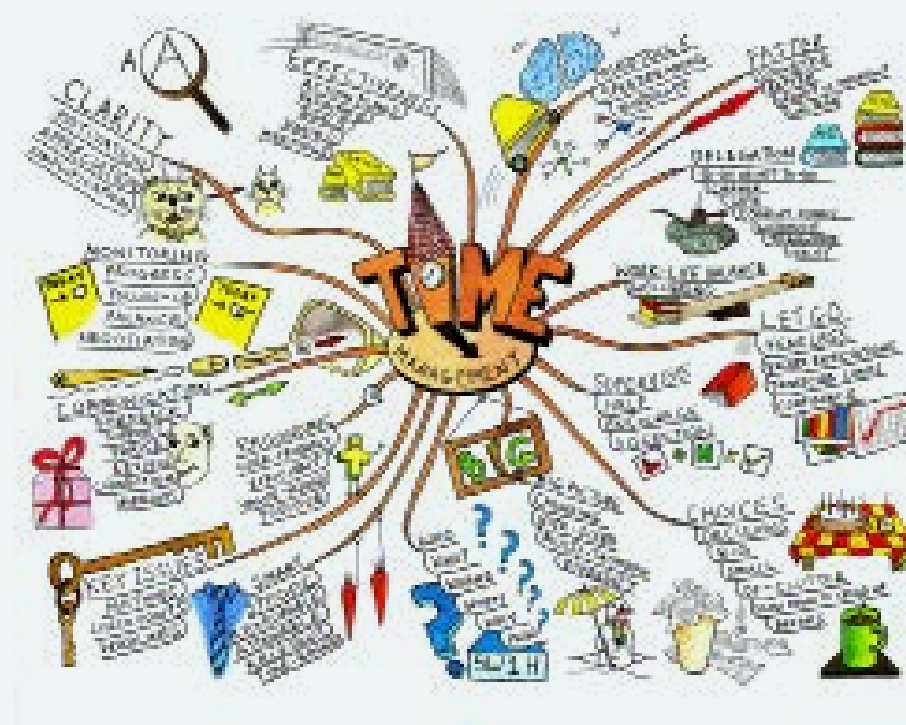
- Σχεδιάστε γρήγορα και αυθόρμητα σε ένα φύλλο χαρτιού A4 ή μεγαλύτερο (ίσως δύο φύλλα A4 μαζί, που έχει επίσης το πλεονέκτημα ότι θα είναι εύκολα διακριτό από τα άλλα μονόφυλλα στο γραφείο σας!), τοποθετημένο σε οριζόντια διάταξη.

- Επανεξετάστε τον νοητικό σας χάρτη αφού ολοκληρώσετε την πρώτη σας προσπάθεια, όχι αμέσως, αλλά μόλις οι σκέψεις σας έχουν προλάβει να "κατασταλάξουν".



Πηγή: Caldwell, 2017

Φύλλο εργασίας 2.
Παραδείγματα νοητικών χαρτών

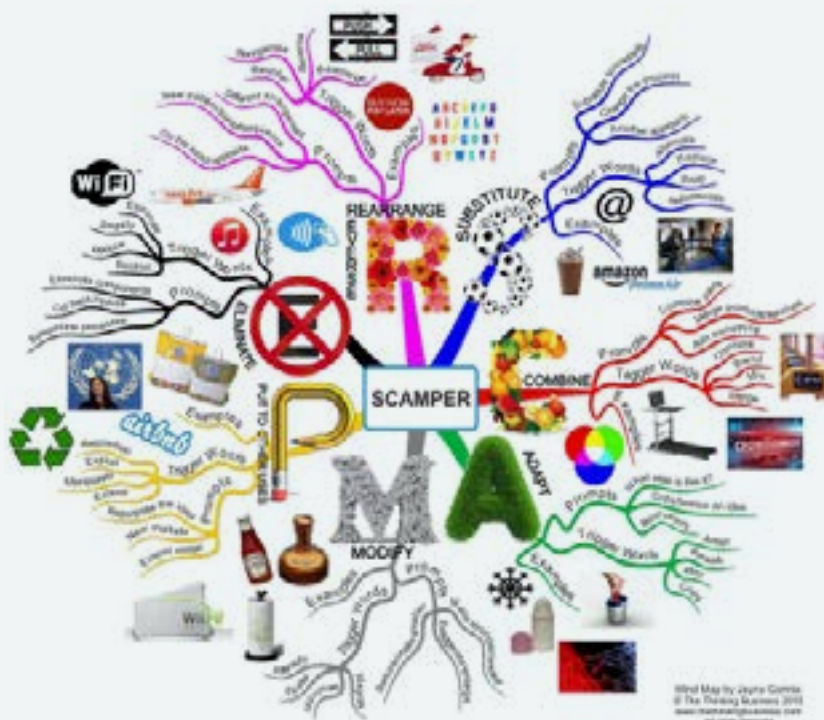


Πηγή: Sanida Gocic, <https://alrasub.com/mind-map/>
Πηγή: Mind tools

Χρησιμοποιήθηκε ένας νοητικός χάρτης για την παρουσίαση της μεθόδου των 6 καπέλων σκέψης (αναφορά στη δραστηριότητα “Ορισμός προβλημάτων”):



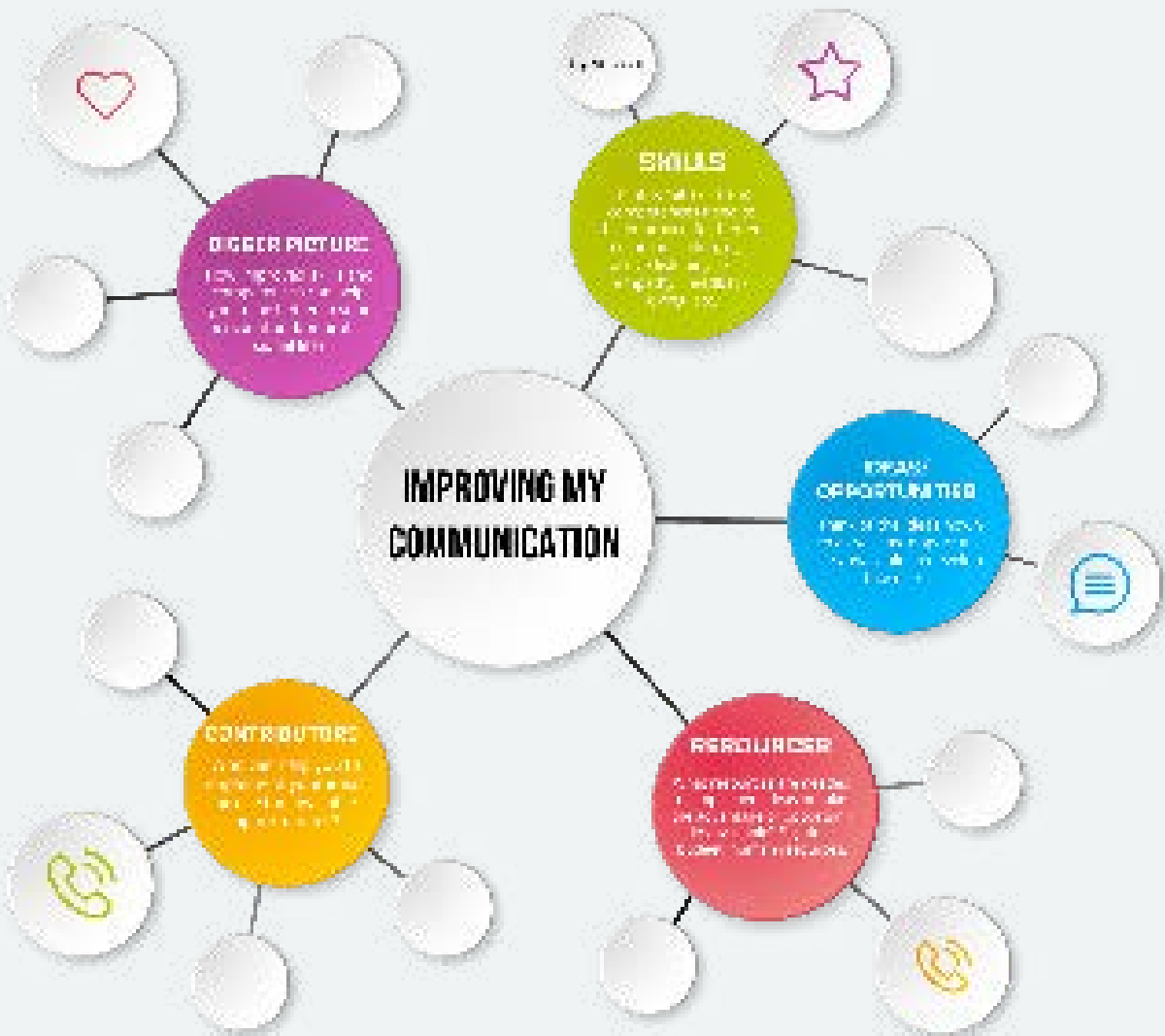
Πηγή: Jayne Cormie



Ένας νοητικός χάρτης που χρησιμοποιείται για την παρουσίαση της μεθόδου SCAMPER (αναφορά στη δραστηριότητα “Σχεδιασμός αξίας”):

Πηγή: Jayne Cormie

Ένας νοητικός χάρτης που χρησιμοποιείται για τη βελτίωση της επικοινωνίας:



Brain Writing

Επιχειρηματική ικανότητα: Δημιουργικότητα (Ανάπτυξη ιδεών)	Διάρκεια: 1 ώρα	Κατηγορία: Εργαστήριο
Στόχοι: <ul style="list-style-type: none">• Εισαγωγή των εργαζομένων σε μια τεχνική brainwriting και τα οφέλη της• Να βοηθήσει τους εργαζόμενους να ανακαλύψουν νέους τρόπους ανάπτυξης ιδεών, να τις μοιραστούν και να τις αξιοποιήσουν• Να βοηθήσει τους εργαζόμενους να αντιμετωπίσουν τις υπάρχουσες προκλήσεις με τη συνδιαμόρφωση διαφόρων λύσεων• Να βοηθήσει τους εργαζόμενους να βελτώσουν τη δημιουργικότητά τους, την ανάπτυξη ιδεών και τις ικανότητες επίλυσης προβλημάτων.• Να παρέχει στους εργαζόμενους ένα χώρο που επιτρέπει την ανάδυση ιδεών πριν από αυτές να υποστούν κριτική ανάλυση, ενός χώρου για τη συνδημιουργία ιδεών, επιτρέποντας έτσι μεγαλύτερες πιθανότητες υλοποίησης.	Σκηνικό: <ul style="list-style-type: none">• Μια αίθουσα, φυλλάδιο με τη σύντομη περιγραφή της τεχνικής brainwriting, πίνακας ή βιντεοπροβολέας, χαρτί (μεγέθους A4 ή A3), καρτέλες ή φύλλα χαρτιού, στυλό και αυτοκόλλητα "αστέρια".• Φύλλο εργασίας 1. Μια σύντομη εισαγωγή στο brainwriting• Φύλλο εργασίας 2. Υπόδειγμα συνεδρίας Brainwriting• Η δραστηριότητα μπορεί επίσης να γίνει διαδικτυακά, σε αυτή την περίπτωση ο κάθε συμμετέχων θα χρειαστεί τηλέφωνο/τραπέζι/φορητό υπολογιστή κ.λπ. και πρόσβαση σε κάποια πλατφόρμα συναντήσεων, όπως Microsoft teams, skype, zoom κ.λπ. Ο συντονιστής μπορεί να χρησιμοποιήσει διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες όπου οι εργαζόμενοι μπορούν να κάνουν καταιγισμό ιδεών online, όπως π.χ: Nearpod, Miro, Padlet, Ideaboradz.	
Αναφορές: <ul style="list-style-type: none">• SessionLab "Essential Meeting Facilitation Toolkit"• Mindtools "Brainwriting"• Lucid Content "Πώς να χρησιμοποιήσετε το Brainwriting για να δημιουργήσετε ιδέες"		

22

Η δραστηριότητα περιλαμβάνει πέντε βήματα:

- 1** Προσκαλέστε την ομάδα σας: Προγραμματίστε αυτή την άσκηση ως συνάντηση σε μια χαλαρή αίθουσα της εταιρείας ή σε εξωτερικό χώρο αν ο καιρός το επιτρέπει. Μπορείτε επίσης να την πραγματοποιήσετε σε απευθείας σύνδεση ανάλογα με την κατάσταση.
- 2** Δώστε μια σύντομη εισαγωγή στην τεχνική brainwriting (βλ. Φύλλο εργασίας 1 Σύντομη εισαγωγή στο brainwriting)
- 3** Γράψτε το θέμα γύρω από το οποίο τα μέλη της ομάδας πρέπει να δημιουργήσουν ιδέες και σχεδιάστε μια εικόνα του στον πίνακα ή στο χαρτί. Βεβαιωθείτε ότι είναι ορατό σε κάθε μέλος της ομάδας.
- 4** Μοιράστε κάρτες/φύλλα χαρτιού σε κάθε μέλος της ομάδας και ζητήστε τους να δημιουργήσουν ιδέες σιωπηλά για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα. Καθώς ολοκληρώνουν κάθε ιδέα, ζητήστε τους να τη δώσουν στο άτομο στα δεξιά τους. Πείτε στα μέλη της ομάδας να διαβάσουν την κάρτα που έλαβαν και να τη θεωρήσουν ως κάρτα "έμπνευσης ιδεών". Μπορούν είτε να προσθέσουν μια ιδέα εμπνευσμένη από αυτό που μόλις διάβασαν είτε να βελτιώσουν την ιδέα και στη συνέχεια να την περάσουν ξανά στα δεξιά τους. Συνεχίστε αυτή τη διαδικασία του "brainwriting" και της παράδοσης των καρτών στα δεξιά, μέχρι όλοι να έχουν γράψει ιδέες σε κάθε κάρτα.
- 5** Μόλις τελειώσετε, μαζέψτε τις κάρτες/τα φύλλα χαρτιού και κολλήστε τα στον τοίχο γύρω από το θέμα και την εικόνα του (αν είστε έξω, μπορείτε να τα τοποθετήσετε στο έδαφος ή σε οποιαδήποτε άλλη διαθέσιμη επιφάνεια). Βάλτε τα μέλη της ομάδας να συγκεντρωθούν δίπλα του για να εξετάσουν τις ιδέες και να ζωγραφίσουν/βάλουν αστεράκια δίπλα σε αυτές που βρίσκουν πιο συναρπαστικές. Συζητήστε με την ομάδα, ποιες ιδέες πιστεύουν ότι θα ήταν οι καλύτερες για την επίλυση του θέματος που συζητήθηκε και γιατί;

Στο τέλος της δραστηριότητας ζητήστε από τα μέλη της ομάδας να δώσουν ανατροφοδότηση σχετικά με το πώς τους φάνηκε η άσκηση, αν τη βρήκαν χρήσιμη, ποια ήταν η μεγαλύτερη πρόκληση, αν θα χρησιμοποιούσαν ξανά/με άλλους συναδέλφους αυτή την τεχνική κ.λπ. Προκαλέστε τα μέλη της ομάδας να σκεφτούν άλλα πλαίσια στα οποία οι ιδέες που ανέπτυξαν για την επίλυση προβλημάτων θα μπορούσαν να είναι χρήσιμες.



Συμβουλές

Η δραστηριότητα μπορεί να γίνει είτε με τα μέλη της ομάδας που γνωρίζονται μεταξύ τους και συνεργάζονται, είτε ως μέλη της ομάδας που προέρχονται από διαφορετικά τμήματα και δεν συνεργάζονται.

Λόγω της “σιωπηλής” φύσης του καταιγισμού ιδεών, η μέθοδος αυτή εμπλέκει εξίσου κάθε μέλος της ομάδας και εμποδίζει τα πιο δυνατά ή ανώτερα μέλη/ηγέτες της ομάδας να επηρεάσουν υπερβολικά τον καταιγισμό ιδεών. Αυτή η τεχνική σας επιτρέπει να ακούσετε κάθε μέλος της ομάδας.

Ορίστε το χρονικό όριο για τα μέλη της ομάδας να καταγράψουν την ιδέα, π.χ. 3-5 λεπτά.

- Δεν πειράζει να υπενθυμίζετε στους συμμετέχοντες να εργάζονται σιωπηλά όταν μιλούν ή ψιθυρίζουν.
- Η δραστηριότητα είναι καλύτερο να υλοποιηθεί με μικρή ομάδα, ιδανικά 6 μέλη. Το ελάχιστο συνιστώμενο αριθμό μελών της ομάδας που συμμετέχουν σε αυτή τη δραστηριότητα είναι 3 και το μέγιστο 8.
- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τις κενές κάρτες/φύλλα χαρτιού ή το πρότυπο που έχει ετοιμάσει το mindtools.com (βλ. Φύλλο εργασίας 2. Brainwriting session template).

Φύλλο εργασίας 1.

Μια σύντομη εισαγωγή στο brainwriting

Τι είναι το brainwriting;

Το Brainwriting είναι παρόμοιο με τον καταιγισμό ιδεών: μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία νέων ιδεών, την ενθάρρυνση της δημιουργικής επίλυσης προβλημάτων και την ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων. Όμως, αντί να βάζει τους ανθρώπους να συζητούν τις ιδέες τους φωναχτά, το brainwriting βάζει τους ανθρώπους να τις καταγράφουν και να τις μοιράζονται ανώνυμα. Σχεδιάστηκε από τον Γερμανό ειδικό μάρκετινγκ Bernd Rohrbach το 1969.

Ο καταιγισμός ιδεών χρησιμοποιείται συχνά για να βοηθήσει ντροπαλά ή εσωστρεφή μέλη της ομάδας που μπορεί να διστάζουν να μιλήσουν σε ομαδικές συνεδρίες καταιγισμού ιδεών, να συμμετάσχουν και να εκφράσουν τις ιδέες τους. Η τεχνική Brainwriting ξεπερνά αυτούς τους περιορισμούς, επιτρέποντάς τους να καταγράψουν τις ιδέες τους αντ' αυτού, δίνοντας σε όλους ίσες ευκαιρίες συμμετοχής. Ενθαρρύνει επίσης τους ανθρώπους να αφιερώσουν περισσότερο χρόνο για να διατυπώσουν τις σκέψεις τους και τους επιτρέπει να αναπτύξουν τις ιδέες που προσφέρουν οι άλλοι.

Πλεονεκτήματα του brainwriting

Το Brainwriting έχει πολλά πλεονεκτήματα:

1. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, επιτρέπει στα εσωστρεφή μέλη της ομάδας να εκφραστούν και να ακουστούν.
2. Καθώς τα μέλη της ομάδας εργάζονται σιωπηλά, δεν υπάρχουν κυρίαρχα μέλη της ομάδας που να μπορούν να επηρεάσουν τους άλλους και τις ιδέες τους. Επίσης, κάθε μέλος της ομάδας έχει τον ίδιο χρόνο για να σκεφτεί το θέμα.
3. Η μέθοδος προκαλεί μεγαλύτερη συνέργεια - διαβάζοντας τις ιδέες των άλλων συμμετεχόντων που έχουν καταγραφεί στην κορυφή του χαρτιού, κάθε συμμετέχων ενθαρρύνεται να βρει ο ίδιος δημιουργικές ιδέες. Κάθε ιδέα αποτελεί επομένως πηγή για μια νέα ιδέα ή για μια επέκταση αυτής της ιδέας.
4. Πρόκειται για μια ταχύτερη, πιο αποτελεσματική δραστηριότητα παραγωγής ιδεών που συχνά φέρνει πιο διαφορετικές και δημιουργικές ιδέες.
5. Η δραστηριότητα αυτή μπορεί να προσαρμοστεί ώστε να διεξάγεται διαδικτυακά.

Διαφορετικοί τύποι brainwriting

1) 6-3-5 brainwriting

Μία από τις δημοφιλείς μορφές brainwriting είναι γνωστή ως 6-3-5. Κατά τη διάρκεια μιας συνεδρίας 6-3-5, οι ασκήσεις brainwriting χωρίζονται σε διάφορους γύρους. Σε κάθε γύρο, έξι άτομα καταγράφουν από τρεις ιδέες ο καθένας μέσα σε πέντε λεπτά.

Μετά τον πρώτο γύρο, ο καθένας ανταλλάσσει το χαρτί του με κάποιον άλλον, διαβάζει αυτό που γράφει και στη συνέχεια γράφει άλλες τρεις ιδέες. Αυτές μπορεί να είναι νέες ιδέες ή να βασίζονται σε ιδέες που έχουν ήδη μοιραστεί.

Μετά από έξι γύρους, τα χαρτιά συγκεντρώνονται, συζητούνται όλες οι προτεινόμενες ιδέες και συμφωνούνται τα επόμενα βήματα.

Για περισσότερες πληροφορίες, ρίξτε μια ματιά σε αυτό το βίντεο σχετικά με τη μέθοδο 6-3-5 Brainwriting που ετοίμασε ο Ed Tchoi <https://www.youtube.com/watch?v=zbj0C5aqE4E>.

2) Συνεργατικό brainwriting

Σε περίπτωση που θέλετε να αποφύγετε μια επίσημη συνάντηση, η νοερή συνεργατική γραφή είναι μια καλή εναλλακτική λύση. Σε αυτή τη διαδικασία, επιλέγετε έναν χώρο (έναν τοίχο ή έναν πίνακα για παράδειγμα) που είναι εύκολα προσβάσιμος από την ομάδα σας και δημοσιεύετε μια προτροπή. Στη συνέχεια, καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας ή της εβδομάδας (όποιο χρονικό πλαίσιο κι αν επιλέξετε), η ομάδα σας μπορεί να προσθέτει ιδέες στον πίνακα ανάλογα με την έμπνευση ή την ευκολία που της δίνεται.

Αυτή η μέθοδος είναι πιο ευέλικτη και χαμηλών τόνων, γεγονός που μπορεί να λειτουργήσει καλύτερα για όσους προτιμούν να σκέφτονται τα προβλήματα στο δικό τους χρόνο χωρίς την πίεση άλλων ανθρώπων ή του ρολογιού.

3) Απομακρυσμένο brainwriting

Παρόμοια με το συνεργατικό brainwriting, το απομακρυσμένο brainwriting παρέχει μια απλή μέθοδο για απομακρυσμένες ομάδες με σκοπό να παράγουν και να μοιράζονται ιδέες αποτελεσματικά. Συνήθως, η διαδικασία ακολουθεί τη συνεργατική μέθοδο όπου τίθεται μια ερώτηση ή ένα πρόβλημα και η ομάδα μπορεί να απαντήσει εντός συγκεκριμένου χρονικού πλαισίου. Η διαφορά εδώ είναι ότι η πλατφόρμα για την ανταλλαγή ιδεών είναι εικονική. Υπάρχουν πολλές πλατφόρμες που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε, όπως οι nearpod.com, miro.com, www.padlet.com, www.ideaboardz.com κ.λπ.

Ωστόσο, αν αποφασίσετε να χρησιμοποιήσετε την απομακρυσμένη εκδοχή του brainwriting, σκεφτείτε να κάνετε πρώτα μια δοκιμαστική λειτουργία για να λύσετε τυχόν τεχνικές δυσκολίες και να καθορίσετε τις κατευθυντήριες γραμμές και τις βέλτιστες πρακτικές που θα λειτουργήσουν καλύτερα για την ομάδα σας.

4) Brainwriting σε κάρτες

Αυτή η τεχνική δεν περιορίζεται τόσο από τον αριθμό των συμμετεχόντων και τον αριθμό των ιδεών όσο η παραπάνω τεχνική. Κάθε συμμετέχων γράφει μια ιδέα ή ένα σκίτσο σε μια κάρτα ευρετηρίου και τη μεταβιβάζει στους άλλους συμμετέχοντες. Η ιδέα που δημιουργείται από την ανάγνωση μιας ιδέας γράφεται σε μια νέα κάρτα που μεταβιβάζεται.

Ένα παράδειγμα Brainwriting

Ακολουθεί ένα παράδειγμα από το mindtools.com για το πώς μπορεί να λειτουργήσει μια συνεδρία brainwriting. Σε αυτό το παράδειγμα, τα μέλη της ομάδας μιας εταιρείας λεωφορείων διερευνούν τρόπους βελτίωσης της εφαρμογής της για τους επιβάτες.

Φύλλο εργασίας Brainwriting: The Local Bus Co.

Ημερομηνία: 18 Αυγούστου

Στόχος: Πώς μπορούμε να κάνουμε περισσότερους ανθρώπους να χρησιμοποιήσουν την εφαρμογή μας και να αυξήσουμε την αξία της για τους επιβάτες

	Ιδέα 1	Ιδέα 2	Ιδέα 3
Γύρος 1	Επανασχεδιάστε το εικονίδιο για να το βρίσκετε ευκολότερα.	Συμπεριλάβετε απλά παιχνίδια για να παίζουν οι άνθρωποι κατά τη διάρκεια των ταξιδιών.	Συνδέστε την εφαρμογή με κυκλοφοριακές ειδήσεις, για να προσφέρετε ταξιδιωτικές συμβουλές σε πραγματικό χρόνο.
Γύρος 2	Κάντε το νέο εικονίδιο να μοιάζει με λεωφορείο!	Θα μπορούσαν κάποια από αυτά τα παιχνίδια να σχετίζονται με τοπικές πληροφορίες;	Θα μπορούσαμε να συνδέσουμε την εφαρμογή με το σύστημα εντοπισμού των λεωφορείων μας για να μπορούν οι άνθρωποι να βλέπουν ακριβώς πού βρίσκεται το λεωφορείο τους;
Γύρος 3	Βεβαιωθείτε ότι ορισμένα τμήματα ή το σύνολο της εφαρμογής μπορούν να λειτουργήσουν χωρίς διαδίκτυο.	Συνδέστε την εφαρμογή με το GPS, για να παρέχετε εξατομικευμένες πληροφορίες και να παρακολουθείτε τα ταξίδια.	Σύνδεση με κάμερες μέσα στα λεωφορεία, ώστε να φαίνεται πόσο απασχολημένο είναι ένα συγκεκριμένο λεωφορείο;
Γύρος 4	Για το νέο εικονίδιο, χρησιμοποιήστε το γράμμα Ο από το όνομα της εταιρείας μας ως μία από τις ρόδες του λεωφορείου!	Χρησιμοποιήστε δεδομένα για να μάθετε ποιες είναι οι πιο δημοφιλείς διαδρομές και, στη συνέχεια, χρησιμοποιήστε τα για να δώσετε πιο εξατομικευμένες προτάσεις και συμβουλές.	Θα μπορούσαν οι επιβάτες να χρησιμοποιούν την εφαρμογή για να αναφέρουν τυχόν προβλήματα κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους;

Γύρος 5	Επιτρέψτε στους χρήστες να διαβάζουν το περιεχόμενο της εφαρμογής μας σε διάφορες γλώσσες.	Δώστε στους ανθρώπους τη δυνατότητα να αποθηκεύουν δεδομένα σχετικά με τον αριθμό των μετακινήσεων που πραγματοποιήθηκαν, την απόσταση που διανύθηκε κ.λπ.	Μετατρέψτε τα δεδομένα ταξιδιού σε περιβαλλοντικές πληροφορίες, π.χ. ποσότητα διοξειδίου του άνθρακα που εξοικονομήθηκε.
Γύρος 6	Χρησιμοποιήστε κείμενο σε ομιλία για να βοηθήσετε και τα άτομα με προβλήματα όρασης.	Επιτρέψτε στους χρήστες να αγοράζουν και να στέλνουν ταξιδιωτικά κουπόνια ως δώρα μέσω της εφαρμογής.	Παιχνιδιοποιήστε τις διαδρομές και τη χρήση της εφαρμογής. Αποδώστε "πράσινους πόντους" στους χρήστες, οι οποίοι συσσωρεύονται για να κερδίσουν ανταμοιβές.

Φύλλο εργασίας 2. Υπόδειγμα συνεδρίας Brainwriting

Brainwriting Worksheet: The Local Bus Co.

Ημερομηνία:

Στόχος: (το θέμα, την ερώτηση ή το πρόβλημα που θέλετε να διερευνήσετε)

	Ιδέα 1	Ιδέα 2	Ιδέα 3
Γύρος 1			
Γύρος 2			
Γύρος 3			

Μη διστάσετε να αντιγράψετε αυτό το φύλλο για δική σας χρήση και να το μοιραστείτε με φίλους, συναδέλφους ή μέλη της ομάδας, αρκεί να μην το αλλάξετε με κανέναν τρόπο.

Πνευματικά δικαιώματα: Emerald Works, 2006 – 2020
2006 – 2020

6 καπέλα σκέψης

Επιχειρηματική ικανότητα: Δημιουργικότητα (Καθορισμός προβλημάτων)	Διάρκεια: 1 ώρα & 30 λεπτά	Κατηγορία: Εργαστήριο
Στόχοι: <ul style="list-style-type: none">• Να βοηθήσει να δούμε το πρόβλημα και την επίλυση του προβλήματος από διαφορετικές οπτικές γωνίες καθώς και να κατανοήσουμε καλύτερα το πρόβλημα• Ενίσχυση της επίγνωσης των διαφορετικών δημιουργικών τρόπων επίλυσης προβλημάτων και πρότασης λύσεων/ανάπτυξης ιδεών, καθώς και επίλυσης συγκρούσεων.• Εισαγωγή των εργαζομένων σε διαφορετικά στυλ σκέψης• Συμμετοχή των εργαζομένων στην επίλυση προβλημάτων, στην πρόταση λύσεων• Προώθηση δομημένης και αποτελεσματικής συζήτησης μεταξύ των μελών της ομάδας	Σκηνικό: <ul style="list-style-type: none">• Ένα δωμάτιο, 6 πολύχρωμα καπέλα ή εκτυπώσεις πολύχρωμων καπέλων, φυλλάδιο με τη σύντομη περιγραφή των 6 καπέλων σκέψης, πίνακας ή προβολέας (αν η δραστηριότητα γίνεται σε εσωτερικό χώρο), χαρτί για σημειώσεις και στυλό.• Φύλλο εργασίας 1. Σύντομη εισαγωγή στο πλαίσιο των 6 καπέλων• Η δραστηριότητα μπορεί επίσης να γίνει διαδικτυακά, τότε κάθε συμμετέχων θα χρειαστεί τηλέφωνο/τραπέζι/φορητό υπολογιστή κ.λπ. και πρόσβαση σε κάποια πλατφόρμα	
Αναφορές: <ul style="list-style-type: none">• Edward de Bono "Έξι καπέλα που σκέφτονται", 2017• SessionLab "Βασική εργαλειοθήκη διευκόλυνσης συναντήσεων"• Φύλλο εργασίας 1. Σύντομη εισαγωγή στο πλαίσιο των 6 καπέλων		

Η δραστηριότητα περιλαμβάνει τέσσερα βήματα:

- 1** Προσκαλέστε την ομάδα σας: Προγραμματίστε αυτή την άσκηση ως συνάντηση σε μια χαλαρή αίθουσα της εταιρείας ή σε εξωτερικό χώρο αν ο καιρός το επιτρέπει. Μπορείτε επίσης να την πραγματοποιήσετε σε απευθείας σύνδεση ανάλογα με την κατάσταση. Επιλέξτε μια μικρή ομάδα, κατά προτίμηση 5-6 άτομα, ανάλογα με το αν σκοπεύετε να συμμετάσχετε και εσείς στη συζήτηση ή όχι.
- 2** Κάντε μια σύντομη εισαγωγή στην τεχνική των 6 καπέλων σκέψης και παρουσιάστε το θέμα/ πρόβλημα για αυτή τη δραστηριότητα (βλ. Φύλλο εργασίας 1. Σύντομη εισαγωγή στο πλαίσιο των 6 καπέλων). Σε ορισμένες περιπτώσεις, ανάλογα με την πολυπλοκότητα του θέματος/ ζητήματος που συζητείται, είναι καλύτερο να ενημερωθούν τα μέλη της ομάδας για το θέμα εκ των προτέρων. Τα θέματα μπορεί να είναι, για παράδειγμα, "Πώς μπορούμε να βελτιώσουμε την εξυπηρέτηση των πελατών μας για να ικανοποιήσουμε καλύτερα τους πελάτες μας", "Πώς μπορεί να βελτιωθεί η ιστοσελίδα μας για να ικανοποιήσει τις ανάγκες των πελατών μας"
- 3** Κατά τη διάρκεια αυτής της δραστηριότητας, κάθε μέλος της ομάδας θα "δοκιμάσει όλα τα καπέλα". Αυτό σημαίνει ότι όλα τα μέλη της ομάδας θα πρέπει να υιοθετήσουν το ίδιο καπέλο (την ίδια θέση) την ίδια στιγμή. Καθώς προχωρούν οι συζητήσεις, η ομάδα αλλάζει καπέλα μέχρι να εξετάσει όλες τις πτυχές που πρέπει να εξεταστούν. Το "μπλε καπέλο" θα πρέπει να ενημερώνει τους άλλους πότε ήρθε η ώρα να αλλάξουν καπέλο, για παράδειγμα: "Ας σκεφτούμε τώρα με κίτρινο καπέλο"
- 4** Στο τέλος της συζήτησης, όταν έχουν εξεταστεί όλες οι απόψεις των "καπέλων", το μπλε καπέλο έχει την ευθύνη να παρουσιάσει τη σύνοψη της συζήτησης και να επισημάνει τα βασικά σημεία που αναφέρθηκαν. Στη συνέχεια, η ομάδα πρέπει να προτείνει μια λύση ή τρόπους για να προχωρήσει μπροστά που θα οδηγήσουν σε μια δράση SMART (συγκεκριμένη, μετρήσιμη, εφικτή, σχετική και έγκαιρη).

Στο τέλος της δραστηριότητας ζητήστε από τα μέλη της ομάδας να ανατροφοδοτήσουν - πώς τους φάνηκε η άσκηση, αν τη βρήκαν χρήσιμη, ποια ήταν η μεγαλύτερη πρόκληση κ.λπ. Ενθαρρύνετε τα μέλη της ομάδας να σκεφτούν κάποιο άλλο πλαίσιο στο οποίο μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτή την τεχνική.



Συμβουλές

Εάν έχετε λιγότερο χρόνο, μπορείτε να βάλετε κάθε άτομο να παρουσιάσει ένα καπέλο. Στη συνέχεια, τα μέλη της ομάδας πρέπει να συζητήσουν το θέμα από την “οπτική γωνία του καπέλου” τους. Μπορείτε επίσης να επιλέξετε είτε να είστε συντονιστής - “μπλε καπέλο” είτε να επιτρέψετε σε ένα από τα μέλη της ομάδας σας να γίνει και να αναλάβει ρόλο παρατηρητή.

Μπορείτε να επιλέξετε την ακολουθία των καπέλων τυχαία ή να έχετε απλές ακολουθίες δύο ή τριών καπέλων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν μαζί για έναν συγκεκριμένο σκοπό (π.χ., για παράδειγμα: Το κίτρινο καπέλο ακολουθούμενο από το μαύρο καπέλο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αξιολόγηση μιας ιδέας/ Το μαύρο καπέλο ακολουθούμενο από το πράσινο καπέλο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη βελτίωση ενός σχεδίου)

Είναι σημαντικό κάθε μέλος της ομάδας να έχει χρόνο να εκφράσει τη γνώμη του και όλες οι απόψεις να γίνονται σεβαστές και να ακούγονται.

Εάν η δραστηριότητα διεξάγεται στο διαδίκτυο, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε πλατφόρμες (όπως <https://radlet.com/>, <https://ideaboardz.com/> κ.λπ.) για να

Φύλλο εργασίας 1.

Σύντομη εισαγωγή στο πλαίσιο των 6 καπέλων

Η προσέγγιση των Έξι Καπέλων Σκέψης δημιουργήθηκε από τον Edward de Bono, έναν Μαλτέζο γιατρό, ψυχολόγο και φιλόσοφο. Τη χρησιμοποίησε στο έργο του ως σύμβουλος κυβερνητικών οργανισμών, αλλά ήθελε επίσης να αποτελέσει ένα πρακτικό εργαλείο για την καθημερινή επίλυση προβλημάτων. Πρωτοεμφανίστηκε στο ομώνυμο βιβλίο του το 1985, το οποίο έκτοτε έχει αναθεωρηθεί αρκετές φορές .

Τα “Έξι Καπέλα Σκέψης” είναι ένας τρόπος διερεύνησης ενός θέματος/προβλήματος από διάφορες οπτικές γωνίες, αλλά με τρόπο σαφή και χωρίς συγκρούσεις. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί από εργαζόμενους ή ομάδες για να βγουν από τους συνηθισμένους τρόπους σκέψης, να δοκιμάσουν διαφορετικές προσεγγίσεις και στη συνέχεια να σκεφτούν εποικοδομητικά για το πώς να προχωρήσουν μπροστά.

Η περιγραφή των 6 καπέλων σκέψης από τον Edward de Bono έχει ως εξής:

1. Λευκό καπέλο: Παρουσιάστε τα στοιχεία του προβλήματος
2. Πράσινο καπέλο: Δημιουργήστε ιδέες για το πώς μπορεί να λυθεί το πρόβλημα
3. Κίτρινο καπέλο: Αξιολογήστε τις ιδέες καταγράφοντας τα πλεονεκτήματά τους
4. Μαύρο καπέλο: Αξιολογήστε τις ιδέες καταγράφοντας τα μειονεκτήματά τους
5. Κόκκινο καπέλο: Συλλέξτε το τι νιώθετε ενστικτωδώς σχετικά με τις εναλλακτικές λύσεις
6. Μπλε καπέλο: Συνοψίστε τη συζήτηση και συμφωνήστε στα συμπεράσματα

<i>Six Thinking Hats</i>	
 <i>White</i>	When wearing the white hat, the person focuses on facts and data to identify all information needed. "The results of our latest satisfaction survey tell us that 68% of our customers say that they are satisfied with our services."
 <i>Emotion</i>	When wearing the red hat, the focus is on feelings, intuition and hunches. Group members can express emotions and feelings and share fears like dislike love and hates. For example: "I'm doubtful as to whether we can change the offers", "I'm proud to be part of the team responsible for these discussions!"
 <i>Judgment</i>	When wearing the black hat, the focus is on why a solution might not work or possible negative outcomes. Often the most powerful and useful of the Hats but a problem when overused. ! For example: "There aren't enough employees to work on the offer. ", or "Lack of time".
 <i>Benefit</i>	When wearing the yellow hat, everyone focuses on positive outcomes and the benefits of potential solutions. For example: "CRM will finally give us data to move forward! " "I think that we can target +20 satisfaction points."
 <i>Ideas</i>	When wearing the green hat, the focus is on creative solutions, possibilities, and new concepts. This is an opportunity to express new ideas and new perceptions. For example: "Put in place a suggestion box to respond to our customers' requests 24/7. " or "Let's create an ambassadors' club for our VIP customers".
 <i>Planning</i>	The blue hat, worn by facilitators or meeting leaders, is used to manage the process of the Six Thinking Hats. For example: "Let's divide the ideas into groups of 3 or 4 people to help us move forward.", "Let's work in test & learn mode; we'll carry out the first test and see where we are!"

Μπορείτε επίσης να δείτε το βίντεο εδώ: <https://www.youtube.com/watch?v=la19ZNyvflA>

Λευκό καπέλο

Ποια είναι τα γεγονότα που γνωρίζουμε?”

- Η έρευνά μας τον περασμένο μήνα έδειξε ότι οι γυναίκες ηλικίας 25-45 ετών προτιμούν το πράσινο προϊόν σε ποσοστό 5%.

- Τα ποσοστά επιστροφών από τις πωλήσεις έχουν μειωθεί πάνω από 50% από την εισαγωγή της νέας συσκευασίας παράδοσης.

- Υπάρχουν διαθέσιμες νέες διαδρομές παράδοσης μέσω της εταιρείας Logistics.

Κόκκινο καπέλο

“ Ποιες είναι οι ενστικτώδεις αντιδράσεις σας;”

- Το πράσινο χρώμα εμπνέει μια βιώσιμη εμφάνιση και είναι πολύ ελκυστικό. Αυτό είναι ακόμη και μια ωραία απόχρωση.

- Ο αντίκτυπος στα μειωμένα ποσοστά επιστροφής θα μπορούσε να σημαίνει πρόσθετους πόρους.

- Πώς επηρεάζουν οι νέες διαδρομές παράδοσης τους χρόνους παράδοσής μας; Σίγουρα θα με ενδιέφερε να μάθω περισσότερα γι' αυτό.

Μαύρο καπέλο

“ Ποιους κινδύνους πρέπει να έχουμε κατά νου ?”

- Αρκεί ένα 5% προτίμησης για να κατασκευάσουμε ένα μονόχρωμο προϊόν; Τι συμβαίνει αν αλλάξουν οι προτιμήσεις.

- Ποιο είναι το κόστος διατήρησης της ποιότητας και της βιωσιμότητας της συσκευασίας;

- Οι νέες διαδρομές παράδοσης μπορεί να μην έχουν αποδειχθεί ακόμη ως αξιόπιστες ή μπορεί να αυξήσουν το κόστος μας.

Κίτρινο καπέλο

“ Γιατί πρέπει να είμαστε αισιόδοξοι ?”

- Το νέο προϊόν θα μπορούσε να αυξήσει τη ροή διαφοροποίησης των εσόδων μας και να αυξήσει την οικογένεια προϊόντων μας.

- Μπορούμε να αρχίσουμε να λαμβάνουμε καλύτερα σχόλια και μαρτυρίες από τους πελάτες μας.

- Ο αντίκτυπος από ζημιές κατά την παράδοση θα ανταποκρίνεται στα πρότυπα των υπηρεσιών μας.

Πράσινο καπέλο

“ Πώς μπορούμε να δημιουργήσουμε ευκαιρίες ?”

- Μια πράσινη σειρά θα μπορούσε να επεκταθεί σε μια διαφορετική σειρά χρωμάτων ή να είναι συμβολική.

- Η δημιουργία πολλαπλών καναλιών θα μας επιτρέψει να δημιουργήσουμε νέες συνεργασίες και συνεργάτες.

- Η επιτάχυνση της ποιότητας και της αξιοπιστίας της παράδοσης θα μπορούσε να μας επιτρέψει να συνδυάσουμε τα υπάρχοντα προϊόντα.

Μπλέ καπέλο

“ Ποια συστήματα ή διαδικασίες θα χρειαστούν ?”

- Ας πάμε γύρω από την αίθουσα και ας συζητήσουμε τις χρωματικές επιλογές με βάση.

- Πώς έχουν επηρεάσει τα μειωμένα ποσοστά επιστροφών το τμήμα αποθήκης μας;

- Θα υπάρξουν άλλες αλλαγές στη ροή εργασίας μας με έναν νέο συνεργάτη παράδοσης και θα αλλάξει η τεχνολογία logistics μας;

Είμαι δημιουργικός στοχαστής!

Επιχειρηματική ικανότητα: Δημιουργικότητα (αξία σχεδιασμού)	Διάρκεια: 2 ώρες	Κατηγορία: Εργαστήριο
Objectives: <ul style="list-style-type: none">• Εισαγωγή των εργαζομένων στη μέθοδο SCAMPER και τα οφέλη της♦ Ενθάρρυνση της δημιουργικής και καινοτόμου σκέψης των εργαζομένων♦ Να εμπλέξει τους εργαζόμενους στην ιδέα του σχεδιασμού νέων προϊόντων, υπηρεσιών ή διαδικασιών♦ Να βοηθήσει τους εργαζόμενους να ανακαλύψουν νέους τρόπους για να προτείνουν λύσεις για τη βελτίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών των υφιστάμενων προϊόντων, υπηρεσιών ή διαδικασιών.♦ Να παρακινεί και να ενθαρρύνει τους εργαζόμενους να δημιουργούν προϊόντα, υπηρεσίες ή διαδικασίες για την επίλυση των δικών τους ή άλλων αναγκών	Setting: <ul style="list-style-type: none">• Μια αίθουσα, φυλλάδια με την περιγραφή κάθε γράμματος SCAMPER και προτεινόμενες ερωτήσεις, πίνακας ή βιντεοπροβολέας, χαρτί (μεγέθους A4 ή A3), post-it, πολύχρωμοι μαρκαδόροι και στυλό.• Φύλλο εργασίας 1. Σύντομη εισαγωγή στη μέθοδο SCAMPER• Φύλλο εργασίας 2. Υπόδειγμα εργαστηρίου SCAMPER• Η δραστηριότητα μπορεί επίσης να γίνει διαδικτυακά, τότε κάθε συμμετέχων θα χρειαστεί τηλέφωνο/τραπέζι/φορητό υπολογιστή κ.λπ. και πρόσβαση σε κάποιο πλατφόρμα συναντήσεων, όπως Microsoft teams, skype, zoom κ.λπ. Ο συντονιστής μπορεί να χρησιμοποιήσει διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες όπου οι εργαζόμενοι μπορούν να κάνουν καταγισμό ιδεών από κοινού και να δημιουργήσουν τα μοντέλα SCAMPER τους, όπως π.χ: Miro, Visual paradigm, Concept Board	

31

Η δραστηριότητα περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

- 1** Προσκαλέστε την ομάδα σας: Προγραμματίστε αυτή την άσκηση ως συνάντηση σε μια χαλαρή αίθουσα της εταιρείας. Μπορείτε επίσης να την πραγματοποιήσετε σε απευθείας σύνδεση ανάλογα με την κατάσταση.
- 2** Κάντε μια σύντομη εισαγωγή στη μέθοδο SCAMPER και δώστε παραδείγματα (βλ. Φύλλο εργασίας 1. Σύντομη εισαγωγή στη μέθοδο SCAMPER).
- 3** Ανάλογα με το μέγεθος της ομάδας, μπορείτε είτε να έχετε μία ομάδα είτε να χωρίσετε τα μέλη της ομάδας σε διάφορες ομάδες.
- 4** Παρουσιάστε στα μέλη της ομάδας το πρόβλημα που προσπαθείτε να λύσετε και το συγκεκριμένο προϊόν/υπηρεσία ή διαδικασία. Δώστε τους όσο το δυνατόν περισσότερες λεπτομέρειες.

Εάν η δραστηριότητα περιλαμβάνει πολλές ομάδες:

- 5** Γράψτε τις 7 ενότητες (αντικατάσταση, συνδυασμός, προσαρμογή, τροποποίηση, άλλη χρήση, εξάλειψη και αντιστροφή) στον πίνακα ή σε κομμάτια χαρτιού και τοποθετήστε τα στον τοίχο. Καθοδηγήστε την ομάδα ενώ εργάζεται μέσα από κάθε μία από τις επτά ενότητες, προσθέτοντας σημειώσεις διαφορετικού χρώματος σε κάθε ενότητα. Στο τέλος κάθε ενότητας, συζητήστε τις ιδέες ως ομάδα.
- 6** Αφού ολοκληρώσετε και τις επτά ενότητες, αξιολογήστε όλες τις σημειώσεις ως ομάδα και συζητήστε τα κοινά θέματα της δραστηριότητας και πού πρέπει να εστιάσετε.
- 7** Εάν είναι δυνατόν, ζητήστε από την ομάδα να δοκιμάσει τις προτεινόμενες ιδέες. Οργανώστε μια συνάντηση παρακολούθησης για να συζητήσετε τα αποτελέσματα.

Εάν η δραστηριότητα περιλαμβάνει πολλές ομάδες:

8

Εάν έχετε πολλές ομάδες, ζητήστε από αυτές τις ομάδες να χρησιμοποιήσουν το πρότυπο SCAMPER (βλ. Φύλλο εργασίας 2. Πρότυπο εργαστηρίου SCAMPER) και να συμπληρώσουν κάθε στήλη με νέες ιδέες εντός του καθορισμένου χρονικού πλαισίου. Αφού συμπληρώσουν τα πρότυπα SCAMPER τοποθετήστε τα στον τοίχο, στον πίνακα ή στο τραπέζι και στη συνέχεια ζητήστε από τους συμμετέχοντες λίγο χρόνο για να διαβάσουν τις διάφορες ιδέες.

9

Ενθαρρύνετε τη συζήτηση μεταξύ των μελών της ομάδας για να αναδείξουν τις πιο πολύτιμες ιδέες σύμφωνα με αυτούς. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την τεχνική της ψηφοφορίας με κουκκίδες για το σκοπό αυτό:

α. Κάθε μέλος της ομάδας ψηφίζει για το ποιες επιλογές θεωρεί καλύτερες με τη χρήση κουκκίδων, που γίνονται απλά με μαρκαδόρο στα προτιμώμενα post-it. Ο καθένας παίρνει 5 τελείες για να ψηφίσει (ή λιγότερες αν οι επιλογές είναι λιγότερες). Αυτές οι τελείες μπορούν να καταναμηθούν με οποιονδήποτε τρόπο: μία τελίτσα η καθεμία σε πέντε διαφορετικές ιδέες, και οι πέντε τελείες σε μία ιδέα κ.λπ.

At the end of the activity ask team members for their feedback – how they like the exercise, did they find it useful, what was the most challenging, etc. Encourage the team members to think of another context they can use this technique.

β. Μόλις όλα τα μέλη μοιράσουν τις τελείες τους, οι ομάδες μπορούν να προχωρήσουν με διάφορους τρόπους: να διεξάγουν έναν ανοιχτό διάλογο σχετικά με την ιεράρχηση, διερευνώντας ποιες ιδέες πήραν περισσότερες και ποιες λιγότερες κουκκίδες και ποια θα πρέπει να είναι τα επόμενα βήματα- να οργανώσουν τις ιδέες σε μια γραμμή από τις περισσότερες προς τις λιγότερες κουκκίδες και στη συνέχεια να συζητήσουν τη σχετική αξία τους.

10

Εάν είναι δυνατόν, ζητήστε από την ομάδα να δοκιμάσει την επιλεγμένη ιδέα (ή τις επιλεγμένες ιδέες). Οργανώστε μια συνάντηση παρακολούθησης για να συζητήσετε τα αποτελέσματα.

Στο τέλος της δραστηριότητας ζητήστε από τα μέλη της ομάδας να δώσουν ανατροφοδότηση σχετικά με το πώς τους φάνηκε η άσκηση, αν τη βρήκαν χρήσιμη, ποια ήταν η μεγαλύτερη πρόκληση κ.λπ. Ενθαρρύνετε τα μέλη της ομάδας να σκεφτούν κάποιο άλλο πλαίσιο στο οποίο μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτή την τεχνική.



Συμβουλές

Είναι σημαντικό να δώσετε το παράδειγμα της μεθόδου SCAMPER πριν οι συμμετέχοντες ξεκινήσουν τη δραστηριότητα - αναπτύσσοντας τα δικά τους νέα προϊόντα, υπηρεσίες ή διαδικασίες, καθώς και να τους δώσετε έντυπο υλικό.

Εάν υπάρχουν πολλές ομάδες, θα πρέπει να εξασφαλίσετε χώρο για να συζητήσουν όλες χωρίς να ενοχλούν η μία την άλλη. Θα πρέπει είτε να χρησιμοποιήσετε μια ευρύχωρη αίθουσα, είτε διάφορους χώρους στην εταιρεία. Κατά την εισαγωγή του θέματος - παρέχετε όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες στα μέλη της ομάδας για καλύτερα αποτελέσματα.

Είναι σημαντικό κάθε μέλος της ομάδας να έχει χρόνο να παρουσιάσει τον χάρτη του και να λάβει τα σχόλια των συναδέλφων του. Όλες οι απόψεις πρέπει να γίνονται σεβαστές και να ακούγονται.

Ο συντονιστής μπορεί να είναι εκπρόσωπος των ανθρώπινων πόρων, διευθυντής, εσωτερικός ή εξωτερικός εκπαιδευτής κ.λπ.

Φύλλο εργασίας 1.

Σύντομη εισαγωγή στη μέθοδο SCAMPER

Τι είναι η μέθοδος SCAMPER;

Το SCAMPER είναι μια μέθοδος καινοτομίας που συνδυάζει πολλαπλές τεχνικές σε μία. Το εργαλείο χρησιμοποιείται με ερωτήσεις σχετικά με τα υπάρχοντα προϊόντα, χρησιμοποιώντας κάθε μία από τις επτά παρακάτω προτάσεις. Οι ερωτήσεις αυτές βοηθούν τα μέλη της ομάδας να βρουν δημιουργικές ιδέες για την ανάπτυξη νέων προϊόντων και για τη βελτίωση των υφιστάμενων.

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η λέξη “προϊόντα” δεν αναφέρεται μόνο σε φυσικά αγαθά. Τα προϊόντα μπορεί επίσης να περιλαμβάνουν διαδικασίες, υπηρεσίες, ακόμη και ανθρώπους. Ως εκ τούτου, η τεχνική αυτή μπορεί να προσαρμοστεί σε ένα ευρύ φάσμα καταστάσεων.

Ο Alex Osborn, ο οποίος θεωρείται από πολλούς ως ο εμπνευστής του καταιγισμού ιδεών, επινόησε αρχικά πολλές από τις ερωτήσεις που χρησιμοποιούνται στην τεχνική αυτή. Ωστόσο, ήταν ο Bob Eberle, ένας εκπαιδευτικός διαχειριστής και συγγραφέας, ο οποίος οργάνωσε αυτές τις ερωτήσεις στο μνημονικό SCAMPER.

Το SCAMPER είναι ένα μνημονικό που σημαίνει:



1. Αντικατάσταση - ποια εξαρτήματα, υλικά και άτομα μπορούν να αντικατασταθούν; Βρείτε ένα μέρος της έννοιας, της διαδικασίας κ.λπ. που μπορείτε να αντικαταστήσετε με κάτι άλλο για να δείτε αν αυτό οδηγεί σε βελτιώσεις.

2. ποιες λειτουργίες, προσφορές, υπηρεσίες επικαλύπτονται ή μπορούν να συνδυαστούν; Μια ιδέα μπορεί να μην λειτουργεί μόνη της, αλλά μπορεί να συνδυαστεί με διάφορες ιδέες, διαδικασίες ή προϊόντα σε ένα πιο αποτελεσματικό αποτέλεσμα.

3. ποια πρόσθετα στοιχεία μπορούν να προστεθούν; Μια ιδέα που λειτούργησε για την επίλυση ενός προβλήματος, θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για την επίλυση ενός άλλου προβλήματος.

4. μπορούν να τροποποιηθούν τα χρώματα, το μέγεθος, τα υλικά, τα στοιχεία του μενού; Αλλάξτε μια πτυχή της κατάστασης ή του προβλήματος και δείτε αν δίνει πρόσθετη εικόνα ή προσθέτει αξία στη διαδικασία.

5. Εναλλακτική χρήση - πώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα υπάρχοντα στοιχεία; Παρόμοια με την “προσαρμογή”, πρόκειται για τη χρησιμοποίηση μιας υπάρχουσας ιδέας ή έννοιας σε

6. Εξάλειψη - όσο λιγότερο τόσο καλύτερα: ποια στοιχεία μπορούν να αφαιρεθούν, να απλοποιηθούν, να μειωθούν; Αφαιρέστε τις αναποτελεσματικές διαδικασίες για να τις εξορθολογήσετε.

7. Αντιστροφή - μπορούν τα στοιχεία να χρησιμοποιηθούν αντίθετα ή μπορεί να αλλάξει η σειρά τους; Αντιστρέψτε την κατεύθυνση μιας διαδικασίας ή ενός προϊόντος - κάντε τα πράγματα αντίστροφα

Πώς να χρησιμοποιήσετε τη μέθοδο SCAMPER;

Το SCAMPER είναι εύκολο στη χρήση, αν ακολουθούνται τα σωστά βήματα. Πρώτον, πρέπει να πάρετε ένα υπάρχον προϊόν ή υπηρεσία. Αυτό μπορεί να είναι ένα προϊόν που θέλετε να βελτιώσετε, ένα προϊόν με το οποίο αντιμετωπίζετε σήμερα προβλήματα ή ένα προϊόν που πιστεύετε ότι θα μπορούσε να αποτελέσει ένα καλό σημείο εκκίνησης για μελλοντική ανάπτυξη. Στη συνέχεια, κάντε ερωτήσεις σχετικά με το προϊόν που εντοπίσατε, χρησιμοποιώντας το μνημονικό για να σας καθοδηγήσει. Σκεφτείτε όσο το δυνατόν περισσότερες ερωτήσεις και απαντήσεις. Τέλος, εξετάστε τις απαντήσεις που βρήκατε. Υπάρχει κάποια από αυτές ως βιώσιμη λύση; Θα μπορούσατε να χρησιμοποιήσετε κάποια από αυτές για να δημιουργήσετε ένα νέο προϊόν ή να αναπτύξετε ένα υπάρχον; Αν κάποια από τις ιδέες σας φαίνεται βιώσιμη, τότε μπορείτε να τις διερευνήσετε περαιτέρω.

Ακολουθούν μερικά παραδείγματα ερωτήσεων που θα μπορούσατε να κάνετε για κάθε γράμμα του μνημονικού:

ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ (SUBSTITUTE)

Συνολικά, το ερώτημα που πρέπει να σκεφτούμε εδώ είναι το εξής: Τι μπορώ να αντικαταστήσω ή να αλλάξω στο προϊόν, το πρόβλημα ή τη διαδικασία μου; Θα πρέπει να σκεφτείτε να αντικαταστήσετε μέρος ή μέρη του προϊόντος ή της διαδικασίας σας με κάτι άλλο.

- Ποια υλικά ή πόρους μπορείτε να αντικαταστήσετε ή να ανταλλάξετε για να βελτιώσετε το προϊόν;
- Πώς μπορώ να αντικαταστήσω τον τόπο, τον χρόνο, τα υλικά ή τους ανθρώπους;
- Μπορώ να αντικαταστήσω κάποιον εμπλεκόμενο;
- Μπορώ να χρησιμοποιήσω άλλες διεργασίες ή διαδικασίες;
- Μπορώ να αλλάξω το σχήμα, το χρώμα, την τραχύτητα, τον ήχο ή τη μυρωδιά του;
- Ποιο άλλο προϊόν ή διαδικασία θα μπορούσατε να χρησιμοποιήσετε;
- Με ποιους κανόνες θα μπορούσατε να αντικαταστήσετε;
- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτό το προϊόν κάπου αλλού ή ως υποκατάστατο για κάτι άλλο;
- Τι θα συμβεί αν αλλάξετε τα συναισθήματα ή τη στάση σας απέναντι σε αυτό το προϊόν;
- Τι μπορώ να αντικαταστήσω για να βελτιωθώ;

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ (COMBINE)

Το γενικό ερώτημα που πρέπει να σκεφτούμε εδώ είναι: Πώς μπορώ να συνδυάσω δύο ή περισσότερα μέρη του προϊόντος, του προβλήματος ή της διαδικασίας μου για να επιτύχω ένα διαφορετικό προϊόν, πρόβλημα ή διαδικασία για να ενισχύσω τη συνέργεια; Η δημιουργική σκέψη περιλαμβάνει το συνδυασμό προηγούμενων άσχετων ιδεών, προϊόντων ή υπηρεσιών για τη δημιουργία κάτι νέου και καινοτόμου.

- Ποιες ιδέες, υλικά, χαρακτηριστικά, διαδικασίες, ανθρώπους, προϊόντα ή εξαρτήματα μπορώ να συνδυάσω;
- Τι θα συνέβαινε αν συνδυάζατε αυτό το προϊόν με ένα άλλο, για να δημιουργήσετε κάτι νέο;
- Τι γίνεται αν συνδυάσετε σκοπούς ή στόχους;
- Τι θα μπορούσατε να συνδυάσετε για να μεγιστοποιήσετε τις χρήσεις αυτού του προϊόντος;
- Πώς θα μπορούσατε να συνδυάσετε τα talέντα και τους πόρους για να δημιουργήσετε μια νέα προσέγγιση σε αυτό το προϊόν;

ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ (ADAPT)

Συνολικά, το ερώτημα που πρέπει να σκεφτείτε είναι: Τι μπορώ να κάνω ώστε να προσαρμόσω στο προϊόν, το πρόβλημα ή τη διαδικασία μου; Σκεφτείτε ποια μέρη του προϊόντος ή της διαδικασίας θα μπορούσατε να προσαρμόσετε για να λύσετε το πρόβλημά σας.

- Πώς θα μπορούσατε να προσαρμόσετε ή να αναπροσαρμόσετε αυτό το προϊόν για να εξυπηρετήσει άλλο σκοπό ή χρήση;

- Τι άλλο είναι το προϊόν;
- Ποιες ιδέες θα μπορούσα να προσαρμόσω, να ανιγράψω ή να δανειστώ από τα προϊόντα άλλων;
- Η ιστορία προσφέρει λύσεις;
- Ποιον ή τι θα μπορούσατε να μιμηθείτε για να προσαρμόσετε αυτό το προϊόν;
- Μπορώ να αναζητήσω έμπνευση σε άλλα προϊόντα ή διαδικασίες, αλλά σε διαφορετικό πλαίσιο;
- Σε ποιο άλλο πλαίσιο θα μπορούσατε να τοποθετήσετε το προϊόν σας;
- Ποια άλλα προϊόντα ή ιδέες θα μπορούσατε να χρησιμοποιήσετε για έμπνευση;

ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ (MODIFY)

Συνολικά, το ερώτημα στο οποίο πρέπει να εστιάσετε είναι το εξής: Τι μπορώ να τροποποιήσω ή να δώσω περισσότερη ή λιγότερη έμφαση στο προϊόν, το πρόβλημα ή τη διαδικασία μου; Μπορώ να αλλάξω το στοιχείο με κάποιο τρόπο; Μπορώ να αλλάξω τη σημασία, το χρώμα, την κίνηση, τον ήχο, την οσμή, τη μορφή ή το σχήμα; Ήρθε η ώρα να μεγαθύνετε ή να υπερτονίσετε την ιδέα, το προϊόν, το πρόβλημα ή τη διεργασία σας για να την ελαχιστοποιήσετε. Αυτές οι ερωτήσεις θα σας δώσουν νέες γνώσεις σχετικά με το ποια στοιχεία είναι τα πιο σημαντικά. Σκεφτείτε να αλλάξετε μέρος ή το σύνολο της τρέχουσας κατάστασης ή του προϊόντος. Εναλλακτικά, διαστρεβλώστε το προϊόν με έναν ασυνήθιστο τρόπο.

- Πώς θα μπορούσατε να αλλάξετε το σχήμα, την εμφάνιση ή την αίσθηση του προϊόντος σας;
- Τι θα μπορούσατε να προσθέσετε για να τροποποιήσετε αυτό το προϊόν;
- Τι θα μπορούσατε να τονίσετε ή να επισημάνετε για να δημιουργήσετε μεγαλύτερη αξία;
- Ποιο στοιχείο αυτού του προϊόντος θα μπορούσατε να ενισχύσετε για να δημιουργήσετε κάτι νέο;

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (PUT TO ANOTHER USE)

Το γενικό ερώτημα που πρέπει να εξετάσουμε εδώ είναι το εξής: Πώς μπορώ να χρησιμοποιήσω αυτό το πράγμα για άλλες χρήσεις; Ποιοι είναι οι νέοι τρόποι χρήσης του προϊόντος ή της υπηρεσίας; Μπορώ να απευθυνθώ σε άλλους χρήστες αν τροποποιήσω το προϊόν; Υπάρχει άλλη αγορά για το προϊόν; Ήρθε η ώρα να επεξεργαστείτε τον τρόπο με τον οποίο μπορείτε να θέσετε το τρέχον προϊόν ή την ιδέα σας σε άλλες χρήσεις και σκοπούς.

- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτό το προϊόν κάπου αλλού, ίσως σε άλλη βιομηχανία;
- Ποια άλλη ομάδα-στόχος θα μπορούσε να επωφεληθεί από αυτό το προϊόν;
- Πώς θα το χρησιμοποιούσαν άτομα με διαφορετικές αναπηρίες;
- Πώς θα συμπεριφερόταν διαφορετικά το προϊόν αυτό σε άλλο περιβάλλον;
- Για τι άλλο μπορεί να χρησιμοποιηθεί;
- Θα μπορούσατε να ανακυκλώσετε τα απόβλητα αυτού του προϊόντος για να φτιάξετε κάτι νέο;

ΕΞΑΛΕΨΗ (ELIMINATE)

Το γενικό ερώτημα που πρέπει να εξετάσετε εδώ είναι: Τι μπορώ να εξαλείψω ή να απλοποιήσω στο προϊόν, το σχεδιασμό ή την υπηρεσία μου; Σκεφτείτε τι θα μπορούσε να συμβεί αν εξαλείψατε, απλοποιούσατε, μειώνατε ή ελαχιστοποιούσατε μέρη της ιδέας σας. Αν συνεχίσετε να περιορίζετε την ιδέα, την υπηρεσία ή τη διαδικασία - μπορείτε σταδιακά να περιορίσετε την πρόκλησή σας σε εκείνο το μέρος ή τη λειτουργία που είναι πιο σημαντική.

- Πώς θα μπορούσατε να εξρθολογήσετε ή να απλοποιήσετε αυτό το προϊόν;
- Ποια χαρακτηριστικά, μέρη ή κανόνες θα μπορούσατε να εξαλείψετε;
- Τι θα μπορούσατε να υποβαθμίσετε ή να μετριάσετε;
- Πώς θα μπορούσατε να το κάνετε μικρότερο, ταχύτερο, ελαφρύτερο ή πιο διασκεδαστικό;
- Μπορώ να μειώσω την προσπάθεια ή να μειώσω το κόστος;
- Τι είναι μη απαραίτητο ή περιττό;
- Τι θα συνέβαινε αν αφαιρούσατε μέρος αυτού του προϊόντος; Τι θα είχατε στη θέση του; Τι μπορώ να αφαιρέσω χωρίς να αλλοιωθεί η λειτουργία του;
- What would happen if you took away part of this product? What would you have in its place? What can I remove without altering its function?

ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΗ/ ΑΝΑΔΙΑΤΑΞΗ (REVERSE/ REARRANGE)

Συνολικά, πρέπει να θέσετε στον εαυτό σας το εξής ερώτημα: Πώς μπορώ να αλλάξω, να αναδιατάξω ή να αντιστρέψω το προϊόν ή το πρόβλημα; Τι θα έκανα αν έπρεπε να κάνω αυτή τη διαδικασία αντίστροφα;

- Τι θα συνέβαινε αν αντιστρέφατε αυτή τη διαδικασία ή αν ακολουθούσατε διαφορετική σειρά των πραγμάτων;
- Τι θα συμβεί αν προσπαθήσετε να κάνετε ακριβώς το αντίθετο από αυτό που προσπαθείτε να κάνετε τώρα;
- Ποια εξαρτήματα θα μπορούσατε να αντικαταστήσετε για να αλλάξετε τη σειρά αυτού του προϊόντος;
- Ποιους ρόλους θα μπορούσατε να αντιστρέψετε ή να ανταλλάξετε;
- Πώς θα μπορούσατε να αναδιοργανώσετε αυτό το προϊόν;

Το παράδειγμα αυτής της τεχνικής που αναπτύχθηκε από τον Michael Masters: <https://www.youtube.com/watch?v=-OMJINQIZzA>

Το παράδειγμα της μεθόδου "Χυμός πορτοκαλιού" - <https://medium.theuxblog.com/how-to-generate-ideas-using-scamper-technique-d2e50de6402c>

Φύλλο εργασίας 2. Υπόδειγμα εργαστηρίου SCAMPER

Substitute S	Τι θα μπορούσατε να αντικαταστήσετε αυτό που υπάρχει για να το βελτιώσετε σημαντικά; Χρησιμοποιήστε διαφορετικά στοιχεία ως υποκατάστατο αυτού που υπάρχει σήμερα.
Combine C	Θα μπορούσε να γίνει μέρος μιας ευρύτερης λύσης; Συνδυάστε αυτό που υπάρχει με άλλα στοιχεία ή συνιστώσες για να δημιουργήσετε κάτι καλύτερο.
Adapt A	Τι μπορεί να τροποποιηθεί και να χρησιμοποιηθεί με διαφορετικό τρόπο; Να τροποποιήσει ή να αλλάξει τη λειτουργία του.
Modify M	Τι συμβαίνει αν αλλάξετε δραματικά το μέγεθος, το σχήμα, τον τόνο, τη συχνότητα, ...; Τροποποιήστε αυτό που υπάρχει στη συνολική του κλίμακα και έκταση.
Put to Another Use P	Για τι άλλο μπορεί να χρησιμοποιηθεί; Χρησιμοποιήστε αυτό που υπάρχει ως κάτι για το οποίο δεν προοριζόταν αρχικά.
Eliminate E	Τι μπορεί να αφαιρεθεί που να βελτιώνει πραγματικά τα πράγματα; Εξαλείψτε χαρακτηριστικά ή ιδιότητες με τρόπους που το καθιστούν απλούστερο.
Reverse R	Πώς μπορείτε να μετακινήσετε πράγματα για να προσθέσετε αξία ή να δημιουργήσετε βελτιώσεις; Αντιστρέψτε τη σειρά των πραγμάτων ή βάλτε τα σε διαφορετική σειρά.

Είμαι καινοτόμος!

Επιχειρηματική ικανότητα: Δημιουργικότητα (αναγνώριση και προώθηση της καινοτομίας)	Διάρκεια: 1 ώρα & 30 λεπτά	Κατηγορία: Εργαστήριο
Στόχοι: <ul style="list-style-type: none">• Ενθάρρυνση της δημιουργικής και καινοτόμου σκέψης των εργαζομένων• Υποστήριξη των εργαζομένων ώστε να ανακαλύψουν νέους τρόπους σχεδιασμού καινοτόμων ιδεών• Παρακίνηση και ενθάρρυνση των εργαζομένων να βρίσκουν ευκαιρίες, να σχεδιάζουν και να διαχειρίζονται την καινοτομία Αναφορές: <ul style="list-style-type: none">• Chuck Frey "How do you Define Innovation and Make it Practical and Saleable to Senior Management?"• Oslo Manual 2018 "Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition"• You matter "Innovation: Definition, types of innovation and business examples"• Innolytics.ag "What is innovation"• SessionLab "Library for facilitation techniques"	Σκηνικό: <ul style="list-style-type: none">• Αίθουσα, πίνακας ή βιντεοπροβολέας, χαρτί (A4), χαρτί flipchart, post-its, πολύχρωμοι μαρκαδόροι και στυλό.• Φύλλο εργασίας 1. Σύντομη εισαγωγή στην καινοτομία• Η δραστηριότητα μπορεί επίσης να γίνει διαδικτυακά, τότε κάθε συμμετέχων θα χρειαστεί τηλέφωνο/τραπέζι/φορητό υπολογιστή κ.λπ. και πρόσβαση σε κάποια πλατφόρμα συναντήσεων, όπως Microsoft teams, skype, zoom κ.λπ. Ο συντονιστής μπορεί να χρησιμοποιήσει διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες όπου οι εργαζόμενοι μπορούν να κάνουν καταϊγισμό ιδεών από κοινού και να καταλήξουν σε λύσεις. Οι πιο δημοφιλείς πλατφόρμες, όπως η Microsoft teams, η zoom κ.λπ. προσφέρουν επιλογές διαχωριστικών δωματίων για να χωρίσουν τους συμμετέχοντες σε ομάδες και να έχουν χώρο για συζήτηση.	

Η δραστηριότητα περιλαμβάνει έξι βήματα:

38

- 1** Προσκαλέστε την ομάδα σας: Προγραμματίστε αυτή την άσκηση ως συνάντηση σε μια χαλαρή αίθουσα της εταιρείας. Μπορείτε επίσης να την πραγματοποιήσετε σε απευθείας σύνδεση ανάλογα με την κατάσταση.
- 2** Δώστε μια γρήγορη εισαγωγή στην καινοτομία και στους διάφορους τύπους καινοτομίας, καθώς και παραδείγματα για την καλύτερη κατανόηση. Ζητήστε από τα μέλη της ομάδας αν θέλουν να παρουσιάσουν τα παραδείγματα καινοτομίας που γνωρίζουν, ενώ τα άλλα μέλη της ομάδας μπορούν να προτείνουν ποιος τύπος καινοτομίας είναι. (βλ. φύλλο εργασίας 1. Σύντομη εισαγωγή στην καινοτομία).
- 3** Ζητήστε από όλη την ομάδα να κάνει καταϊγισμό ιδεών γύρω από τους εξής τομείς:
 - ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ (π.χ. κινητά τηλέφωνα, τρισδιάστατη εκτύπωση, 5G),
 - ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ (π.χ. αγάπη, μεταφορά, πρωινό ξύπνημα), και
 - ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (π.χ. Google Translate, Spotify, Instagram, Candy crush).Αφιερώστε 5 λεπτά για καταϊγισμό ιδεών γύρω από κάθε τομέα. Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να γράψουν μία ιδέα ανά post-it. Κάντε τον καταϊγισμό ιδεών ενεργό και γρήγορο. Βάλτε τους συμμετέχοντες να φωνάζουν κάθε ιδέα καθώς την τοποθετούν στον τοίχο. Μέχρι το τέλος του καταϊγισμού ιδεών, θα πρέπει να υπάρχουν τρεις μεγάλες ομάδες post-it στον τοίχο, μία για κάθε περιοχή. Όσο περισσότερα τόσο το καλύτερο.
- 4** Εάν είναι απαραίτητο, χωρίστε τα μέλη της ομάδας σε μικρές ομάδες των 3-5 ατόμων. Εξηγήστε τους ότι θα έχουν 15 - 20 λεπτά για να σκεφτούν όσες περισσότερες έννοιες μπορούν. Για κάθε mash-up που δημιουργεί μια ομάδα, πρέπει να δώσουν στην ιδέα ένα πιασάρικο όνομα και να την αποτυπώσουν σε ένα χαρτί A4. Το A4 θα πρέπει να περιλαμβάνει τα στοιχεία που συνδυάζονται για να δημιουργήσουν μια νέα έννοια (π.χ. iPad + Πλύσιμο ρούχων + Ραγράι) και το όνομα της έννοιας (π.χ. Πλύσιμο ρούχων). Μια έννοια mash-up αποτελείται από 2 ή περισσότερα στοιχεία από τον τοίχο που συνδυάζονται για να δημιουργήσουν μια νέα έννοια.
- 5** Αφού περάσει ο χρόνος, βάλτε κάθε ομάδα να παρουσιάσει τις ιδέες της στην υπόλοιπη ομάδα. Τοποθετήστε όλες τις ιδέες στον τοίχο για να παρουσιάσετε οπτικά τον όγκο των εννοιών που δημιουργήθηκαν.

- 6** Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν την αγαπημένη τους ή/και την πιο εφικτή ιδέα του mash-up και να την αναπτύξουν περαιτέρω για 30 λεπτά, διερευνώντας τις λεπτομέρειες της ιδέας, τη λειτουργικότητά της και ένα επιχειρηματικό μοντέλο. Οι ομάδες μπορούν να χρησιμοποιήσουν ένα χαρτί flipchart για να οπτικοποιήσουν την ιδέα και στη συνέχεια να την παρουσιάσουν στην υπόλοιπη ομάδα.

Ανακεφαλαιώστε την εμπειρία, καλώντας τα μέλη της ομάδας να προβληματιστούν σχετικά με ερωτήσεις όπως:

- Πώς αισθανθήκατε να εργάζεστε δημιουργικά με αυτόν τον τρόπο;
- Τι ήταν εύκολο σε αυτό; Τι ήταν δύσκολο;
- Πώς αισθανθήκατε; Πώς συμπεριφερθήκατε, αντιδράσατε και ανταποκριθήκατε;
- Ποιες είναι οι γνώσεις ή οι εμπειρίες που αποκομίσατε για τον εαυτό σας;
- Ποιες είναι οι γνώσεις ή τα διδάγματα που έχετε σχετικά με την ανάπτυξη ιδεών;
- Πώς μπορείτε να εφαρμόσετε τα μαθήματά σας στο μέλλον;



Συμβουλές

Τα τρία πεδία για καταιγισμό ιδεών της άσκησης μπορούν να προσαρμοστούν για διαφορετικά πλαίσια. Για παράδειγμα, μπορούν να προστεθούν ΠΗΓΕΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (π.χ. ιατρικά αρχεία, δρομολόγια μετρό, στοιχεία απογραφής) ή ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ (π.χ. κλιματική αλλαγή, εισοδηματική ανισότητα, παχυσαρκία) για να δοθεί μια άλλη διάσταση στην άσκηση και να γίνει πιο σχετική με τις ανάγκες της εταιρείας.

Ο διαμεσολαβητής μπορεί να είναι εκπρόσωπος των ανθρώπινων πόρων, διευθυντής, εσωτερικός ή εξωτερικός εκπαιδευτής κ.λπ.

Φύλλο εργασίας 1.

Σύντομη εισαγωγή στην καινοτομία

Τι είναι η καινοτομία;

Η λέξη “καινοτομία” προέρχεται από το λατινικό ρήμα *innovare*, που σημαίνει ανανεώνω. Στην ουσία, η λέξη έχει διατηρήσει το νόημά της μέχρι σήμερα. Καινοτομία σημαίνει να βελτιώνω ή να αντικαθιστώ κάτι, για παράδειγμα, μια διαδικασία, ένα προϊόν ή μια υπηρεσία.

Στο πλαίσιο των εταιρειών και των επιχειρήσεων, ωστόσο, ο όρος χρειάζεται έναν ορισμό. Ακολουθούν ορισμένες ιδέες από επιχειρηματίες σχετικά με το τι σημαίνει για αυτούς καινοτομία:

Οι ενέργειες που απαιτούνται για τη δημιουργία νέων ιδεών, διαδικασιών ή προϊόντων, οι οποίες, όταν εφαρμοστούν, οδηγούν σε θετική αποτελεσματική αλλαγή. Ενώ η εφεύρεση απαιτεί τη δημιουργία νέων ιδεών, διαδικασιών ή προϊόντων, η καινοτομία προχωρά ένα βήμα παραπέρα και απαιτεί την εφαρμογή της εφευρετικής πράξης. Η καινοτομία προϋποθέτει επίσης ένα σύστημα αξιών που επιδιώκει να προκύψει ένα θετικό αποτέλεσμα από την εφευρετική πράξη. Για παράδειγμα, οι ενέργειες που οδηγούν σε αρνητική μέτρηση των επιδόσεων δεν θα θεωρούνταν καινοτόμες, ακόμη και αν πληρούσαν τις απαιτήσεις της καινοτομίας και των επιτρεπτών ενεργειών. - Marc Chason, Motorola Labs

Καινοτομία είναι η δημιουργία νέας αξίας ή/και η δέσμευση αξίας με νέο τρόπο. Η αξία είναι η λέξη-κλειδί, τονίζοντας τη διαφορά μεταξύ καινοτομίας και εφεύρεσης. Ο ορισμός είναι απλός, εύκολος στην απομνημόνευση και επίσης αρκετά καλός για να συμπεριλάβει την καινοτομία σε όλη την αλυσίδα αξίας. - Victor Fernandes, Natura

Η καινοτομία είναι κάτι νέο για την επιχείρησή σας που καλύπτει μια ανεκμετάλλευτη ανάγκη του πελάτη. Ιδανικά, η καινοτομία δημιουργεί μια νέα αγορά. - Jonathan Rowe, Gene Express Inc.

Έχοντας άποψη για το μελλοντικό τοπίο των καταναλωτικών επιθυμιών και αναγκών - είτε είναι γνωστές είτε όχι - και αναπτύσσοντας λύσεις που αναπτύσσουν την επιχείρησή σας, ικανοποιώντας ή αλλάζοντας τον τρόπο ζωής και τη συμπεριφορά των καταναλωτών-στόχων σας. - Troy Geesaman, Laga

Ο προτεινόμενος απλοποιημένος ορισμός από τον Joe Dwyer είναι:

“Καινοτομία είναι η διαδικασία δημιουργίας αξίας με την εφαρμογή νέων λύσεων σε σημαντικά προβλήματα”.

Για να κατανοήσει και να αξιολογήσει κανείς την καινοτομία, πρέπει να απαντήσει σε 3 ερωτήματα:

- Είναι καινοτομία; Αν δεν είναι καινούργιο, μάλλον πρόκειται περισσότερο για βελτιστοποίηση παρά για καινοτομία.
- Επιλύει ένα ουσιαστικό πρόβλημα; Αν όχι, ίσως είναι τέχνη αντί για καινοτομία. Αυτό δεν σημαίνει ότι η τέχνη δεν είναι πολύτιμη, αλλά γενικά δεν έχει σχεδιαστεί για να λύσει ένα πρόβλημα. Για εμάς, η καινοτομία είναι.
- Δημιουργεί αξία; Αν όχι, ίσως είναι μια εφεύρεση και όχι μια καινοτομία. Οι εφευρέσεις μπορούν να οδηγήσουν στη δημιουργία αξίας, αλλά συνήθως όχι μέχρι κάποιος να τις εφαρμόσει μέσω της καινοτομίας.



Σύμφωνα με την έκθεση του Όσλο, η επιχειρηματική καινοτομία είναι:

“ (...) ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν ή επιχειρηματική διαδικασία (ή συνδυασμός αυτών) που διαφέρει σημαντικά από τα προηγούμενα προϊόντα ή τις προηγούμενες επιχειρηματικές διαδικασίες της επιχείρησης και το οποίο έχει εισαχθεί στην αγορά ή έχει τεθεί σε χρήση από την επιχείρηση.”

Παρ' όλα αυτά, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η καινοτομία δεν αφορά μόνο τις επιχειρήσεις. Είναι μια δυναμική διαδικασία που χρειάζεται εφαρμογή, δηλαδή να τεθεί κάτι σε ενεργό χρήση ή να διατεθεί, αλλά μπορεί να λάβει χώρα σε όλους τους τομείς μιας οικονομίας.

1. Η καινοτομία στις επιχειρήσεις αποτελείται από οργανισμούς που είναι κυρίως προσανατολισμένοι στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών της αγοράς.
2. Η καινοτομία στη γενική κυβέρνηση αποτελείται από θεσμικές μονάδες με πολιτικές και ρυθμιστικές αρμοδιότητες. Αναδιανέμουν το εισόδημα και τον πλούτο, καθώς και ορισμένες υπηρεσίες και αγαθά, για ατομική και συλλογική κατανάλωση, συνήθως σε μη αγοραίο πλαίσιο.
3. Τα νοικοκυριά είναι θεσμικές μονάδες που αποτελούνται από ένα ή περισσότερα άτομα. Ο κύριος σκοπός τους είναι να παρέχουν εργασία, να αναλαμβάνουν την τελική κατανάλωση και τελικά, ως επιχειρηματίες, να παράγουν επίσης αγαθά και υπηρεσίες.
4. Οι ΜΚΟ που εξυπηρετούν νοικοκυριά είναι νομικές οντότητες που ασχολούνται κυρίως με την παραγωγή μη αγοραίων υπηρεσιών για τα νοικοκυριά ή την κοινότητα. Οι πόροι και το ανθρώπινο δυναμικό τους είναι αποτέλεσμα εθελοντικών συνεισφορών.

Τύποι καινοτομίας

Υπάρχουν διάφορα είδη καινοτομίας σύμφωνα με το πιο πρόσφατο εγχειρίδιο του Όσλο (2018):

1. Οργανωτική καινοτομία

Η οργανωτική καινοτομία αναφέρεται στην ανάπτυξη μιας νέας οργανωτικής στρατηγικής που θα αλλάξει με κάποιο τρόπο τις επιχειρηματικές πρακτικές μιας εταιρείας, καθώς και τον τρόπο οργάνωσης της εργασίας της και τη σχέση της με τα εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη.

Παραδείγματα οργανωτικών καινοτομιών:

- Οι πρώτες εταιρείες υιοθέτησαν ένα τετραήμερο εβδομαδιαίο πρόγραμμα εργασίας με μόνο 4 ημέρες την εβδομάδα
- Οι πρώτες εταιρείες που άρχισαν να χρησιμοποιούν τη δύναμη της ψηφιακής τεχνολογίας και να επιτρέπουν στους υπαλλήλους να μην έχουν φυσική παρουσία στο γραφείο και να εργάζονται από το σπίτι (ανάλογα με τον ρόλο)

2. Καινοτομία διαδικασίας

Η καινοτομία διαδικασίας αφορά την εφαρμογή μιας νέας ή βελτιωμένης προσέγγισης παραγωγής ή παράδοσης, συμπεριλαμβανομένων των αλλαγών στις επιχειρησιακές μεθόδους, τις χρησιμοποιούμενες τεχνικές και τον εξοπλισμό ή το λογισμικό.

Παραδείγματα καινοτομιών διαδικασίας:

- Οι πρώτες επιχειρήσεις που πόνταραν στην τεχνολογία SaaS (λογισμικό ως υπηρεσία) και χρησιμοποίησαν, για παράδειγμα, τα κέντρα επικοινωνίας cloud της Talkdesk, άλλαξαν τον τρόπο με τον οποίο οργανώνονταν οι διαδικασίες υποστήριξης πελατών τους.
- Τα πρώτα ξενοδοχεία που αποφάσισαν να λάβουν αποφάσεις με βάση τα μεγάλα δεδομένα, χρησιμοποιώντας, για παράδειγμα, τις πληροφορίες από το Climber Hotel, έκαναν αλλαγές στην προσέγγιση λήψης αποφάσεων.

3. Καινοτομία προϊόντος

Καινοτομία προϊόντος είναι η εισαγωγή ενός νέου ή βελτιωμένου αγαθού ή υπηρεσίας. Αυτές οι εφευρέσεις ή αλλαγές μπορεί να έχουν να κάνουν με τη βελτίωση των τεχνικών προδιαγραφών, των υλικών ή του λογισμικού που χρησιμοποιείται ή ακόμη και με την εξέλιξη της UX (εμπειρία χρήστη). Ωστόσο, οι καινοτομίες προϊόντων δεν χρειάζεται να βελτιώνουν όλες τις λειτουργίες ή τις προδιαγραφές απόδοσης. Η βελτίωση ή η προσθήκη μιας νέας λειτουργίας μπορεί επίσης να συγχωνευθεί με την απώλεια άλλων λειτουργιών ή την υποβάθμιση κάποιων άλλων προδιαγραφών.

Επιπλέον, μια καινοτομία προϊόντος πρέπει να προσθέτει διαθέσιμη στους δυνητικούς χρήστες, αλλά δεν χρειάζεται απαραίτητα να δημιουργεί πωλήσεις. Διότι αν το έκανε, τότε θα αποκλείονταν καινοτομίες με χαμηλή ζήτηση ή, για παράδειγμα, ψηφιακά προϊόντα όπως οι εφαρμογές που είναι δωρεάν. Παράλληλα, οι αλλαγές ρουτίνας ή οι ενημερώσεις δεν θεωρούνται καινοτομίες προϊόντος, καθώς πρόκειται μόνο για διόρθωση λαθών ή για κάποιες εποχικές αλλαγές.

Παραδείγματα καινοτομιών προϊόντων:

- Η Lego αλλάζει τα υλικά των διάσημων τούβλων της σε βιοδιασπώμενα πλαστικά με βάση το πετρέλαιο
- Τα πρώτα ηλεκτρικά οχήματα που εισηχθήσαν στην αγορά αυτοκινήτων ήταν επίσης καινοτομία, και οι νέες μπαταρίες με μεγαλύτερη εμβέλεια που συνεχίζουν να κυκλοφορούν είναι επίσης παράδειγμα καινοτομίας.

4. Καινοτομία μάρκετινγκ

Καινοτομία στο μάρκετινγκ σημαίνει ανάπτυξη μιας νέας στρατηγικής μάρκετινγκ που επιφέρει αλλαγές, για παράδειγμα, στον τρόπο σχεδιασμού ή συσκευασίας ενός προϊόντος ή ακόμη και σε άλλες αποφάσεις σχετικά με την τιμή ή την προώθηση.

Παράδειγμα καινοτομίας μάρκετινγκ:

- Το νέο δοχείο χωρίς απορρίμματα της Haagen Dazs

Παραδείγματα διάσημων καινοτομιών

- Ο Steve Jobs άρχισε να αναπτύσσει τον κόσμο των smartphones με το iPad
- Η Μαρί Κιουρι έκανε σπουδαία έρευνα για τη ραδιενέργεια
- Ο Elon Musk έχει σημειώσει μεγάλη πρόοδο στα πολυτελή ηλεκτρικά αυτοκίνητα
- Η Ann Kiessling έκανε πολλά ευρήματα στον τομέα της βιολογίας
- Ο Νικόλα Τέσλα ασχολήθηκε με την παραγωγή, τη μετάδοση και την εφαρμογή της ηλεκτρικής ενέργειας
- Η Amanda Jones ήταν η εφευρέτρια της μεθόδου κονσερβοποίησης υπό κενό
- Ο Τόμας Έντισον εφηύρε τον ηλεκτρικό λαμπτήρα πυρακτώσεως
- Η Γκρέις Χόπτερ επινόησε τον πρώτο μεταγλωτιστή για γλώσσα προγραμματισμού υπολογιστών.
- Ο Λεονάρντο Νταβίντσι, μεταξύ πολλών άλλων, εφηύρε το αλεξίπτωτο.
- Η Josephine Cochrane εφηύρε το πρώτο μηχανικό πλυντήριο πιάτων
- Ο Αλεξάντερ Γκράχαμ Μπελ εφηύρε το πρώτο τηλέφωνο

Γιατί η καινοτομία είναι σημαντική για τις επιχειρήσεις;

Οι οργανισμοί έχουν διάφορες επιλογές για να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους: μπορούν να επιδιώξουν την ηγετική θέση στις τιμές ή να αναπτύξουν μια στρατηγική διαφοροποίησης. Και στις δύο περιπτώσεις, η καινοτομία είναι απαραίτητη.

- Οι εταιρείες που επιλέγουν την πρωτοπορία στις τιμές πρέπει να διασφαλίσουν τη μακροπρόθεσμη ανταγωνιστικότητά τους αναπτύσσοντας καινοτόμες, ιδιαίτερα αποδοτικές διαδικασίες. Η βελτιστοποίηση των διαδικασιών και η συνεχής βελτίωση όσον αφορά το κόστος είναι σημαντικές γι' αυτές.
- Οι εταιρείες που επιδιώκουν μια στρατηγική διαφοροποίησης χρειάζονται καινοτομία για να αναπτύξουν μοναδικά διακριτικά χαρακτηριστικά από τους ανταγωνιστές τους.
- Πολλές νεοσύστατες επιχειρήσεις ξεκινούν τις δραστηριότητές τους αναπτύσσοντας ένα καινοτόμο προϊόν ή υπηρεσία.

Συνεπώς, η συνεχής καινοτομία είναι ζωτικής σημασίας για όλες τις εταιρείες. Η κύρια διαφορά έγκειται στην εστίαση της στρατηγικής καινοτομίας, η οποία διαφέρει σημαντικά από εταιρεία σε εταιρεία.

Μια στρατηγική καινοτομίας είναι ένα σαφώς καθορισμένο σχέδιο δομημένων βημάτων που πρέπει να εκτελέσει ένα άτομο ή μια ομάδα για να επιτύχει τους στόχους ανάπτυξης και μελλοντικής βιωσιμότητας ενός οργανισμού.

Οι λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες και όλες οι σχετικές αναφορές είναι διαθέσιμες στο Εγχειρίδιο για Επιχειρηματικούς



Growing



[LinkedIn](#)



[Website](#)