

En innføring i kreativitet

Ungt Entreprenørskap



Den entreprenørielle reisen

Hva er kreativitet?

”Kreativitet er å ha to motstridende tanker i hodet på én gang.”
John Kao, professor ved Harvard Business School



Kreativitet

Kreativitet er evnen til å skape nye løsninger ved å sette kjente faktorer i en ny sammenheng.

Kreativitet handler om
å bryte mønstre.

Kreativitet handler om
å tenke utenfor boksen.



Tenk deg et landskap uten vann





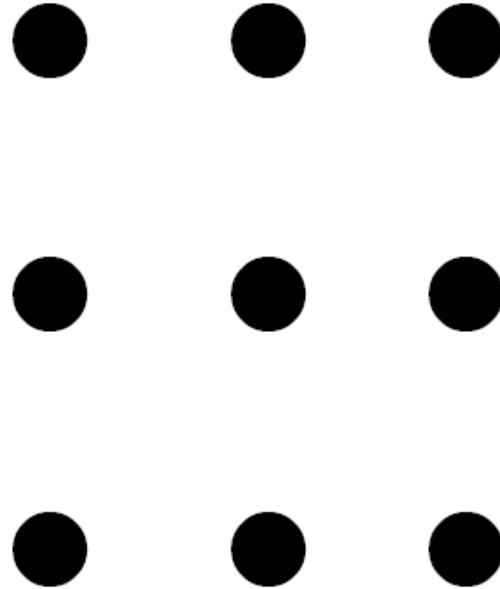
Kreativitet er å bryte mønstre

- Tenk på regnet som faller ned over et landskap som ikke har sett en dråpe vann. Regnet samler seg i små renner, og etter hvert blir rennene til bekker og bekkene til elver. Neste gang det regner, finner vannet de samme elvene.
- Tenk deg at landskapet er hjernen din og at regnet er informasjon. Vi setter nesten alltid ny informasjon inn i en sammenheng; den ordnes og tilpasses våre eksisterende mønstre og tankebaner.
- Hjernen er på mange måter briljant ukreativ. Kreativitet har en fantastisk evne til å følge gamle spor og opptråkkede stier. Edvard De Bono har et bilde på dette: Tenk deg at du har elleve forskjellige klesplagg. Dersom du hver eneste dag skal sette sammen en ny kreasjon, vil du ha 39 600 800 ulike variasjoner. Om du bytter kombinasjoner hver dag hele året, vil du bruke 76 år. Det sier seg selv at det vil være slitsomt. Derfor er hjernen ordnet slik at den rasjonaliserer og effektiviserer visse forhold. Uten at du tenker deg om tar du buksa på nedentil og genseren ovenpå og velger automatisk farger som passer sammen. Imidlertid er denne automatikken ikke så praktisk når vi skal forsøke å bryte noen mønstre. Kreativitet handler nettopp om å unngå at noe blir vane.
- Skal vi unngå å gjøre de tingene vi alltid har gjort eller å havne i de samme tankebaner som vi alltid gjør, må vi arbeide med teknikker som gjør at vi kan bryte disse mønstrene.



Klarer du denne?

Forsøk å binde sammen de ni punktene med fire rette streker uten å løfte blyanten fra papiret.

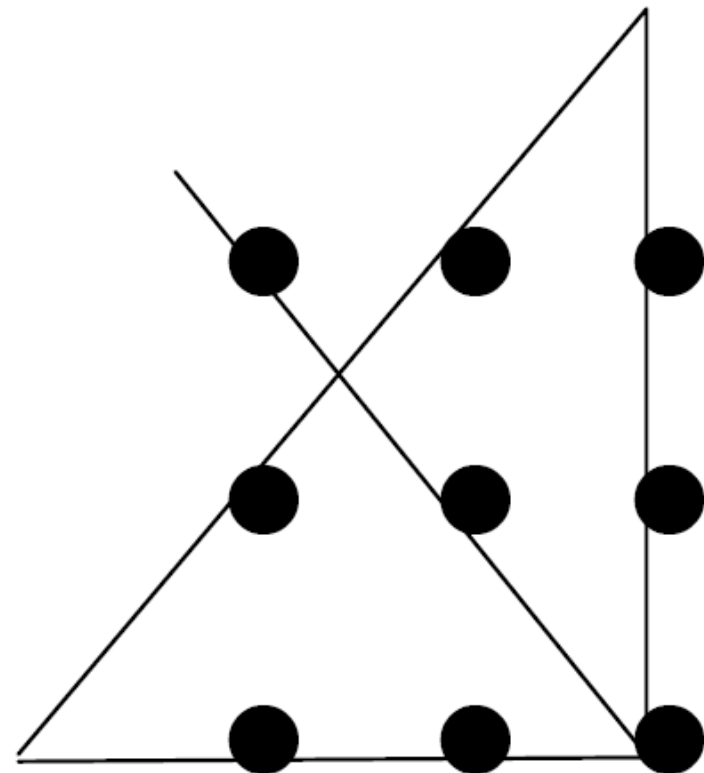




Løsningen på oppgaven er å trekke en ubrutt linje gjennom punktene.

Tre av linjestykkene er forlenget utenfor kvadratet som markeres av punktene.

Kreativitet er å bryte mønstre.





Den kreative prosessen

Walt Disney starter sin kreativitetsprosess med å gå igjennom tre separate rom. Hans metode er først å gå inn i drømmerommet, deretter realisererrommet og til slutt kritikerrommet.

Vi har valgt å bytte plass på de to siste rommene:

- Drømmerommet
- Kritikerrommet
- Realisererrommet



Den kreative prosessen

- **Drømmerommet:** Den kreative prosessen starter med at vi går inn i et rom der det kun er tillatt å drømme. Her drømmer vi fram de mest fantastiske ideer. Det er absolutt forbudt å kritisere, og ingen begrensninger gjelder. Vi må lukke døra før vi kan bevege oss til neste rom.
- I **kritikerrommet** kan vi tenke på begrensninger, kostnader, teknologi og manglende kunnskap. I dette rommet skal vi vurdere fordelene opp mot ulempene. Om vi deretter ikke er fornøyd med resultatet, må vi begynne på nytt i drømmerommet.
- I **realisererommet** skal vi – så langt det er mulig – snakke om hvordan vi skal kunne virkeliggjøre ideen. Vi skal forsøke å bryte ned arbeidsprosessen i mindre, mer overkommelige arbeidsoppgaver, noe som bringer oss ett steg nærmere realisering. Videre skal vi ha fokus på hvilke mennesker som kan være med på å hjelpe oss i realiseringen.



Den kreative prosessen

Drømmerommet





Brainstorming

Framgangsmåte:

- Hver deltaker skal ha hver sin Post-it-blokk. Noter hver for dere ideer på lappen – uten å samarbeide.
- Deretter legger alle i gruppa Post-it-lappene midt på bordet. La dere inspirere av de andres ideer. Kanskje dette fører til at du kommer på nye ideer.
- Så snart dette er gjort, starter dere en ny runde. Om ikke alle klarer å gå videre med mer enn en idé, er det helt greit.
- Fortsett med å skape ideer helt til det begynner å gå tregt.
- Da er det på tide å oppsummere: Hvilke ideer har dere kommet på?

Viktig:

- Heng ideene opp på en tavle eller vegg.
- Skriv ned alle *ideer* (ikke endelige løsninger).
- Post-it-lappene kan flyttes rundt – for å skape assosiasjoner.
- Først når veggene er fulle av idéskisser, kan dere bearbeide dem videre til løsninger.



Brainstorming

Kan vi sette sammen noen av ideene for på den måte å skape noe nytt?





Hvilke problemer løser produktet?

- En bedrift som går bra, har tilstrekkelig mange kunder som vil ha produktet som bedriften tilbyr. Hvis ingen har bruk for produktet bedriften tilbyr, kommer bedriften til gå over i historien før den har kommet i gang.
- Skal bedriften kunne tjene penger, må målsettingen være å tilfredsstille et behov hos kunden. Hvordan kundens behov skal tilfredsstilles, pleier vi å uttrykke i bedriftens forretningsidé.
- Når dere kan gi et godt svar på spørsmålet “Hvorfor skal kunden kjøpe av akkurat oss?”, har dere kommet et godt stykke på vei i arbeidet med en forretningsidé. En forretningsidé tar utgangspunkt i et behov og at produktet/tjenesten løser et problem for en kunde.
- Dere kan gjøre en enkel øvelse “Hva er dette, hvis det ikke er ...?” som fokuserer på løsninger og bruksområder.



Hva er dette, hvis det ikke er ...?

Hva kan denne brukes til?

Om du vet hva det er eller ikke, spiller ingen rolle.

Se mulighetene, ikke begrensningene.

Kom opp med så mange forslag som mulig!





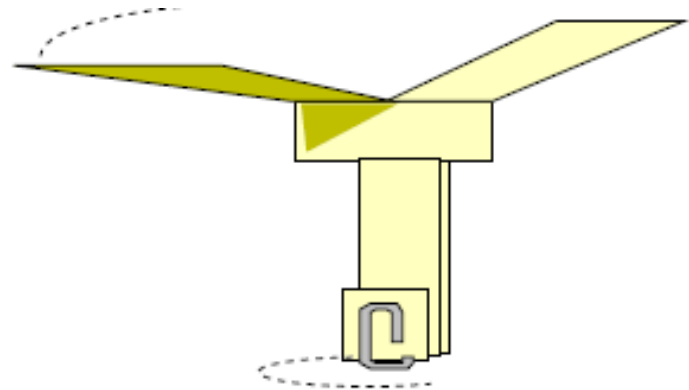
Hva er dette, hvis det ikke er ...?

Hva kan denne brukes til?

Om du vet hva det er eller ikke, spiller ingen rolle.

Se mulighetene, ikke begrensningene.

Kom opp med så mange forslag som mulig!





Scenario-metoden

- Hva om ikke skolen fantes i morgen?
- Vi får anledning til å bygge opp en helt ny skole:
 - Hva vil vi beholde?
 - Hva vil vi gjøre annerledes?
 - Hva vil vi gjøre av nyskaping, innovasjon og kreative løsninger på skolen?



Å tenke på kryss og tvers

- Dere skal gå sammen i grupper på fire og fire og arbeide med skjemaet "Tenke på kryss og tvers" i 15 minutter.
- Alle i gruppa skal helt vilkårlig, uten å avtale med de andre, velge et ord fra skjemaet. Dere skal ikke påvirke hverandre, men dere må avtale hvilken av radene dere skal velge fra.
 - Person nr. 1 velger et ord fra rad 1 (gamle forretningsideer).
 - Person nr. 2 velger et ord fra rad 2 (målgrupper) og så videre.
- Formuler 4–5 forretningsideer ut ifra de fire valgte ordene.
- Presenter gruppas forretningsideer kort for de andre gruppene.



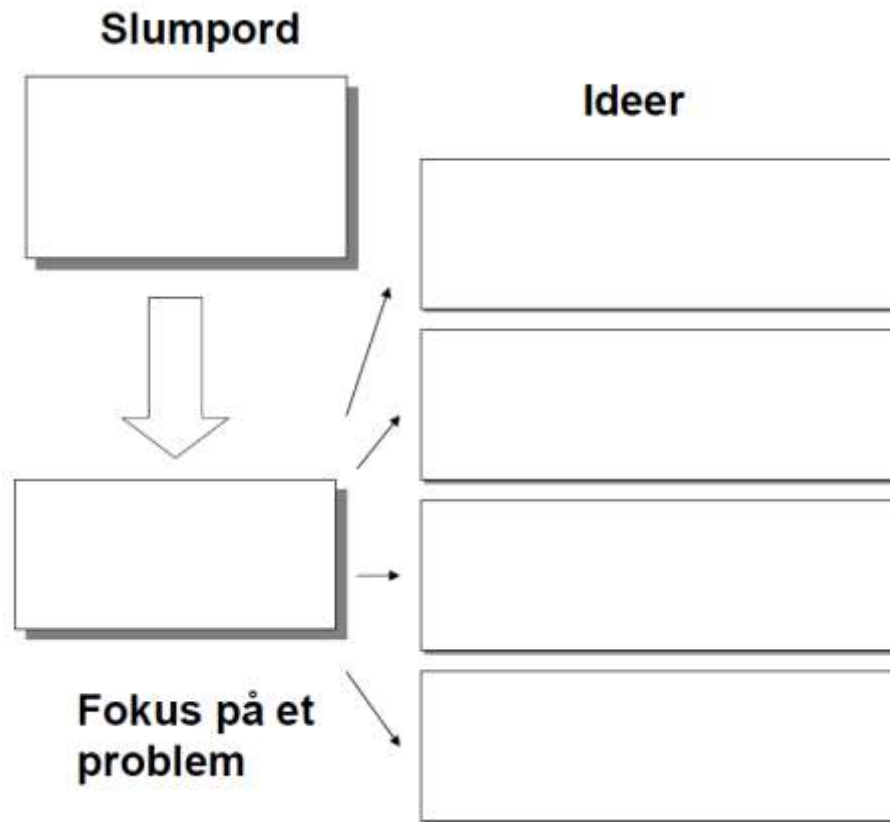
Slumpord

SLUMPORDLISTE			
Kirke Butikk Hamburgere Bok Vei	Orkan Klokke Ballong Fest Sko	Peis Kamel Dagbok Advokat Sigarett	Vaskemiddel Mus Skyer Hår Is
Sag Sykehus Kamera Banan Snile	Rakett Skatt Seng Hjul Frosk	Leker Snø Fallskjerm Dør Kran	Diamant Våpen Tog Bilde Øl
Rot Kniv Røyk President Knapp	Ørn Taxi Suppe Fengsel Hai	Bondegård PC Jazz Hatt Kredittkort	Kjøkken Nese Elefant Vin Rose

Hver gruppe velger to ord tilfeldig fra listen.



Slumpord





Den kreative prosessen

Kritikerrommet

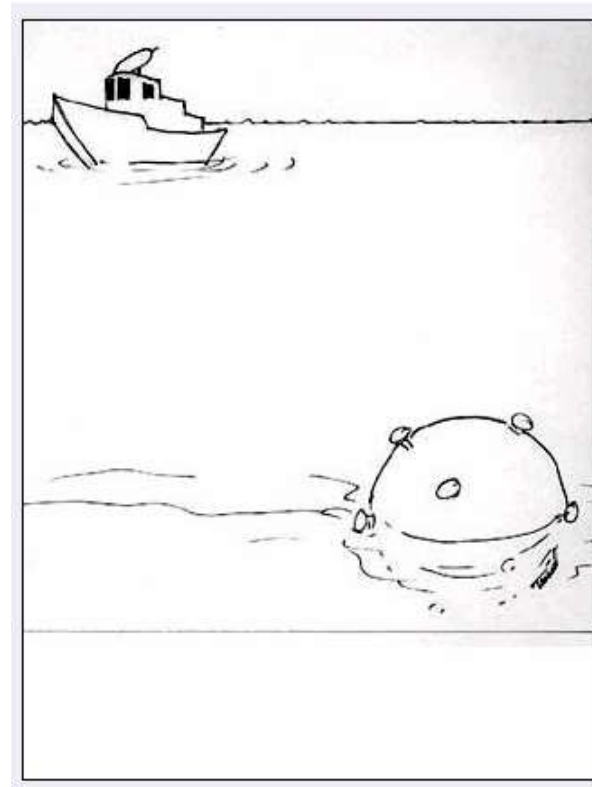




Å vurdere en idé

Latterlig idé, eller?

Et klassisk eksempel på
nyttens av en idédugnad, er fra
en amerikansk torpedobåt
under Korea-krigen.



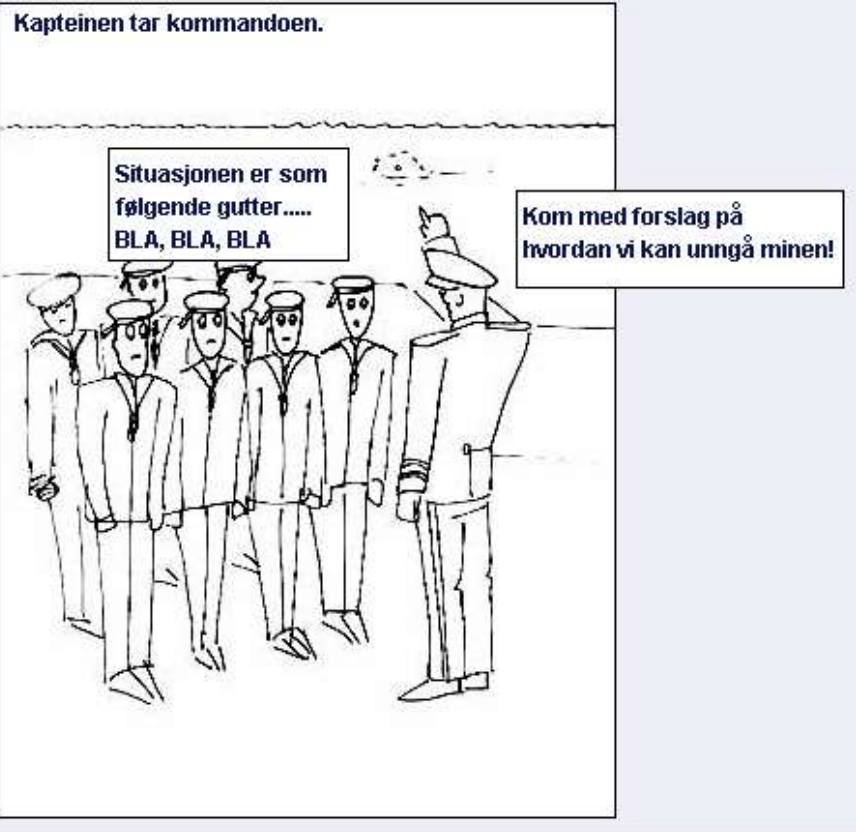




Kapteinen tar kommandoen.

Situasjonen er som følgende gutter.....
BLA, BLA, BLA

Kom med forslag på hvordan vi kan unngå minen!





Hmmm?!



Hele mannskapet reagerer.





Etter noen minutter kunne alle puste ut. Ved hjelp av vannslangene hadde de klart å flytte minen såpass at båten gled forbi uten å bli truffet.

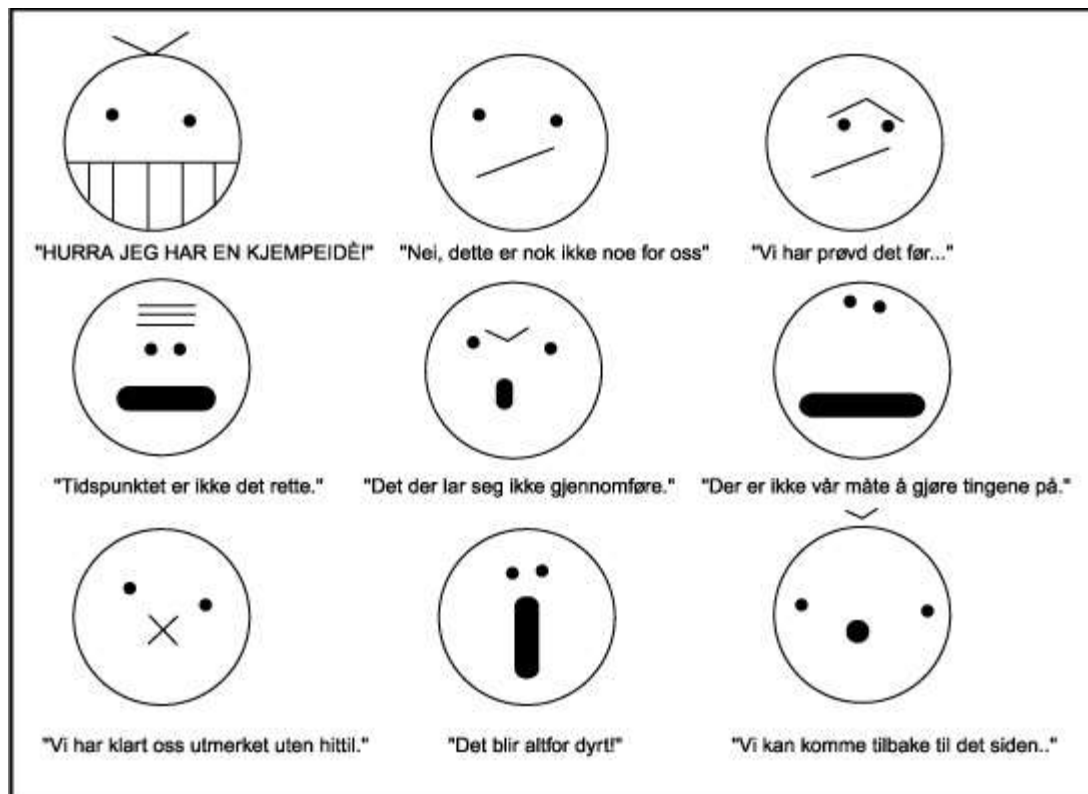


Flere latterlige ideer

- "Alt som kan finnes opp, er oppfunnet", sa Charles Duell, sjefen for USAs patentbyrå i 1899. Han mente at patentverket like godt kunne legges ned ettersom alle oppfinnelser allerede var gjort.
- "Jeg tror det er et verdensmarked for rundt fem datamaskiner", sa Thomas Watson, sjef for IBM, i 1943.
- "Det er ingen grunn til at noen privatpersoner skal ha en datamaskin i sitt eget hjem", sa Ken Olsen – Digitals grunnlegger i 1977.
- "Mennesket vil aldri komme til Månen, uansett hvilke tekniske framskritt vi gjør", sa Dr. Lee De Forest, grunnlegger av radioteknologien i 1967 (to år før det skjedde).
- "Fly er spennende leker, men de har ingen militær anvendelse", sa general Ferdinand Foch i 1911.
- Det er grunn til å tro at Michigan Saving Bank angret på at de avslo lånesøknaden til Henry Ford med ordene: "Hesten er her for å bli, mens bilen kun er en nyhet."



Krefter som motarbeider nye ideer





Vi er i kritikerrommet

- Det kan være vanskelig å vite om ideen vil bli en fiasko eller en suksess. Når vi skal gå videre med ideen, må vi få bekreftet om kundene er villige til å kjøpe den, om det finnes tekniske løsninger som gjør det mulig å utvikle ideen, og om vi har penger til å utvikle den. Derfor skal vi diskutere, evaluere og vurdere ideen.
- I kritikerrommet vil vi se nærmere på hvilke utfordringer vi kan møte hvis ideen realiseres. Her åpner vi for å bruke "ja, men". Vi kan si: "Ja, men dette har vi ikke penger til." eller "Ja, men dette har vi ikke teknologi til." Og så videre.
- I kritikerrommet er det viktig å lære seg forskjellen mellom idé og idébærer. Dette er viktig både for den som gir kritikk og den som bærer på ideen. Selv om ideen kritiseres, kritiseres ikke idébæreren. Kommentarer rettes til ideen.
- Personen som bærer på ideen, kan deretter ta til seg informasjonen og bruke den for å videreutvikle ideen. Det eneste andre kan ta stilling til, er hvor godt ideen presenteres og kommuniseres, noe som baserer seg på de handlinger som idébæreren gjør for å virkeliggjøre ideen.



Kritikeren ...

... finner lettere feil enn fordeler
og muligheter.





Optimisten

- Finner lettere fordeler og muligheter enn ulemper og begrensninger.
- Vi må trene på å bruke den gule hatten og finne fordeler.
- Øvelse: Finn fordelene med sort tannkrem!





PMI-metoden

Pluss	Minus	Interessante konsekvenser



Seks tenkende hatter









Edvard De Bono

- Svart hatt – negativ
- Rød hatt – følelser
- Blå hatt – planlegge, ha overblikk, gjøre beslutninger
- Grønn hatt – kreativ, nye ideer
- Gul hatt – muligheter, fordeler, optimistisk
- Hvit hatt – informasjon, rykter





Seks tenkende hatter

	Å bedømme en idé	Å bedømme vår idé
	RØD: Forsøk å beskrive hvilke følelser ideen framkaller: Latter, sinne, dette går bare ikke! (2 minutter)	
	GUL: Hvilke fordeler har ideen? (4 minutter)	
	SVART: Hvilke ulemper har ideen? (4 minutter)	
	GRØNN: Tilpass ideen ved å eliminere ulempene. Hvordan kan vi kvitte oss med ulempene? (3 minutter)	
	HVIT: Med den nye informasjon, blir da følelsene du hadde innledningsvis, endret? (2 minutter)	
	SVART: Bedøm slutforslaget (2 minutter)	
	RØD: Hvilke følelser har dere nå om selve beslutningen? (1 minutt)	
	BLÅ: Er det mulig å realisere ideen? Hvilket tidsperspektiv har dere? (3 minutter)	



Den kreative prosessen

Realisererrommet





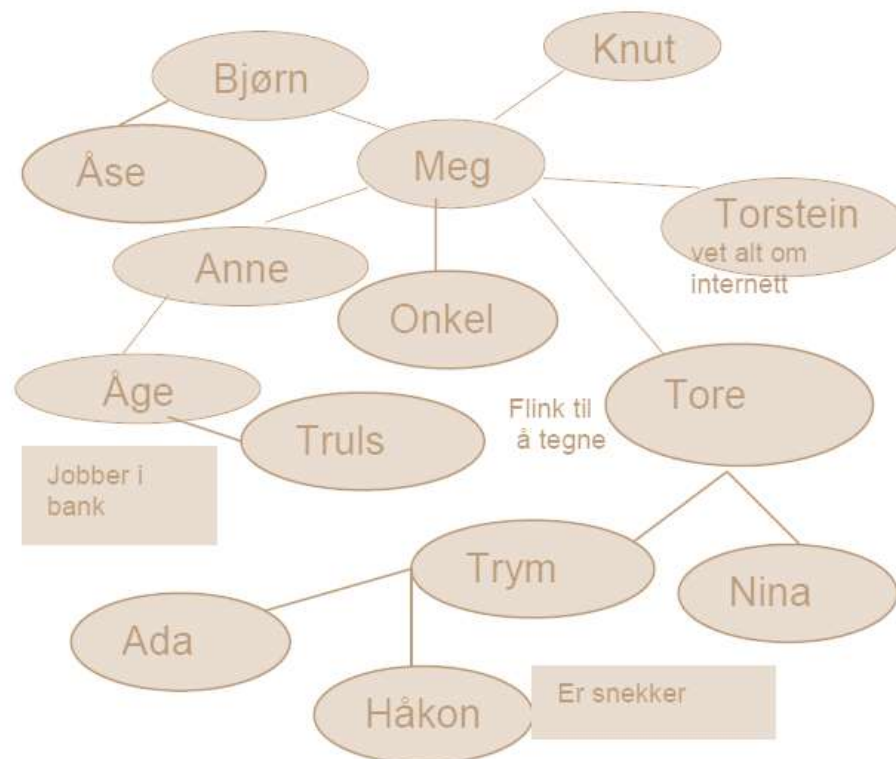
Vi er i realisererrommet

- Mange ganger når noen får en god idé, klarer vi ikke å sette den ut i live. Imidlertid går det an å trene opp evnen til å forstå hvilke konkrete aktiviteter vi må gjøre for å virkeliggjøre ideen.
- En vanlig feil for en etablerer er å forsøke å gjøre alt selv. På den måten risikerer vedkommende å jobbe døgnet rundt.
- Løsningen på dette er å jobbe smartere og trene opp evnen til å fokusere på hva som er viktig.
- For å få gjennomført en idé kreves det nesten alltid samarbeid med andre mennesker/bedrifter. Når bedriften vil benytte seg av sitt nettverk, må man ha oversikt over dette nettverket og tenke gjennom hvilke deler av utviklingsprosessen eller hvilke arbeidsoppgaver man trenger bistand med.



Tegn nettverket ditt

- Skriv navnet ditt i en ring midt på arket. Skriv navnene på alle du kjenner / er bekjent med i sirkler rundt ditt eget navn.
- Sammenlign nettverkene til alle i gruppa – og se om dere har noen felles kjente/bekjente.
- Sett sammen nettverket til gruppa.
- Er det noen i nettverket deres som kan være døråpnere eller veilede/hjelpe dere i arbeidet med å virkeliggjøre forretningsideen deres?





Å realisere ideen

Tenk gjennom

- Hva må gjøres først?
- Hvilke deler kan gjøres parallelt?
- Hvilke aktiviteter kan gjøres uten at de påvirker hverandre?
- Hvem kan ha hatt lignende problemer før oss – kan vi ta en prat med disse?



Øvelse

- Skriv ned de fem første aktivitetene som dere trenger å gjøre for å virkeliggjøre ideen deres.
- Skriv ned det første dere kan gjøre innen ti minutter og som tar kortere tid enn et minutt å gjennomføre.
- Skriv ned de tre største utfordringene som dere kan møte i realiseringen.
- Hva kan forsinke utviklingen?

Er dere klare til å formulere
forretningsideen?