



Kreativita

Téma 1.7:

Nástroje pro začátek organizační
kreativity



+ Nástroje pro začátek organizační kreativity

Cílem materiálu je pomoci účastníkům s generováním a vybíráním nápadů a následovat strukturovaný myšlenkový proces pro kreativitu.

Naučíte se:

- Proces, díky kterému řeší jednotlivci problémy a generují další nápady.
- Facilitovat nové nápady, výběr a zlepšení spolu s aplikací ve vaší organizaci.
- Vybrat vhodné nástroje pro vaši organizaci



Management inovací

Sekce 1 Kreativita

- 1.1 Kreativní management
- 1.2 Všichni jsme kreativní
- 1.3 Druhy a úrovně inovací
- 1.4 Jak vytvořit strategii kreativního managementu v pracovním prostředí
- 1.5 Jak začít proces individuální kreativity
- 1.6 Jak začít proces organizační kreativity
- 1.7 **Nástroje pro začátek organizační kreativity**
- 1.8 Jak řídit proces kreativity: Kritické faktory úspěchu
- 1.9 Jak posuzovat výsledky

Sekce 2 Spolupráce

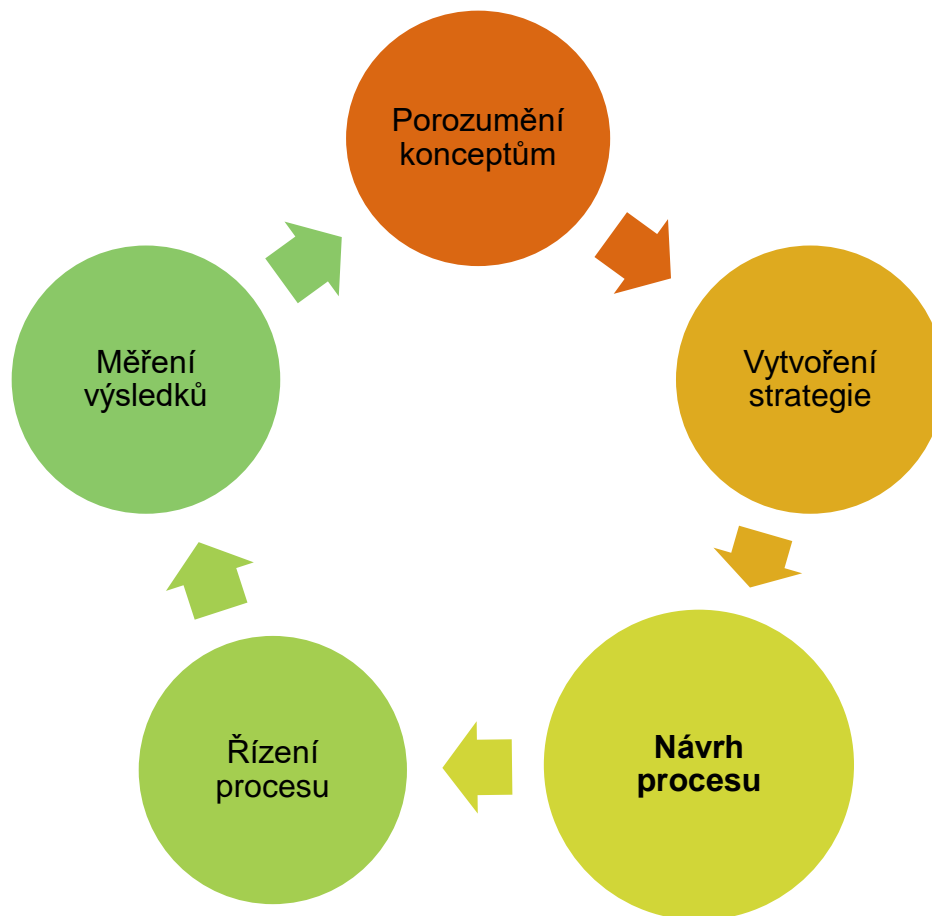
- 2.1 Management spolupráce
- 2.2 Jak a proč spolupracovat
- 2.3 Typy spolupráce
- 2.4 Jak vytvořit strategii pro spolupráci v pracovním prostředí
- 2.5 Jak vytvořit plán pro řízení spolupráce na pracovišti
- 2.6 Jak úspěšně spolupracovat
- 2.7 Jak správně najít vhodné partnery
- 2.8 Jak začít proces spolupráce
- 2.9 Jaké inovace přinese celý proces spolupráce

2.10 Jak řídit proces spolupráce: Kritické faktory úspěchu

2.11 Jak posuzovat výsledky



Nástroje pro začátek organizační kreativity





Nástroje pro začátek organizační kreativity



- Aby organizace udrželi tempo v technologiích a dokázaly reagovat na vyvíjející se zákaznické potřeby, potřebují upřednostnit inovace.
- Ve výzkumu Boston Consulting zařadilo 79 procent respondentů inovace mezi první tři priority v jejich podniku
- V rozdílné studii od Deloitte považovalo 78 procent budoucích vedoucích pracovníků inovace nezbytné pro obchodní růst.
- Avšak z těchto 78 procent uvedlo pouze 26 procent tázaných, že jejich současná organizace podporuje praktiky, které rozvíjejí inovaci
- Podporované týmy zvýšily svůj výkon o 45 procent, v porovnání s podporovanými jednotlivci, kteří zvýšili svůj výkon pouze o 27 procent dle studie od International Society for Performance Improvement and the Incentive Research Foundation



Nástroje pro začátek organizační kreativity



Osmdesát dva vedoucích pracovníků dotazovaných Forrester souhlasilo že podniky mají prospěch z kreativity. Mezi tyto benefity patří například zvýšené výnosy a vyšší podíl na trhu.



58 procent respondentů uvedlo, že utvářejí své cíle okolo kreativních výsledků, a dalších 48 procent respondentů prohlašuje, že se nové nápady točí okolo kreativních brainstormingů

<https://www.northeastern.edu/graduate/blog/creativity-importance-in-business/>

<https://www.youtube.com/watch?v=HgJejeDkZ9w>

https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=ZI0R1uJ62x



IN
CRE
MENTA

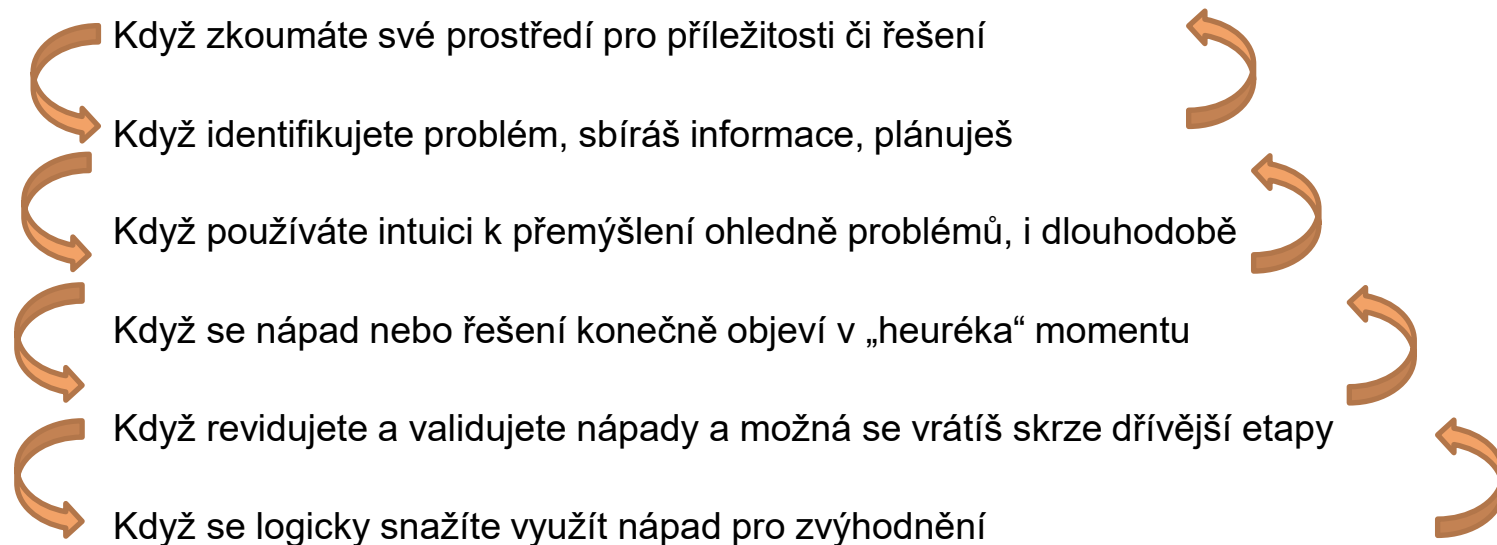
Innovation and creativity mentality
advancement in SMEs



Erasmus+



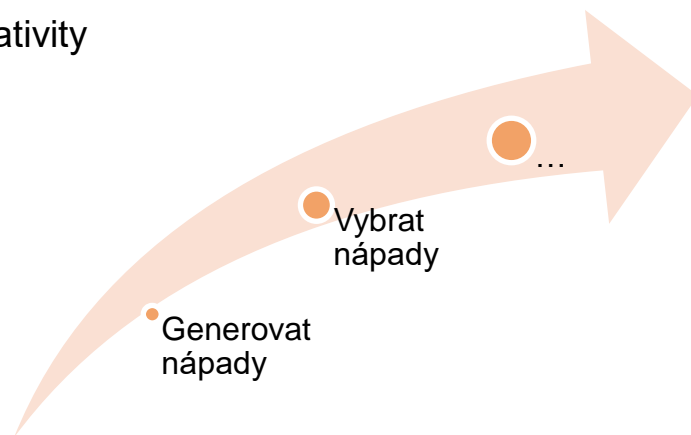
Nástroje pro začátek organizační kreativity





Nástroje pro začátek organizační kreativity

Proces organizační kreativity



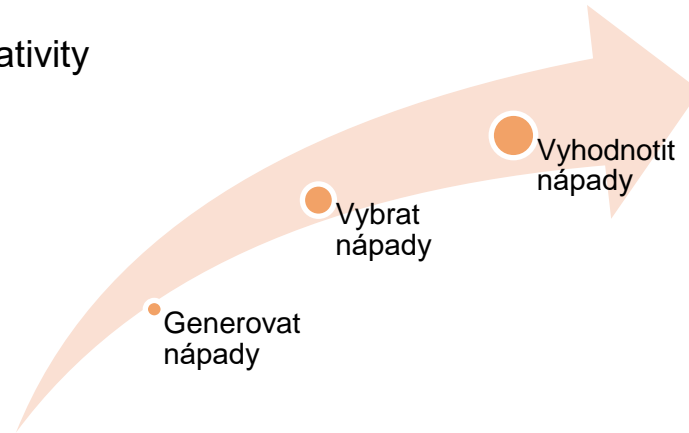
Generovat nápady

- Když se záměrně snažíte vytvářet nápady
- Proveďte možnosti mapování brainstormingu
- Zdokumentujte všechny myšlenky a pokračujte v revizi, protože některé z nich můžete v budoucnu použít



Nástroje pro začátek organizační kreativity

Proces organizační kreativity



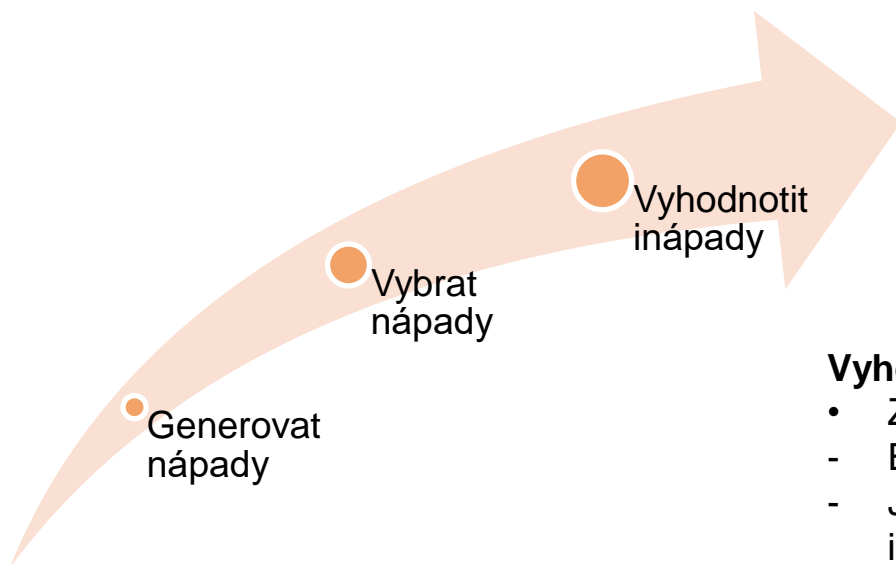
Vyberte nápady

- Když se snažíte najít řešení k problému který stojí za vyřešení, filtrujte a vyberte veškeré vygenerované nápady abyste se následně mohli soustředit na ty nejlepší
- Tohle je nesložitější fáze, jelikož vyžaduje velice rozdílné nastavení mysli. Pokud chceme úspěšně dokončit inovační proces, tak je nám k ničemu pokud nám dojdou nápady



Nástroje pro začátek organizační kreativity

Proces organizační kreativity



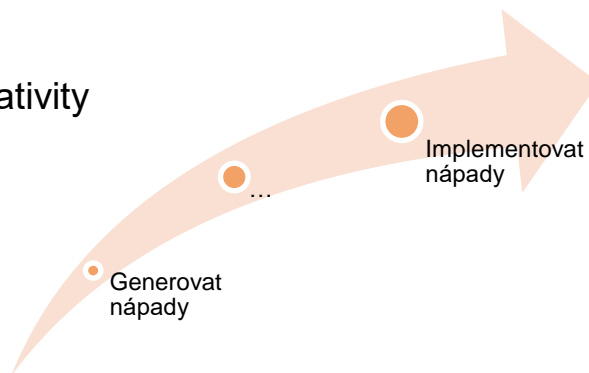
Vyhodnotit nápady

- Zeptejte se sami sebe
- Existuje poptávka na trhu?
- Je nápad Is the idea realizovatelný a implementovatelný na trh?
- Je trh připraven?
- Je nápad konkurenceschopný?
- Jaký je zisk a potencionální hodnota?



Nástroje pro začátek organizační kreativity

Proces organizační kreativity



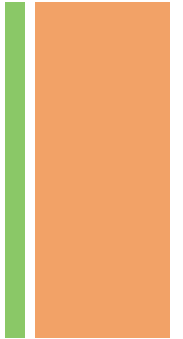
Implementovat nápady

- Realizujte nápad
- Dejte někomu nápad na starosti
- Odhadněte potřebné zdroje
- Uvolněte lidi, kteří budou na nápadu pracovat
- Dejte zaměstnancům vědět, že jejich nápad je oceňován





Nástroje pro začátek organizační kreativity



Generování nápadů

Zpětná vazba od zákazníků

Shromážděte zpětnou vazbu od zákazníků, jak negativní tak pozitivní. Můžete se hodně naučit jak ze stížností, tak z komplimentů.

SCAMPER

Používejte SCAMPER jako nástroj díky kterému naleznete nové způsoby pro zlepšení existujícího produktu, nebo nápady pro nový. as a tool to find ways to improve an existing product or come up with ideas for a new one. Scemper je založen na myšlence, že všechno nové je úpravou něčeho jiného

https://www.mindtools.com/pages/article/newCT_02.htm





Nástroje pro začátek organizační kreativity



Výběr nápadů

- Myšlenkové mapy
- Analýza příčin a následků
- Fishbone nebo Ishikawa diagram, který je kombinací metod Brainstormingu a Myšlenkových map
- Afinitní diagram
- Evaluační otázky pro nový produkt
- Analogická metoda (Case-Based Reasoning)
- Evaluační otázky pro existující produkt



+ Učební pomůcky

<https://adage.com/article/news/study-75-living-creative-potential/234302>

Návod co byste měli vědět:

Jak představit inovaci ve vaší organizaci

Northeastern University, Professional Advancement Network

https://www.mindtools.com/pages/article/newCT_02.htm

Shrnutí

Pouze 25 procent lidí věří, že plní svůj potenciál k tomu aby byli kreativní a více než 75 procent lidí cítí že jejich země neplní svůj kolektivní potenciál k tomu aby byly kreativní. We understood the process by which individuals solve problems and generate other ideas.

Naučili jsme se facilitovat generace nápadů, jejich výběr, zlepšování a aplikaci v naší organizaci.