



Kreativita

Téma 1.9:
Jak posuzovat výsledky



Innovation and creativity mentality
advancement in SMEs



Erasmus+



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



Jak posuzovat výsledky

Tento materiál zahrnuje finální kroky k řízení kreativního procesu, kterými lze změřit dopad a výsledky vaší kreativní strategie řízení.

Cíl:

- Demonstrovat potřebu měření dopadu implementované strategie.

Výsledky učení:

- Definovat přiměřené příklady pro vaši práci (znalost)
- Identifikujte opatření k zajištění úspěchu implementace procesu (kompetence)

Vytvořte plán pro kontrolu vašeho postupu proti vašim opatřením (dovednost)

Cesty k výsledkům



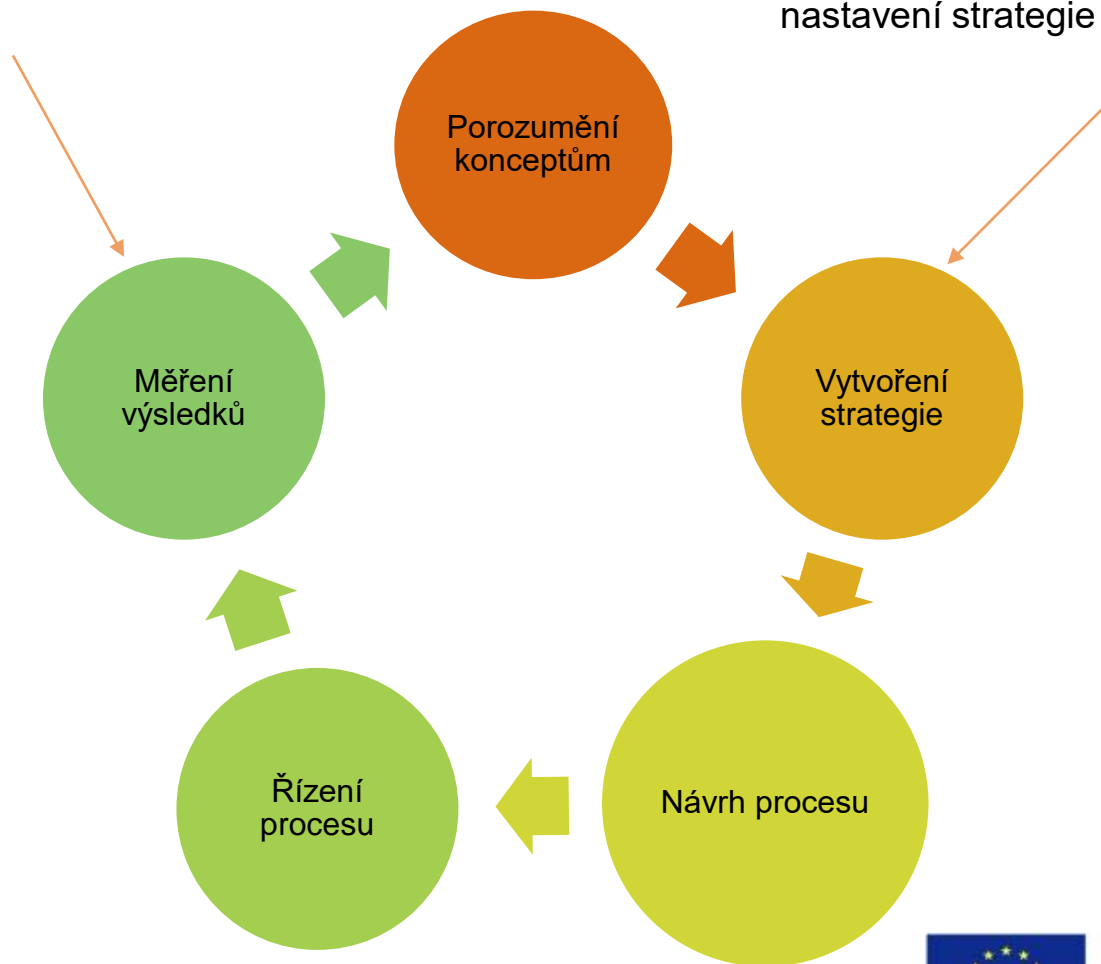
VÝSLEDEK!



Jak posuzovat dopad

Finální krok v celkovém procesu

Musí být naplánováno při nastavení strategie





Jak posuzovat dopad

Už jste implementovali vaši strategii – co teď!?



I'm so excited.

Co se změnilo?

Co jste zlepšili?

Co se zhoršilo?

Na koho to mělo dopad?



[This Photo](#) by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC-ND](#)

Jaký efekt měla vaše strategie?



Jak posuzovat dopad

Co je to dopad?

Výrazný efekt nebo zásadní změna

Je to změna, která strategie dělá:

⇒ Znalosti a dovednosti:

lepší porozumění kreativity jedinců a organizace
naučit se jak vybrat a používat nástroje kreativity
naučit se jak si vybrat partnera pro spolupráci a řízení procesu

⇒ Chování a přístup

cítit se více sebevědomý ve své schopnosti být kreativní
cítit se více sebevědomý ve své schopnosti aplikovat dobré praktiky
cítit se více sebevědomý pro aplikování naučených nástrojů

⇒ Systémy

zapojení nového procesu či způsobu dělání něčeho nového

⇒ Způsoby přemýšlení

vidět věci v novém směru
udržet více otevřenou mysl
pohlédnout se po nových zdrojích inspirace

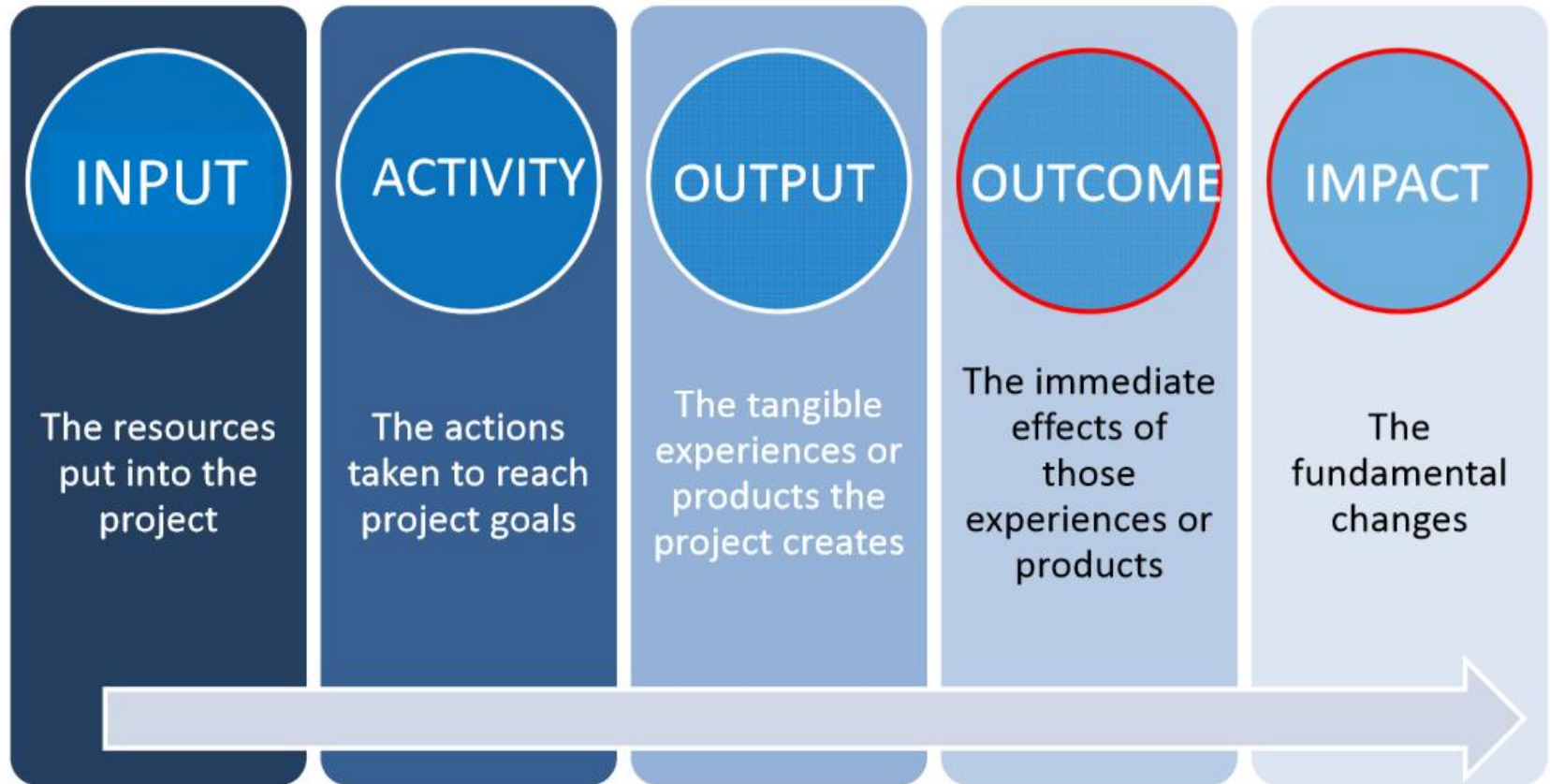


Innovation and creativity mentality
advancement in SMEs



Erasmus+

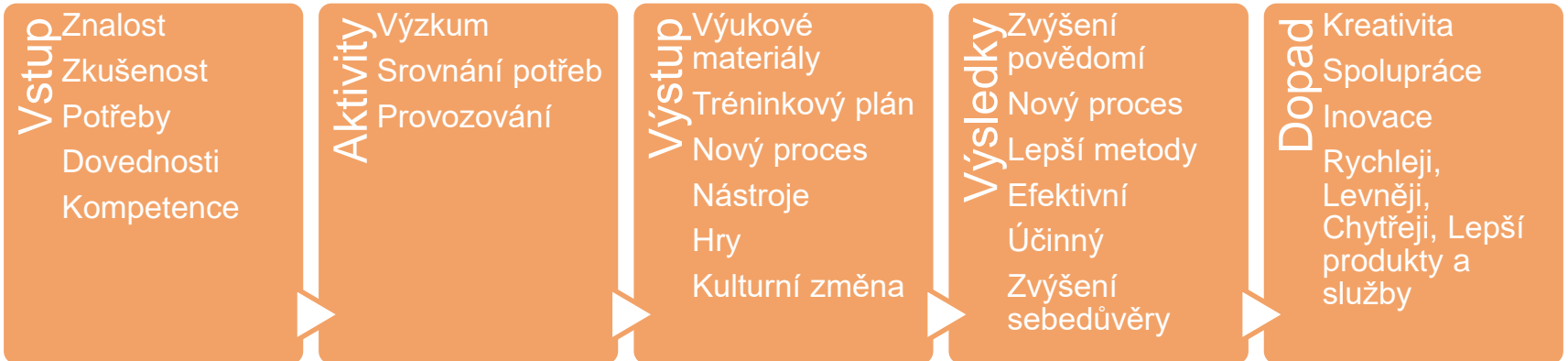
Impact Chain





Jak posuzovat dopad

Některé příklady z řetězce dopadů





Jak posuzovat dopad

Pokud definujete strategii, měli byste zahrnout následující otázky:

- ⇒ Jaký problém řešíte?
- ⇒ Co s tím budete dělat?
- ⇒ Jaký bude dopad?
- ⇒ Koho dopad ovlivní?
- ⇒ Jak budete měřit dopad?



[This Photo](#) by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC-ND](#)



Jak posuzovat dopad

Jeden z příkladů měření

Zamyslete se nad následujícím:

- ➔ Rozhodněte se proč potřebujete změřit a vyhodnotit dopad práce
- ➔ Přiveďte partnery a zúčastněné strany a projednejte s nimi tohle téma.
- ➔ Jaké metriky budete používat ?
- ➔ Snažte se najít balanc mezi kvantitativní a kvalitativní měření.
- ➔ Měření musí být
 - Kvantifikovatelné – založeno na faktech
 - Srozumitelné – pro všechny v podnikání
 - Akčně použitelný – skrz každodenní práci
 - Opakovatelný – sledovat pokrok v čase
 - Aktuální – je třeba je pravidelně kontrolovat



Jak posuzovat dopad

Například, plánovaným dopadem tohoto tréninkového kurzu může být:

- ➔ “Chceme vytvořit tréninkový kurz inovačním systémem řízení pro Malé a střední podniky”
- ➔ PROČ?
“Dáte lidem nové dovednosti”
- ➔ K ČEMU?
“Aby vaši lidé mohli inovovat efektivněji / Aby mohli vytvářet nové produkty či služby / aby se mohli zaměřit na nové trhy”
- ➔ Jak budeme měřit DOPAD?
“Pomocí znalostí a použití nových nástrojů”
“Sebevědomí v rámci vytváření nových nápadů”
“Žádné navrhované nápady”

Kontrolujte každých 6 měsíců.



Jak posuzovat dopad

Aktivita



Z toho co jste se doposud naučili v rámci tohoto tréninkového kurzu se zamyslete jak definujete úspěch pro vaše řízení kreativní strategie a jaké nástroje můžete použít k měření.



7 minut



Jak posuzovat dopad

Možné výstupy z aktivity

Prodiskutujte vaše odpovědi





Jak posuzovat dopad



Případová studie

⇒ Například: Společnost bez systémů na pracovišti si začne být vědoma potřeby a následně implementuje nový proces, vytvoří závěry a zreviduje proces (pro postupné zlepšování)

Nebo

⇒ Společnost která chtěla získat více zákazníků zapojí konkrétní nástroje kreativity aby mohla vygenerovat nové nápady a kolaborovat s dalšími subjekty

Učební pomůcky

Prosíme vás o přečtení metodologické příručky „Jak měřit dopad v řízení kreativního procesu“

Shrnutí

Tento tréninkový materiál zahrnul finální krok pro řízení dopadu vaší strategie kreativního řízení.

Po dokončení tohoto materiálu byste měli chápat potřebě měření dopadu vaší implementované strategie.

Měli byste být schopni:

Definovat vhodné příklady dopadu na vaši práci

Identifikovat opatření k měření úspěšnosti implementace procesu

Vytvořte plán pro kontrolu vašeho postupu proti vašim opatřením