

– BRAINSTORMTOOLS –

BRAINSTORM

— sessie —

BRAINSTORMTOOLS

De brainstormtools die wij gebruiken zijn in te delen in 2 categoriën gebaseerd op de benadering van een probleem;

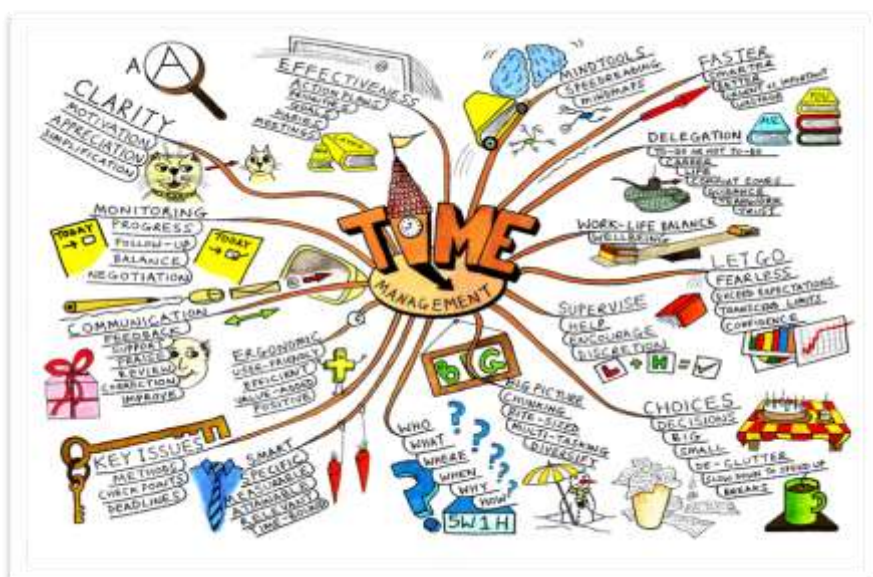
1. Focussen
2. Vervreemden

Bij focussen stel je scherp op de vraag of het probleem. Bij vervreemden ga je met jouw gedachtegang juist weg van de vraag of het probleem en kom je er later op terug.

Focussen; brainstormtools

- **Klassieke brainstorm (breindump)** – De brainstormmethode die de meeste mensen wel kennen: met zijn allen om de tafel zitten en associëren op het onderwerp of vraagstuk in kwestie. Dit is een goede manier om de geest los te maken. De associaties brengen je vaak op nieuwe ideeën.
- **Mind-Mapping** – De brainstormmethode waarbij je letterlijk een kaart maakt van je gedachten. Rondom een bepaald onderwerp (dat je in het midden op een papier zet) bedenk je alle associaties en deze ga je clusteren in informatie categorieën. Gebruik beeld en woord, vloeiende lijn en kleur, dit helpt bij associeren. Mind-Mapping is niet een manier om hele creatieve ideeën te genereren. Het is een methode om alle kennis rondom een onderwerp te inventariseren. Dit is een goede methode om te gebruiken bij de start van een nieuw project, om alle kennis die onderling bekend is in kaart te brengen.
- **Mind-Map combineren** - Een manier om vanuit mind-mapping tot creatieve nieuwe ideeën te komen is door mind-maps te maken van twee verschillende onderdelen uit een vraagstuk en deze te combineren. Een vraag kan zijn ; ‘Hoe maken wij een sexy campagne voor een niet sexy bedrijf als een supermarkt?’. Je maakt dan een mind-map rondom het begrip sexy en een mind-map rondom de supermarkt. Vervolgens leg je de mind-maps bij elkaar en ga je zoeken naar interessante overeenkomsten, links of juist tegenstrijdigheden die jou inspireren tot een idee voor een campagne.

Voorbeeld van een Mind-Map



Vervreemden; brainstormtools

- **Metaforenspel** – Pak een willekeurig voorwerp en begin met hierop te associëren. Geef bijvoorbeeld antwoord op de volgende vragen:
 - Wat is het?
 - Wat komt er in je op bij het voorwerp: woorden, kenmerken, eigenschappen, zinnen, quotes
 - Wat zou het nog meer kunnen zijn? (hoe meer ideeën hoe beter!)
 - Dit voorwerp staat metafoor voor het antwoord op de vraagstelling.

Bijvoorbeeld; bedenk een reclame voor de introductie van een nieuwe sportschoen. Vanuit de associaties ga je eerst woorden bij elkaar zoeken waar een overeenkomst in zit. Bijvoorbeeld; Bij een gekleurde bal heb je allerlei associaties rondom kinderen (zoals speels, buitenspelen, vrolijk, buskruit). Vanuit deze associaties denk je vervolgens verder. Een idee zou dan kunnen zijn om 'buitenspelen' als thema te pakken; topvoetballers die buitenspelen; je ziet ze allerlei spelletjes uit hun kindertijd doen op de nieuwe schoen.

Een metafoor roept vaak veel associaties op en is daarom een goede manier om creativiteit te stimuleren.

- **Woordprikken** – Prik een willekeurig woord (of een aantal woorden) uit een boek of magazine. Breng deze in relatie tot je vraagstuk. De woorden helpen je om vanuit andere invalshoeken naar je vraag of probleem te kijken. Elk woord heeft namelijk zijn eigen specifieke associaties eromheen die je kunnen inspireren. Deze techniek is ook makkelijk uit te voeren als je alleen achter je bureau zit. Bijvoorbeeld: je bent aan het nadenken over een nieuw ijsje voor kinderen. Je prikt in een magazine op het woord 'zee'. Een van de associaties die je hebt bij dit woord is 'piraten'. Vanuit deze associatie bedenk je dat het ijsje in een schatkistje verpakt wordt.
- **Kruip in de huid van** - Een praktische techniek om op nieuwe ideeën te komen is om in de huid te kruipen van totaal iemand anders. Bijvoorbeeld in de huid van een crimineel. Stel jezelf de vraag: Hoe zou een crimineel dit probleem oplossen? En schrijf alle ideeën op. Maar ook bijvoorbeeld: Hoe zou mijn oma dit probleem oplossen? Hoe zou Steve Jobs dit probleem hebben aangevlogen? Hoe zou een kind dit probleem oplossen etcetera.
- **Concepting** - Vaak is het concept achter een idee de basis voor nog veel meer ideeën. Achter ieder idee zit een concept met een goed alternatief.

IDEE	CONCEPT	ALTERNATIEF
1. ROEIBOOT	manieren om aan de overkant van de rivier te komen	brug touw zwemmen
2. GLAS	manieren om vloeistof vast te houden	ballon reageerbuisje plastic zak

Stel je voor dat je ideeën moet bedenken bij de vraag: Hoe nodigen we mensen uit voor onze bijeenkomst?

1. Bedenk eerst een idee. Bijvoorbeeld: We sturen mensen een mooie kaart
 2. Bedenk dan het concept achter dit idee: Wat doet een kaart? Het is een medium om een boodschap over te brengen.
 3. Bedenk dan: Op welke manieren kun je nog meer een boodschap overbrengen?
 4. Nieuwe ideeën: Een usb stick met een filmpje toesturen, een slinger sturen met de tekst van de uitnodiging, met een speaker in de kantine gaan staan en je verhaal verkondigen, een mail sturen, een handgeschreven brief sturen etcetera.
- **Picture Pool** – selecteer op voorhand een aantal beelden die passen bij een merk of product. Dit kun je doen door bijvoorbeeld via google afbeeldingen te zoeken op de merkwaarden. Deze methodiek doe je eerst individueel, er moet dus een beeld zijn voor ieder groepslid. Bij grote groepen verdeel je de groep in subgroepen en krijgt iedere subgroep dezelfde set beelden. Iedereen associeert vervolgens individueel op het beeld dat hij heeft gekregen. Vervolgens geef je het beeld door aan degene links van je. Iedereen heeft nu een nieuw beeld met hierbij allerlei associaties geschreven. Vanuit deze associaties gaat iedereen ideeën bij de vraagstelling bedenken. Vervolgens bespreek je deze centraal en maak je als groep een top 3 van ideeën die je verder uit gaat werken.