

HET ONDERWIJZEN VAN ONDERNEMEND EN CREATIEF DENKEN DEEL

1

ONDERNEMERSMENTALITEIT EN CREATIEVE FLOW



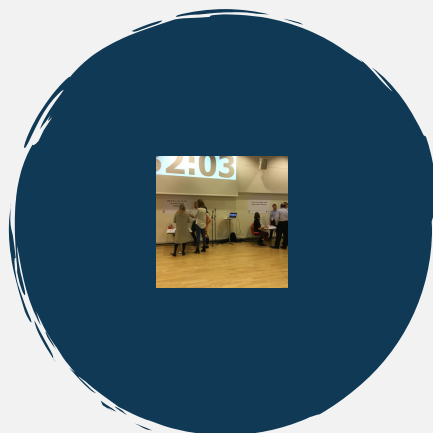
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

"De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie vormt geen goedkeuring van de inhoud die alleen de standpunten van de auteurs weergeeft, en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor enig gebruik dat kan worden gemaakt van de daarin opgenomen informatie."



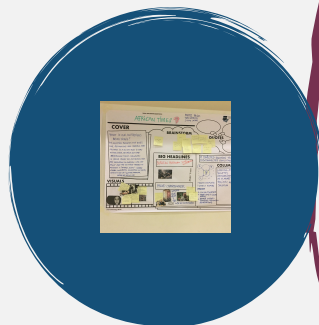
Paren groeperen

Tel 1, 2; 1, 2 en dus heb je alle willekeurige paren



Tijd om te delen

Ieder mens praat 4 minuten over zichzelf en de ander luistert actief.



Op het podium

Elke persoon presenteert de ander gedurende 3 minuten op het podium aan de rest van de groep.

Ijsbrekende activiteit

Kruip in elkaars schoenen

Inleiding en beschrijving van de module

Doelstellingen:

- Begrijp de essentie achter en het belang van een ondernemersmentaliteit.
- Analyseer de haalbaarheid van een nieuwe venture business concepten door middel van een entrepreneurial toolbox.
- Brainstorm ideeën voor nieuwe en innovatieve producten of diensten door middel van financiële, marketing, technologische en politieke haalbaarheid en duurzaamheid.
- Begrijp de logische behoefte aan creativiteit en pas het gestructureerde creativiteitsproces toe.
- Ga dieper in op het belang van creatief denken bij het aanpakken van wereldwijde uitdagingen en bij het oplossen van alledaagse scenario's

LESGEVEN IN ONDERNEMEND EN CREATIEF DENKEN

ONDERNEMENDE MINDSET EN EEN
CREATIEVE FLOW



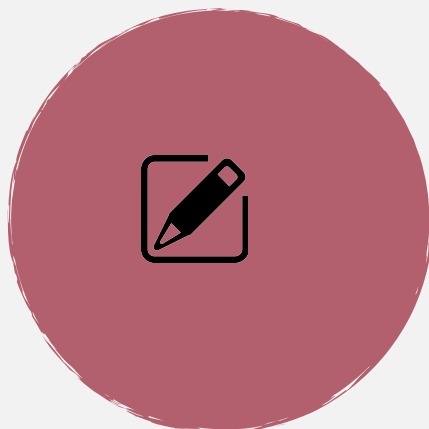
1. Ondernemersmentaliteit
ontwikkeling



2. Het genereren en evalueren
van bedrijfsideeën door
middel van een toolbox voor
ondernemers



3. Creatieve
denkspecificaties



4. Evaluatie en toepassing
van creatieve technieken

ONDERWERPE N

Onderwerp overzicht

- De **ondernemersmentaliteit** wordt gedefinieerd als de manier van denken die mensen helpt hun doelen te bereiken (in termen van het creëren, ontwikkelen en runnen van hun bedrijf).
- De **actieve en dynamische mindset** zijn de kern van wat succesvolle ondernemers doet streven naar meer uitdagingen, falen accepteren als een nieuw begin en kans om in de toekomst veel beter te slagen.
- In het kader van dit onderwerp leren de cursisten **hoe de set vaardigheden te oefenen** die ondernemersmentaliteit als zodanig met zich meebrengt: 1) vermogen om zelftwijfel te confronteren; 2) verantwoording; 3) veerkracht en 4) bereidheid om te experimenteren.

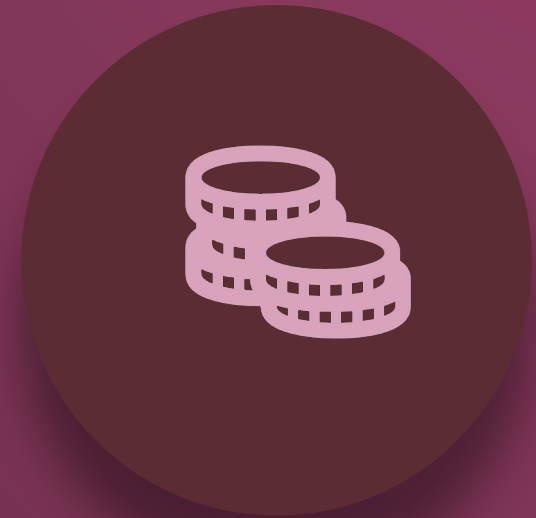
ONDERWERP 1



Onderwerp overzicht

- Binnen dit thema zullen de volgende belangrijke stappen van het starten en ondersteunen van de ondernemersexpeditie worden verkend en besproken.:
- **Voorbereiding:** Hier worden de achtergrondinformatie, de huidige status quo en de ingebrachte ervaring en kennis door de ondernemer geanalyseerd. Dit is de fase waarin een ondernemer de politieke, economische, sociale, technologische en juridische trends observeert.
- **Incubatie:** Het idee verkennen of duiken in het probleem / probleem dat op het spel staat en dat moet worden opgelost.
- **Inzicht:** Het "aha-moment" (Eureka) wanneer de oplossing voor een probleem wordt gezien of een idee wordt geboren.
- **Evaluatie:** Grondige analyse en onderzoek van het idee.
- **Uitwerking:** Alles wordt in gang gezet, vertaald naar implementatie waarbij alle details zijn uitgewerkt. Het idee wordt omgezet in een product, een dienst of een bedrijfsconcept.

ONDERWERP 2



Onderwerp overzicht

- Als het gaat om creativiteit, is er een overvloed aan perspectieven op hoe het kan worden bekeken, zoals:
- “Creativiteit is het vermogen om nieuwe en waardevolle ideeën te genereren voor producten, diensten, processen en procedures” Martins en Terblanche
- “Creativiteit is het vermogen om werk te produceren dat zowel nieuw (d.w.z. origineel) en passend (d.w.z. nuttig)” Sternberg
- Binnen dit onderwerp is de creatief denken als een vaardigheid die mensen in staat stelt om met originele en onconventionele ideeën te komen, zal worden onderzocht.
Iemand die het belang van creatief denken kent, is ruimdenkend in benadering. Hun aannames zijn onbevooroordeeld, ze bezitten het probleemoplossend vermogen en zijn impactvolle verbale en schriftelijke communicatoren. Ze kunnen een opdracht analyseren en destilleren tot de essentie.

ONDERWERP 3



Onderwerp overzicht

- “Creativiteit is uitvinden, experimenteren, groeien, risico's nemen, regels overtreden, fouten maken en plezier hebben.”

Mary Lou Cook

- “Creativiteit houdt in het doorbreken van gevestigde patronen om op een andere manier naar dingen te kijken.” Edward de Bono

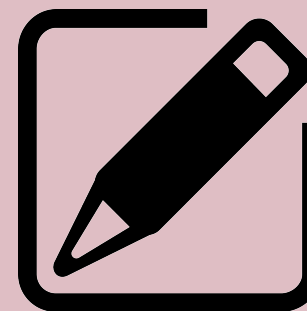
- Zoals te zien is uit de bovenstaande definities, zal men hier leren wat het kader is voor het toepassen van creatieve technieken. Door veel oefening zullen er beheersbare divergentie- en convergentie-instrumenten zijn voor het vinden van nieuwe ideeën en het gebruik van verschillende technieken om concepten uit de ideeën te bouwen. De trainees leren specifieke trucs om als facilitators controle uit te oefenen over Ideation. Ze zullen ook eigenaarschap ontwikkelen van een toolbox met creatieve technieken die kunnen worden gebruikt in diverse processen voor het oplossen van individuele en teamprobleemstellingen in de dagelijkse werkomgeving.

ONDERWERP 4



Tijd om te oefenen!

- Twee praktische activiteiten die leerlingen kunnen uitvoeren om in de praktijk te brengen wat ze in deze module hebben geleerd.
- Activiteit 1
 - Business model canvas ontwerp op een praktische case study geïntroduceerd tijdens de training.
- Activiteit 2
 - Het testen van twee creatieve technieken aan de hand van een praktijkvoorbeeld



Wrap-up

Deze module is bedoeld voor volwassenenopleiders en trainers die zullen werken met toekomstige ondernemers en start-up generatoren. Het is een module voor diegenen die hun aandacht willen wijden aan de methode van het creatief ontwikkelen van projectondernemersmentaliteit en facilitators van bedrijfsideeën.

De module is ontworpen als een reeks dynamische en co-creatieve sessies waarin kritisch en creatief denken zijn ingebed.

Het formaat van de module is ervaringsgericht en interactief, samen met discussies, individuele en teamoefeningen. De deelnemers ontvangen een werkboek met diverse hulpmiddelen, sessiesamenvattingen en beschrijvingen van de gebruikte activiteiten. Middelen om begrip en praktijk te verdiepen zullen worden gedeeld voor verdere studie.



WE GET VROUWELIJKE ONDERNEMERS DIE VERBETERDE TRAINING GENEREREN



✉ wegetproject@gmail.com

🌐 we-get.eu

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559



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."

BEVORDERING VAN VROUWELIJKE ONDERNEMERS IS WIJS EN NOODZAKELIJK

De kern van de strategie van Lissabon: ervoor zorgen dat het aandeel van vrouwen in actieve werkgelegenheid meer dan 60% in 2010.

Het ondernemerspotentieel van vrouwen vormt een onderontwikkelde bron van economische groei en van nieuwe banen

Vrouwen vormen, gemiddeld 30% van de ondernemers in de EU. (36% start-ups 20% industrie)

Ze worden vaak geconfronteerd met grotere moeilijkheden dan mannen bij het opstarten van bedrijven en bij de toegang tot financiering en opleiding.

Het is essentieel om vrouwen de ondersteuning bieden die ze nodig hebben om een eigen onderneming op te starten en te beheren.

Ondernemerschap en (sociale) inclusie

Wanneer:

1. Controversiële formele wetten / beleid, of informele sociale praktijken, waarden en overtuigingen....

*Leden van
bepaalde
sociale
groepen
toestaan
gelijke
toegang te
krijgen tot:*

1. Activa, kansen & begunstigen
Collectieve goederen, diensten & rechten
2. Politieke stem en invloed

ONDERNEMERSM ENTALITEIT ONTWIKKELING

ONDERWERP 1



ENTREPRENEURSHIP

STARTUP

BUSINESS

MANAGEMENT

IDEA

INNOVATION

CAPITAL

FUNDING

ORGANIZATION

COMPANY

VENTURE

PROJECTS

NEW

ENTREPRENEUR

ECONOMICS

BENEFITS

MINDSET

POLITICAL

INVESTOR

UNDERTAKING

CREATION

FINANCE

ACTIVITY

SOCIAL

KNOWLEDGE

INVENTION

RESOURCES

Ondernemerschap verwijst naar het vermogen van een individu om ideeën om te zetten in actie (Commissie)

- *creativiteit,*
- *innovatie*
- *risico acceptatie,*
- *het vermogen om projecten te plannen en te beheren om doelstellingen te bereiken.*

A hand-drawn illustration of a glowing yellow lightbulb with a blue base, surrounded by a vibrant splash of yellow, blue, and pink paint splatters on a white brick wall background.

- “Ondernemerschap is een manier van denken, redeneren en handelen die geobsedeerd is door kansen, holistisch in aanpak en leiderschap evenwichtig.”
- Ondernemerskwaliteiten betrokkenheid en vastberadenheid, leiderschap, kansenobsessie, risicotolerantie, ambiguïteit en onzekerheid, creativiteit, zelfredzaamheid en aanpassingsvermogen, en de motivatie om uit te blinken, het vermogen om faalervaring te gebruiken als een manier van leren



Entrepreneurship

And beyond

Vrouwen in ondernemerschap – mogelijke struikelstenen

Als vrouwen, sommigen gezicht, emotionele en fysieke mishandeling

Seksueel misbruik

Echtscheiding

Overlijden van een geliefde, hetzij door ziekte, hetzij door gewelddadige dood

Gediagnosticeerd met HIV / aids

Kinderen waar je zoveel in hebt geïnvesteerd, maar niet bent geworden zoals je wilde

Afwijzing

Het belang van empowerment



Het begin van empowerment ligt in het vermogen om om te gaan met je kwetsende verleden en heden en het smeden van vooruitgang naar een betere toekomst.

Ondernemerschap gaat over creativiteit; het gaat om het baren van een zakelijke droom. Het betekent dat je threadt op gronden waar anderen bang voor zijn geweest om te rijden. Het gaat om het nemen van risico's. Het gaat erom dat je in jezelf gelooft.

Vermogen om zelftwijfel te confronteren

Groeien voorbij angst en aarzeling



ZEG STOP

Voorkom dat je in wanhoop vervalt en stop met die negatieve gedachten.



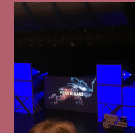
PRAAT ER MET IEMAND OVER

Laat je gedachten en gevoelens in het licht door ze te delen.



STAP UIT DE VERGELIJKINGSVAL

Volg je eigen pad, niet dat van anderen.



HOUD EEN DAGBOEK BIJ

Houd een realistisch verslag van je leven bij en reflecteer voortdurend.



HET GAAT NIET ALTIJD OM JOU

Mensen praten vaak over andere mensen of dingen, vinden in hun woorden niet iets wat ze nooit gezegd/bedoeld hebben.

Verantwoordelijkheid



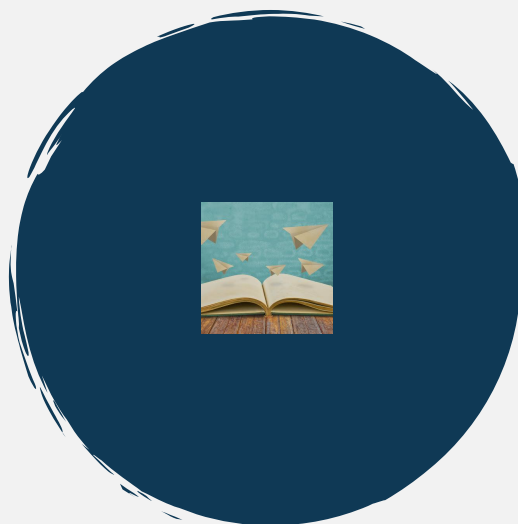
Het beschrijft de bereidheid om verantwoordelijkheid te nemen voor onze eigen acties en hun impact.

Weerstand

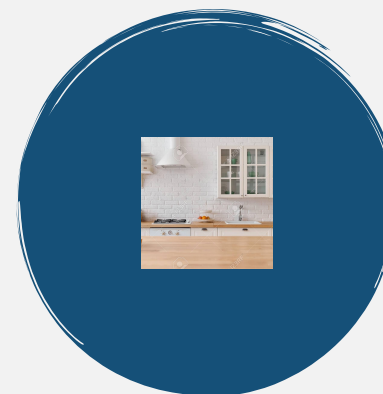
Wat is het?



Veerkracht is wat mensen de psychologische kracht geeft om met stress en ontberingen om te gaan.



Het is het mentale reservoir van kracht waar mensen een beroep op kunnen doen in tijden van nood om ze door te dragen zonder uit elkaar te vallen.



Veerkrachtige mensen zijn in staat om hun vaardigheden en sterke punten te gebruiken om problemen en uitdagingen het hoofd te bieden en te herstellen. Dergelijke problemen en uitdagingen kunnen baanverlies, financiële problemen, ziekte, natuurrampen, medische noodgevallen, echtscheiding of de dood van een dierbare zijn.

Wat maakt mensen veerkrachtig?

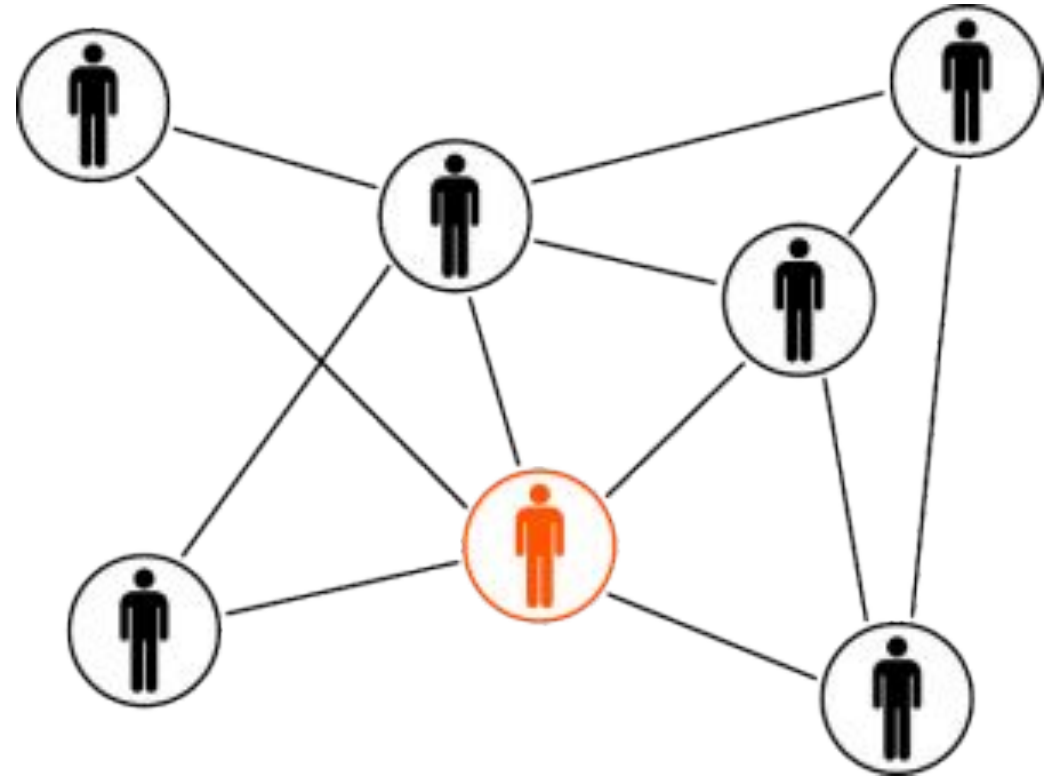
- Mix van persoonlijke kenmerken en vaardigheden:
- Vier persoonskenmerken die bijdragen aan 'natuurlijke' niveaus van veerkracht:
 - Zelfvertrouwen
 - doelgerichtheid
 - Aanpassingsvermogen
 - Sociale steun (in hoeverre je het ontwikkelt)
- De vaardigheden en strategieën om de veerkracht verder te verbeteren, kunnen worden ontwikkeld door middel van training, zelfontwikkeling, enz.



En hoe kan het verder gekoesterd worden?

Ondersteunende sociale netwerken

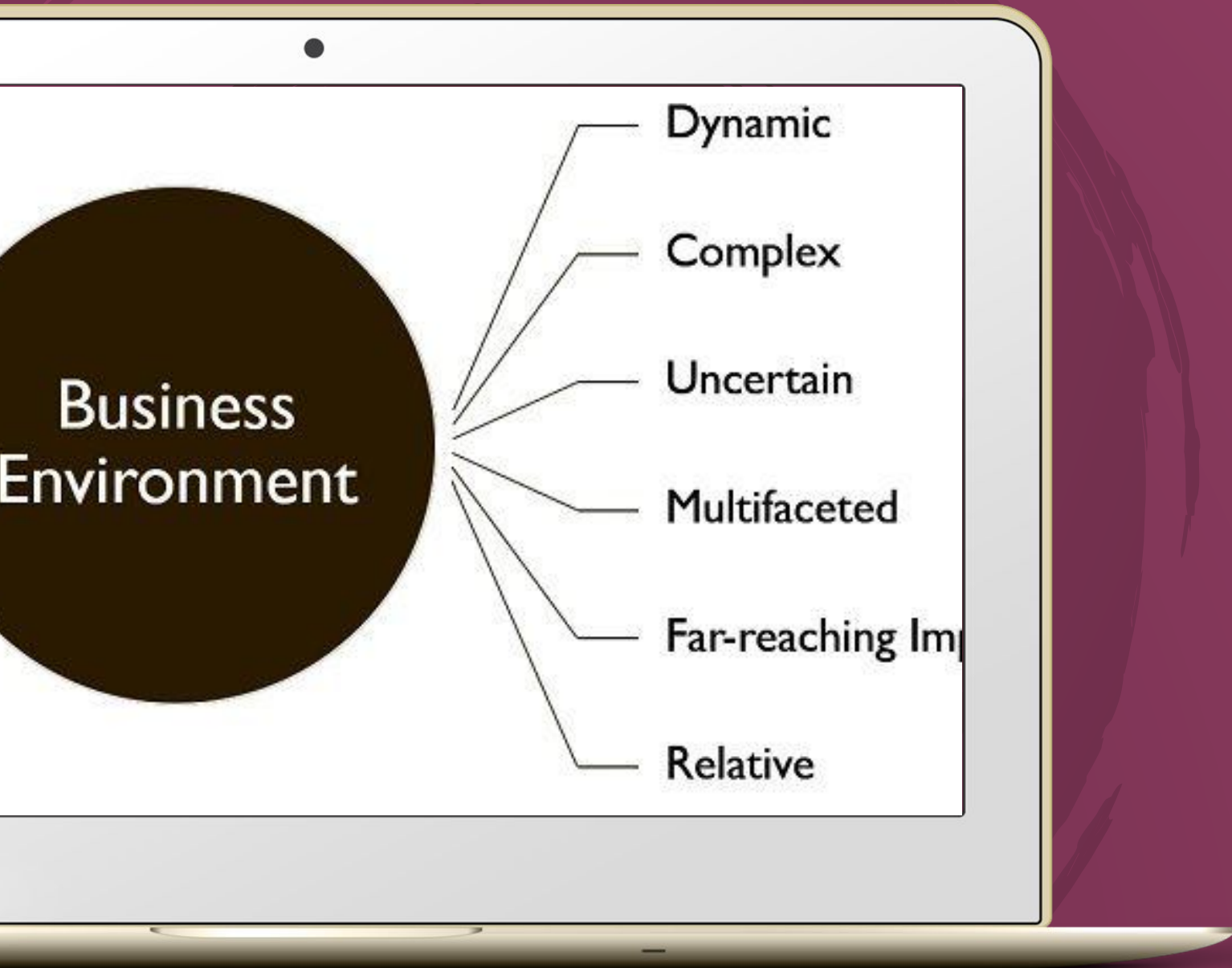
- Onafhankelijk zijn betekent niet geïsoleerd zijn
- Neem de verantwoordelijkheid om contact te houden
- Bouw sterke relaties op die zelden contact overleven
- Voed uw informele sociale netwerken



BUSINESS IDEE GENERATIE

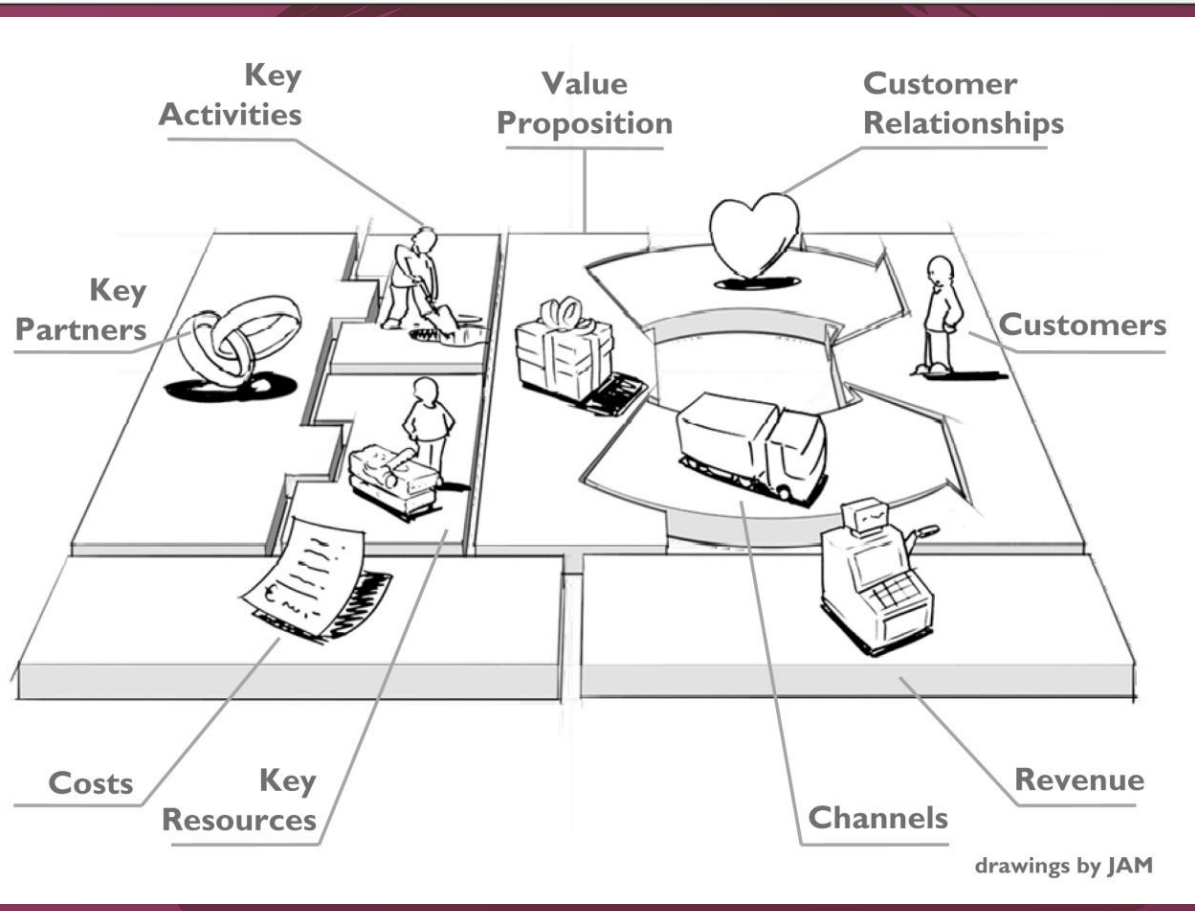
ONDERWERP 2





Analyseren van de omgeving

Buiten – in en binnen- uit



Bedrijfsmodel Canvas

Idee generatie

Overzicht

- Ondernemen in complexe tijden
- Bedrijfsmodel Canvas
- Hoe kan ik innoveren?



Bedrijfsmodellering – USR voor elke ondernemer

Het juiste bedrijfsmodel kan de balans van succes doen doorslaan...



...het zal het risico dat gepaard gaat met het oneindige ROI-probleem diversifiëren



...het zal je helpen navigeren rond 500 kg gorilla's



Osterwalder & Pigneur, 2010

- Een bedrijfsmodel beschrijft de grondgedachte van hoe een organisatie **creëert waarde, levert waarde op en behoudt waarde**

Werkzaamheid: Bedrijfsmodel Canvas

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

One Two Three Four
Iterations: 10

Key Partners  Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform? Examples of Key Partnerships: Co-opting an established company Complementarity Jointly developed products and services	Key Activities  What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue streams? Examples of Key Activities: Manufacturing Software development Logistics Supply chain	Value Propositions  What value do we deliver to the customer? Which one of our customers' problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying? Examples of Value Propositions: New products Better quality Lower prices Faster service Convenience Customization Flexibility Reliability Sustainability	Customer Relationships  What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they? Examples of Customer Relationships: Personalized Self-service Automated Community Co-creation Partnerships Resellers Subscriptions	Customer Segments  For whom are we creating value? Who are our most important customers? Examples of Customer Segments: Mass Niche Segment Market
Cost Structure  What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? Examples of Cost Structures: High fixed costs, low variable costs Low fixed costs, high variable costs High variable costs, low fixed costs Low variable costs, low fixed costs High fixed costs, high variable costs Low fixed costs, high variable costs High fixed costs, low variable costs Low fixed costs, low variable costs		Revenue Streams  For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? Examples of Revenue Streams: One-time sales Recurring sales Usage-based sales Subscription sales Licensing Advertising Commissions Referrals Partnerships Sponsorships Donations Grants Investments Royalties Patents Trademarks Copyrights Trade secrets Proprietary technology Patented technology Proprietary data Proprietary algorithms Proprietary software Proprietary hardware Proprietary services Proprietary content Proprietary intellectual property Proprietary human capital Proprietary organizational capital Proprietary social capital Proprietary cultural capital Proprietary political capital Proprietary environmental capital Proprietary natural capital Proprietary financial capital Proprietary human capital Proprietary organizational capital Proprietary social capital Proprietary cultural capital Proprietary political capital Proprietary environmental capital Proprietary natural capital Proprietary financial capital		

De negen bouwstenen

De kern maken



1. Sleutelpartnerschappen
2. Belangrijkste activiteiten
3. Essentiële bronnen
4. Waarde voorstel
5. Klantsegmenten
6. Klanten relaties
7. Kanalen
8. Inkomstenstromen
9. Kostenstructuur

Klantsegmenten

Wie zijn alle mensen en organisaties waarvoor u waarde creëert?

Dit kunnen zowel betalende als niet-betalende klanten zijn.



Klanten relaties

- Wat voor soort relatie verwacht elk van onze klantsegmenten dat we met hen aangaan en onderhouden?
 - Persoonlijke assistentie
 - Toegewijde persoonlijke assistentie
 - Zelfbediening
 - Geautomatiseerde diensten
 - Gemeenschappen
 - Co-creatie



Waarde voorstel

- Aan welke klantbehoeften voldoen we?
- Welke waarde leveren we aan de klant?



Sleutel-partnerschappen

Wie kan ons helpen ons bedrijfsmodel te benutten?

Wie heeft interesse in onze gebruikers?

Belangrijkste activiteiten

Wat zijn de belangrijkste activiteiten die een organisatie moet doen om haar businessmodel te laten werken?



Essentiële bronnen

Welke essentiële middelen heeft onze organisatie nodig om de dienst/het product te leveren?

Fysiek

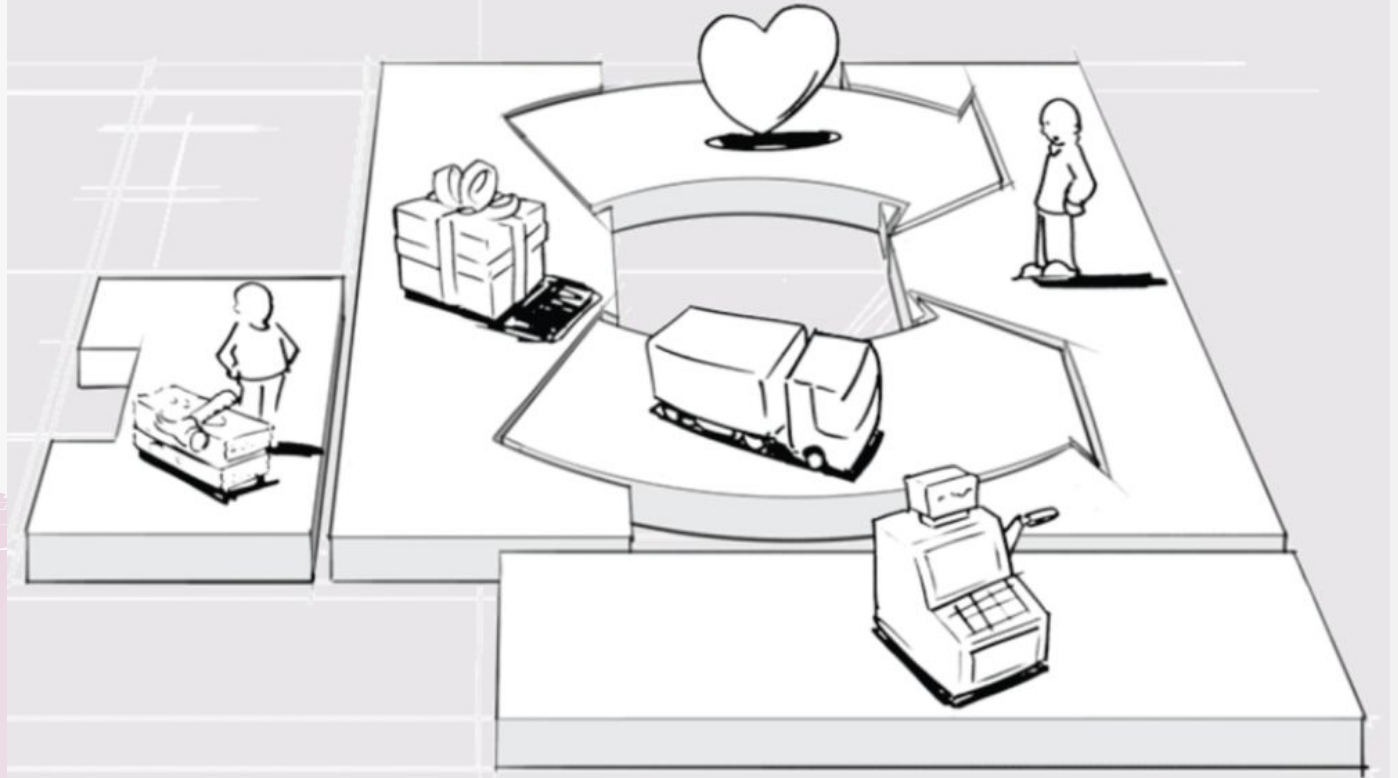
Intellectueel

Menselijk

Financieel

Technologisch

KEY RESOURCES



Kanalen



- Via welke kanalen willen onze klantsegmenten bereikt worden?
- Hoe bereiken we ze nu?
- Hoe zijn onze kanalen geïntegreerd?
- Welke werken het beste?
- Welke zijn het meest co-efficiënt?
- Hoe integreren we ze met de routines van de klant?

Inkomstenstromen

- Om zaken te doen, moet vroeg of laat iemand ons betalen. Wie is dat?
- Waarschijnlijk de persoon die daadwerkelijk het meeste profijt heeft van het product/de dienst - en het is misschien niet de persoon die het gebruikt!





KOSTENSTRUCTUUR

WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE KOSTEN
DIE INHERENT ZIJN AAN ONS
BUSINESSMODEL?

- Wij arbeidskracht oplossingen tot krijgen banengedaan
- Voor defunctie van
oraal onderhouden gezond
tanden en tandvlees wij
 - arbeidskracht
tandartsen en geassocieerd
instrumenten van marteling
 - arbeidskracht
tandenborstels & tandpasta
- **Wij creëren waarde wanneer wij
toestaan
klanten te doen bereiken en geven
functie
sneller, makkelijker en/of bij lager
kosten**

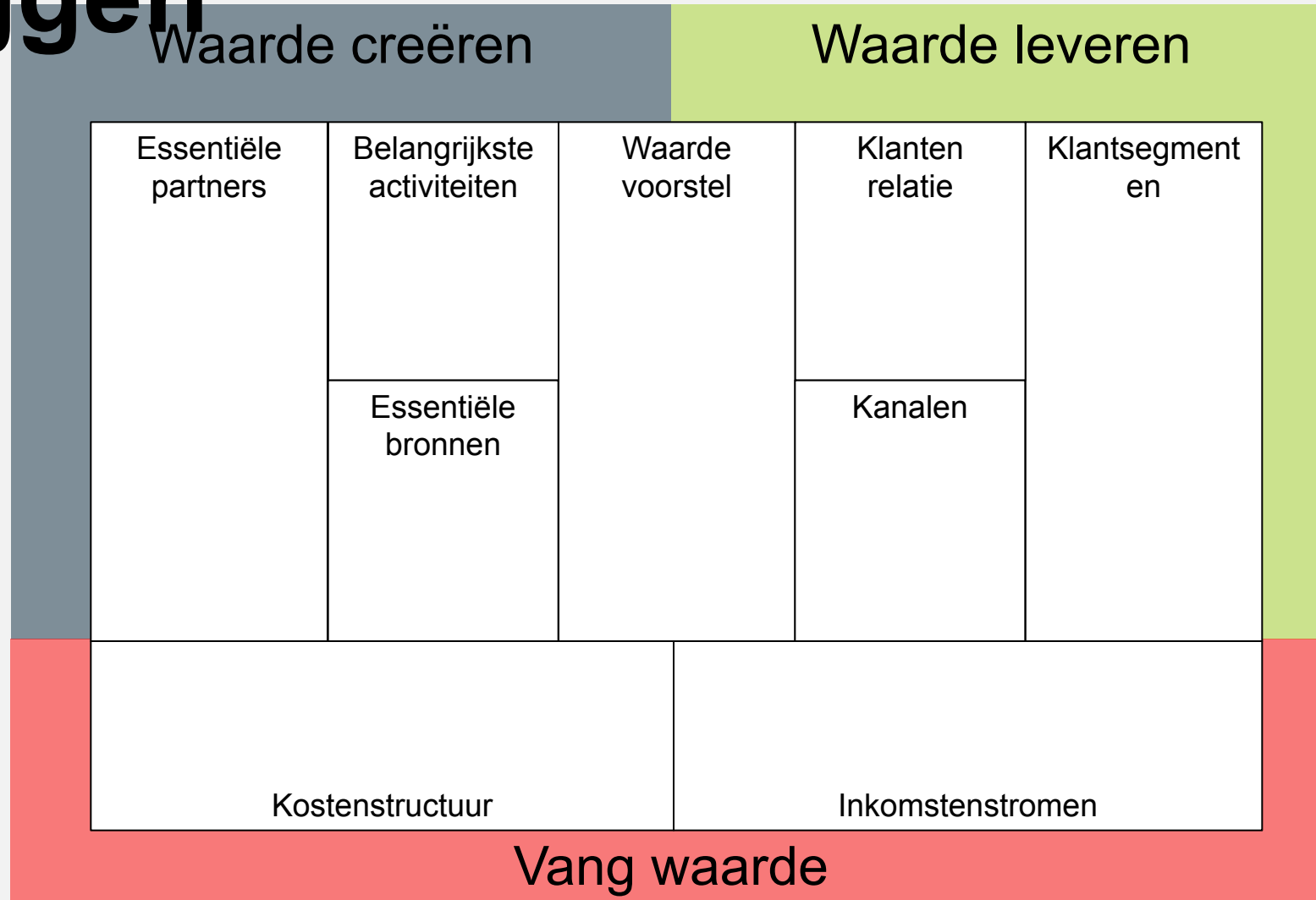


*"Mensen niet doen willen tot
kopen akwars inchoefening. Zij
willen akwars in ch gat!"*

Theodore Levitt

defunctie van onderhouden
gezond tanden en tandvlees
goed bediend met bestaande
oplossingen?

Maken, leveren, vastleggen



Om te blijven zoeken voor verdere vragen

Heeft uw doelkans een overheersend model dat kan worden uitgedaagd?

- Maximaliseert dat model de klantwaarde??

Kunt u nieuwe klantwaarde creëren door taken effectiever te bedienen?

- Nieuwe kanalen gebruiken om op de markt te brengen?
Verschillende prijsmodellen?

Zijn er aspecten van het businessmodel die volledig verankerd zijn?

- Waardepropositie? Samen?

Kunt u de levering en/of waardepropositie vereenvoudigen om een heel stuk kosten te besparen?

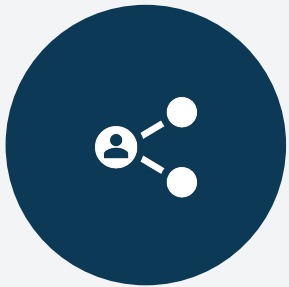
Het is er allemaal voor jou!!!

Product- / serviceoverzicht

Wat u specifiek levert,
verkoopt of doet dat het
probleem oplost en de taken
van de klanten aanpakt die
moeten worden gedaan?

Wat is de klantervaring?

Bedrijfsmodel



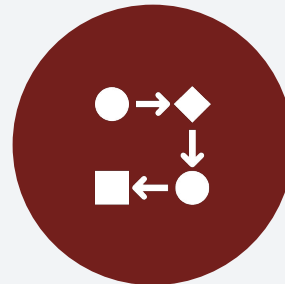
Hoe creëer je een robuust businessmodel??



Wat is uw "oneerlijke" concurrentievoordeel dat een controlepunt voor uw businessmodel zal creëren?



Hoe ga je op duurzame manieren geld verdienen??



Voeg een eenvoudig en intuïtief diagram of afbeelding toe van hoe uw businessmodel werkt.

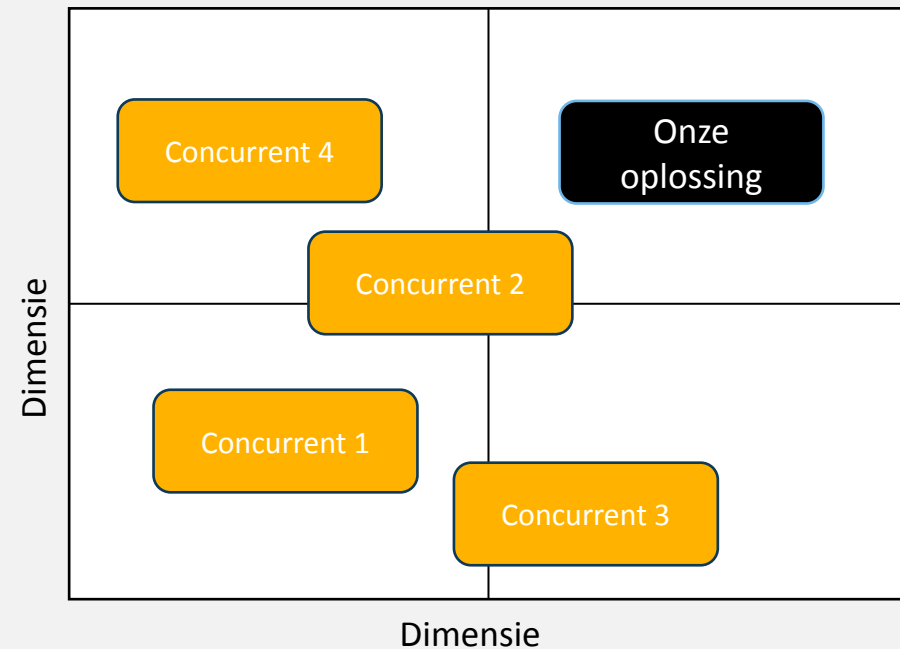
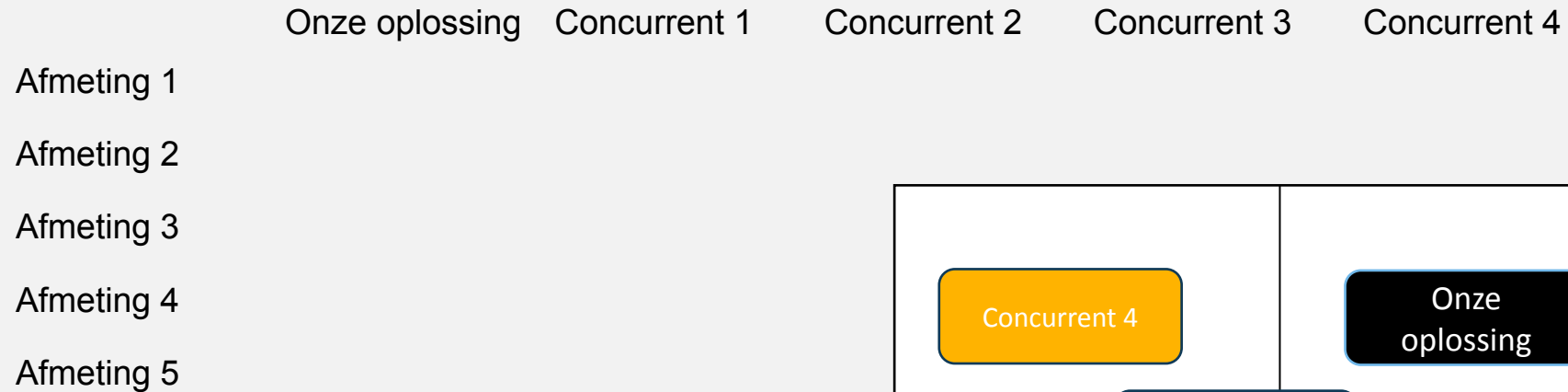
Ga naar Marktstrategie

- Wat is uw 'adoptiestrategie' om schaalvergroting te realiseren?
- Waar begin je en hoe krijg je grip en groei je in de loop van de tijd?
- Met welke realiteiten in de echte wereld zult u worden geconfronteerd en hoe zullen ze worden aangepakt?
- Breng uw gameplan in kaart om uw groeibenadering op korte, middellange en lange termijn te laten zien.



Wedstrijd

- Wat is het concurrentielandschap?
- Welke keuzes hebben klanten als alternatief voor uw oplossing?
- Breng het overtuigende verschil in kaart op een manier die het competitieve landschap duidelijk benadrukt en waarom u opvalt.



Concurrerend voordeel

Wat maakt jouw
oplossing 10x beter
dan de concurrentie?



Wat geeft u een oneerlijk
concurrentievoordeel ten
opzichte van andere
alternatieve oplossingen?



Welke kwalitatieve of
kwantitatieve gegevens
heb je die dit
ondersteunen?

Financieel

Wat zijn uw 5-jarige basis, beste en slechtere case-projecties en de belangrijkste aannames erachter?



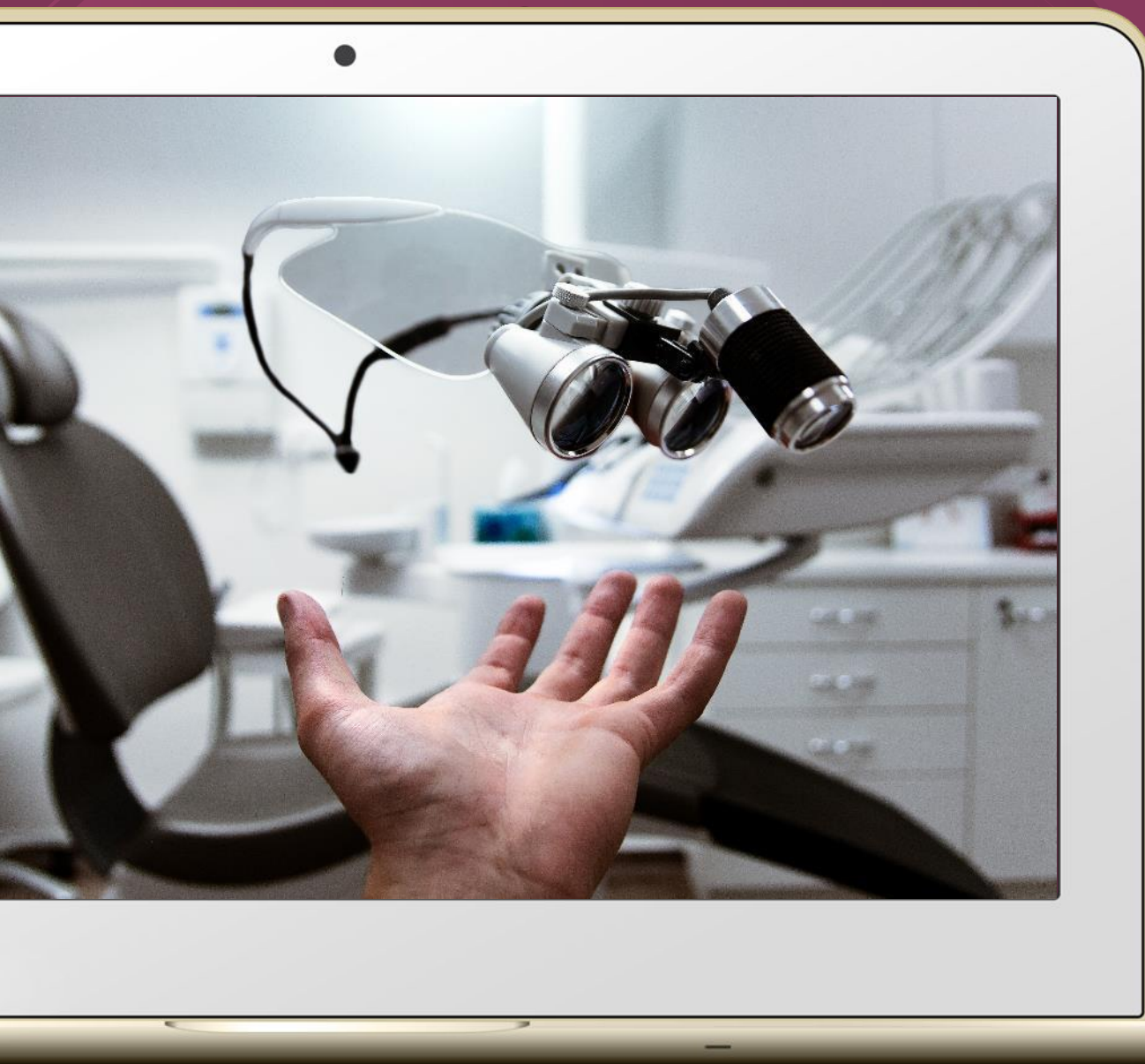
Is er een duidelijke zichtlijn tussen uw financiën en uw bedrijfsmodel??



Worden verschillende soorten inkomsten, diensten en kosten allemaal verantwoord?

de vraag





VRAGEN?

.

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559



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 ."

Referenties 1

- ❖ Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Het genereren van businessmodellen. John Wiley & zonen.
- ❖ Business idee generatie: <https://www.viima.com/blog/idea-generation>
- ❖ Uw bedrijf naar een hoger niveau tillen - een essentieel stapsgewijs succesplan voor kleine bedrijven door Frances McGuckin (Sourcebooks, Inc.)
- ❖ Internationaal ondernemerschap in kleine en middelgrote ondernemingen - Oriëntatie, milieu en
- ❖ Strategie door Haidi Etemad (De McGill University International Entrepreneurship Series)
- ❖ Basisprincipes van internationaal management: een intercultureel perspectief door David C. Thomas (Sage Publishers)
- ❖ Kuratko, Donald F. en Richard M. Hodgetts, Ondernemerschap: een eigentijdse benadering, vijfde editie, Zuid-West, 2001 ISBN 0-03-019604-3
- ❖ Aanbeveling van de Raad inzake sleutelcompetenties voor een leven lang leren COM(2005)548
- ❖ Vrouwelijke ondernemers promoten https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship/women-entrepreneurs_en
- ❖ https://www.ownr.co/blog/wat-is-ondernemerschap/#Entrepreneurship_Definition

Referenties 2

- ❖ Social Impact Strategy: Tools for Entrepreneurs and Innovators, University of Pennsylvania <https://www.coursera.org/lecture/social-impact/4-3-business-models-along-the-business-model-spectrum-l7tQ3>
- ❖ Groeimindset versus vaste mindset Dweck, C., 2016. Wat het hebben van een 'groeimindset' eigenlijk betekent. *Harvard Business Review*, 13, blz. 213-226. <https://leadlocal.global/wp-content/uploads/2016/12/Dweck-What-Having-a-%E2%80%9CGrowth-Mindset%E2%80%9D-Actually-Means-HBR.pdf>
- ❖ Het reservoir van welzijn <https://www.robertsoncooper.com/blog/how-different-aspects-of-your-work-and-life-can-affect-your-wellbeing-reservoir/>
- ❖ PESTLE-analyse <https://pestleanalysis.com/what-is-pestle-analysis/>
- ❖ Sjabloon voor zakelijke pitch <https://aim.gov.in/pdf/Business-pitch-template.pdf>
- ❖ Top leiderschapskwaliteiten <https://2021.ai/top-10-critical-leadership-skills/>

thank
you

LESGEVEN IN ONDERNEMEND EN CREATIEF DENKEN



ONDERNEMERSMENTALITEIT EN CREATIEVE FLOW



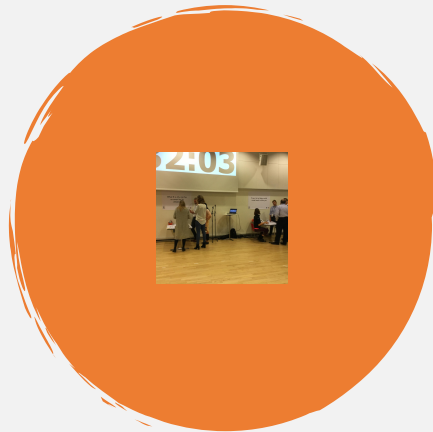
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

"De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie vormt geen goedkeuring van de inhoud die alleen de standpunten van de auteurs weergeeft, en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor enig gebruik dat kan worden gemaakt van de daarin opgenomen informatie ."



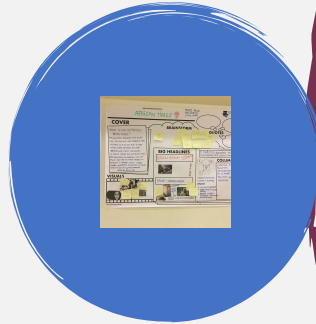
Paren groeperen

Tel 1, 2; 1, 2 en dus heb je alle willekeurige paren



Tijd om te delen

Iedereen praat 4 minuten over zichzelf en de ander luistert actief.



Op het podium

Elke persoon presenteert de ander gedurende 3 minuten op het podium aan de rest van de groep.

Ijsbrekende activiteit

Kruip in elkaars schoenen

Inleiding en beschrijving van de module

Doelstellingen:

- Begrijp de essentie achter en het belang van een ondernemersmentaliteit.
- Analyseer de haalbaarheid van een nieuwe venture business concepten door middel van een entrepreneurial toolbox.
- Brainstorm ideeën voor nieuwe en innovatieve producten of diensten door middel van financiële, marketing, technologische en politieke haalbaarheid en duurzaamheid.
- Begrijp de logische behoefte aan creativiteit en pas het gestructureerde creativiteitsproces toe.
- Ga dieper in op het belang van creatief denken bij het aanpakken van wereldwijde uitdagingen en bij het oplossen van alledaagse scenario's

LESGEVEN IN ONDERNEMEND EN CREATIEF DENKEN

ONDERNEMERSMENTALITEIT EN EEN CREATIEVE FLOW



1. Ondernemersmentaliteit
ontwikkeling



2. Het genereren en
evalueren van bedrijfsideeën
door middel van een toolbox
voor ondernemers



3. Creatieve
denkspecificaties



4. Evaluatie en toepassing
van creatieve technieken

ONDERWERPEN

Onderwerp overzicht

- De **ondernemersmentaliteit** wordt gedefinieerd als de manier van denken die mensen helpt hun doelen te bereiken (in termen van het creëren, ontwikkelen en runnen van hun bedrijf).
- De **actieve en dynamische mindset** zijn de kern van wat succesvolle ondernemers doet streven naar meer uitdagingen, falen accepteren als een nieuw begin en kans om in de toekomst veel beter te slagen.
- In het kader van dit onderwerp leren de cursisten **hoe de set vaardigheden te oefenen** die ondernemersmentaliteit als zodanig met zich meebrengt: 1) vermogen om zelftwijfel het hoofd te bieden; 2) verantwoordelijkheid; 3) veerkracht en 4) bereidheid om te experimenteren.

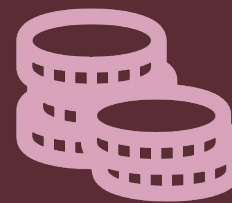
ONDERWERP 1



Onderwerp overzicht

- Binnen dit thema zullen de volgende belangrijke stappen van het starten en ondersteunen van de ondernemersexpeditie worden verkend en besproken:
- **Voorbereiding:** Hier worden de achtergrondinformatie, de huidige status quo en de ingebrachte ervaring en kennis door de ondernemer geanalyseerd. Dit is de fase waarin een ondernemer de politieke, economische, sociale, technologische en juridische trends observeert.
- **Incubatie:** Het idee verkennen of duiken in het probleem / probleem dat op het spel staat en dat moet worden opgelost.
- **Inzicht:** Het "aha-moment" (Eureka) wanneer de oplossing voor een probleem wordt gezien of een idee wordt geboren.
- **Evaluatie:** Grondige analyse en onderzoek van het idee.
- **Uitwerking:** Alles wordt in gang gezet, vertaald naar implementatie waarbij alle details zijn uitgewerkt. Het idee wordt omgezet in een product, een dienst of een bedrijfsconcept.

ONDERWERP 2



Onderwerp overzicht

- Als het gaat om creativiteit, is er een overvloed aan perspectieven op hoe het kan worden bekeken, zoals:
- **“Creativiteit is het vermogen om nieuwe en waardevolle ideeën te genereren voor producten, diensten, processen en procedures”** Martins en Terblanche
- “Creativiteit is het vermogen om werk te produceren dat zowel **nieuw (d.w.z. origineel) en passend (d.w.z. nuttig)**” Sternberg
- Binnen dit onderwerp is de **creatief denken als een vaardigheid die mensen in staat stelt om met originele en onconventionele ideeën te komen, zal worden onderzocht.**
Iemand die het belang van creatief denken kent, is ruimdenkend in benadering. Hun aannames zijn onbevooroordeeld, ze bezitten het probleemoplossend vermogen en zijn impactvolle verbale en schriftelijke communicatoren. Ze kunnen een opdracht analyseren en destilleren tot de essentie.

ONDERWERP 3



Onderwerp overzicht

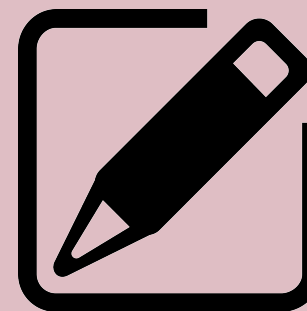
- “Creativiteit is uitvinden, experimenteren, groeien, risico's nemen, regels overtreden, fouten maken en plezier hebben.”
Mary Lou Cook
- “Creativiteit houdt in het doorbreken van gevestigde patronen om op een andere manier naar dingen te kijken.” Edward de Bono
- Zoals te zien is uit de bovenstaande definities, zal men hier leren wat het kader is voor het toepassen van creatieve technieken. Door veel oefening zullen er beheersbare divergentie- en convergentie-instrumenten zijn voor het vinden van nieuwe ideeën en het gebruik van verschillende technieken om concepten uit de ideeën te bouwen. De trainees leren specifieke trucs om als facilitators controle uit te oefenen over Ideation. Ze zullen ook eigenaarschap ontwikkelen van een toolbox met creatieve technieken die kunnen worden gebruikt in diverse processen voor het oplossen van individuele en teamprobleemstellingen in de dagelijkse werkomgeving.

ONDERWERP 4



Tijd om te oefenen!

- Twee praktische activiteiten die leerlingen kunnen uitvoeren om in de praktijk te brengen wat ze in deze module hebben geleerd.
- Activiteit 1
 - Business model canvas ontwerp op een praktische case study geïntroduceerd tijdens de training.
- Activiteit 2
 - Het testen van twee creatieve technieken aan de hand van een praktijkvoorbeeld



Wrap-up

Deze module is bedoeld voor volwassenenopleiders en trainers die zullen werken met toekomstige ondernemers en start-up generatoren. Het is een module voor diegenen die hun aandacht willen wijden aan de methode van het creatief ontwikkelen van projectondernemersmentaliteit en facilitators van bedrijfsideeën.

De module is ontworpen als een reeks dynamische en co-creatieve sessies waarin kritisch en creatief denken zijn ingebed.

Het formaat van de module is ervaringsgericht en interactief, samen met discussies, individuele en teamoefeningen. De deelnemers ontvangen een werkboek met diverse hulpmiddelen, sessiesamenvattingen en beschrijvingen van de gebruikte activiteiten. Middelen om begrip en praktijk te verdiepen zullen worden gedeeld voor verdere studie.



WE KRIJGEN VROUWELIJKE ONDERNEMERS DIE EEN BETERE OPLEIDING GENEREREN



✉ wegetproject@gmail.com

🌐 we-get.eu

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559



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."

BEVORDERING VAN VROUWELIJKE ONDERNEMERS IS WIJS EN NOODZAKELIJK

De kern van de strategie van Lissabon: ervoor zorgen dat het aandeel van vrouwen in actieve tewerkstelling overstijgt 60% by 2010.

Het ondernemerspotentieel van vrouwen vormt een onderontwikkelde bron van economische groei en van nieuwe banen

Vrouwen vormen, gemiddeld 30% van de ondernemers in de EU. (36% start-ups 20% industrie)

Ze worden vaak geconfronteerd met grotere moeilijkheden dan mannen bij het opstarten van bedrijven en bij de toegang tot financiering en opleiding.

Het is essentieel om vrouwen de ondersteuning bieden die ze nodig hebben om een eigen onderneming op te starten en te beheren.

Ondernemerschap en (sociale) inclusie

Wanneer:

1. Controversiële formele wetten / beleid, of informele sociale praktijken, waarden en overtuigingen....

*Leden van
bepaalde
sociale
groepen
toestaan
gelijke
toegang te
krijgen tot:*

1. Activa, kansen & begunstigen
Collectieve goederen, diensten & rechten
2. Politieke stem en invloed

ENTREPRENEURIAL MINDSET ONTWIKKELING

ONDERWERP 1



Wat is ondernemerschap?

Ondernemerschap verwijst naar het vermogen van een individu om ideeën om te zetten in actie (Commissie)

- *creativiteit,*
- *innovation*
- *risico acceptatie,*
- *het vermogen om projecten te plannen en te beheren om doelstellingen te bereiken.*

(Aanbeveling van de Raad inzake sleutelcompetenties voor een leven lang leren COM(2005)548



This Photo by Unknown Author is licensed under CC BY-SA-NC



- “Ondernemerschap is een manier van denken, redeneren en handelen die geobsedeerd is door kansen, holistisch in aanpak en leiderschap evenwichtig.”
- Ondernemerskwaliteiten betrokkenheid en vastberadenheid, leiderschap, kansenobsessie, risicotolerantie, ambiguïteit en onzekerheid, creativiteit, zelfredzaamheid en aanpassingsvermogen, en de motivatie om uit te blinken, het vermogen om faalervaring te gebruiken als een manier van leren



Ondernemingsgeest

En verder

Vrouwen in ondernemerschap – mogelijke struikelstenen

Als vrouwen, sommigen gezicht, emotionele en fysieke mishandeling

Seksueel misbruik

Echtscheiding

Overlijden van een geliefde, hetzij door ziekte, hetzij door gewelddadige dood

Gediagnosticeerd met HIV / aids

Kinderen waar je zoveel in hebt geïnvesteerd, maar niet bent geworden zoals je wilde

Afwijzing

Het belang van empowerment



Het begin van empowerment ligt in het vermogen om om te gaan met je kwetsende verleden en heden en het smeden van vooruitgang naar een betere toekomst.

Ondernemerschap gaat over creativiteit; het gaat om het baren van een zakelijke droom. Het betekent dat je threadt op gronden waar anderen bang voor zijn geweest om te rijden. Het gaat om het nemen van risico's. Het gaat erom dat je in jezelf gelooft.

Vermogen om zelftwijfel te confronteren

Groeien voorbij angst en aarzeling



ZEG STOP

Voorkom dat je in wanhoop vervalt en stop met die negatieve gedachten.



PRAAT ER MET IEMAND OVER

Laat je gedachten en gevoelens het licht in door ze te delen.



STAP UIT DE VERGELIJKINGSVAL

Volg je eigen pad, niet dat van anderen.



HOUD EEN DAGBOEK BIJ

Houd een realistisch verslag van je leven bij en reflecteer voortdurend.



HET GAAT NIET ALTIJD OM JOU

Mensen praten vaak over andere mensen of dingen, vinden in hun woorden niet iets wat ze nooit gezegd/bedoeld hebben.

Verantwoordelijkheid



Het beschrijft de bereidheid om verantwoordelijkheid te nemen voor onze eigen acties en hun impact.

Inkomstenstromen

- Om in zaken te zijn, moet vroeg of laat iemand ons betalen. Wie is dat?
- Waarschijnlijk de persoon die daadwerkelijk het meest profiteert van het product / de dienst - en het is misschien niet de persoon die het gebruikt!

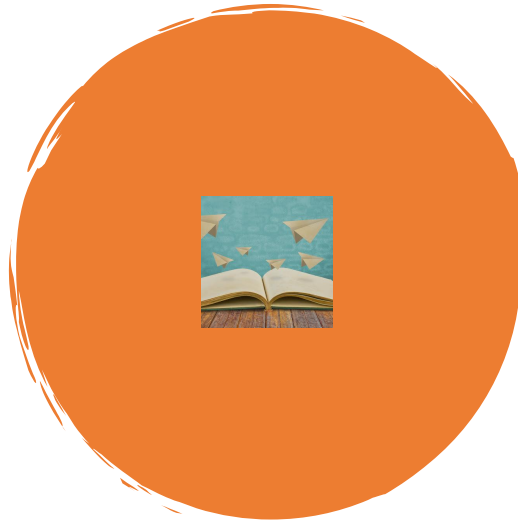


Veerkracht

Wat is het?



Veerkracht is wat mensen de psychologische kracht geeft om met stress en ontberingen om te gaan.



Het is het mentale reservoir van kracht waarop mensen in tijden van nood een beroep kunnen doen om ze door te voeren zonder uit elkaar te vallen.



Veerkrachtige mensen zijn in staat om hun vaardigheden en sterke punten te gebruiken om problemen en uitdagingen het hoofd te bieden en te herstellen. Dergelijke problemen en uitdagingen kunnen bestaan uit baanverlies, financiële problemen, ziekte, natuurrampen, medische noodsituaties, echtscheiding of de dood van een geliefde.

- Mix van persoonlijke kenmerken en vaardigheden:
 - Vier persoonskenmerken die bijdragen aan 'natuurlijke' veerkracht:
 - Zelfvertrouwen
 - Doelgerichtheid
 - Aanpassingsvermogen
 - Sociale steun (hoeveel je het ontwikkelt)
- De vaardigheden en strategieën om de veerkracht verder te verbeteren, kunnen worden ontwikkeld door middel van training, zelfontwikkeling, enz..

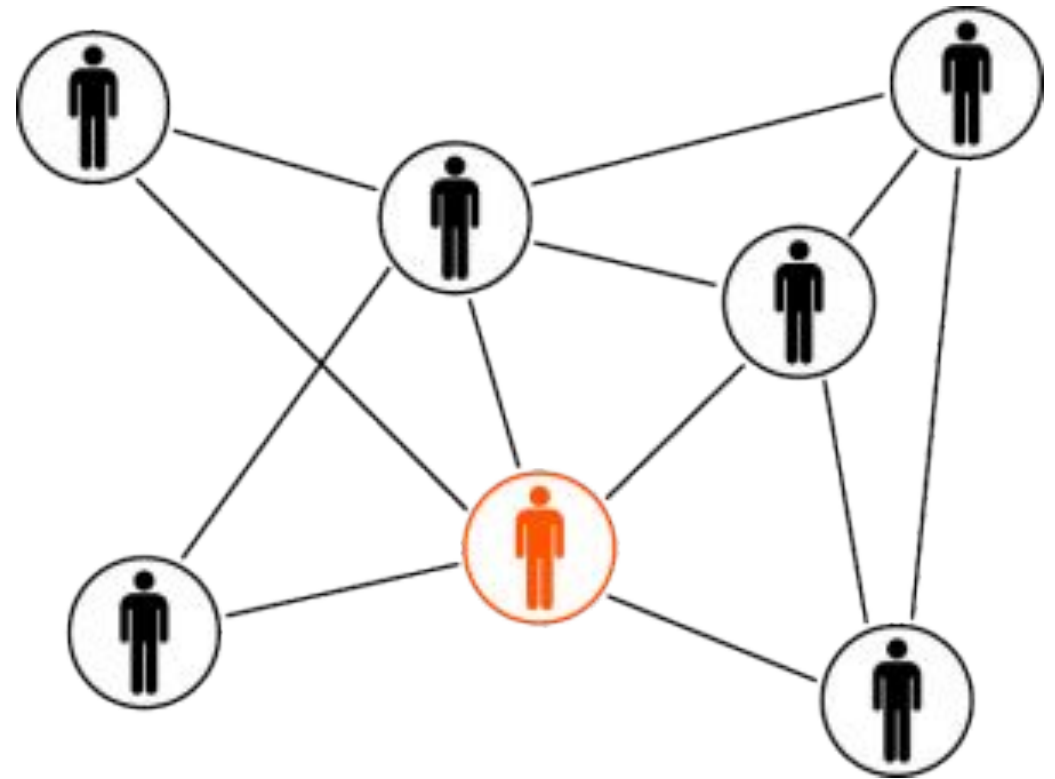


Wat mensen weerbaar maakt?

En hoe kan het verder worden gekoesterd?

Ondersteunende sociale netwerken

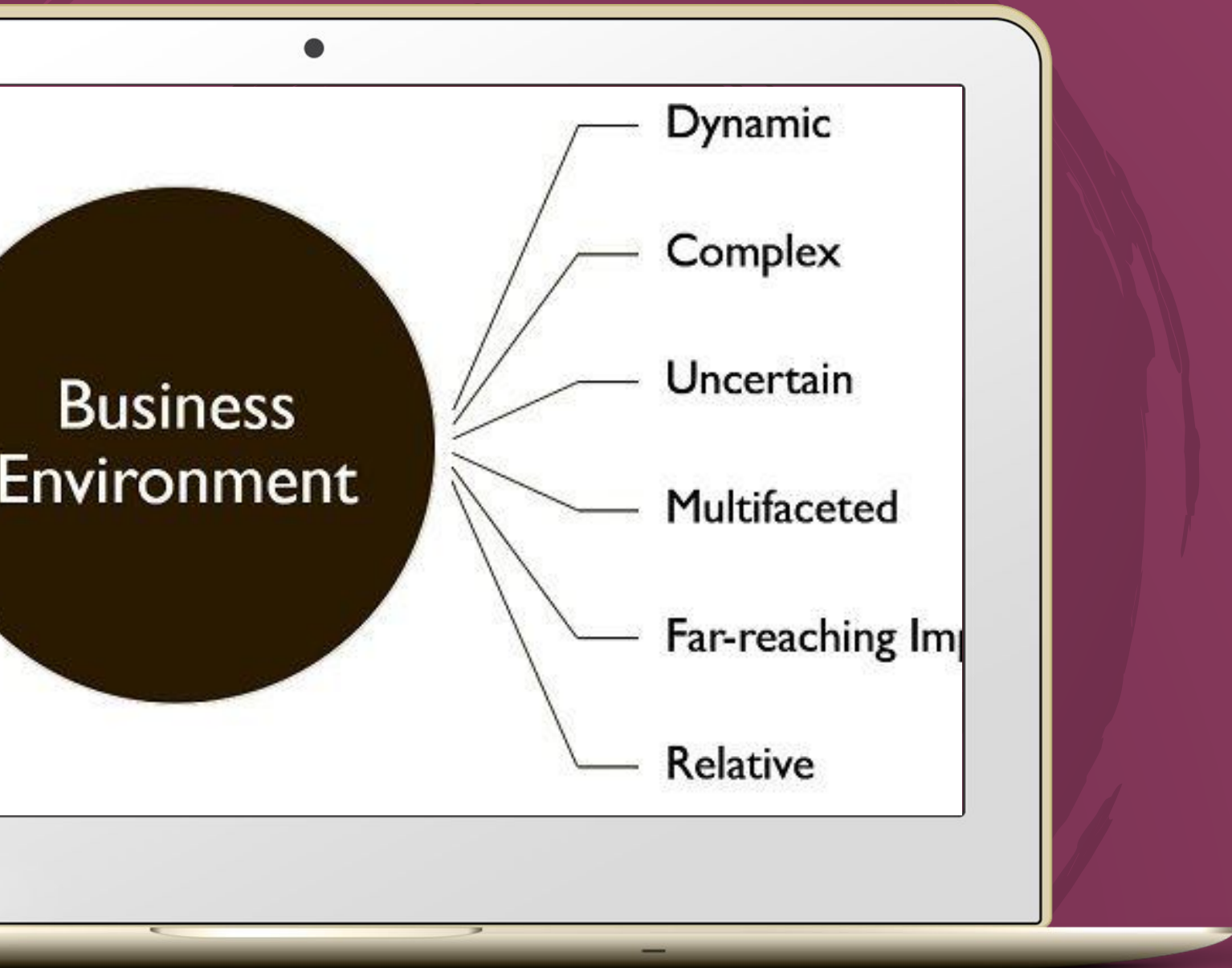
- Onafhankelijk zijn betekent niet geïsoleerd zijn
- Neem de verantwoordelijkheid om contact te houden
- Bouw sterke relaties op die onregelmatig contact overleven
- Koester je informele sociale netwerken



BUSINESS IDEE GENERATIE

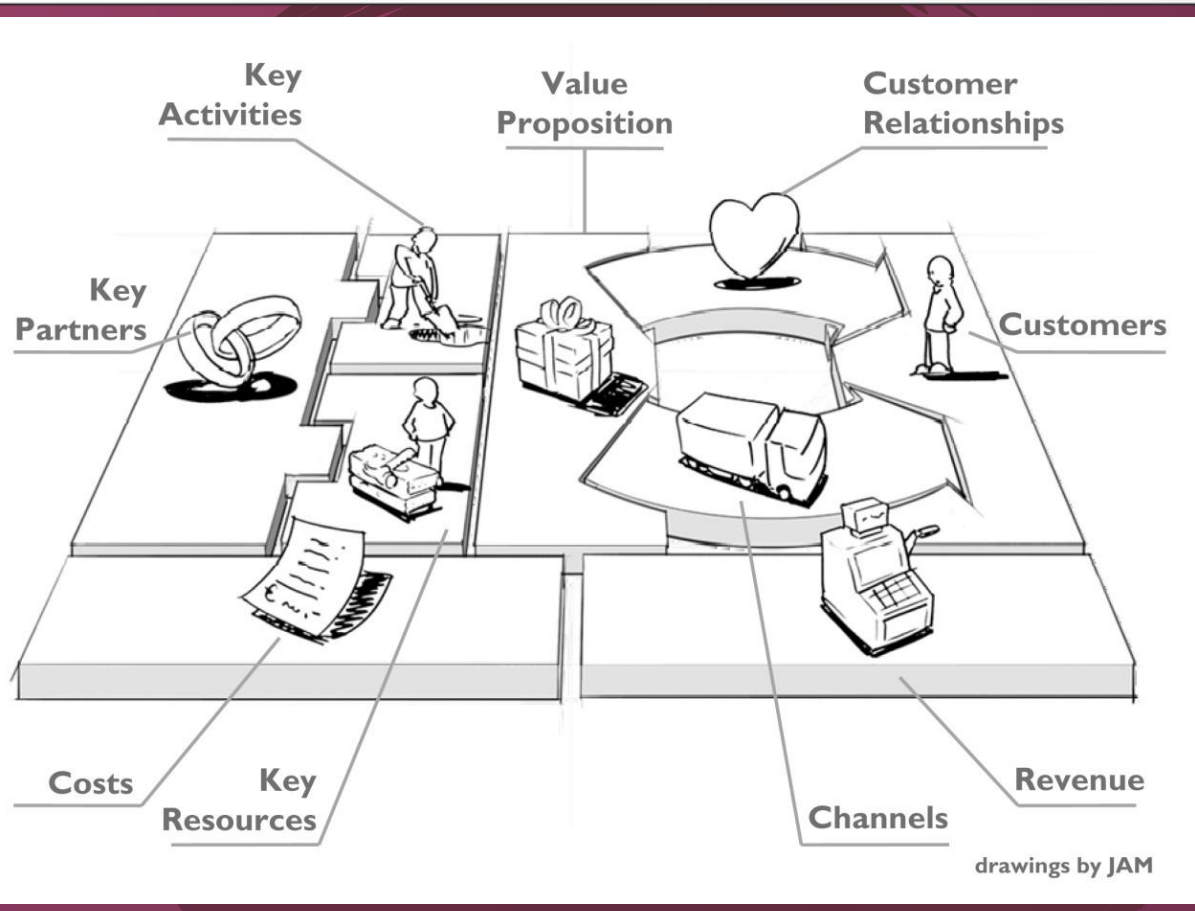
ONDERWERP 2





Analyse van de omgeving

Van buiten - in en van binnen-uit



Bedrijfsmodel Canvas

Ideeën genereren

Omtrek

- Ondernemen in complexe tijden
- Bedrijfsmodel Canvas
- Hoe kan ik innoveren?



Business modeling – USR voor elke ondernemer

Het juiste bedrijfsmodel kan de balans van succes doen doorslaan...



...het zal het risico dat gepaard gaat met het oneindige ROI-probleem diversifiëren



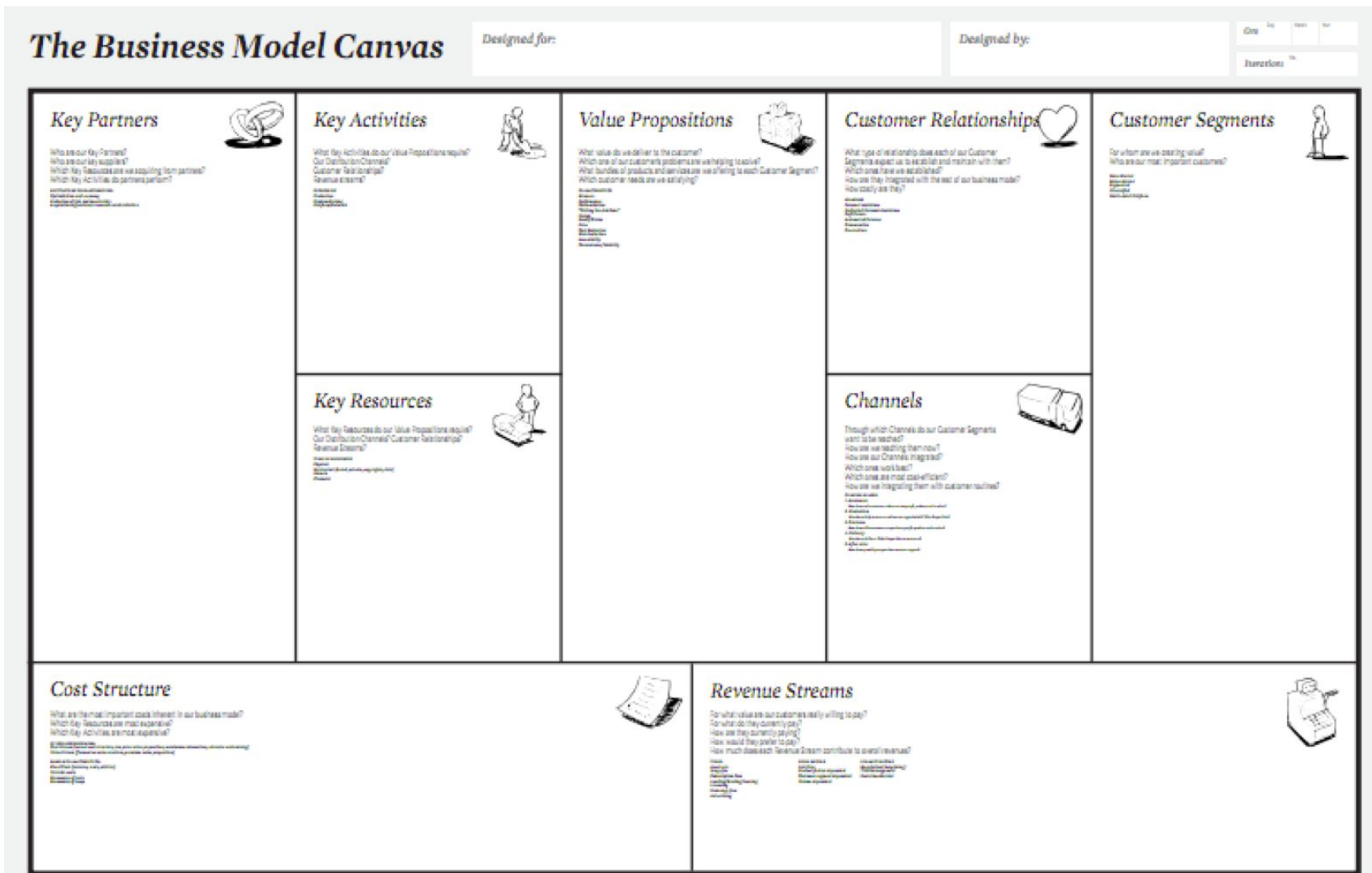
...het zal je helpen navigeren rond 500kg gorilla's



Osterwalder & Pigneur, 2010

- Een businessmodel beschrijft de rationale van hoe een organisatie **creëert waarde, levert waarde en legt waarde vast**

Activiteit: Bedrijfsmodel Canvas



De negen bouwstenen

Het creëren van de kern



1. Belangrijke partnerschappen
Kernactiviteiten
2. Belangrijkste bronnen
Waardepropositie
3. Klantsegmenten
Klantrelaties
4. Kanalen
5. Inkomstenstromen
Kostenstructuur

Klant Segmenten

Wie zijn alle mensen en organisaties waarvoor je waarde creëert?

Dit kunnen zowel betalende als niet-betalende klanten zijn.



Klantrelaties

- Welk type relatie verwacht elk van onze klantsegmenten dat we met hen aangaan en onderhouden?
 - Persoonlijke assistentie
Toegewijde persoonlijke assistentie
 - Zelfbediening
Geautomatiseerde diensten
 - Gemeenschappen
 - Co-creatie



Waarde Voorstel

- Aan welke klantbehoeften voldoen wij?
- Welke waarde leveren wij aan de klant?



Belangrijke partnerschappen

Wie kan ons helpen ons
bedrijfsmodel te benutten?

Wie zou geïnteresseerd zijn in
onze gebruikers?

Kernactiviteiten

Wat zijn de belangrijkste activiteiten die een organisatie moet doen om haar businessmodel te laten werken?



Belangrijkste bronnen

Welke belangrijke middelen heeft onze organisatie nodig om de dienst/ het product te leveren?

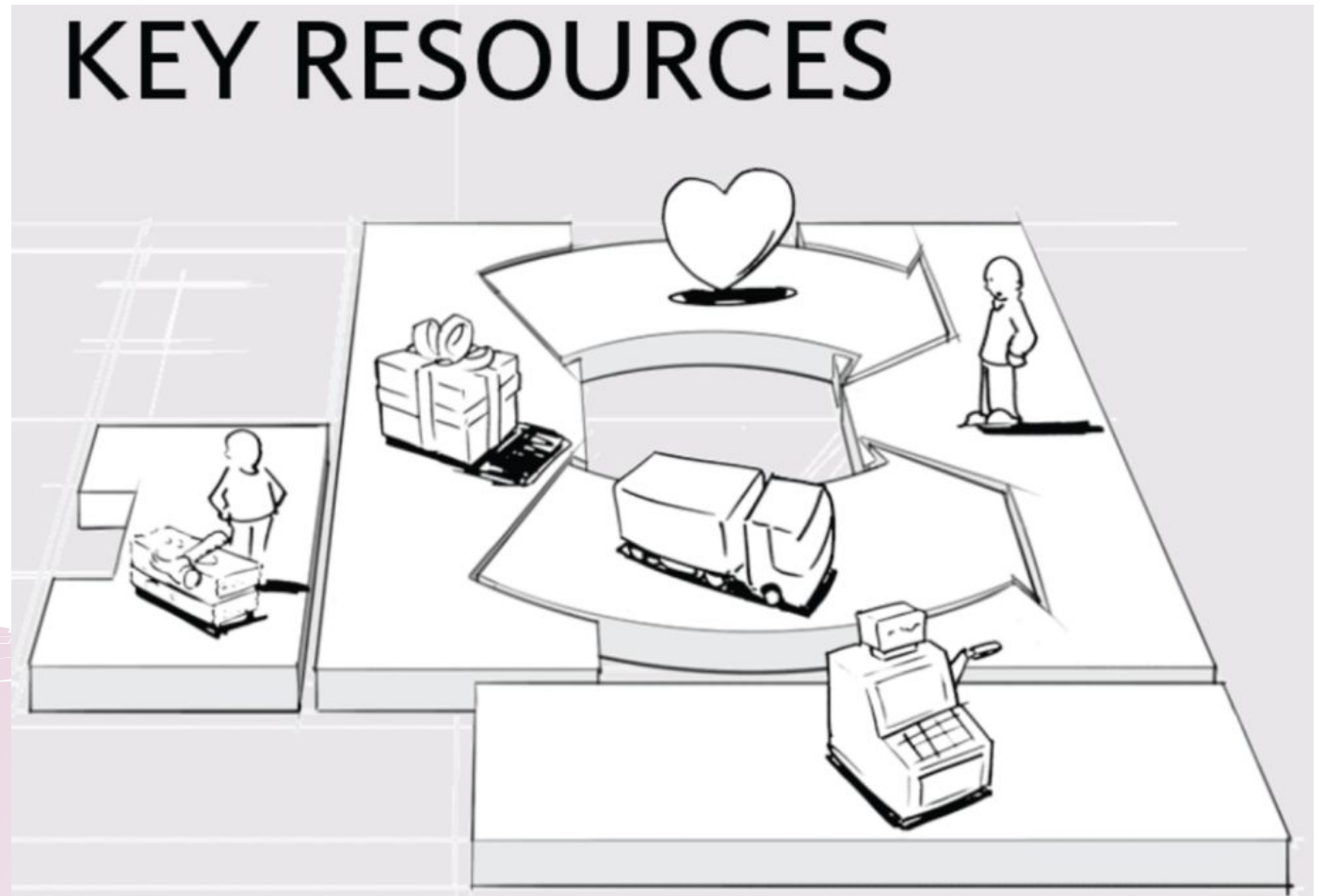
Materiël

Intellectueel

Menselijk

Financieel

Technologisch



Kanalen

- 
- Via welke kanalen willen onze klantsegmenten bereikt worden?
 - Hoe bereiken we hen nu?
 - Hoe zijn onze kanalen geïntegreerd?
 - Welke werken het beste?
 - Welke zijn het meest co-efficiënt?
 - Hoe integreren we ze met de klanttroutines?

Inkomstenstromen

- Om in zaken te zijn, moet vroeg of laat iemand ons betalen. Wie is dat?
- Waarschijnlijk de persoon die daadwerkelijk het meest profiteert van het product / de dienst - en het is misschien niet de persoon die het gebruikt!





KOSTENSTRUCTUUR

**WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE KOSTEN
DIE INHERENT ZIJN AAN ONS
BUSINESSMODEL?**

- We huren oplossingen in om klussen gedaan te krijgen

Voor het werk van het monderhouden van gezonde tanden en tandvlees wij tandartsen en bijbehorende martelwerktuigen inhuren tandenborstels & tandpasta huren

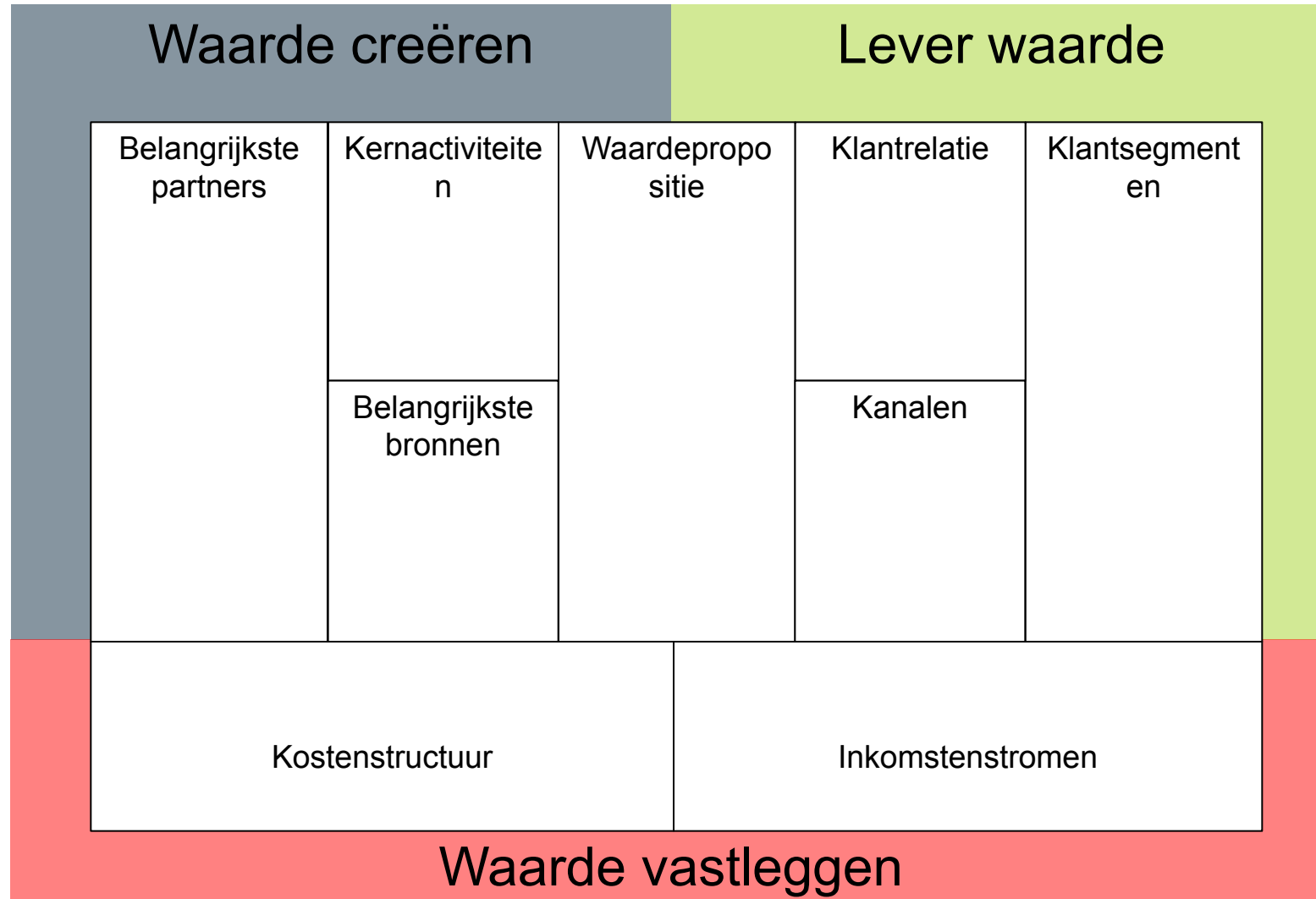
We creëren waarde wanneer we klanten in staat stellen een bepaalde taak sneller, gemakkelijker en/of tegen lagere kosten te realiseren



"Mensen willen geen boormachine van een kwart inch kopen. Ze willen een gat van een kwart inch!"
Theodore Levitt

de taak om gezonde tanden en tandvlees goed te onderhouden met bestaande oplossingen?

Creëren, leveren, vastleggen



Om te blijven zoeken naar verdere ondervraging

Heeft uw doelkans een overheersend model dat kan worden uitgedaagd?

- Maximaliseert dat model de klantwaarde?

Kun je nieuwe klantwaarde creëren door taken effectiever te bedienen?

- Nieuwe kanalen gebruiken om op de markt te brengen?
Verschillende prijsmodellen?

Zijn er aspecten van het businessmodel die volledig verankerd zijn?

- Waardepropositie? Samen?

Kun je de levering en/of waardepropositie vereenvoudigen om een heel stuk kosten weg te nemen?

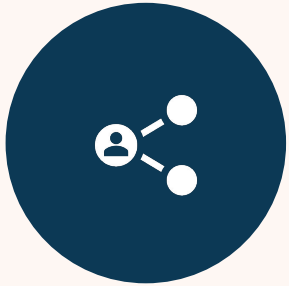
Het is er allemaal voor je!!!

Product / Service Overzicht

Wat levert, verkoopt of doet u specifiek dat het probleem oplost en de taken van de klanten aanpakt die moeten worden gedaan?

Wat is de klantervaring?

Business Model



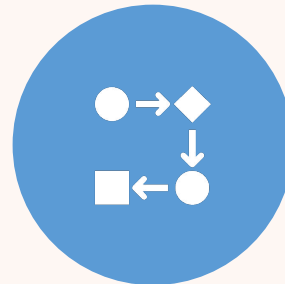
Hoe ga je een robuust
businessmodel creëren?



Wat is uw "oneerlijke"
concurrentievoordeel dat
een controlepunt voor uw
bedrijfsmodel zal creëren?



Hoe ga je op een duurzame
manier geld verdienen?



Voeg een eenvoudig en
intuïtief diagram of
afbeelding toe van hoe uw
bedrijfsmodel werkt.

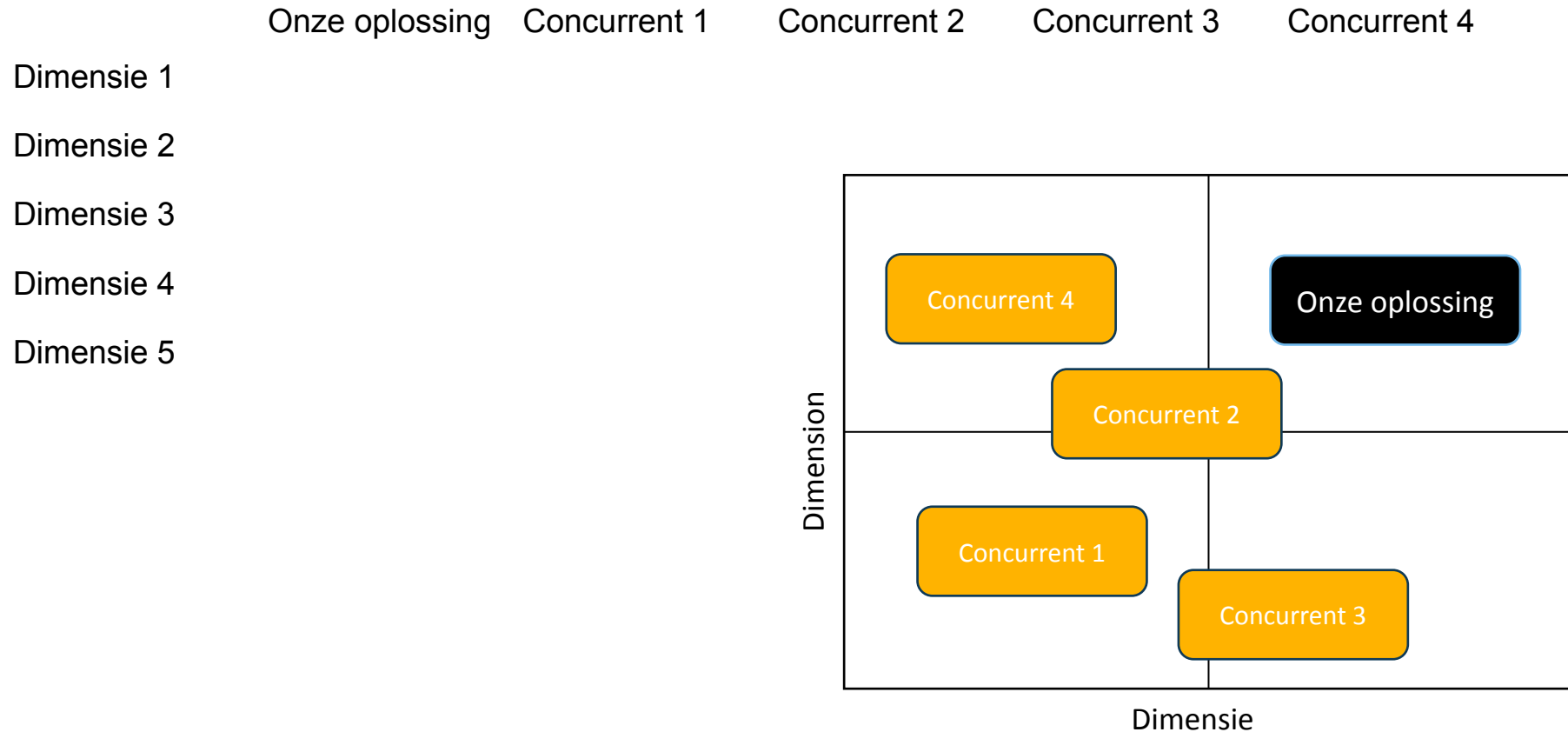
Ga naar Marktstrategie

- Wat is uw "adoptiestrategie" om schaalgrootte te winnen?
Waar begin je en hoe krijg je grip en breid je je in de loop van de tijd uit?
Met welke realiteiten in de echte wereld zul je te maken krijgen en hoe zullen ze worden aangepakt?
Breng je spelplan in kaart om je korte-, middellange- en langetermijnbenadering van groei te laten zien.



Concurrentie

- Wat is het concurrentielandschap?
Welke keuzes hebben klanten als alternatief voor uw oplossing?
Breng het overtuigende verschil in kaart op een manier die het competitieve landschap duidelijk benadrukt en waarom u opvalt.



Concurrentie voordeel

Wat maakt jouw
oplossing 10x beter
dan de
concurrentie?



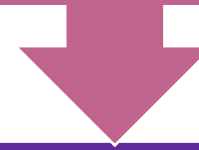
Wat levert u een oneerlijk
concurrentievoordeel op
ten opzichte van andere
alternatieve oplossingen?



Welke kwalitatieve of
kwantitatieve
gegevens heb je die
dit ondersteunen?

Financiën

Wat zijn uw 5-jarige basis, beste en slechtere case-projecties en de belangrijkste aannames erachter?



Is er een duidelijke zichtlijn tussen uw financiën en uw businessmodel?



Worden verschillende soorten inkomsten, diensten en kosten allemaal verantwoord?

De Vraag



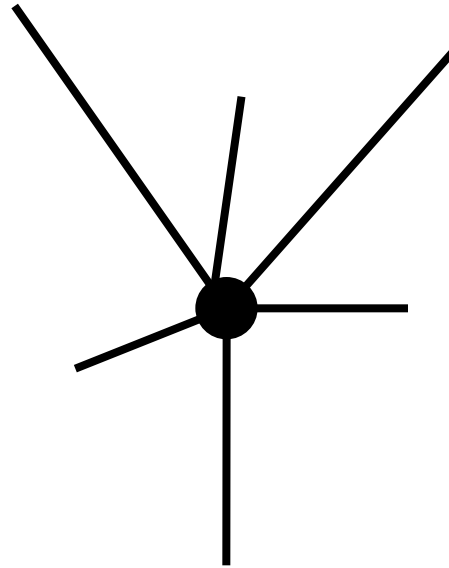
CREATIEF DENKEN BIJZONDERHEDEN

ONDERWERP 3



Je creativiteit testen

Wat zou dit kunnen zijn?



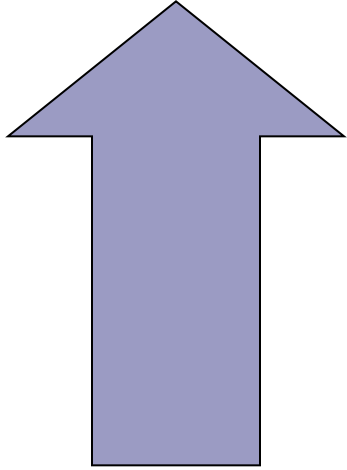
Een probleem oplossen door ideeën te genereren

het kan op meer manieren:

<i>traditioneel logisch denken, ook bekend als</i> <u><i>verticaal denken:</i></u> <i>het is selectief</i> <i>(en een beetje makkelijk, want je bent getraind om het te gebruiken)</i>	<i>creatief denken of</i> <u><i>lateraal denken:</i></u> <i>het is generatief</i> <i>(en een beetje moeilijk, want je bent getraind om het niet te gebruiken)</i>
---	--

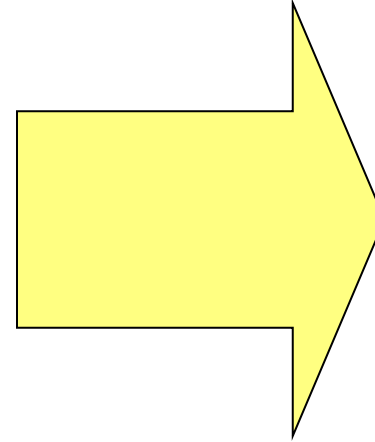
ze zijn **complementair**, geen tegenpolen

Verticaal versus lateraal denken



Verticaal denken

rechtdoor voortbewegen



Lateraal denken

zijwaarts bewegen

Logische stappen

'verticaal denken'

het is een stap-voor-stap proces

elke stap moet worden gemotiveerd

het maakt gebruik van relevante informatie

het gaat om het bewijzen of ontwikkelen van de patronen in je geest

het is analytisch

het wordt gebruikt om een gat dieper te graven

Creatieve structuren

'lateraal denken'

het is een bewust proces naar inzicht

het gaat erom dat je er op een andere manier uitziet

het kan irrelevante informatie gebruiken

het kan sprongen maken

het is herstructureren, provoceren en ontsnappen aan de patronen in je hoofd

het wordt gebruikt om een gat op een andere plaats te graven

Hersenstructuur

coördinatie

rechter half

lichaam

digitaal

informatie

verwerking

overheersend

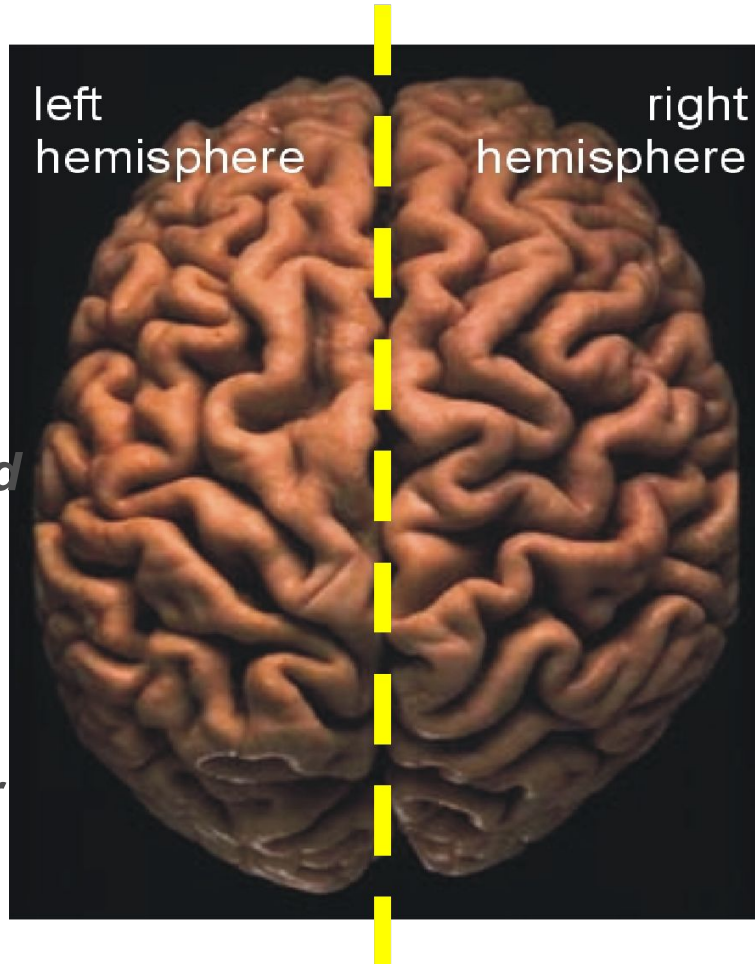
!!

verbaal

logisch

patroon-gebr

uiker



coördinatie

linkerhelft lichaam

analoog

informatie

verwerking

onderdanig!!

non-verbaal

intuïtie

patroonzoecker

Essentieel voor creativiteit



OPEN UITDAGINGEN



EXPLORATIEF GEDRAG



BELONING IS IN HET
PROCES

Creativiteit is...

Vraag

Creativiteit definiëren?



Academici

“Creativiteit is het resultaat van de interactie van een systeem dat bestaat uit drie elementen:

- een cultuur die symbolische regels bevat,*
- een persoon die nieuwigheid in het symbolische domein brengt,*
- en een veld van experts die de innovatie herkennen en valideren.”*

Mihály Csíkszentmihályi

“Creativiteit is het vermogen om nieuwe en waardevolle ideeën te genereren voor producten, diensten, processen en procedures” Martins en Terblanche

“Creativiteit is het vermogen om werk te produceren dat zowel nieuw (d.w.z. origineel) als geschikt (d.w.z. nuttig) is”

Sternberg

“Creativiteit is de reeks kwaliteiten van producten of reacties die door de juiste waarnemers als creatief worden beoordeeld..” Amabile

Anderen

"Creatief zijn is hetzelfde zien als iedereen, maar aan iets anders denken "
Anoniem

"Creativiteit is uitvinden, experimenteren, groeien, risico's nemen, regels overtreden, fouten maken en plezier hebben." Mary Lou Cook

"Creativiteit is jezelf toestaan om fouten te maken. Kunst is weten welke je moet houden." Scott Adams, American Cartoonist

"Elke scheppingsdaad is in de eerste plaats een daad van vernietiging" Pablo Picasso

"Het creëren van het nieuwe of het herschikken van het oude op een nieuwe manier" Mike Vance, Walt Disney Corporation

"Creativiteit houdt in dat je gevestigde patronen doorbreekt om op een andere manier naar dingen te kijken." Edward de Bono

Creativiteit is...

een

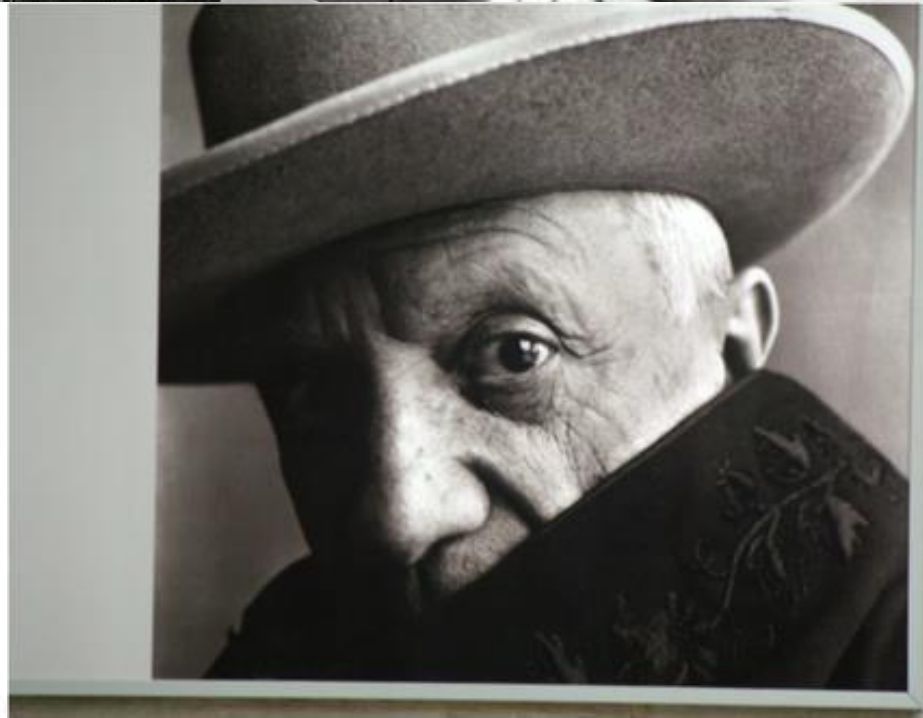
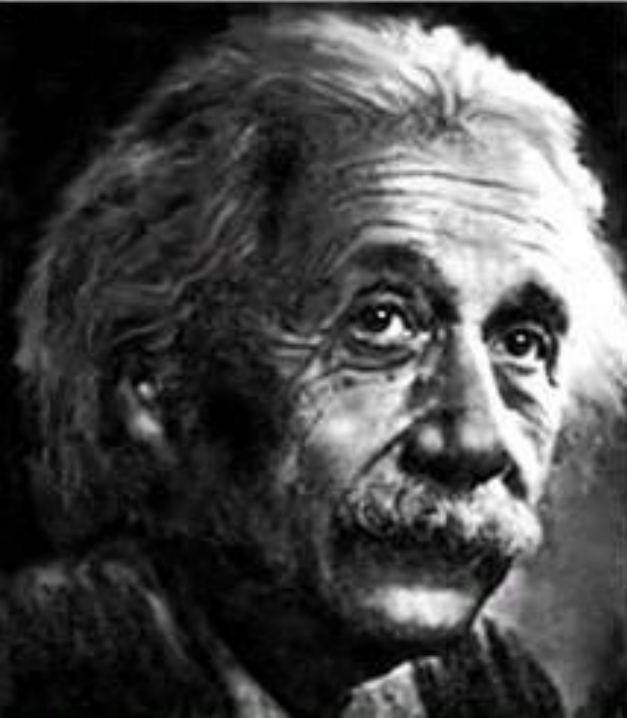
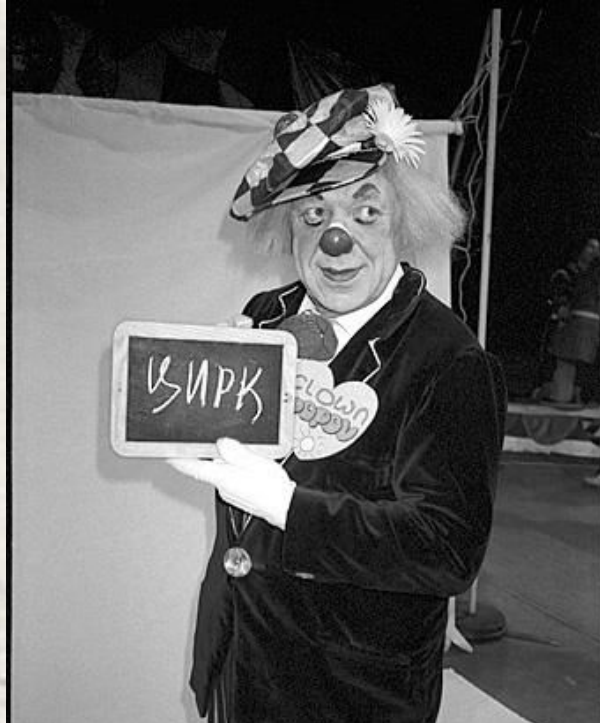
gemoedstoestand

Geoff Marée

Vraag

*Welke creatieve **rolmodellen**
heb je?*





CREATIEVE TECHNIEKEN

ONDERWERP 3



Creativiteits-technieken

Aannames
uitdagen

Analogie

Een ander
toegangspunt

Superheld

Persoonlijke
analogie

Lucky schot

Incubatie

Scenario
fantasie

Aannames uitdagen

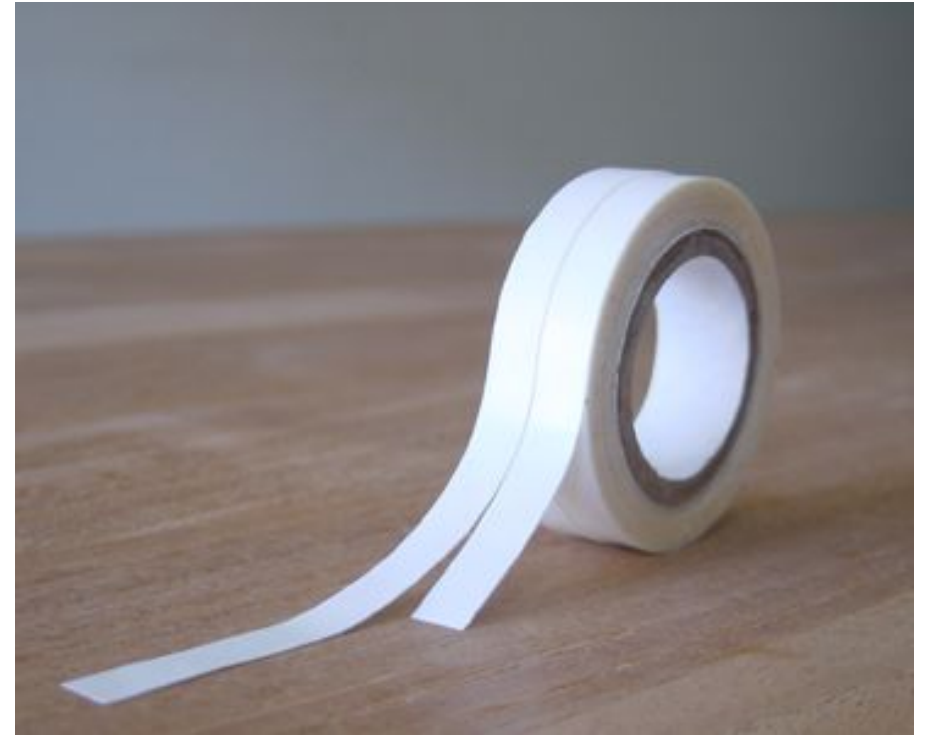
sporen ze op en dagen ze uit

Hoe deze vormen in één algemene vorm te rangschikken die gemakkelijk te beschrijven is?



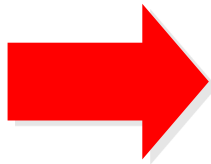
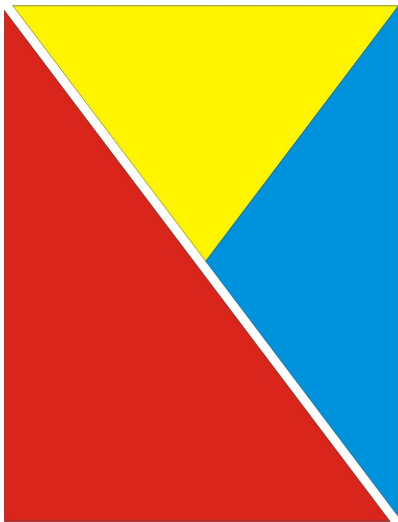
Analogie

Kikkerteen



Kies een ander toegangspunt

Verdeel een driehoek in drie delen op zo'n manier dat de delen weer in elkaar gezet kunnen worden tot een rechthoek of vierkant...



Superheld

*Hoe zou Spiderman
los het probleem op?*

Of Trump?

*Of Cher,
of....?*

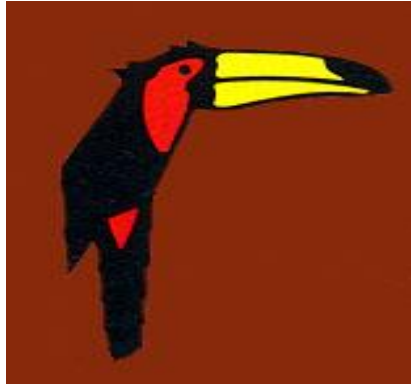


Persoonlijke analogie

voorbeeld: kleiduif

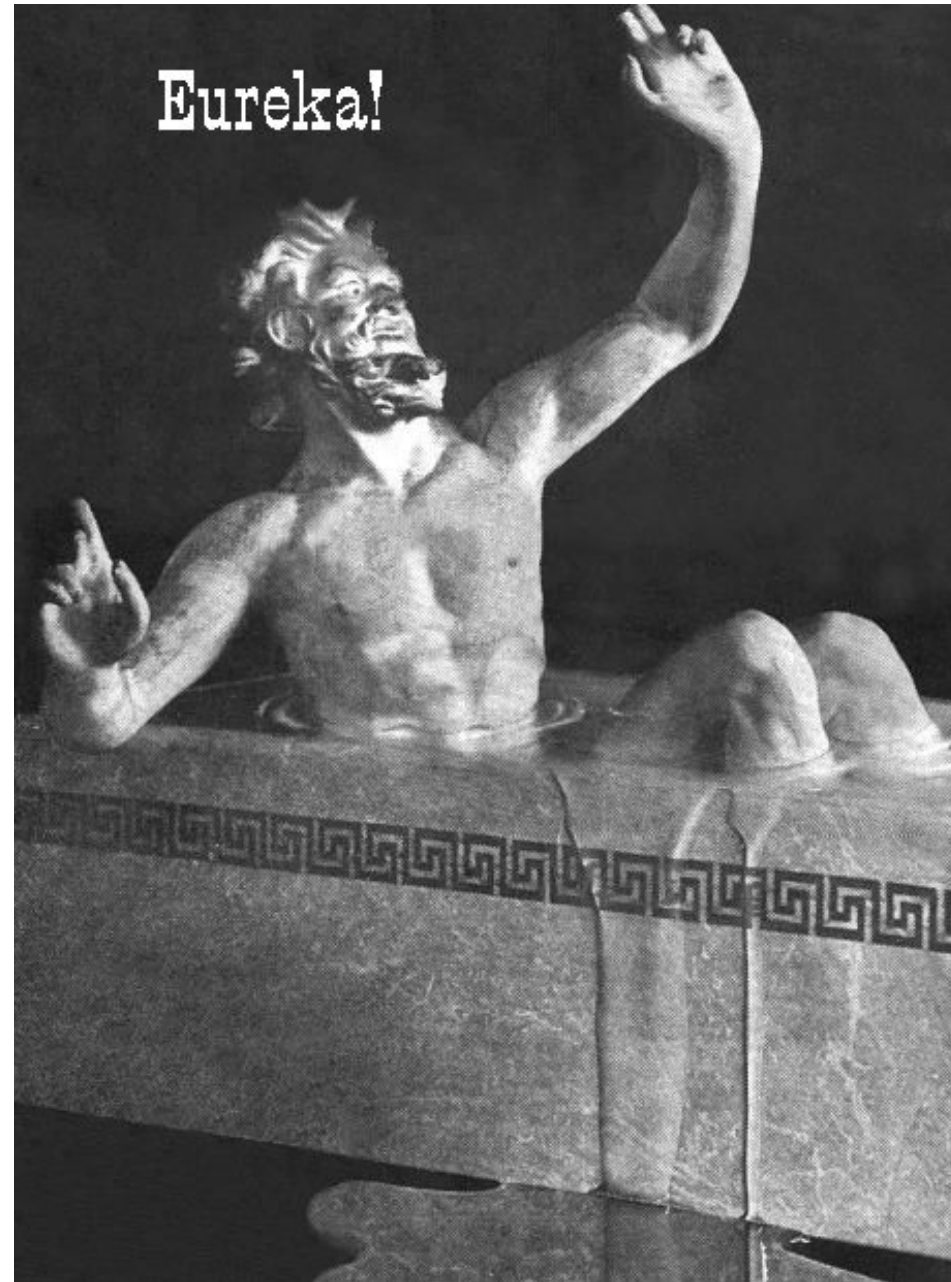


Lucky schot



*berg, bier, aap, vrijdag, \$, sterk, blauw, thuis, moe,
1984, Amsterdam, supercalifragilistisch-expialidosious,
Hopmans, €, ziekenhuis,
Moeder, of....*

Incubatie



Scenario fantasie



Chindogu



Chindogu maatschappij;
<http://chindogu.com/chindogu/>



CREATIEVE TECHNIEKEN IN GROEPSPROCESSEN

FACILITEREN, BESPREKEN, BRAINSTORMEN,
GENEREREN EN EVALUEREN VAN IDEEËN,
CREËREN EN ONTWERPEN

De essentie van het World Café

Het doel van elk World Café is het faciliteren van een grote groepsdialoog.

Het allereerste World Café was het spontane resultaat van een ontmoeting in het huis van Brown en Isaacs in Californië in 1995.

Volgens de oprichters is het "meer dan een methode, een proces of techniek – het is een manier van denken en samenzijn, gebaseerd op een filosofie van conversationeel leiderschap".

- Het World Café is gebaseerd op **zeven ontwerpprincipes**:

- (1) het stellen van een duidelijke context (d.w.z. reden en doel van de vergadering moeten duidelijk zijn);
 - (2) het creëren van een gastvrije ruimte;
 - (3) het onderzoeken van vragen die ertoe doen;
 - (4) ieders bijdrage aanmoedigen;
 - (5) het verbinden van diverse perspectieven;
 - (6) samen luisteren naar patronen en inzichten;
- en (7) het delen van collectieve ontdekkingen.



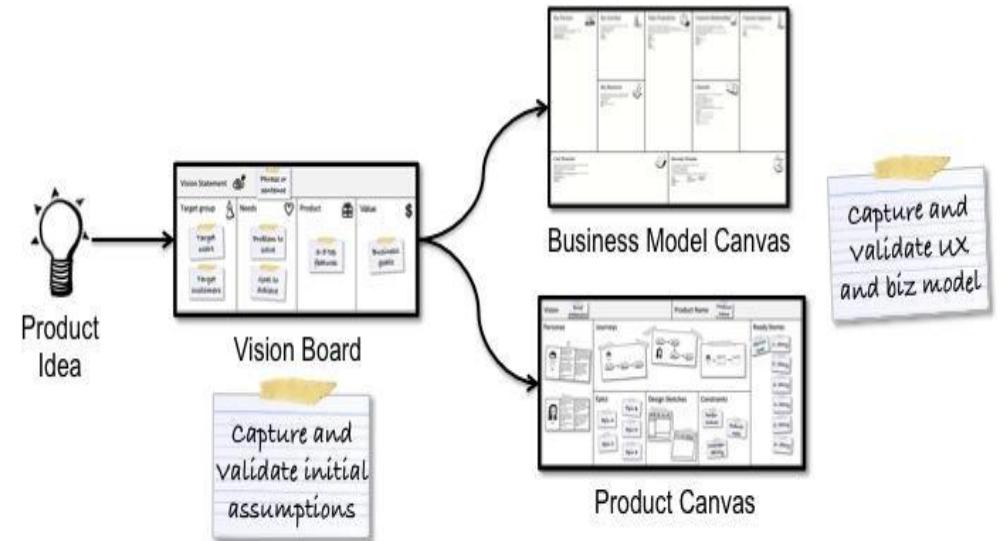
World Café

Het ideeëncanvas

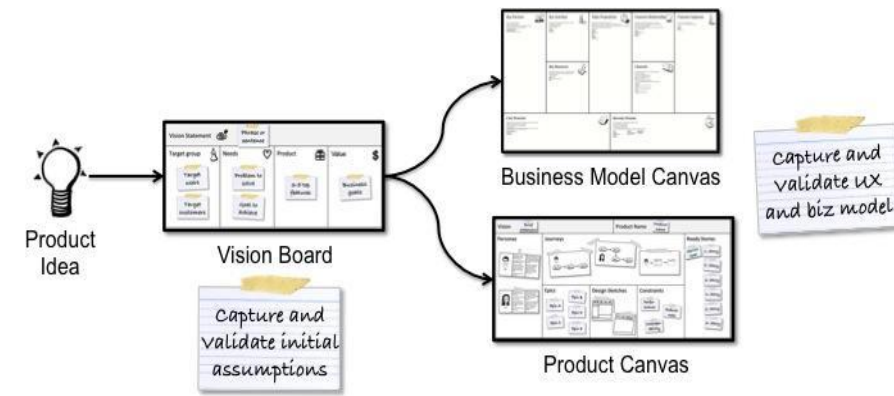
een ontwerptool die deelnemers aan de workshop helpt hun verhaal te vertellen (het te vertellen verhaal is niet noodzakelijkerwijs dat van een eindgebruiker van de specifieke dienst);

het wordt aanbevolen om medewerkers van de dienstverlener en eventueel ook andere belanghebbenden op te nemen

Het is een hulpmiddel om problemen te beschrijven, analyseren en (een eerste stap te zetten om) op te lossen.



Het ideeëncanvas



Een Ideeëndoek is een groot doek (of stuk papier) dat de deelnemers uitnodigt om hun verhaal te vertellen door hen te vragen een titel/slogan voor het verhaal te bedenken, een beschrijving van de verhaalhelden, een plot, een slotscène, hoogtepunten, drama's, een happy end en zelfs rekwisieten.

Het is een iteratief proces: rekwisieten worden toegevoegd of verwijderd, afhankelijk van de drama's en hoogtepunten. Tekens kunnen tijdens het proces worden toegevoegd of verwijderd, enz..

Het biedt de mogelijkheid om verschillende conceptrichtingen duidelijk en gemakkelijk te presenteren en te vergelijken.

Klanten Trajectmap



Customer journey mapping is een gebruikte techniek **om te informeren naar de ervaringen van klanten terwijl ze daadwerkelijk een dienst 'consumeren'.**



Dit onthult de behoeften en wensen van klanten op een manier die niet mogelijk zou zijn via een standaard vraag-en-antwoord achtig interview.



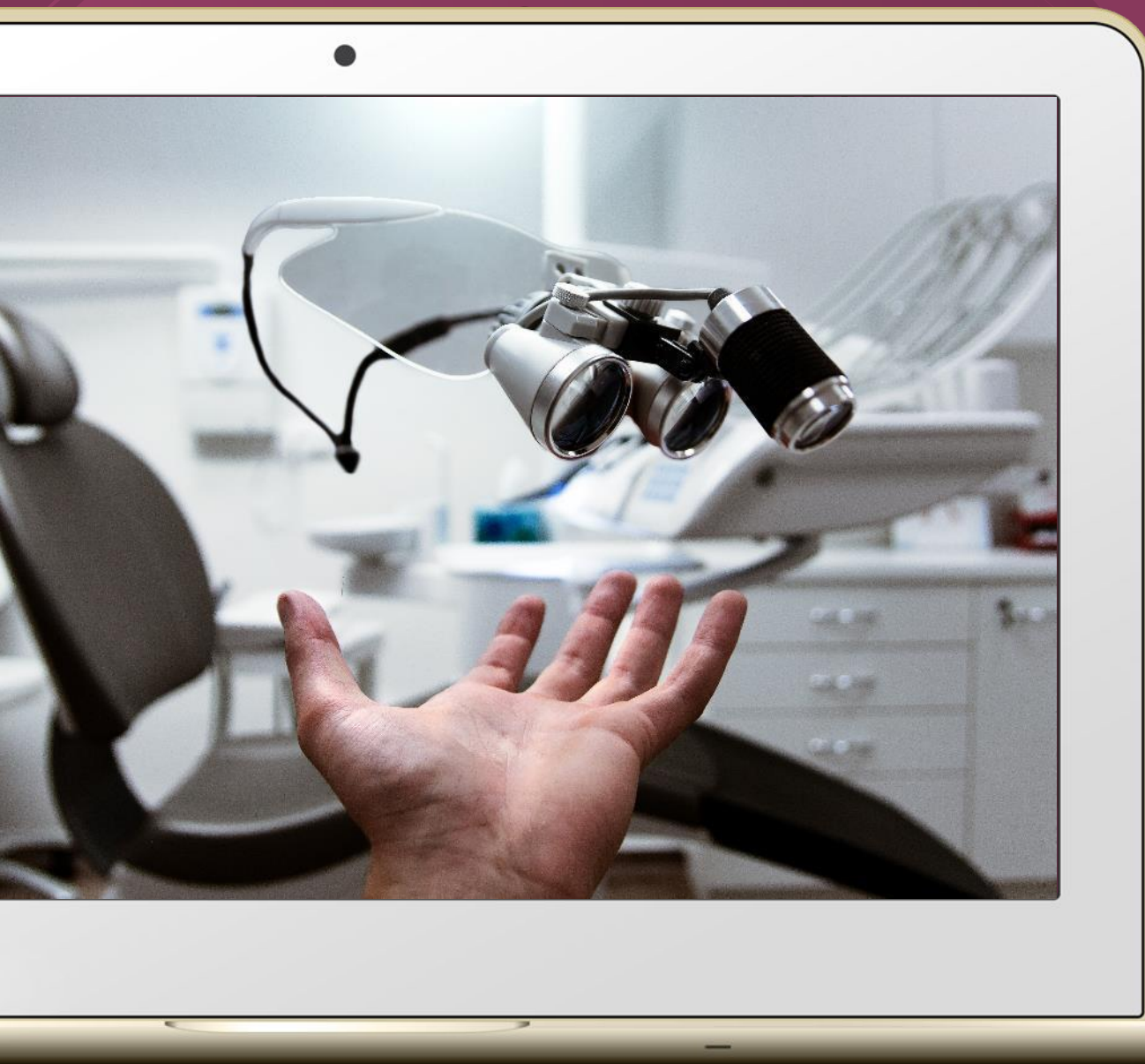
Een customer journey-onderzoek kan worden gebruikt om de ervaringen van klanten met primaire processen (bijvoorbeeld een bezoek aan een pretpark of het bijwonen van een concert) en secundaire processen (bijvoorbeeld inchecken en instappen in een vliegtuig) te onderzoeken. De uitkomsten kunnen worden gebruikt om de ervaring van het specifieke product/dienst te verbeteren.



De vier stappen benadering:

- klantinzichten verwerven,
- conceptontwikkeling,
- implementatie en nulmeting,
- veiligstellen van nieuw beleid en opvolging door constante meting van klanttevredenheid (kwantitatief).

Customer Journey Mapping



VRAGEN?

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559



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 ."

Verwijzingen 1

- ❖ Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation. John Wiley & Sons.
- ❖ Business idea generation: <https://www.viima.com/blog/idea-generation>
- ❖ Taking Your Business to the Next Level – An Essential Step-by-Step Success Plan for Small Business by Frances McGuckin (Sourcebooks, Inc.)
- ❖ International Entrepreneurship in Small and Medium Size Enterprises-Orientation, Environment and
- ❖ Strategy by Haid Etemad (The McGill University International Entrepreneurship Series)
- ❖ Essentials of International Management: A Cross-Cultural Perspective by David C. Thomas (Sage Publishers)
- ❖ Kuratko, Donald F. and Richard M. Hodgetts, Entrepreneurship: A Contemporary Approach, Fifth Edition, South-Western, 2001 ISBN

Verwijzingen 2

- ❖ Social Impact Strategy: Tools for Entrepreneurs and Innovators, University of Pennsylvania
<https://www.coursera.org/lecture/social-impact/4-3-business-models-along-the-business-model-spectrum-l7tQ3>
- ❖ Growth mindset versus Fixed mindset Dweck, C., 2016. What having a “growth mindset” actually means. *Harvard Business Review*, 13, pp.213-226.
<https://leadlocal.global/wp-content/uploads/2016/12/Dweck-What-Having-a-%E2%80%9CGrowth-Mindset%E2%80%9D-Actually-Means-HBR.pdf>
- ❖ The Reservoir of Wellbeing
<https://www.robertsoncooper.com/blog/how-different-aspects-of-your-work-and-life-can-affect-your-wellbeing-reservoir/>
- ❖ PESTLE Analysis <https://pestleanalysis.com/what-is-pestle-analysis/>
- ❖ Business pitch template https://aim.gov.in/pdf/Business_pitch_template.pdf

thank
you