

MODUŁ 18

MYŚLENIE KREATYWNE



BEZPŁATNE SZKOLENIE

OPIS MODUŁU

Po szkoleniu pracownicy organizacji rozumieją różne metody rozwijania różnych procesów wewnętrznych i mapowania doświadczeń klientów poprzez metodę kreatywnego myślenia. Nauczą się najczęściej stosowanych metod kreatywnego myślenia i będą w stanie wykorzystać je w praktyce. Zdobędą świadomość kreatywnego środowiska i będą posiadać kreatywny zestaw myślenia.

Wszystko z praktycznymi przykładami wykorzystania Customer Immersion Canvas i metody SCAMPER.

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI



i4u.project@ui1.es



i4u.eu

MODUŁ 18

MYŚLENIE KREATYWNE

Myślenie kreatywne definiuje się jako zdolność pracowników i menedżerów do generowania nowych i innowacyjnych pomysłów, kreatywnego rozwiązywania problemów oraz podejmowania wyzwań z otwartością i elastycznością w środowisku pracy lub podczas opracowywania nowych produktów, usług lub strategii biznesowych.



MYŚLENIE KREATYWNE

To zdolność do generowania nowych i innowacyjnych pomysłów, kreatywnego rozwiązywania problemów i podchodzenia do wyzwań z otwartością i elastycznością. Jest to podstawowa kompetencja dla sukcesu w dzisiejszym dynamicznym i konkurencyjnym środowisku biznesowym. Kreatywne myślenie pozwala pracownikom opracowywać unikalne rozwiązania, ulepszać doświadczenia klientów i napędzać innowacje w ich organizacjach.

Szeroko stosowane metody kreatywnego myślenia

- Design Thinking
- Lean Startup
- Scrum
- Sześć myślących kapeluszy
- SCAMPER
- TRIZ
- Blue Ocean Strategy
- Business Model CANVAS
- Crowdsourcing
- Gamestorming

USTAWIANIE ŚRODOWISKA

Maksymalizacja potencjału kreatywnego myślenia obejmuje wspieranie współpracy, zachęcanie do eksperymentowania i podejmowania ryzyka oraz zapewnianie przestrzeni do swobodnego wyrażania pomysłów. Wspierające środowisko zapewnia, że pracownicy czują się doceniani i zmotywowani do wnoszenia swoich innowacyjnych pomysłów.

Technika SCAMPER



Customer Immersion Canvas

To kreatywne narzędzie zaprojektowane, aby pomóc firmom głęboko zrozumieć doświadczenia i potrzeby swoich klientów. Ta metoda obejmuje wizualizację ścieżki klienta i tworzenie szczegółowych person klientów, aby uzyskać wgląd w ich cele, punkty zapalne, preferencje i zachowania. Mapując ścieżkę klienta, możesz uzyskać głębsze zrozumienie dla niego, ulepszyć jego doświadczenia i poprawić współpracę i innowacyjność.