



## *Tweedaagse training*

# **Brainstormtechnieken voor Innovatie**

### **Groep II**

*- 21 & 22 februari 2008 -*

*Onder grote bomen groeien geen kleine plantjes. Bij bedrijven is dat net zo. Big Tree Marketing Innovators versnelt innovatie. Van organisatie van het NBD proces en innovatiefocus tot het bedenken van nieuwe producten en introductie. Als adviseur, creatief facilitator, innovatie projectmanager en launchmanager. En als trainer van managers en innovatiespecialisten en -facilitators.*

### ***Innovatie vraagt om een brug tussen creativiteit en managementpraktijk***

Innovatie is 'hot'. Organisaties moeten innoveren om te overleven. Dat lijkt geen twijfel meer. Maar *hoe* ze dat het beste kunnen doen is nog altijd een lastig vraagstuk.

Het 'geheim' van een geslaagde ideationfase is het slaan van een brug tussen creativiteit en de managementpraktijk. Het zijn twee werelden die elkaar in de praktijk vaak maar moeilijk verdragen. De brug tussen creativiteit en managementpraktijk steunt op vijf pijlers:

1. Innovatiefocus .
2. Inzicht in wat de klant écht belangrijk vindt.
3. Frisse blik van buiten.
4. Een effectief creatief proces.
5. Intern draagvlak.

### ***Een effectief creatief proces***

Een effectief creatief proces is een van de belangrijkste succesfactoren om nieuwe producten te bedenken. Auteur van *Nieuwe Producten Bedenken*, Gijs van Wulfen werkt hiervoor met een routekaart, waarmee je met anderen uit de organisatie op ontdekkingsreis kunt gaan. Deze reis bestaat uit een aantal stappen: vertrekken, ontdekken, ontwikkelen, reflecteren en terugkeren. Aan het eind van de reis kom je terug met zinvolle souvenirs. Deze methode is bij diverse bedrijven, zoals de ANWB, Cogas, Helwa Wafelbakkerij, Sanoma Men's Magazines, Univé, Henri Wintermans Cigars en Yakult in de praktijk gebruikt en wordt als zeer effectief ervaren. Door deze aanpak te gebruiken heb je meer kans om van nieuwe productideeën een succes te maken, zowel bij collega's en directie als klanten. Vanwege de enthousiaste reacties waarmee de methode ontvangen is en de vele hulpvragen van organisaties is Gijs van Wulfen in 2007 een *intensieve tweedaagse training* gestart om zijn

brainstormtechnieken voor innovatie over te dragen aan diegenen die dit in zijn of haar organisatie *zelf* wilt toepassen. In februari 2008 start Groep II.

### **Doelgroep**

De training is opgezet voor deelnemers die:

1. een passie hebben voor innovatie;
2. ervaring hebben als deelnemer - en wellicht ook als facilitator van brainstormsessies;
3. (de ambitie hebben om te) werken in organisaties waarin zij innovatie willen versnellen in een actieve rol als projectleider, facilitator of adviseur;
4. 'niet alleen komen halen, maar ook brengen' en dus ook zelf de handen uit de mouwen willen steken.

### **Leerdoelen en competenties**

De training laat je snel en pragmatisch inzicht verwerven in het opzetten en faciliteren van een creatief proces gericht op innovatie. Het gaat om het zoeken naar nieuwe producten, nieuwe klantgroepen, nieuwe distributiekanaalen en nieuwe marktbenaderingen. De deelnemers vullen hun 'gereedschapskist' met concrete methodieken, checklists en do's/dont's uit de praktijk. Als onderdeel van de training faciliteer je zelf een deel van een echte new product brainstorm. Competenties die je aanleert in de tweedaagse training zijn o.a.:

- o Het opzetten van een aanpak om effectief nieuwe producten te bedenken;
- o Herkennen van succesfactoren voor een new product brainstorm;
- o Inzicht wanneer brainstormtechnieken wel en niet toe te passen;
- o Inzicht in divergentie-, convergentie- en ondersteunende technieken;
- o Inzicht in de eisen aan de rol van facilitator en jouw eigen valkuilen;
- o (Eerste) ervaring in het zelf faciliteren van een new product brainstorm.

### **Programma**

De training bestaat uit 4 dagdelen. En vindt plaats op 21 en 22 februari 2008.

21 februari:

- o *Effectieve methode om nieuwe producten te bedenken*
- o *Succesfactoren voor een goede brainstorm.*
  - o Wanneer wel/geen new product brainstorm?
  - o Succesfactoren vanuit 6 invalshoeken
- o *Inleiding brainstormtechnieken*
  - o Opzet van een workshopprogramma
  - o Divergentietechnieken
  - o Convergentietechnieken
- o *Een goede brainstormfacilitator*
  - o Wat gaat er allemaal mis?
  - o Kenmerken van een goede brainstormfacilitator
- o *Toepassen brainstormtechnieken*

22 februari:

- o *'Live' New Product brainstorm.* De deelnemers faciliteren gezamenlijk zelf gedurende de gehele dag een 'live' new product brainstorm voor een echte opdrachtgever met een concrete innovatie-opdracht. Ze worden hierbij gecoached door de trainer. Aan het einde van de brainstorm vindt er een evaluatie plaats door de opdrachtgever.

Het programma vindt plaats in de brainstormruimte van Big Tree Marketing Innovators in Lumax, Ondiep-zuidzijde 6 te Utrecht.

### **Investering**

De investering per deelnemer voor de tweedaagse training bedraagt €1.100,- (excl. BTW). In dit bedrag is onder andere inbegrepen: het boek Nieuwe Producten Bedenken, trainingsreader en lunches.

### **Trainer**

Gijs van Wulfen is bedrijfseconoom, marketeer en innovatieversneller. Na zijn rol als marketeer in de foodsector, adviseerde hij bij Ernst & Young en Boer & Croon vele organisaties over marketing- en innovatiestrategieën. In 2002 startte hij zijn eigen bedrijf Big Tree Marketing Innovators, dat zeer uiteenlopende klanten helpt bij het bedenken van nieuwe productideeën, het organiseren van innovatie en het introduceren van nieuwe producten in de markt. Hij heeft reeds vele new product brainstorms gefaciliteerd. Hij stelt al zijn ervaring en 'lessons learned' beschikbaar om je een stapje verder te brengen in het faciliteren van brainstormtechnieken.

### **Eerdere deelnemers**

<b>Naam</b>	<b>Organisatie</b>	<b>Sector</b>	<b>Functie</b>
Karina de Vries	Helwa Wafelbakkerij BV	Food	Hoofd Productontwikkeling
Agnes Jaarsma	ING	Financiële sector	Adviseur Venturing
Bregje Linssen	Uitgeverij Zwijsen	Uitgeverij	Fondsredacteur
Karin Hellema	Market Response	Markonderzoek	Client Service Director
Lisette Alders	Tetra pak	Verpakking	Marketing/Category Specialist
Kees Boer	Gemeente Hoogeveen	Overheid	Strategisch adviseur Concernstaf
Anita Mooiweer	Sanoma Uitgevers	Uitgeverij	New Business Developer
Hendrien Broens	ANWB	Dienstverlening	Projectleider
Marian Dijksman	Groot verpleeghuis	Zorg	Manager Welzijn

### **Meer informatie**

Voor meer informatie neem dan contact op met Gijs van Wulfen:

e-mail: [gijs@bigtree.nl](mailto:gijs@bigtree.nl); tel: 030-2456320 of 06-51483575; [www.bigtree.nl](http://www.bigtree.nl)





**Inschrijfformulier**  
**Training Brainstormtechnieken voor Innovatie**  
**Groep II**  
**21 & 22 februari 2008**

Voornaam:  
Achternaam:

*Zakelijke Gegevens (tevens factuuradres)*

Organisatie:  
Postadres:  
Postcode:  
Woonplaats:  
Telefoonnummer:  
Mobiël telefoonnummer:  
E-mailadres zakelijk:  
Functie:  
Afdeling:

*Overige gegevens*

E-mailadres privé:  
Geboortejaar:  
Hoogst genoten opleiding:  
Aantal jaren werkervaring:  
Ervaring met het toepassen van brainstormtechnieken:

.....  
.....

De kosten bedragen €1.100,- (excl. BTW), inclusief het boek Nieuwe Producten Bedenken, trainingsreader en lunches. Na het ontvangen van uw aanmelding ontvangt u een bevestiging, de factuur en een routebeschrijving naar de locatie.

Handtekening deelnemer

Datum, Plaats

Svp ondertekend terugsturen naar: Big Tree Marketing Innovators, t.a.v. Gijs van Wulfen, Ondiep Zuidzijde 6, 3551 BW, Utrecht of faxen naar: 030-2456001.

N.B. Big Tree Marketing Innovators behoudt zich het recht voor om de opleiding bij onvoldoende aanmeldingen te annuleren. Uiterlijk 14 februari 2008 wordt u hierover geïnformeerd. Indien u zelf annuleert na 14 februari 2008 dan zijn wij genoodzaakt u het volledig bedrag in rekening te brengen. Een collega kan u uiteraard vervangen, mits deze voldoet aan het gevraagde opleidings – en interesseprofiel.