

UVOD

Želite li doista kreativno riješiti poslovni problem, pribjegnite metodi nazvanoj brainstorming, kod nas prevedenoj kao oluja mozgova. Okupite sve članove tima na sastanku na kojem će nizati što neobičnija i radikalnija rješenja postavljenog problema. Sve su ideje dobrodošle, pa i one naoko besmislene, a mjesta kritici nema sve do kraja sastanka. Brainstorming je idealna metoda za radikalno rješenje problema. Tek na kraju sastanka ideje se počinju razrađivati, a tako će se svi dobro zabaviti, dok će količina i kvaliteta rješenja zasigurno sve ugodno iznenaditi.

Pristup se temelji na činjenici da različiti ljudi s različitim iskustvima i znanjem različito pristupaju određenom problemu. Ako ste voditelj projekta, ova tehnika pomoći će vam da saznate razmišljanja različitih ljudi i dobijete niz rješenja problema koja predlažu. Brainstorming je učinkovit i vrlo popularan alat u poslovnom svijetu koji se upotrebljava kako bi se brzo i veoma kreativno i radikalno riješio problem. Osobito je koristan kada je nužan pomak od ustaljenih načina razmišljanja, kada valja smisliti nešto novo i neobično za poboljšanje proizvoda (usluge) ili kada dotadašnji pristup jednostavno ne daje rezultate koji se žele postići. Tehnika je iznimno uspješna kada se provodi unutar radnog tima. Tada su iskustva i ideje svih članova tima uključeni u rješavanje problema

BRAINSTORMING METODA

Kasnih 30-ih godina prošloga stoljeća Alex Faickney Osborn, jedan od osnivača međunarodne oglašivačke agencije BBDO, prvi je put u svojoj knjizi "Applied Imagination" popularizirao pojam "brainstorming". Objasnio ga je kao metodu pomoću koje bi skupine ljudi mogle poboljšati svoje kreativne ideje.

Radi se o kreativnoj »radionici« eksperimenta sa ciljem traženja njihovih mišljenja, stavova i ideja za rješavanje određenih problema. Na primjer, u vezi sa ciljem tražnje, potreba, želja, problema, zahtjeva, očekivanja i preferencija potrošača, uključujući predviđanja prodaje preduzeća, kao i u vezi sa naučnim spoznajama i mogućnostima ostvarivanja naučnih otkrića na razvoj tehnologije proizvodnje, marketinga itd.

Brainstorming pretpostavlja međusobno povjerenje učesnika i atmosferu u kojoj se može raditi bez da postoji strah učesnika od kazne za izneseno mišljenje.

Provodi se tako da se sudionici koncentrišu na problem i potom nastoje smisliti što više, što radikalnijih rješenja. Ideje bi namjerno trebale biti što šire i što neobičnije, a brzina je važan faktor, dinamičnost je jedna od glavnih karakteristika brainstorminga.

„Brainstorming“ je osmišljen zato da sudionike izbaci iz okvira u kojima razmišljaju i uvede u nove načine razmišljanja u pronalaženju rješenja.

Osborne je u „Brainstorming“ metodu spretno ugradio većinu tada poznatih načela kreativnog mišljenja:

1. Kritika, vrednovanje i ocjenjivanje ideja koče stvaralaštvo. Osborn je ovu zamku riješio tako što se grupa sastaje dvaput. Prvi put kreira ideje, drugi put ih kritizira.
2. Suviše velika stručnost, znanje i iskustvo koče produkciju svježih ideja.
3. U inovativnim grupama mora vladati što potpunija sloboda mišljenja tj. grupa mora biti heterogena. Zanimljivo je da najbrbljivije grupe ne daju najkreativnije ideje. U grupu se ne poziva dominantna ili agresivna osoba koja želi zapovjedati drugima.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com