

Roadmap

Virtual Hackathon Content

Dutch



Virtual
Hackathon



Cofinanciado por
la Unión Europea



Virtual Hackathon

Universiteiten in Europa zijn geconfronteerd met een plotselinge en nogal onvoorbereide verschuiving naar online onderwijs als gevolg van de Covid19 pandemie. Er zijn nieuwe hulpmiddelen nodig om digitale oplossingen te omarmen als mogelijkheden voor samenwerking en innovatieprocessen, ook na tijden van sociale afstand.

De Virtual Hackathon methode biedt een praktische aanpak om deze groeiende behoefte aan te pakken.

Dit document is een toolkit om de
ner te begeleiden tijdens de
10n.



01
MAKEN
SENSE

TOOL 1.1
Vijfhoekig probleem
TOOL 1.2
Empathie Kaart

Brainstormen
Analyse

04
OPLOSSIN
G

Innovatiefocus
Drievoudig i

TOOL 4.1
Waardevoorstel

01

Zinvol



01

KLOPPEN

Making sense gaat over het creëren van een diep bewustzijn van de context en het vermogen om diversiteit en complexiteit te omarmen. Dit volledige bewustzijn is nodig om het systeem als geheel te begrijpen en duidelijk de juiste uitdaging te definiëren om later mee aan de slag te gaan.

Ten eerste is het noodzakelijk om je bewust te zijn van de sociale, technologische, economische en milieucontext waarin de uitdaging is ingebed. Het

gaat verder dan het louter in beeld brengen van de systemen en streeft naar een diepgaand begrip van de onderliggende dynamiek en relaties die opkomende gedragingen en kenmerken teweegbrengen. Het doel van contextueel bewustzijn is om het systeem aan zichzelf te openbaren. Zonder dit begrip van de verborgen dynamiek leidt een oplossing voor een ogenschijnlijk eenvoudig probleem vaak tot nieuwe problemen en onverwachte gevolgen. In het licht van deze complexiteit is de eerste stap het omarmen van diversiteit als hefboom om een meer omvattend begrip van de werkelijkheid te krijgen. De bewering dat elke stem in het systeem een deel van de waarheid in zich draagt, wordt zeer relevant en moet de leidraad vormen voor het maken van zinvolle beslissingen.

Dit bewustzijn van de context houdt in dat je het systeem ziet als een geheel dat bestaat uit onderling verbonden en onderling

afhankelijke delen. De aandacht moet worden verlegd van de delen naar de relaties om het hele plaatje en de opkomende patronen te zien.

Nog belangrijker is het interne bewustzijn dat je deel uitmaakt van het systeem en geen externe agent bent. Dit heeft alles te maken met het zich bewust worden van de systemen en subsystemen waar elk individu en elke organisatie deel van uitmaakt, en de rol die ze spelen. Tot slot heeft dit interne bewustzijn te maken met het identificeren en begrijpen van de mentale modellen en waarden die de manier vormen waarop individuen en organisaties de realiteit waarnemen en interpreteren.

Het doel van deze fase is om bewust te worden van de complexe context die het probleem omringt, inclusief het analyseren en synthetiseren van hoe belanghebbenden het systeem ervaren. Deze context is geen vaststaand beeld van componenten, maar eerder een dynamische realiteit die voortdurend wordt gevormd door het ingewikkelde netwerk van belanghebbenden en de relaties tussen hen. Door deze relaties

kunnen het milieu, de economie, de technologie of de maatschappij als zodanig enorm worden beïnvloed en getransformeerd. Het doel is om deze complexiteit te begrijpen.

TOOL 1.1

VIJFHOEKIG PROBLEEM

WAT HET IS

Pentagonal Problem is een visueel hulpmiddel om teams te helpen het probleem vast te stellen, de verschillende onderdelen en details te identificeren en overeenstemming te bereiken over een gemeenschappelijke basis voor toekomstige acties.

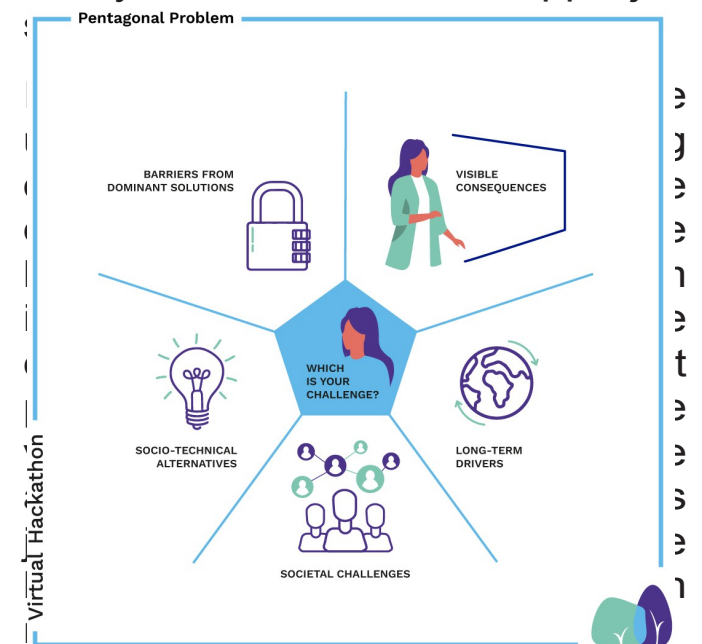
WANNEER GEBRUIKEN

Wanneer je te maken hebt met een complex probleem, met meerdere kanten, perspectieven en gradaties die het moeilijk maken om het in één zin of alinea te definiëren. Uitdagingen met betrekking tot klimaatverandering zijn een duidelijk voorbeeld van dit

soort problemen.

WAAROM HET NUTTIG IS

Systeeminnovatie houdt een compleet andere benadering in van de manier waarop we problemen definiëren en aanpakken. Problemen zijn niet langer eenvoudig of geïsoleerd. In plaats daarvan kunnen ze van invloed zijn op een groot aantal belanghebbenden met verschillende percepties en belangen, zijn ze sectoroverschrijdend, langetermijngebonden en onderling verbonden met het ecosysteem en maatschappelijke



HOE LANG

Het vijfhoekige probleem is een zeer eenvoudige techniek. De uitbreiding in een klaslokaal kan variëren van 1 tot 2 uur, en de voorbereiding is ook heel snel, je hoeft alleen maar het canvas uit te printen en markers en post-its klaar te leggen.

HET PROCES

STAP 1. Definieer jezelf en benoem je probleem. (10 min)

De vijfhoek gaat over jezelf (als individu of team). Houd er rekening mee dat hetzelfde probleem door verschillende actoren op verschillende manieren en in verschillende vormen wordt waargenomen, daarom is het essentieel om te beginnen met jezelf te definiëren. Probeer daarna het probleem in één zin of korte alinea te beschrijven. Probeer binnen de groep met elkaar te praten. Het doel hier is om het algemene probleem of de uitdaging waar je voor staat te beschrijven alsof je in gesprek bent met andere collega's. Vermijd alle informatie die niet nodig is om het "grote plaatje" van het probleem te begrijpen. Zodra je jezelf hebt beschreven en je

probleem hebt genoemd, is het tijd om het probleem te definiëren aan de hand van vijf verschillende "gezichten".

STAP 2. Zichtbare gevolgen (10-20 min)

In deze stap is het belangrijk om alle elementen op te schrijven die tijdens de interviews zijn beschreven of die tijdens de vorige benadering van het probleem naar voren zijn gekomen. Het is belangrijk dat de deelnemers zich bewust zijn van de werkelijke en zichtbare implicaties van het probleem. Gebruik post-it briefjes en schrijf alle ideeën op.

STAP 3. Drivers op lange termijn (10-20 min)

Nu is het tijd om te specificeren met welke klimaatveranderingsgerelateerde uitdagingen of andere langetermijnfactoren je probleem te maken heeft. Besteed aandacht aan de problemen met CO2-uitstoot, waterschaarste, biodiversiteit of wat dan ook. Als er veel deelnemers zijn, kun je clusters maken met de aantekeningen en de belangrijkste wolken van langetermijnfactoren identificeren.



STAP 4. Sociale uitdagingen (10-20 min)

Nu is het tijd om aan de samenleving te denken en hoe het wordt beïnvloed door het probleem.

Verergert het maatschappelijk gedrag het probleem of wordt het er beter door? Wat zijn de maatschappelijke uitdagingen die ten grondslag liggen aan je project? Wat is de belangrijkste verwachte of benodigde verandering? Wat zijn de zichtbare knelpunten? Zijn er specifieke groepen die in het bijzonder door het probleem worden getroffen of die er een belangrijk effect op hebben? Zijn er instellingen of organisaties die een belangrijke rol spelen? In welke richting gaat de regelgeving? Schrijf met post-its zoveel mogelijk ideeën op om een zo volledig mogelijk beeld te krijgen. Groepeer indien nodig de notities en identificeer de belangrijkste wolken van maatschappelijke uitdagingen.

vSTEP 5. Socio-technisch Alternatieven (10-20 min)

In deze stap is het belangrijk om alle mogelijke oplossingen te redden die je in de voorgaande weken hebt gevonden. Zoek naar oplossingen die al op andere locaties zijn geïmplementeerd of

naar ideeën die tijdens de interviews naar voren zijn gekomen. Dit is niet het moment om ze te evalueren of de echte toepassing in jouw landschap te zien. Schrijf gewoon zoveel mogelijk ideeën op

als mogelijk en ze clusteren in verschillende onderwerpen of type oplossingen.

STAP 6. Dominante oplossingen (10-20 min)

Als we nadenken over de status-quo van ons systeem, zijn er verschillende elementen die fungeren als dominante oplossingen die verandering en overgang naar duurzamere oplossingen voorkomen. Het identificeren van deze elementen helpt ons bij het plannen van toekomstige acties en toekomstige bondgenoten in onze voorstellen. Het is ook interessant om ze te definiëren om het hele systeem te begrijpen.

STAP 7 Nabespreking (10-20 min)

Als je de vijfhoekige beschrijving van je project hebt voltooid, bekijk dan de eerste probleemstelling en hoe die is verrijkt met de input uit heel verschillende bronnen. Denk je dat je een grondige beschrijving hebt gekregen van je uitdaging? Heb je een nieuw begrip van je probleem gekregen? Heb je het

gevoel dat je meer in je beschrijving hebt opgenomen dan nodig was? Zou het mogelijk en raadzaam zijn om iets weg te laten om het probleem beter uit te leggen? Of,

denk je dat je nog steeds iets weglaat?

Denk je dat jouw uitdaging een technisch probleem is, een sociaal probleem, een milieuprobleem... of een mengeling ervan? Lijkt een van de "gezichten" belangrijker dan de andere? Wat betreft de verscheidenheid aan input, vind je het belangrijk om verschillende perspectieven over de uitdaging te verzamelen?

Probeer nu de probleemstelling opnieuw te formuleren, rekening houdend met alle input die je hebt verkregen. Kun je tot een consensus komen voor de nieuwe definitie? Is het makkelijker of moeilijker om deze definitie uit te breiden? Denk je dat het mogelijk is om iedereen achter een nieuwe probleemstelling te krijgen?

PRAKTISCHE TIPS

- Probeer nonchalant te zijn bij het definiëren van het probleem, vermijd al te ingewikkelde zinnen.
- Hoe meer ideeën je verzamelt voor elke stap, hoe rijker de uiteindelijke visie op je probleem zal zijn.
- Als de tijd het toelaat, kun je na het invullen van elke cel proberen het centrale probleem te herformuleren, rekening houdend met de ideeën op de post-its. Zo krijg je een idee van hoe het probleem verandert naarmate er nieuwe input bijkomt en ervaar je hoe moeilijk het is om verschillende benaderingen en inputs te integreren.

TOOL 1.2

Empathie Kaart

WAT HET IS

De empathiekaart is een visueel hulpmiddel waarmee je een stakeholderprofiel kunt opbouwen door snel te bladeren door de informatiebronnen die je bij de hand hebt. De empathiekaart is bedoeld om in de huid van een stakeholder te kruipen en zo de uitdaging vanuit een ander perspectief te bekijken.

WANNEER GEBRUIKEN

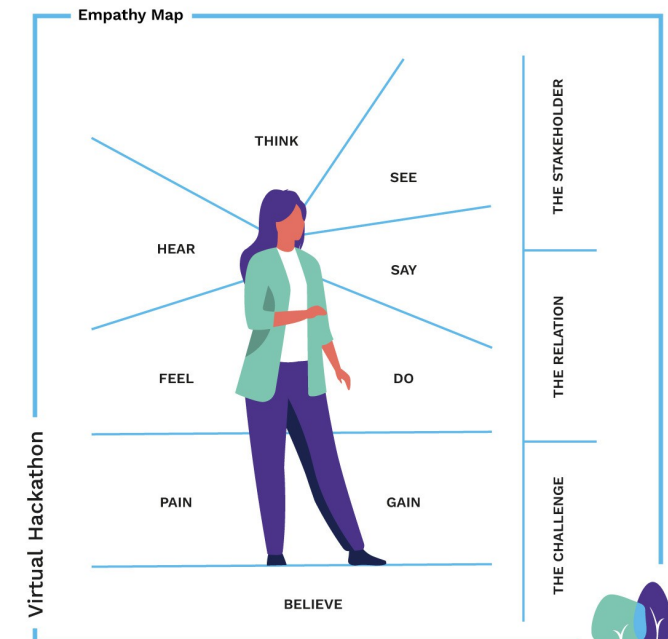
Wanneer je je potentiële stakeholders hebt geïdentificeerd en meer over hen wilt weten, maar niet de tijd of de middelen hebt om diepgaand marktonderzoek uit te voeren.

WAAROM HET NUTTIG IS

De belangrijkste waarde van deze tool is hoe snel je een duidelijk en vrij nauwkeurig profiel van een stakeholder kunt krijgen.

HOE LANG

20 min. elke belanghebbende.



HET PROCES

STAP 1. De scène zetten (10 min)

Schrijf de naam en een korte beschrijving op van de specifieke stakeholder die beschreven moet worden en zet deze rechtsboven op het canvas. Besteed vervolgens aandacht aan de uitdaging waaraan je werkt. Schrijf het probleem op een post-it en zet het rechtsonder op het canvas. Kijk ten slotte naar de stakeholder en hoe hij/zij zich verhoudt tot de uitdaging. Is zij een prospect, een klant, een gebruiker van jouw dienst/product? Wordt ze beïnvloed door je project? Of kan ze het proces van het ontwikkelen van een nieuwe oplossing beïnvloeden? Zo ja, op welke manier? Beschrijf deze relatie op een post-it en plaats deze tussen

de beschrijving van de stakeholder en de uitdaging. Deze drie notities vormen de context voor de rest van de tool.

STAP 2. Denken en reageren (10 min)

Vervolgens probeert de groep deze negen gebieden in te vullen door op sticky cards te antwoorden op de vragen die eraan gekoppeld zijn. In de volgende paragrafen vind je een lijst met vragen die je kunt gebruiken als richtlijn om je antwoorden te vinden.

Schrijf ze gewoon op en zet ze op het canvas.

DENKEN (hersenen)

"Waar geeft hij echt om?", "Wat is haar eindspel/ diepe overtuiging?", "Hoe denken ze over de uitdaging en de huidige marktoplossing?", "Hoe denken ze over hun angsten en hoop?".

ZIEN (ogen)

"Wat zien ze als ze in hun dagelijks leven voor het probleem/de uitdaging staan?", "Naar welke tv-programma's kijkt ze?", "Wat is de context/omgeving die ze om zich heen zien?", "Welke technologie/oplossingen biedt de markt?", "Hoe ziet een

typische dag er in hun wereld uit?"...

HEAR (oren)

"Wat zeggen hun vrienden/baas familieleden...?", "Welke beïnvloeders volgen ze en wat zeggen ze?", "Naar wie luistert hij echt?", (radio, forums, sociale media...), "Wat horen ze als andere mensen dezelfde technologie gebruiken of hetzelfde probleem hebben?", "Volgt ze de grote spelers?".

ZEG (mond)

"Wat zegt ze over de uitdaging in een gesprek?", "Heeft hij een inspirerend idee als hij over het probleem praat?", "Wat zeggen ze als ze de huidige technologie gebruiken?", "Welke meningen geven ze over innovatieve oplossingen?".

VOELEN (hart)

"Wat voelen ze bij het gebruik van de technologie, zowel privé als in het openbaar?", "Wat zijn zijn gevoelens ten aanzien van de spelers op de markt en in de maatschappij, gerelateerd aan de uitdaging?".

DO (armen/handen)

"Wat is hun houding in het openbaar als het gaat om interactie met de technologie of het probleem?", "Wat is haar gedrag bij het gebruik van de huidige oplossingen?", "Probeert hij iets te doen om de status quo te trotseren of aan te passen?"

PAIN (rug)

"Wat zijn de belemmeringen waar ze in hun dagelijks leven tegenaan lopen?", "Wat zijn hun pijnpunten bij het gebruik van de huidige oplossing?", "Wat zijn hun zorgen over nieuwe oplossingen en toekomstige veranderingen?"

GAIN (benen)

"Wat willen ze echt van de technologie?", "Wat zijn haar werkelijke behoeften?", "Hoe meten ze succes?". "Wat zijn zijn verwachtingen ten aanzien van het probleem in termen van oplossingen en algemene omgeving?"

BELIEVE (voeten)

"Wat geloven ze eigenlijk?", "Waar zijn hun gedachten in geworteld?", "Wat zijn hun impliciete en expliciete gedachten?"

veronderstellingen over de uitdaging? (technologie, hoe de maatschappij reageert...)"

Als je naar het voltooide canvas kijkt, denk dan een paar minuten na over het proces en het resultaat.

PRAKTISCHE TIPS

- Dit is een techniek die kan worden verrijkt met andere technieken zoals stakeholderinterviews, shadowing, marktanalyse, enz.
- Probeer er bij het zoeken naar informatie achter te komen wat andere belanghebbenden denken over het onderwerp waar je mee bezig bent. Het kan je mening en antwoorden veranderen.
- Als er op sommige gebieden tegengestelde antwoorden zijn, houd ze dan op het canvas, houd rekening met de menselijke complexiteit en het feit dat soms beide antwoorden onder specifieke omstandigheden juist kunnen zijn.

02

Inlijsten



02

FRAMING

Het uiteindelijke doel van de framingfase is het definiëren van de uitdaging die door het innovatieteam moet worden aangepakt. De uitdaging komt voort uit het systeem, het zijn de belanghebbenden die uiteindelijk bepalen wat de uitdaging is die moet worden aangepakt. Bovendien wordt die uitdaging niet gedefinieerd in termen van iets dat moet worden opgelost, maar als een richting van verandering of een



ysteem, een systeem dat moet worden getransformeerd door middel van innovatieve interventies.

Onderdeel van de framing-fase is ook het bepalen van de grenzen van de uitdaging die moet worden gedefinieerd. Als de algemene uitdaging die moet worden aangegaan bijvoorbeeld de klimaatverandering is, dan is deze op zichzelf al grenzeloos. De overvloed aan onderlinge verbanden met sociale, economische, milieu- of technologische elementen maakt het nauwelijks mogelijk om het in zijn geheel aan te pakken. In plaats daarvan moeten de grenzen voor een specifiek innovatieproces worden bepaald, zodat de uitdaging gemakkelijker kan worden aangepakt. Deze grenzen kunnen geografisch of thematisch zijn (droogte, mobiliteit, huisvesting...) of van een andere aard die de teams helpt om de uitdaging in te kaderen.

TOOL 2.1

FOCUS OP INNOVATIE

WAT HET IS

De innovatiefocus is een meer gedetailleerde definitie van de uitdaging die het team tijdens de hackathon wil aangaan. Deze wordt gekoppeld aan de contextanalyse die het team in de vorige stap van het proces heeft uitgevoerd.

WANNEER GEBRUIKEN

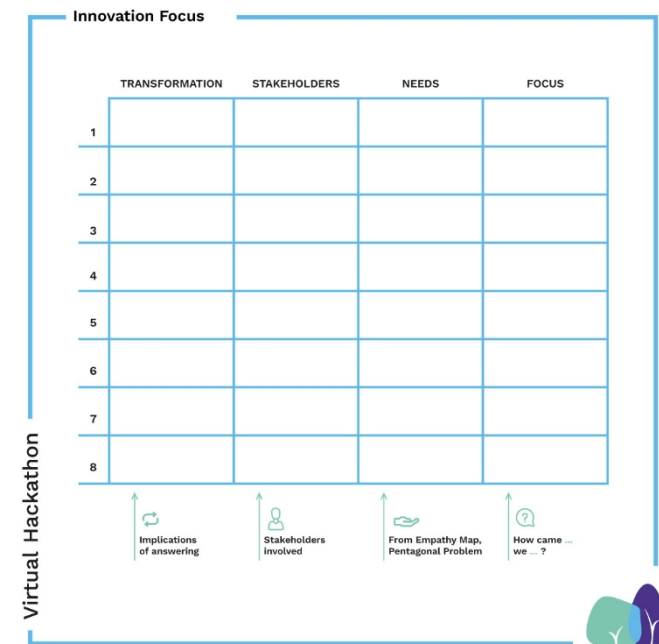
Als je de uitdaging verder wilt uitdiepen en begrijpen om het ideevormingsproces vanuit een concreter oogpunt te benaderen, vergemakkelijkt deze tool de volgende stappen.

WAAROM HET NUTTIG IS

Deze tool zal ons helpen, want hoe duidelijker we zijn over de uitdaging en de gebieden waarop we impact willen hebben, hoe gemakkelijker het zal zijn om het ideatieproces uit te voeren.

HOE LANG

30 minuten.



HET PROCES

Schrijf minstens 8 focuspunten op door telkens 4 kenmerken te definiëren:

STAP 1. Transformatie

Denk na over de transformatie die het beantwoorden van deze vraag in het systeem teweeg kan brengen.

STAP 2. Belanghebbenden

wie is betrokken bij deze innovatie?

STAP 3. Behoeften

Denk na over de behoeften die het systeem (vijfhoekig probleem) of de belanghebbenden (empathiekaart) hebben.

STAP 4. Herdefiniëren van de uitdaging

Stel de focus van de innovatie door een vraag die begint met "Hoe komt het dat ... we....? We kunnen verschillende focussen hebben voor één behoefte.

PRAKTISCHE TIPS

- Het is niet nodig om alle gaten.

TOOL 2.2

DRIE I

WAT HET IS

Het is een stemprocedure om te helpen beslissen welk element van een lijst interessanter zou kunnen zijn om verder uit te werken.

WANNEER GEBRUIKEN

Deze tool moet worden gebruikt wanneer er behoefte is om de uitdaging te focussen en de ideefase te focussen.

HOE LANG

5 minuten

WAAROM HET NUTTIG IS

Dit instrument zal nuttig zijn om de dynamiek van teamwerk te bevorderen, omdat het ons zal helpen om meningen op één lijn te krijgen en een gemeenschappelijke gedragslijn te bepalen.


Innovation Focus

	TRANSFORMATION	STAKEHOLDERS	NEEDS	FOCUS
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				

Virtual Hackathon


 Implications
of answering


 Stakeholders
Involved


 From Empathy Map,
Pentagonal Problem


 How came ...
we ... ?



HET PROCES

Elk individu van het team heeft drie stemmen voor elk van deze categorieën. Ze kan beslissen om drie punten te geven voor één element of om haar stemmen te verdelen.

STAP 1 (in blauw): BELANG

Elke persoon beslist zelf welke focus voor haar belangrijker is. -

PRAKTISCHE TIPS

STAP 2 (in rood): INVLOED

Iedereen stemt op de focus waarvan hij denkt dat hij meer invloed heeft om dingen te veranderen.

STAP 3 (in groen): INNOVATIE

Elke persoon stemt voor de focus die volgens haar innovatiever zou kunnen zijn.

Aan het einde van de stemming beslist de groep kwalitatief en/of kwantitatief welke innovatiefocus ze willen selecteren om het proces voort te zetten.

03

Idee



03

IDEE

De ideation-activiteit is net als elke andere brainstormactiviteit, projectteams stimuleren en benutten de creativiteit van individuen om die om te zetten in collectieve intelligentie, effectiever dan de som van de delen. Ideatie gaat over het vrijmaken en oogsten van individuele creativiteit en het omzetten ervan in collectieve intelligentie. De ideation-fase omvat de fasen van het genereren, evalueren en verbeteren van ideeën, en omvat ook het koesteren van gezonde

creatieve wrijving, het kunnen integreren van verschillende perspectieven.

TOOL 3.1

HERSEN-STORMEN

WAT HET IS

Brainstormen is een creativiteitstechniek voor groepen die gebruikt wordt om een oplossing te vinden voor een specifiek probleem. Dit wordt bereikt door op een vloeiende manier nieuwe ideeën van teamleden te verzamelen en vast te leggen.

Deze activiteit helpt om de creativiteit van individuen te stimuleren en te bundelen tot collectieve intelligentie, die effectiever is dan de som der delen.

WANNEER GEBRUIKEN

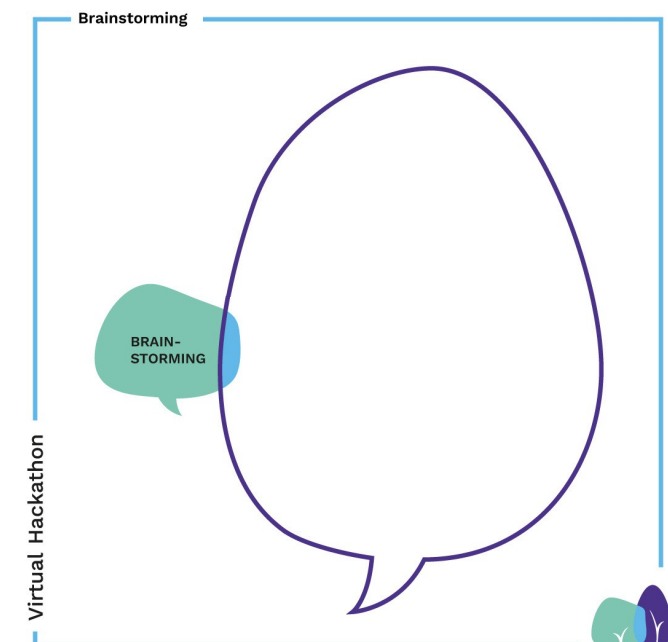
Dit hulpmiddel moet worden gebruikt zodra we een duidelijke focus en begrip hebben van de uitdaging waar we voor staan. Daarnaast is het belangrijk om ervoor te zorgen dat we het team laten werken in een omgeving die creativiteit stimuleert.

WAAROM HET NUTTIG IS

Brainstormen stelt mensen in staat om vrijer te denken, zonder angst voor een oordeel. Het moedigt open en continue samenwerking aan om problemen op te lossen en innovatieve ideeën te genereren en helpt teams om snel een schat aan ideeën te genereren, die kunnen worden verfijnd en samengevoegd om de ideale oplossing te creëren.

HOE LANG

2 uur.



HET PROCES

De brainstormactiviteit bestaat uit twee stappen: Divergeren en Convergeren en ze kunnen meerdere keren worden herhaald in een lusproces.

STAP 1: Afwijken: Brainstormen (30-45 min)

In dit deel van het proces moet het team alle ideeën opschrijven die ze kunnen bedenken om de innovatiefocus aan te pakken. Je moet deze vier regels volgen:

- Veroordeel geen enkel idee
- Het gaat om kwantiteit, niet om kwaliteit. Schrijf zoveel ideeën op als je hebt
- Wees creatief, gekke ideeën zijn welkom.
- Lees de ideeën van anderen en bouw erop voort.

STAP 2: Convergeren: De ideeën organiseren (60-90 min)

In dit deel organiseert het team de ideeën aan de hand van een matrix met twee assen (transformatief en haalbaarheid). Je moet deze regels volgen:

- De ideeën verbeteren
- Wees bevestigend
- Denk aan nieuwigheid
- Denk na over je

PRAKTISCHE TIPS

-

TOOL 3.2

ANALYSE

WAT HET IS

Het is een visueel hulpmiddel dat ons helpt bij het filteren en kiezen van de ideeën die we tijdens het brainstormen hebben opgedaan en die we willen ontwikkelen. Door twee matrices te gebruiken (haalbaarheid en transformatief) zullen we de potentiële impact van onze ideeën ontdekken en het zal ons helpen om het idee te kiezen dat het beste bij deze vereisten past.

WANNEER GEBRUIKEN

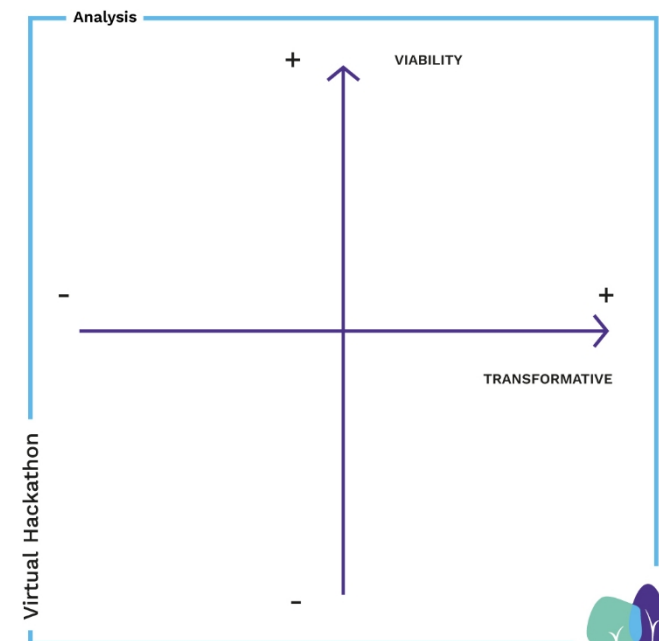
Na het creatieve brainstormproces en vóór de ontwikkeling van de oplossing.

WAAROM HET NUTTIG IS

Omdat het de besluitvorming zal vergemakkelijken. Door de ideeën op verschillende schalen te plaatsen volgens hun haalbaarheid en transformatievermogen, zullen we het niveau van beide variabelen die onze ideeën hebben kunnen detecteren en het idee kunnen kiezen dat de meeste impact kan genereren.

HOE LANG

1 uur.



HET PROCES

STAP 1: ANALYSE (25 min)

Maak een eerste analyse van de ideeën die uit de brainstorm zijn gekomen en groepeer de ideeën die hetzelfde zijn of erg op elkaar lijken tot hetzelfde idee.

PRAKTISCHE TIPS

-

STAP 2: DE IDEEËN PLAATSEN (25 min)

Plaats met behulp van de tool de ideeën die uit het ideevormingsproces naar voren zijn gekomen in de twee variabelen: Levensvatbaarheid en transformatief.

STAP 3: BESLUIT (10 min)

Beslis als groep en rekening houdend met de resultaten van de matrix welke ideeën jullie willen uitwerken.

04

Oplossing



04

OPLOSSING

Als we eenmaal een idee hebben gekozen, is het belangrijk om ervoor te zorgen dat onze oplossing waarde creëert voor het systeem. Het begrijpen van waarde, voordelen, kosten, gebruikers of begunstigen als iets dat het chrematistisch perspectief overstijgt, maakt ook deel uit van deze denkwijze.

In dit gebied werken we aan de ontwikkeling van het idee en leren

we hoe we het moeten
communiceren.

TOOL 4.1

WAARDEPROPOSITIE

WAT HET IS

Het is een activiteit die ons helpt om de meest relevante factoren van de oplossing te organiseren die we uit het brainstormproces hebben gehaald om ons idee te presenteren.

Hierin richten we ons op het goed definiëren van het idee om het begrijpelijk te maken, op de waarde die we creëren, de behoeften die we oplossen en de transformatiekracht die de oplossing kan genereren.

WANNEER GEBRUIKEN

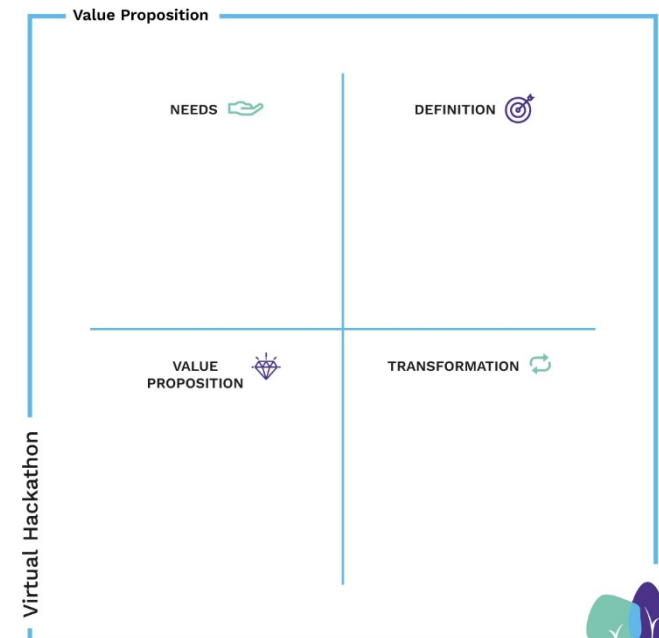
Dit hulpmiddel moet worden gebruikt zodra we een idee hebben gekozen, na het ideevormingsproces.

WAAROM HET NUTTIG IS

De ontwikkeling van dit instrument zal ons helpen om de sterke punten van ons voorstel te ontdekken en deze later te kunnen communiceren.

HOE LANG

1 uur.



HET PROCES

Het team presenteert de oplossing door vijf kenmerken van het voorstel te definiëren en uit te leggen.

STAP 1: NODIG (15 min)

Het team moet uitleggen welke behoefte de oplossing kan oplossen.

PRAKTISCHE TIPS

-

STAP 2: DEFINITIE (15 min)

De definitie van de oplossing moet duidelijk en kort zijn. Het moet in 1-2 minuten gelezen kunnen worden.

STAP 3: WAARDEPROPOSITIE (15 min)

Het team moet uitleggen waarom het voorstel het systeem kan helpen en wat de toegevoegde waarde is.

STAP 4: TRANSFORMATIE (15 min)

Het team moet uitleggen welke transformatie de oplossing kan teweegbrengen in het systeem met betrekking tot de SDG's en Just Transitions.

