

# FOLLOW YOUR M!ND

MENTAL DETOXING FOR CREATIVES

---

## NIEUWSBRIEF

---

### Goed nieuws: oververhitting stopt.

In de Volkskrant van vorige week meldt een projectontwikkelaar: 'Door de kredietcrisis zijn we niet langer bezig met fata morgana's maar gaan we bestaande gebouwen die in ons bezit zijn heel goed verzorgen. **We gaan ook goed zorgen** voor de huurders en mooi herontwikkelen waar dat nodig is.'

In een ander artikel verkondigt iemand dat de belangstelling voor nieuwe kunstenaars aan zal trekken. 'Gevestigde kunstenaars zijn te duur geworden. Jong en hip veranderde veel te snel in goud'.

Wat een geluk dat deze oververhitting aan het stoppen is. **Het gaat weer om de essentie**. Kwaliteit, inhoudelijkheid, integriteit en een reële prijsvoering krijgen weer een kans. Zou CHANGE echt mogelijk zijn?

### NIEUW: Effectiviteitsscan

Er komt binnenkort een prachtig instrument op de markt om kwaliteit en effectiviteit op organisatieniveau, teamniveau en individueel niveau te verbeteren. Op zeven essentiële gebieden (waaronder **communicatie / creativiteit**) wordt in een nul-meting vastgesteld waar reeds efficiënt en adequaat gewerkt wordt en wat verbeterpunten zijn. Vervolgens kunnen werkafspraken gemaakt worden om met onmiddellijke ingang CHANGE te bewerkstelligen. Na enkele maanden kan een tussenmeting plaatsvinden om **progressie in kaart te brengen**. Effectiever en tastbaarder kan het niet.

In mijn nieuwsbrief hoop ik binnenkort te kunnen melden wanneer ik met deze scan ga werken.

### Artikel van deze maand

Mijn artikel hieronder beschrijft wat er gebeurt wanneer **verschillende specialisten** met elkaar moeten samenwerken. Vaak gebeurt dit inefficiënt en gaat talent verloren omdat men elkaar niet begrijpt en elkaars taal niet spreekt.

### INHOUD:

- Oververhitting
- Effectiviteitsscan
- Artikel: Geef de creatieve witte raaf de ruimte
- Teambuilding
- Afmelden

Mijn op maat gemaakte teambuildingsprogramma's spelen hier op in en slaan bruggen tussen de partijen waardoor zij tot **betere samenwerking** komen. Hierdoor lopen projecten beter en worden doelstellingen behaald.

#### **Artikel:**

#### **Geef de creatieve witte raaf de ruimte.**

**Ondanks de noodzaak** van veel bedrijven om innovatiever te worden, zijn ze in feite zo georganiseerd dat ze hun eigen vernieuwing en inventiviteit in de weg zitten. Een belangrijke oorzaak is dat organisaties het inzicht missen in het **ontsluiten van creativiteit** en niet weten hoe zij de diverse specialisten kunnen laten samenwerken.

#### **Creativiteit in 4 fasen**

Het innovatieproces kent in essentie vier stappen.

**De eerste stap** is cruciaal. Hierin wordt het idee gevormd. Zonder baanbrekend, onorthodox of bruisend idee is er geen innovatie mogelijk. Dit is de fase van de brainstorm, de verkenning.

**De tweede stap** is de droom laten landen. Dat is het moment waarop analisten, technici en financieel specialisten erbij komen om de haalbaarheid vast te stellen.

**In de derde fase** moet het idee daadwerkelijk van de grond komen. Dit vraagt om doeners met een zakelijke inslag.

**Aan het eind van het proces** moet het idee concreet worden gemaakt in de vorm van een product of dienst en onderscheidend in de markt worden gezet.

**Elke fase vereist een combinatie** van verschillende vaardigheden. Het is belangrijk daarmee rekening te houden en teams samen te stellen **op basis van competenties** en persoonlijkheid. En niet op basis van beschikbaarheid, zoals vaak gebeurt. Die kennis is er wel, bijvoorbeeld bij HR-adviseurs en coaches maar wordt vaak in het innovatietraject niet of niet voldoende benut.

#### **Creativiteit ontsluiten**

In de eerste fase zie je het al vaak misgaan. Bedrijven beseffen wel dat creativiteit -en dus de creatievelingen- een **prominente plaats** moet hebben in het ontwikkelingsproces maar doen dat in de praktijk te weinig. Zij weten onvoldoende wat een creatief nodig heeft: voor zichzelf en in de samenwerking met anderen. Ook de creatieven zelf zijn zich daarvan doorgaans onvoldoende bewust.

#### **Lastige creatievelingen?**

Wanneer de creatieven in een innovatieteam samenwerken met anderen zoals IT, marketing of financiën, is het van belang dat de **verschillen in persoonlijkheid** worden erkend en overbrugd.

**Creatieven zijn vaak typische 'beelddenkers'**, mensen bij wie de rechter hersenhelft dominant is. Bij andere specialisten in een innovatieteam kan de linker hersenhelft dominant zijn: zij denken 'logisch', stap voor stap en in processen. Taal is hun belangrijkste gereedschap. Creativiteit vinden zij ongrijpbaar, chaotisch, moeilijk mee om te gaan en lastig te managen.

Creatieven zijn bij de uitwerking van hun ideeën meestal afhankelijk van deze 'linksbreinigen'. **Zij zitten vaak niet aan het roer** of in het management, waardoor hun bijdrage door hun 'rechtsbreinigheid' onvoldoende wordt benut.

**Ieder in het innovatieteam** heeft echter een **specifieke nuttige bijdrage**. Alleen wanneer de verschillende specialismen bij elkaar komen kan echte innovatie ontstaan. Voor de organisatie -of de leider van het innovatieteam- is het daarom van belang om zowel links- als rechtsbreinigen de ruimte te geven, ervoor te zorgen dat zij elkaar respecteren en dat **ieders bijdrage is vertegenwoordigd**. De crux is daarbij om te zoeken naar wat ieder met elkaar verbindt: het ontwikkelen van een nieuw product of anderszins bijdragen aan het doel van het bedrijf.

### **Soft?**

Ik zie als coach vaak dat bij innovatie de nadruk ligt op de analyse, het proces, het budget, het resultaat en de winst. Het goed benutten van het **menselijk kapitaal** wordt daarentegen als soft ervaren. Goede coaching van het innovatieteam blijft daardoor meestal achterwege. En dat is jammer. Het is mijn stellige overtuiging en ervaring dat de sleutel voor innovatie ligt in het goed mengen van verschillende **persoonlijke kwaliteiten** met ruimte voor de creatieveling.

\* Bron: Artikel 'Ondersteun de creatieveling' in Financieel Dagblad.  
© 2009 Mariëlle Hendriks

### **Teambuilding**

**Wil je meer weten over mijn teambuildingsprogramma's** waarin kwaliteit en inhoudelijkheid centraal staan en een reële prijsvoering wordt gehanteerd zodat mensen beter kunnen samenwerken en projecten succesvoller verlopen? Bel 06-23265886 of [mail](mailto:info@followyourmind.nl) voor meer informatie.

Hartelijke groeten,  
Mariëlle Hendriks

[www.FollowYourMind.nl](http://www.FollowYourMind.nl)