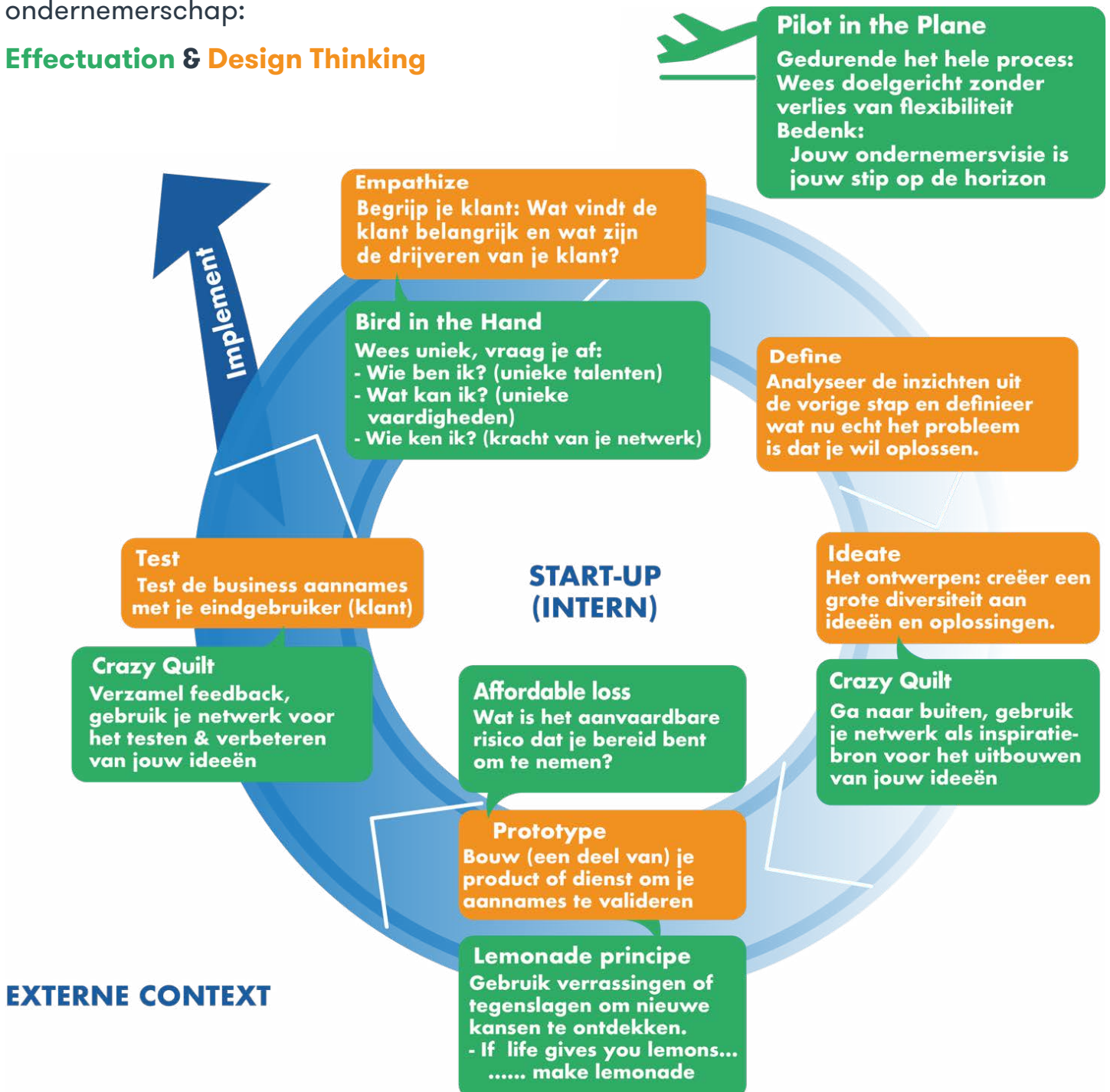


Effectual Design Thinking

Een unieke combinatie van succesfactoren van 2 belangrijke principes van innovatief ondernemerschap:

Effectuation & Design Thinking



DE 'TOOL' EFFECTUAL DESIGN THINKING – WAT IS HET?

Effectual Design Thinking is een unieke, zeer recent ontwikkelde methodiek om als ondernemer innovatieve, dus daarmee competitieve, businessmodellen te ontwerpen en te implementeren. Het **Effectuation model** is op dit moment een van meest opkomende en actuele modellen als het om innovatieve ondernemerskwaliteiten en vaardigheden gaat. **Design Thinking** is een niet-lineair, iteratief proces dat teams gebruiken om (toekomstige) klanten te begrijpen, veronderstellingen in twijfel te trekken, problemen te herdefiniëren en innovatieve oplossingen te creëren om te prototypen en te testen. Design Thinking is uiterst bruikbaar om problemen aan te pakken die slecht gedefinieerd of onbekend zijn, zoals het ontwerpen en implementeren van innovatieve businessmodellen.

FASE 1 ONDERNEMERSKWALITEIT 1: DE TOEKOMSTGERICHTE ONDERNEMERSVISIE het 'Bird in the Hand' principe (Effectuation & Empathize (Design thinking))



Uitleg van het 'Bird in the hand' principe:

Alle effectieve acties van innovatief ondernemerschap zijn op een krachtige ondernemersvisie gebaseerd. Zoals eerder gezegd, succesvol ondernemerschap vereist een creativiteit bij het herkennen van kansen, het pakken van de kansen door ze in mooie innovatieve producten/ diensten te vertalen.

Samengevat zou je kunnen stellen, dat innovatief ondernemerschap als ondernemer vereist dat je steeds afvraagt:

- *Wat zijn mijn eigen/ onze unieke talenten? Welke zijn commercieel in te zetten?*
- *Wat zijn mijn eigen/ onze unieke capaciteiten, wat kan ik heel goed?*
- *Welke unieke of bijzondere kennis heb ik/ hebben wij om bijzondere producten of diensten te ontwikkelen?*
- *Welke mensen ken ik, kennen wij, en hoe kan ik de kracht van mijn netwerk gebruiken om bijzondere producten of diensten te ontwikkelen?*

Wacht dus niet tot het geniale miljardenidee je in de schoot valt, maar leer eerst te roeien met de riemen die je hebt. Dus gebruik unieke talenten, unieke vaardigheden of unieke kennis die tot je beschikking zijn. Gebruik die dingen die je onder controle hebt. Start met wie je bent, wat je weet en wie je kent. Concentreer je nooit slechts op 1 specifiek ondernemers idee, of 1 product of dienst. Het grote nadeel hiervan is, als men zich slechts op een product of dienst concentreert, dat deze strategie weinig flexibiliteit biedt als deze ene strategie niet aan blijkt te slaan. Baseer dit scenario of deze strategie op jouw unieke talenten, of unieke capaciteiten. Tracht te analyseren: *met welke (combinatie van) nieuwe producten of diensten kan je welke doelen bereiken!*

Combineer de ideeën die je via het **Bird in the Hand principe** ontwikkeld hebt met het: **"empathize" principe (Design Thinking): empathisch begrip ontwikkelen voor het probleem**

dat je probeert op te lossen. Empathie is cruciaal voor een mensgericht ontwerpproces zoals design thinking, omdat het je in staat stelt je eigen veronderstellingen over de wereld opzij te zetten en echt inzicht te krijgen in gebruikers en hun behoeften. Analyseer: *Wat is de toegevoegde waarde van mijn business concept, vanuit het perspectief van de klant? Wat heeft mijn klant echt nodig?*

FASE 2 DEFINE (DESIGN THINKING): definieer de behoeften en problemen van uw gebruikers

Fase 2 is erop gericht om de informatie te bundelen die tijdens de empathie-fase is verzameld. Analyseer jouw observaties en stelt ze samen om de kernproblemen te definiëren die jij en je team hebben geïdentificeerd. Deze definities worden probleemverklaringen genoemd. Zo een definitie is jouw ondernemersvisie: jouw stip op de horizon! Jouw ondernemersvisie definieert jouw innovatieve businessconcept, en de nauwkeurige "fit" of "match" van de eigenschappen van jouw product/dienst met de klant behoeftes.

FASE 3 IDEATE (DESIGN THINKING) & CRAZY QUILT (EFFECTUATION- NETWERKEN): ideeën creëren & veronderstellingen in twijfel trekken, naar buiten gaan, inspirerend netwerken

Nu ben je klaar om ideeën te genereren. De solide achtergrond van kennis uit de eerste twee fasen betekent dat je nu kunt beginnen "buiten de kaders te denken", te zoeken naar alternatieve manieren om het probleem te bekijken en innovatieve oplossingen te identificeren voor de probleemstelling die je hebt gemaakt. Brainstormen is hier bijzonder nuttig.

Ideate
Het ontwerpen: creëer een grote diversiteit aan ideeën en oplossingen.

Crazy Quilt
Ga naar buiten, gebruik je netwerk als inspiratiebron voor het uitbouwen van jouw ideeën



ONDERNEMERSKWALITEIT 2: het 'Crazy quilt' principe, de ondernemer als netwerker

2. Het **'Crazy quilt'** principe: *gebruik jouw netwerk als inspiratiebron!* Ga na wat anderen vinden, zoek actief naar feedback en informatie bij belangrijke klanten of andere ondernemers. Ga na wat hun mening is over jouw businessplan of jouw ondernemingsstrategie. Tracht heel gericht feedback te verzamelen over jouw business idee en integreer vervolgens de feedback in jouw eigen businessstrategie. Gebruik de informatie door te experimenteren met een liefst zo groot mogelijke hoeveelheid ideeën. Doe dit, om na te gaan welke mogelijke doelen je kan bereiken met de middelen die tot jouw beschikking staan. Experimenteer dan ook weer met deze nieuwe ideeën.

Doe dit zo lang totdat je het idee hebt dat je echt iets bijzonders of unieks hebt ontwikkeld. Van groot belang is dus om je zakelijke ideeën te her-ontwikkelen, in het Engels: **redesign!** Heel belangrijk daarbij is dat je gebruik maakt van de informatie en feedback om steeds je ideeën verder te ontwikkelen.

Strategische allianties

Als je mogelijkheden ziet, ga slimme, strategische allianties aan met andere ondernemers, waarbij een specifieke synergie ontstaat.

FASE 4: PROTOTYPE (DESIGN THINKING): BEGIN MET HET CREËREN VAN OPLOSSINGEN.

Affordable loss

Wat is het aanvaardbare risico dat je bereid bent om te nemen?

Prototype

Bouw (een deel van) je product of dienst om je aannames te valideren

Lemonade principe

Gebruik verrassingen of tegenslagen om nieuwe kansen te ontdekken.
- If life gives you lemons...
..... make lemonade

Dit is een experimentele fase. Het doel is om de best mogelijke oplossing te vinden voor elk gevonden probleem. Jij of je team moet een aantal goedkope, verkleinde versies van het product (of specifieke functies in het product) maken om de ideeën die je hebt gegenereerd te onderzoeken. Dit kan gewoon een papieren prototype zijn. Of, als je diensten aanbiedt,

voer dit uit en analyseer hoe goed jouw dienst aanslaat.

Combineer het bouwen van je prototype (Prototype - Design Thinking) steeds met de volgende 2 Effectuation principes:

I. Het **'Affordable loss'** principe (ondernemerskwaliteit 3)

II. Het **'Lemonade'** principe (ondernemerskwaliteit 4)

Het **'Affordable loss'** principe: Hoeveel van de beschikbare middelen bent je eigenlijk bereid in te zetten om te bereiken wat je wilt. Kun je, en vooral wil je zoveel risico lopen, kun jij je dat wel veroorloven? Wat is deze ondernemende activiteit me echt waard? Door jezelf deze vragen te stellen, verschuif je het ondernemersperspectief van 'investeren' naar 'resultaat'.



II. Ondernemerskwaliteit 4, het **'Lemonade'** principe: **ondernemend omgaan met tegenslagen**

Het **'Lemonade'** principe, sta juist open voor verrassingen en benut ze in je voordeel. Zie ze dus als een nuttige toevoeging en niet als te mijden hindernissen. Onderzoek heeft aangetoond dat ondernemers die heel bewust frustraties en blokkades van hun ondernemersplannen analyseren, succesvoller zijn.

FASE 5: TEST-TEST JE OPLOSSINGEN

Succesvolle ondernemers testen hun prototypes, gebaseerd op hun ontwikkelde businessmodellen, rigoureus. Hoewel dit de laatste fase is, is design thinking iteratief: Teams gebruiken de resultaten vaak om een of meer verdere problemen te herdefiniëren. U kunt dus terugkeren naar vorige fasen om verdere iteraties, wijzigingen en verfijningen aan te brengen - om alternatieve oplossingen te vinden of uit te sluiten. Gebruik weer de Crazy

Crazy Quilt

Verzamel feedback, gebruik je netwerk voor het testen & verbeteren van jouw ideeën

Test

Test de business aannames met je eindgebruiker (klant)

Quilt principes, als je gaat testen. Zoek gericht feedback, benader belangrijke personen uit je sociale netwerk. Evalueer gericht wat zij van jouw nieuw ontwikkelde product/dienst vinden. Zijn zij verrast door de kwaliteit van jouw product? Is jouw businessmodel, of business concept innovatief, of zelfs disruptief. Sluit het aan bij een specifieke klant behoeftes? Als al deze feedback tafel twijfels oproept, start opnieuw bij fase 1.

Tot slot, voor alle 5 fasen geldt:



ondernemerskwaliteit 5, het 'Pilot in the plane' principe, een visie omzetten in actie: jouw ondernemersvisie is jouw inspirerende stip op de horizon, maar met behoud van flexibiliteit!

Dus: creëer als ook co-creëer met je professionele netwerk, met je strategische partners unieke en bijzondere producten, diensten of winkelformules, die dicht bij jouw eigen unieke talenten liggen. Bedenk een grote hoeveelheid middelen om een diversiteit aan ondernemersdoelen te verwezenlijken. Gebruik je netwerk als inspiratiebron, als bron van feedback voor jouw ideeën. Sluit strategische allianties! En creëer unieke producten, diensten of winkelformules door middelen toe te passen, zoals jouw unieke talenten, die jij onder controle hebt! Hou daarbij goed de behoeftes van jouw klanten in de gaten, maar vooral: probeer ze te verrassen!

Veel succes!

Auteurs:

Rainer Hensel

r.hensel@hhs.nl