

# IDEATION WORKSHOP

کارگاه ایده‌پردازی

• [Webgostaran.com](http://Webgostaran.com)

# مباحث

## مفهوم ایده و ایده پردازی

- ایده چیست؟

- ایده پردازی چیست؟

- مفهوم کارگاه ایده پردازی چیست؟

- دلایل اهمیت کارگاه ایده پردازی

- محبوب ترین تکنیک های ایده پردازی

- تکنیک ۶ کلاه خلاقیت

## کارگاه و تکنیک های ایده پردازی

# مقدمه

در این تحقیق در ارتباط با کارگاه ایده پردازی و تکنیک ها و مفاهیم اصلی این موضوع پرداخته شده است.

هر جا که مسأله‌ای باشد، ایده هم هست و از ادبیات و هنر و پزشکی گرفته تا مهندسی و سیاست از آن استفاده می‌شود و برای همین، پیدا کردن تعریفی درست از ایده که مورد پذیرش همه باشد آسان نیست، اما در ادامه در ارتباط با مفهوم

- طوفان فکری
- ایده
- کارگاه ایده پردازی
- ویژگی های کارگاه ایده پردازی
- دلیل اهمیت ایده پردازی
- ویژگی های اصلی یک ایده درست صحبت خواهیم کرد.



# ایده چیست؟

- به مجموعه‌ای از تراوشات ذهنی گفته می‌شود که راهکاری برای حل مسأله باشند.
- به مجموعه‌ای از تراوشات ذهنی گفته می‌شود که راهکاری برای تغییر ساختارهای موجود باشند.
- ایده یک تجسم یا تصور ذهنی برای دستیابی به هدف (اهداف) مشخص است.

## تعریف ایده کسب و کار چیست؟

- ایده‌ی کسب و کار به مجموعه از تراوشات ذهنی گفته می‌شود که برای کسب درآمد از یک فعالیت منظم برای ارائه‌ی خدمات یا محصولات هستند.
- معمولاً ایده‌های کسب و کار در مورد محصولات و خدمات هستند اما گاهی هم از روش‌های ارتباط با مشتری، تبلیغات، نحوه‌ی جذب سرمایه و ... شروع می‌شوند

## چرا ایده پردازی مهم است؟

- ❖ ایده‌ها به نوآوری دامن می‌زنند
- ❖ به بهبود محصولات یا خدمات کمک می‌کنند
- ❖ می‌توانند کسب‌وکار جدید را هدایت کنند
- ❖ به شما کمک کنند تا به جلو بروید.

ایده پردازی برای حل طیف وسیع‌تری از مشکلات و کشف فرصت‌ها مفید است. باید به ایده پردازی به عنوان چیزی فراتر از یک «جعبه پیشنهاد» نگاه کنیم و آن را در یک برنامه سازمانی ادغام کنیم.

## ایده‌پردازی چیست؟

ما با توضیح اصطلاح ایده‌پردازی شروع می‌کنیم، زیرا به اشتباه عباراتی مانند طوفان فکری و ایده‌پردازی استفاده می‌شود. اگرچه دور از واقعیت نیست، اما اینها صرفاً بخش‌هایی از یک فرآیند جامع‌تر هستند، که ایده‌پردازی نامیده می‌شود.

ایده پردازی فرآیند خلاقانه تولید، توسعه و انتقال ایده است.

توجه به این نکته مهم است که این ایده‌ها نباید کاملاً جدید باشند. شما می‌توانید

- ✓ برای حل مشکلات خاص ایده‌پردازی کنید،
- ✓ به دنبال راه‌های جدیدی برای اجرای یک راه حل باشید
- ✓ حتی بازخورد جمع‌آوری کنید و ایده‌ها را ارزیابی کنید.

## مفهوم کارگاه ایده پردازی چیست؟

کارگاه ایده پردازی فضای امنی است که هدف اصلی آن ایجاد جرقه نوآوری و ایجاد حس خلاقیت است. در اصل شما یک تیم را فراهم می آورید تا آشکارا بدون هیچ قضاوتی در مورد ایده های موجود در مورد موضوع مشخص بحث و تبادل نظر کنند.

ینی تمام ایده هایی که به ذهن می رسد نوشته می شود و در مورد هر کدام بحث می گردد تا به یک جمع بندی درست و برنامه ای کامل در انتها برسد.

ایده پردازی فقط یکبار تولید ایده یا یک جلسه طوفان فکری نیست. در واقع می توان ایده پردازی را در این سه مرحله تقسیم کرد: تولید، انتخاب و توسعه.

برای به دست آوردن بهترین نتایج، شرکت کنندگان در کارگاه باید احساس کنند که جلسه مکانی امن است که می توانند آزادانه افکار خود را بدون ترس از ایجاد ایده های منفی به اشتراک بگذارند و در مورد آنها صحبت کنند.

## تعریف طوفان فکری چیست ؟

اولین بار در سال ۱۹۳۹ آقای الکس اوسبورن (Alex Osborn) ، به‌عنوان یک فعال حوزه‌ی تبلیغات، برای پیدا کردن ایده‌های خلاقانه روشی به نام طوفان فکری را معرفی کرد که به‌صورت گروهی انجام می‌شد، چون اعتقاد داشت که ایده‌پردازی گروهی نتایج بهتری نسبت به تلاش‌های انفرادی دارد.

در کتاب Applied Imagination روشی را پیشنهاد کرد که امروزه با نام طوفان فکری کلاسیک شناخته می‌شود و بر اساس آن جلسه‌ای تشکیل می‌شود و اعضای آن با رعایت چند قانون به طرح ایده‌ها و راهکارها مشغول می‌شوند.

بعد از اوسبورن، چارلز کلارک و بسیاری دیگر از افراد روی طوفان فکری کار کردند و در نتیجه مجموعه‌ای از روش‌های طوفان فکری معرفی شد که هدف مشترکی داشتند اما در اجرا متفاوت بودند.

امروزه دیگر طوفان فکری یک روش گروهی نیست و روش‌های انفرادی مبتنی بر آن وجود دارد و استفاده می‌شود، ضمن اینکه اعتقاد آسبورن در خصوص برتری ایده‌پردازی گروهی زیر سوال رفته است.

## چهار قانون اصلی طوفان فکری

اوسبورن برای کاهش موانع خلاقیت و افزایش تحریک ذهنی، چهار قانون برای جلسات طوفان فکری در نظر گرفته بود که هنوز هم معتبر هستند و استفاده می‌شوند.

قانون سوم: در طوفان فکری کمیت مهم است نه کیفیت

قانون اول: زیر سوال بردن، مسخره‌کردن، انتقاد و هرگونه نظر منفی در مورد ایده‌ها ممنوع است!

قانون چهارم: برای تغییر و تکمیل و ترکیب ایده‌ها تلاش کنید!

قانون دوم: هر ایده‌ای می‌تواند مطرح شود. علمی یا غیر علمی

## دلایل اهمیت کارگاه ایده پردازی

وقتی تنوع را از نظر تجربیات و دانش گرد هم می آوریم، می توانیم از دریچه تازه ای نگاه کنیم.

می توان آن ها را به  
موارد بهتر توسعه داد  
و اصلاح کرد

ایده پردازی می تواند  
دیدگاه ها و شیوه های  
مختلف تفکر را گرد هم  
آورد:  
هدف ایده پردازی شما و  
نتیجه مورد انتظار شما با  
نوع ایده پردازی که  
گرد هم می آورید  
مرتبط است.  
برای بهترین نتایج، خوب  
است افراد مختلف با  
پیشینه ها و تجربیات  
متفاوت را در فرآیند  
ایده پردازی خود  
مشارکت دهید.

می تواند فرصت های  
نوآوری شما را افزایش  
دهد: ایده ها زمانی  
خوب هستند که  
پتانسیل تبدیل شدن به  
چیزی را داشته باشند  
که برای سازمان و  
مشتری ارزش داشته  
باشد.

به شما کمک می کند  
ایده ها را اولویت بندی  
کنید و مناسب ترین  
آن ها را انتخاب کنید:  
یک فرآیند  
ایده پردازی خوب و  
برنامه ریزی شده به  
شما کمک می کند این  
ایده ها را اولویت بندی  
کنید و آن هایی را  
انتخاب کنید که  
بیشترین پتانسیل را  
برای اجرا دارند.

یک فرهنگ باز و  
نوآورانه را تشویق  
کنید

هنگامی که افراد  
تشویق می شوند تا  
مشارکت کنند و نظر  
خود را به شیوه ای  
شفاف بیان کنند، آن ها  
احساس می کنند که  
بیشتر با هدف ارتباط  
دارند و احساس تعلق  
خواهند داشت.

# مزایای ایده پردازی

## لازم نیست اجرایی باشند

- بسیاری از ایده‌ها هیچ وقت اجرا نمی‌شوند اما این مساله خدشه‌ای به ماهیت‌شان وارد نمی‌کند!

## متغیر هستند

- معمولاً ایده‌ها در ابتدا ساده، خام و ناکارآمد هستند اما به مرور زمان کامل می‌شوند و باید رشدشان را جدی بگیریم. پس اگر ایده‌مان توجیه اقتصادی ندارد،
- به کلی رد نمی‌شود بلکه آن را تغییر می‌دهیم تا توجیه‌پذیر شود اما گاهی ایده‌ها را به کلی کنار می‌گذارند و از نو شروع می‌کنند.
- ایده‌ی اولیه دیجی‌کالا یا ویکی‌تولید خودمان، چیزی نیست که امروز می‌بینید و به مرور زمان تغییر کردند و به وضعیت امروزی رسیدند.

## می‌توانند اشتباه باشند

- بعضی صاحب‌نظران اعتقاد دارند که ایده باید همه جانبه، حساب شده و منطقی باشد
- بسیاری از تحولات تاریخی بر مبنای ایده‌های اشتباهی بوده‌اند که به مرور اصلاح و تکمیل شدند و سفینه‌ها و هواپیماها و داروهای امروزی را به وجود آوردند،
- پس همه‌ی ایده‌هایتان را جدی بگیرید تا فرصتی برای تولد و رشد کردن داشته باشند.

## لازم نیست خلاقانه باشند

- بعضی‌ها به حدی مجذوب لذت ایده‌پردازی می‌شوند که برای هر مسأله‌ی ساده‌ای به دنبال ایده هستند و راهکارهای ارزان‌تر و کاراتر را نمی‌بینند.
- مثلاً همه‌ی ما این داستان مشهور را شنیده‌ایم که ناسا برای طراحی خودکار قابل استفاده در فضا، بودجه‌ی زیادی را صرف کرد اما روس‌ها به جای آن از مداد استفاده کردند!
- پس باید علاوه بر ایده‌پردازی، برای پیدا کردن و مدیریت راهکارهای موجود برنامه‌ریزی کنیم.

## فاکتورهای یک کارگاه موفق

اعضای مناسبی برای تیم  
انتخاب کنید

یک رهبر  
انتخاب کنید

مکانی مناسب  
انتخاب کنید

دستورالعمل ها  
را آماده کنید

## محبوب‌ترین تکنیک‌های ایده‌پردازی

چندین تکنیک ایده‌پردازی عالی وجود دارد که می‌توانید در کارگاه خود از آنها استفاده کنید. حتی می‌توانید چندین تکنیک مختلف را در طول کارگاه خود امتحان کنید تا نتایج تازه و هیجان‌انگیز را برای مخاطبان خود به وجود آورید.

### ۸ دقیقه

#### معکوس سازی مشکل

در این تکنیک مشکل را از دید معکوس نگاه کرده و ایده‌های منفی در مورد آن مطلب را ارائه می‌دهیم.

به عنوان مثال، اگر مشکل شما بهبود نرخ حفظ کاربر برنامه شما باشد، برعکس این است که چگونه نرخ پرش را افزایش دهید. ایده‌های منفی در مورد چگونگی افزایش نرخ پرش حتی بالاتر از آنچه که قبلاً وجود دارد، ایجاد کنید.

یک تکنیک ایده‌پردازی عالی برای ایجاد بسیاری از ایده‌های تازه است. به شرکت‌کنندگان یک کاغذ یا تخته مجازی که به هشت قسمت مساوی تقسیم شده است ارائه دهید.

به شرکت‌کنندگان هشت دقیقه (یک دقیقه در هر مربع) فرصت دهید تا ایده‌های جدید را ترسیم کنند. در پایان هشت دقیقه، می‌توانید نتایج را مرور کنید. سپس هشت دقیقه دیگر را اجرا کنید و به شرکت‌کنندگان اجازه دهید تا ایده‌های خود را بهبود بخشند.

#### نقشه برداری ذهنی

یکی از شناخته شده‌ترین تکنیک‌های طوفان فکری است. این به تیم‌ها کمک می‌کند تا به صورت بصری سلسله‌مراتبی از ایده‌ها و نحوه ارتباط آنها را نشان دهند.

اگر مطمئن نیستید از کجا شروع کنید، از یک الگوی نقشه ذهنی برای کمک به تیم خود برای تجسم فرآیند استفاده کنید.

ترسیم نقشه ذهنی به همه اعضای تیم کمک می‌کند تا ساختار مشکل را پیگیری کنند.

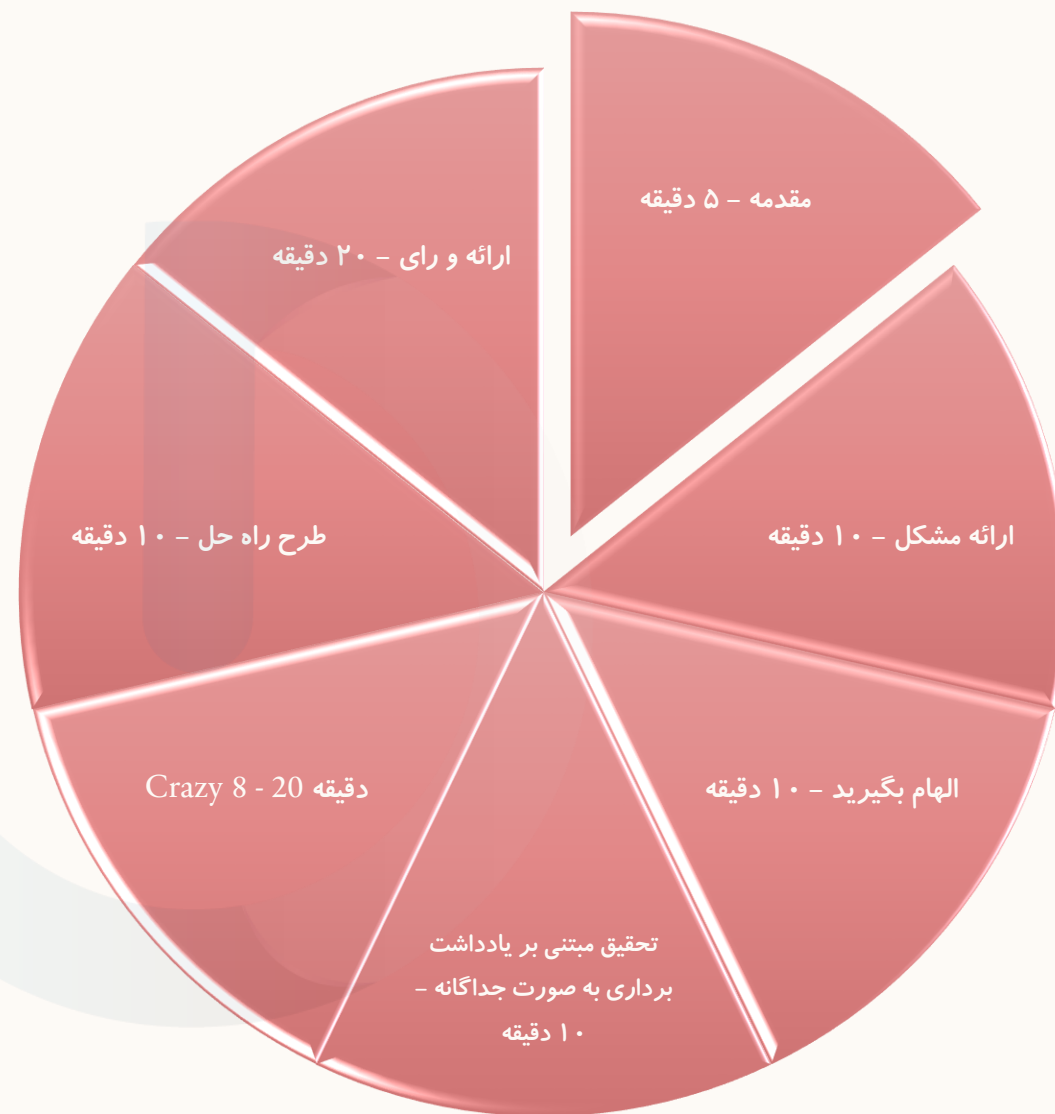
### بدترین ایده

بدترین ایده ممکن است یکی از سرگرم‌کننده‌ترین راه‌ها برای ایده‌پردازی باشد. این یک تکنیک ایده‌پردازی ساده است.

از شرکت‌کنندگان دعوت کنید تا مشکل هدف را با بدترین، عجیب‌ترین و غیرقانونی‌ترین راه حل‌ها حل کنند.

سپس چالش این است که گروه سعی کند از عناصر این ایده‌ها استفاده کند، آنها را معکوس کند و راه‌حل‌های قابل اجرا را پیدا کند.

زمان بندی حدودی برای  
یک گارگاه ایده پردازی حرفه ای



## معرفی کامل تکنیک اسکمپر

تکنیک اسکمپر تشکیل شده از حروف اول کلمات انگلیسی زیر:

- جایگزینی ((Substitute
- ترکیب ((Combine
- مناسب کردن (تطبیق دادن-سازگار کردن) برای یک هدف دیگر ((Adapt
- اصلاح ((Modify
- کاربرد دیگر ((Put to Another Use
- حذف ((Eliminate
- وارونه کردن ((Reverse

روش کار به این شکل است که هفت نوع سؤال با موضوعات بالا در مورد محصول یا خدمات موجود طرح می‌کنیم.

این سؤالات هم کمک می‌کنند تا محصول فعلی را بهبود ببخشیم و هم باعث می‌شوند تا به ایده‌هایی خلاقانه‌ای برای خلق محصولات و یا خدمات جدید برسیم.

اولین کسی که سؤالات استفاده شده در تکنیک اسکمپر را ابداع کرد، همان الکس آزبورنی ( Alex Osborn) بود که به اعتقاد خیلی‌ها مبتکر و مبدع طوفان فکری هم هست.

اما کسی که این سؤالات را در چند دسته مرتب کرد و کلمه‌ی اسکمپر را ساخت، مدیر مدرسه و

نویسنده‌ای به نام باب ابرل ( Bob Eberle) بود.

# نمونه سؤالات تکنیک اسکمپر

## جایگزینی

- از چه محصول یا فرایند ساخت دیگری می توان استفاده کرد؟
- به جای قانون های فعلی، چه قانون های دیگری می توان وضع کرد؟
- آیا می توان همین محصول را برای یک کاربرد دیگر به خدمت گرفت یا آن را به جای یک محصول دیگر استفاده کرد؟

مناسب کردن برای یک هدف دیگر

- این محصول به چه محصولات دیگری شباهت دارد؟
- از چه چیزی یا چه کسی می توان برای ایجاد تغییر در این محصول اقتباس کرد؟
- چه محصولات و ایده های دیگری هستند که می توانند الهام بخش ما باشند؟

## ترکیب

- اگر این محصول را با یک محصول دیگر ترکیب کنیم، چه چیز جدیدی ساخته می شود؟
- چه چیزهایی را می توانیم با هم ترکیب کنیم تا کاربردهای این محصول به بیشترین حدش برسد؟
- چطور می توانیم استعدادها و منابع موجود را با هم ترکیب کنیم تا رویکرد جدیدی به این محصول به دست آوریم؟

## اصلاح

- چطور می توانیم شکل و قیافه محصول مان را بهتر کنیم یا کاری کنیم که حس خوبی به مخاطب بدهد؟
- اضافه کردن چه چیزی به این محصول، آن را بهتر می کند؟
- چه ویژگی ای هست که اگر رویش تاکید کرده و برجسته ترش کنیم، ارزش محصول مان را بالاتر می برد؟

# نمونه سؤالات تکنیک اسکمپر

## حذف

- چگونه می‌توانیم این محصول را بهینه‌تر یا ساده‌تر کنیم؟
- کدام اجزا، قانون‌ها یا ویژگی‌ها قابل حذف هستند؟
- چه چیزی را می‌توانیم کمتر کنیم یا تاثیرش را به حداقل برسانیم؟
- چگونه می‌توانیم این محصول را کوچک‌تر، سریع‌تر، سبک‌تر یا جالب‌تر کنیم؟
- اگر یک بخش از این محصول را از آن جدا کنیم چه اتفاقی می‌افتد؟ چه چیزی به جای آن بخش می‌توانیم بگذاریم؟

## وارونه‌سازی

- اگر این پروسه را کلاً برعکس کنیم چه می‌شود؟ اگر ترتیب وقایع را عوض کنیم چگونه؟
- چه اتفاقی می‌افتد اگر سعی کنیم دقیقاً برعکس کاری که می‌خواهیم بکنیم را انجام بدهیم؟
- جایگزین کردن کدام یک از اجزای سازنده باعث می‌شود ترتیب انجام کارها تغییر کند؟
- کدام سمت‌ها یا جایگاه‌ها را می‌توانیم برعکس کنیم یا تغییر دهیم؟

## کاربرد دیگر

- آیا می‌توانیم از همین محصول در یک حوزه دیگر استفاده کنیم؟ مثلاً در یک شاخه‌ای دیگر از کسب و کار؟
- این محصول به درد چه افراد دیگری می‌تواند بخورد؟ چه کسان دیگری می‌توانند بازار هدف این محصول باشند؟
- در یک شرایط دیگر یا در یک محیط متفاوت، عملکرد این محصول چه شکلی پیدا می‌کند؟

## تکنیک ۶ کلاه خلاقیت

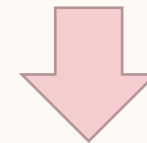
دوبونو با ارائه تکنیک شش کلاه تفکر، سعی می‌کند به کسانی که دورهم جمع می‌شوند، بیاموزد که تک‌بعدی فکر نکنند. به تفکر خود وسعت دهند و آنگاه به راه‌های خلاق بیندیشند.

در نهایت با یک هماهنگی مدبرانه نتایج را طبقه‌بندی کرده و در تصمیم‌گیری و حل مسائل از آن استفاده کنند.

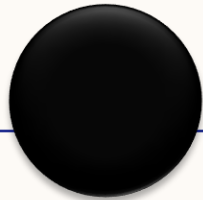
❖ در تکنیک ۶ کلاه تفکر افراد با گذاشتن هر یک از کلاه‌ها بر سرشان، سبک فکری‌شان را براساس رنگ کلاه‌شان تغییر می‌دهند. در واقع این افراد سعی می‌کنند نقش بازی کنند. یکی از مهمترین موانع تفکر در زمینه‌های مختلف، عملکرد تدافعی ما است.

❖ ما با گذاشتن هریک از کلاه‌ها بر سرمان، این فرصت را به خودمان می‌دهیم تا بدون تعصب و پیش‌داوری، در نقش خصوصیات فردی آن کلاه، درباره موضوعات مختلف فکر کنیم و حرف بزنیم.

حالا به خصوصیات هریک از کلاه‌ها می‌پردازیم:

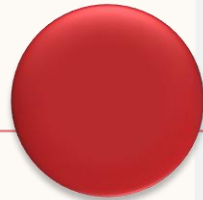


## ۶ کلاه خلاقیت



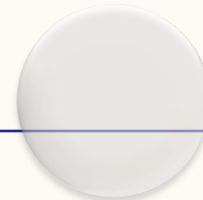
### کلاه مشکی

در تکنیک شش کلاه تفکر، کلاه سیاه به طور خاص روی نظرات منطقی منفی تاکید دارد. رنگ سیاه نشانه منفی‌نگری و افسردگی است. بنابراین فردی که با این رنگ کلاه در جلسه حضور پیدا می‌کند، جنبه‌های منفی و بدبینانه موضوع را ابراز می‌کند. صاحب کلاه سیاه یادآوری می‌کند که موضوع مورد بحث با تجارب یا دانش موجود در آن زمینه سنخیت ندارد. او دلایل عدم موفقیت و شکست را برمی‌شمرد.



### کلاه قرمز

این کلاه به عکس کلاه سفید، متکی بر احساسات است. رنگ قرمز نشانه خشم، شور و هیجان است. در کلاه قرمز بینش هیجانی و جنبه‌های احساسی و غیراستدلالی مدنظر می‌باشد. در واقع این رنگ کلاه ابزار مناسبی برای بیرون ریختن احساسات است. این احساسات است که تفکر ما را شکل می‌دهد و آن را با نیازهای ما و مقتضیات زمانه متناسب می‌کند. استفاده از کلاه قرمز به متفکر فرصت ارائه احساساتش در مورد موضوع مورد بحث می‌دهد.



### کلاه سفید

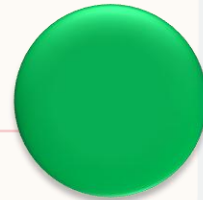
کلاه سفید مربوط به واقعیت‌ها، اطلاعات و ارقام ملموس می‌شود. سفید، رنگی خنثی و منفعل است. کلاه سفید با موضوعات و شکل‌های انفعالی سر و کار دارد. کسی که این کلاه را بر سر گذاشته، واقعیت‌ها را بدون هیچ‌گونه قضاوتی مورد کنکاش قرار می‌دهد. مثل یک کامپیوتر که بدون دخالت دادن احساسات و عواطف، و فقط براساس داده‌ها عمل می‌کند و نتیجه را ارائه می‌هد. فردی که این نقش را بازی می‌کند واقعیت‌ها را بی‌طرفانه بیان کند و تفاسیر و تحلیل‌ها کاری نداشته باشد.

## ۶ کلاه خلاقیت



### کلاه آبی

آخرین کلاه تکنیک شش کلاه تفکر، به رنگ آبی است. این کلاه روی تفکر متمرکز است. بنابراین وقتی کسی کلاه آبی را بر سر می‌گذارد دیگر در مورد یک «موضوع» فکر نمی‌کند، بلکه در مورد «تفکر درباره یک موضوع» فکر می‌کند. کلاه آبی کنترل کننده و سازمان دهنده اندیشه‌ها است. کسی که این کلاه را بر سر گذاشته، نظرات بقیه کلاه‌ها را مورد ارزیابی قرار داده و سازمان‌دهی می‌کند. در ضمن رنگ آبی سرد است.



### کلاه سبز

رنگ سبز نشانه رویش و باروری است و کلاه سبز سمبل تفکر خلاق و تفکر جانبی است. به همین جهت از کلاه سبز برای ابراز ایده‌ها و راه‌حل‌های جدید و خلاقانه استفاده می‌شود. صاحب کلاه سبز از نظرات کهنه و تکراری گریزان است و از نظرات نو و متفاوت استقبال می‌کند. این کلاه به تغییر علاقه‌مند است و بنابراین روی تغییر و تحول متمرکز می‌شود.



### کلاه زرد

کلاه زرد تفکر سازنده مثبت را نمایندگی می‌کند. زرد نشانه آفتاب و مثبت است. تفکر فرد صاحب کلاه زرد بر محاسن و مزایا استوار است. وی همیشه جنبه‌های مثبت و خوشبینانه موضوع مورد بررسی قرار می‌دهد. می‌توان گفت که گرایش‌های کلاه زرد درست نقطه مقابل تمایلات کلاه سیاه است. هر چه کلاه سیاه منفی‌نگر کلاه زرد مثبت‌اندیش است.

# جمع بندی

علاوه بر تمامی این موارد کارگاه ایده پردازی برای هر کسب و کاری ، بزرگ یا کوچک نیاز است و برای شروع هر کاری ما ایده پردازی انجام میدهیم اما هر کاری اگر به صورت تخصصی و به شکل درست و اصولی انجام گیرد قطعاً در رسیدن به نتیجه کاملتر و درست تر به ما کمک خواهد کرد.

کارگاه ایده پردازی اصولی مثل کار گروهی، بیان افکار و ایده ها هرچند ساده، به کارگیری یا نحوه استفاده از خلاقیت را به افراد می آموزد. همچنین در این کارگاه شرایطی محیا میشود که افراد با دیدهای مختلف در مورد یک موضوع واحد آشنا میشوند که میتواند در برندینگ محصول یا خدمت مورد نظر به شدت تاثیر گذار باشد.

شرکت در کارگاه های ایده پردازی به افراد حس صمیمیت میدهد و باعث میشود به قول معروف کار را برای خود ببینند و تمام تلاششان را برای تکمیل ایده های کوچک یا حتی ارائه ایده ای نوین بکار گیرند.

حتی اگر تمامی تکنیک ها موجود کارگاه های ایده پردازی را بلد نباشید بازهم میتوانید در آن شرکت کنید چراکه لزوم شرکت در این کارگاه ها و پذیرش شما میزان خلاقیت و علاقمندی شما است.

ممنون از توجه شما