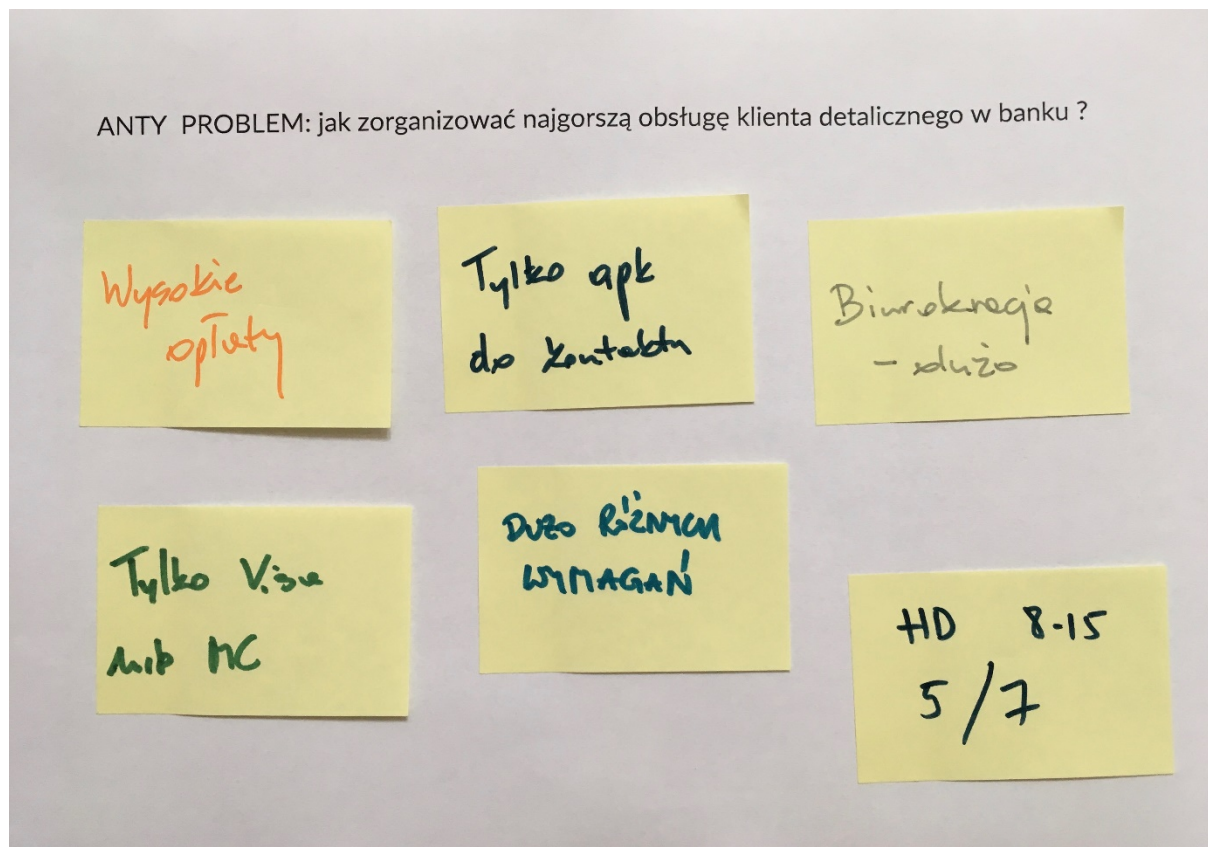


ANTYPROBLEM

Antyproblem jest narzędziem wspomagającym kreatywne myślenie, dzięki któremu grupa może wyjść poza schematyczne podejście podczas generowania opcji działania



WARTOŚĆ DLA ORGANIZACJI

Generowanie opcji kończy się lepszymi wynikami gdy uczestnicy przejawiają kreatywne podejście do zagadnienia. Ponieważ czasem trudno uwolnić się od schematycznego myślenia, to konsekwencją jest mała ilość pomysłów, a one same są kiepskiej jakości. Dlatego tak ważne są narzędzia, które pobudzają zespół do myślenia w inny sposób i powodują, że wychodzi on poza utarte schematy myślenia. Korzyścią jest możliwość pojawienia się zupełnie nowych, innowacyjnych idei. Zwiększa się też ich ilość co daje znacznie większe pole do wyboru najlepszych.

SCENARIUSZ

1. Przedstaw problem/temat jaki został opracowany na etapie Wglądu i którym ma się zająć grupa.
2. Zadaj pytanie grupie w „negatywny” sposób tak, by obrócić je przeciwko problemowi: „Jak możemy sprawić, aby rozwiązanie X zakończyło się kompletną katastrofą?”
3. Poproś, aby grupa zidentyfikowała czynniki wpływające na sytuację.
4. Zapisz je na tablicy.

5. Poproś, aby stworzyć przeciwieństwa zapisanych propozycji – pozytywne pomysły.
6. Zapisz je na tablicy
7. Na koniec sesji przedyskutuj wraz z grupą, które z tych pomysłów będą dla Was najlepsze.

PRZYCZYNY STOSOWANIA

Pułapką wielu sesji mających na celu wymyślenie nowych opcji działań jest to, że zespół pracuje w sposób bardzo schematyczny i powiela stare wzorce. Dobrze jest używać różnorodnych kreatywnych narzędzi generowania pomysłów. W wyniku użycia Antyproblemu niejako wracamy do etapu Wglądu, by na nowo „otworzyć” zespół i spowodować większą pomysłowość.

REZULTATY

W wyniku użycia narzędzia otrzymujemy nowe opcje możliwych działań, uzupełniające dotychczas posiadany zestaw opcji.

PUŁAPKI

Bez wzajemnego zaufania i atmosfery otwartości uczestnicy będą pozostawali w obszarze „bezpiecznych rozwiązań”

ODMIANY

Odmianą może być metoda „Pre-Mortem”. Wykonuje ją się podobnie z tym, że opisujemy sytuację następująco: „Wyobraźcie sobie, że właśnie zakończyliśmy naszą zmianę/ projekt/ działanie. Niestety nie odnieśliśmy sukcesu. Pomyślcie nad tym co takiego się wydarzyło, że ponieśliśmy porażkę.”

Spróbuj też innych narzędzi: Burza mózgów i jej odmiany.

Szalone ósemki.

Kwestionowanie założeń

ŹRÓDŁO

Chłodnicki M., *Service Design Po Polsku. Jak przyciągnąć, zadowolić i zatrzymać klientów?*, PWN Warszawa 2018.