



by FLANDERS **DC**

**Handleiding**

Hoe zet ik zelf  
**een GPS-sessie op?**

INHOUD



**1**

**BEREID DE SESSIE VOOR / 5**

**2**

**DOE DE SESSIE / 13**

**3**

**NA DE SESSIE - MAAK EEN  
VERSLAG EN KIES DEFINITIEF / 19**

**4**

**DE ANDERE STAPPEN VAN  
HET INNOVATIEPROCES / 21**

STAP 1



**1**

**BEREID DE SESSIE VOOR**

## Bepaal de centrale vraagstelling

Zoek een duidelijke vraag die het onderwerp uitmaakt van de sessie. Maak de vraag actiegericht, ambitieus en open. Ga zo breed mogelijk, dat laat veel ideeën toe.

Het beste begint u met “Hoe kunnen we ...”. Op die manier stuurt de vraag de deelnemers zeker niet in een specifieke richting. Met “Hoe kunnen we” kan de brainstorm letterlijk alle kanten uit.

Om de vraag voldoende ambitieus te maken, helpt het vaak om een tijdshorizon toe te voegen. Gebruik concrete cijfers om de vraag scherp te stellen.

Enkele voorbeelden van geschikte vragen:

- Hoe kunnen we als organisatie inspelen op de voorliggende trends tegen 2030?
- Hoe kan ons bedrijf zijn omzet verdubbelen in de volgende twee jaar?

## Bepaal de trends

Kies vijf trends om in het midden van het GPS-bord te leggen. Zij dienen als inspiratie voor nieuwe ideeën.

Op [www.flandersdc.be/gps/trends](http://www.flandersdc.be/gps/trends) staan heel wat suggesties voor trends: globalisering, beleveniseconomie .... Uiteraard kunnen er binnen uw sector ook specifieke trends spelen. U kent die waarschijnlijk zelf het best. Let wel dat u niet té specifiek bent. Hoe gedetailleerder een trend, hoe minder ruimte voor echte brainstorming. Kies dus ook enkele trends die op het eerste gezicht wat verder van u af staan. Dat leidt vaak tot meer creativiteit.

Voor meer trends kan u terecht op onderstaande websites:

[www.trendwatching.com](http://www.trendwatching.com)

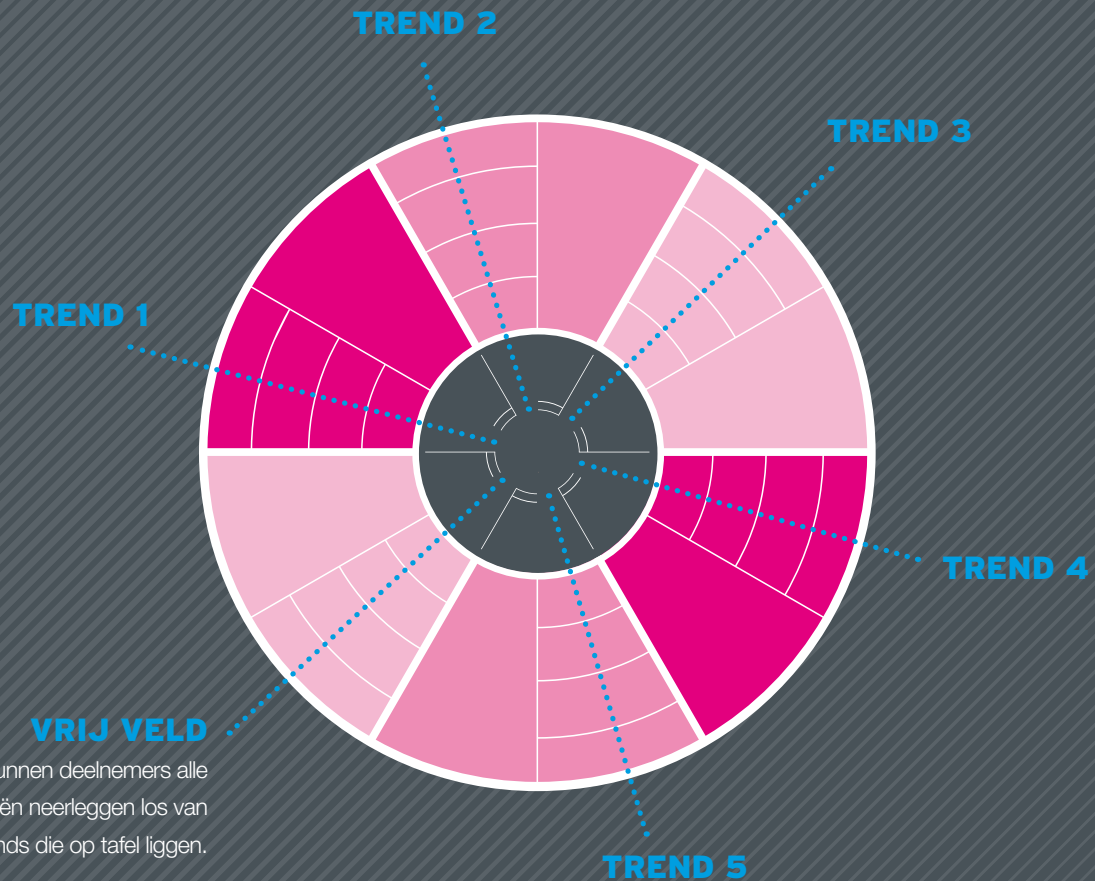
[www.trendslator.nl](http://www.trendslator.nl)

[www.thefuturelaboratory.com](http://www.thefuturelaboratory.com)

[www.iconoculture.com](http://www.iconoculture.com)

Maak van de gekozen trends een overzicht met een korte, aansprekende beschrijving om de deelnemers wat op weg te helpen. De online module, [www.flandersdc.be/gps/aandeslag](http://www.flandersdc.be/gps/aandeslag), helpt u om snel een trendoverzicht samen te stellen dat u aan alle deelnemers kan uitdelen.

# DE 6 VELDEN VAN HET GPS-BORD



## Bepaal de deelnemers

Een GPS-sessie doe je best met minstens 8 en hoogstens 12 mensen aan één bord.

Ga zo breed mogelijk bij het bepalen van de deelnemers. Betrek de **verschillende departementen** of functies binnen uw organisatie. Zorg dus dat u zowel deelnemers vanuit de administratie, de productie, het magazijn, de marketing, HR ... hebt. Verschillende inzichten leiden vaak tot verrassende ideeën.

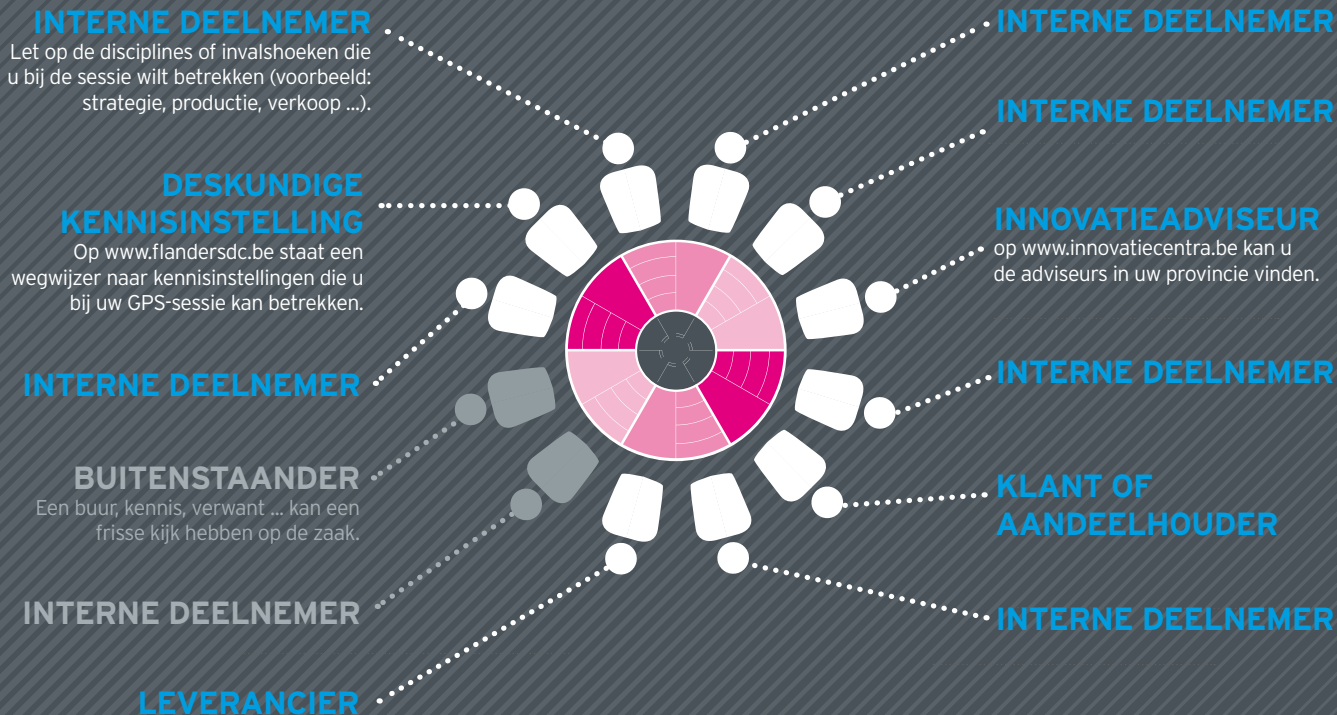
En voorzie ook **externe deelnemers**: klanten, leveranciers, kennisinstellingen, andere organisaties ...

U zal merken dat hun bijdrage zeer waardevol zal zijn en dat ze soms volledig andere accenten leggen. Externe deelnemers zijn uiteraard ook handig als u zelf maar met enkele medewerkers bent in uw organisatie.

Een goede verhouding is 1/3 externen en 2/3 interne medewerkers. De deelnemers nemen per twee plaats rond het GPS-bord.



# MOGELIJKE OPSTELLING



Voorzie een flipchart voor ronde 3.



## **FACILITATOR**

Flanders DC kan u, op aanvraag, een lijst van professionele facilitators bezorgen die vertrouwd zijn met de GPS-methodologie.

## Snel aan de slag: een concreet voorbeeld

Voor wie snel en efficiënt aan de slag wil gaan, ontwikkelde Flanders DC een nieuwe online module: [www.flandersdc.be/gps/aandeslag](http://www.flandersdc.be/gps/aandeslag). In een handomdraai zorgt u online voor de optimale voorbereiding van uw GPS-sessie.

- 1 De eerste stap gaat over enkele algemene gegevens van uw GPS-sessie: de centrale vraag, de naam van uw bedrijf of organisatie, de datum van de sessie en uw gegevens.
- 2 In de tweede stap kiest u enkele trends voor de sessie. U kan vijf trends kiezen uit de lijst die gesuggereerd wordt, u kan er ook minder dan vijf kiezen. In dat geval vult u de lijst in stap 3 aan met uw eigen trends.
- 3 De computer geeft een overzicht van alle trends met telkens ook een korte beschrijvende tekst die input kan geven aan de brainstorm. U krijgt nu de mogelijkheid om de tekstjes aan te vullen, specifiek voor uw brainstorm.
- 4 Als eindresultaat krijgt u vier bestanden:
  - een trendoverzicht met voor elke trend uw tekst en een inspirerende foto
  - zes handige trendbordjes met trends en foto's voor elk segment van het GPS-bord
  - een sjabloon voor het verslag
  - een inspirerende presentatie als inleiding voor de sessie

Probeer het zelf op [www.flandersdc.be/gps/aandeslag](http://www.flandersdc.be/gps/aandeslag)

## Zorg voor de logistiek en maak afspraken over het verslag

Zorg ervoor dat je niet wordt gestoord. Ga desnoods naar een externe locatie. Waarom er geen team-evenement van maken of een klantendag?

Zorg voor een ruimte waar je met de groep rond een grote tafel kan zitten, waaraan rond het GPS-bord gewerkt kan worden.

Voorzie verder een flipchart en stiften, veel post-its, pennen en gekleurde stickertjes (bv. gele en rode stickers) om te stemmen.

Spreek op voorhand af, wie van de deelnemers het verslag maakt. Dit is heel belangrijk: de resultaten kunnen best binnen de 10 dagen aan alle deelnemers worden rondgestuurd. Zie stap 3 voor meer uitleg over het verslag.

# SNEL AAN DE SLAG

## STAP 1

### Bepaal de centrale vraag

VRAAG:

DATUM SESSIE:

1

MEI

2011

ORGANISATIE:

E-MAILADRES:

VERDER

## STAP 2

### Selecteer enkele trends

- Gemak en comfort
- Vergrijzing
- Verpersoonlijking
- Individualisering
- Globalisering

VERDER

## STAP 3

### Vul de beschrijving van de trends aan

**CENTRALE VRAAG:** Hoe kunnen we onze omzet verhogen tegen 2015?

#### TREND 1: Gemak en comfort

Elke consument, zij het nu particulier of bedrijf, wil naast een goede prijs-kwaliteitverhouding ook 'gemak'. Hij wil begeleid/geadviseerd worden bij zijn keuze. Dit leidt tot 'zijn' op maat gemaakte product of dienst ...

VERDER

## RESULTAAT

Hoe kunnen we onze omzet verhogen tegen 2015?



**Gemak & comfort**

-----

-----

-----



**Verpersoonlijking**

-----

-----

-----



Trendoverzicht



STAP 2





**2**

**DOE DE SESSIE**

## Vorbereiding GPS-borden, tafelschikking, flipchart

Voor het begin van de sessie maakt u de flipchart klaar:

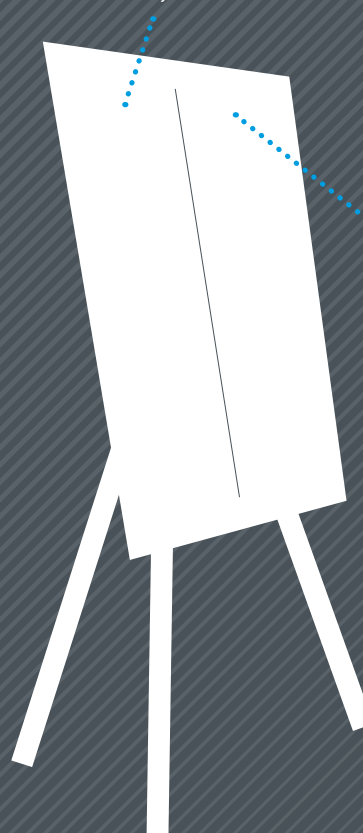
- 1 Schrijf op een eerste blad de vraagstelling duidelijk op.
- 2 Verdeel een tweede blad in twee helften: één met titel 'Rode ideeën', één met titel 'Gele ideeën'.

Zorg dat het GPS-bord op tafel ligt met in het midden de titels van de vijf trends plus één vrij veld. Dit laatste veld dient voor alle mogelijke ideeën die niets met de trends te maken hebben. Leg het beschrijvende overzicht dat u van de trends hebt gemaakt op de tafel. Zorg dat minstens elk duo een overzicht heeft. Op pagina 11 van dit boekje staat een schets van een trendoverzicht.

De deelnemers nemen plaats rond het bord. Leg uit dat ze in duo's moeten zitten. Elk duo zet zich aan één veld van het bord. Zet nooit iemand alleen aan een veld, ook al is het aantal oneven. Maak dan een trio in plaats van een duo. Als u met minder dan 12 bent, dan bezet u niet het volledige bord. Toch raden we u aan om ook in dat geval met 5 trends en een vrij veld te werken. Dat levert immers meer kansen op voor meer goede ideeën! Er zal dan een duo zijn dat twee keer voor een leeg veld moet beginnen.

### RODE IDEEËN

korte termijn: snel realiseerbaar



### GELE IDEEËN

lange termijn: haalbaarheid moet onderzocht worden

# Ronde 1

## Genereren van ideeën

40 à 70 minuten

### 1 VOORBEREIDING EN UITLEG

Geef aan dat elk duo ideeën moet genereren die aan de centrale vraagstelling voldoen. En dit voor de trend waar ze aan zitten. Geef aan dat de ideeën ook crimineel mogen zijn, of gek, buiten-de-orde ...

Je verwacht dat de deelnemers ideeën spuien zonder aan budgetten of andere beperkingen te denken. Verklaar dat alle ideeën goed zijn en opgeschreven moeten worden: stel je oordeel uit want 'quantity breeds quality'.

Leg uit dat ze meer info over hun trends vinden op het trendoverzicht. Leg daarbij uit dat het vrije veld dient voor alle mogelijke ideeën die misschien niet onder één van de trends zouden vallen. En voor de wildste ideeën die ze maar hebben.

Leg uit dat ze hun ideeën op post-its dienen te schrijven (één idee per post-it) en dit op het veld moeten plakken waaraan ze zitten. Vraag in HOOFDLETTERS te schrijven en ZO CONCREET mogelijk te zijn. Tip: laat de ideeën met viltstift opschrijven. Dat leest makkelijker.

### 2 START DE SESSIE

Steeds aangeven om het bord te draaien en dit volgens een op voorhand gemaakt tijdschema. Pas dit aan afhankelijk van de beschikbare tijd en de 'flow' van de groep. Zelfs met de minimumtijd krijg je al heel wat ideeën op tafel.

- a. Min. 8 - Max. 12 minuten, dan draaien
- b. Min. 7 - Max. 12 minuten, dan draaien
- c. Min. 6 - Max. 10 minuten, dan draaien
- d. Min. 5 - Max. 10 minuten, dan draaien
- e. Min. 4 - Max. 8 minuten, dan draaien
- f. Min. 4 - Max. 8 minuten (laatste keer draaien zodat elk duo terug bij hun beginsegment komt)

### 3 GROEPEREN VAN IDEEËN

Iedereen zit terug voor zijn 'beginveld'. Leg uit dat elk duo in 5 minuten voor dit veld een verdeling tussen realiseerbaar op korte en lange termijn moet maken. Gebruik hiervoor de kolommen op het GPS-bord: laat post-its met kortetermijnideeën op de linkse helft van het veld leggen; en ideeën voor de lange termijn op de rechtse/gearceerde helft. Groepeer post-its met gelijkaardige ideeën.

## Ronde 2

# Selecteren van ideeën

30 minuten

### 1 VOORBEREIDING EN UITLEG

Geef elk duo stickers om te stemmen. 8 rode stickers en 8 gele. Indien er meer dan 120 ideeën op tafel liggen, zou u tot 10 stickers van elke kleur kunnen geven. De duo's krijgen hier **10 minuten** voor.

Leg uit dat de stickers dienen om te stemmen op die ideeën die de duo's echt fantastisch vinden. Ideeën die ze echt zouden willen realiseren. Geef aan dat de duo's hun stemmen over alle ideeën op het bord moeten verdelen. De rode stickers dienen voor creatieve ideeën die ze realiseerbaar achten op korte termijn, en gele stickers voor creatieve ideeën realiseerbaar op langere termijn. Nog niet te veel vanuit de ratio en haalbaarheid laten stemmen. De duo's kunnen zich laten leiden door de verdeling die men in de vorige ronde heeft gemaakt. Men is echter niet verplicht om akkoord te gaan met deze verdeling.

Leg uit dat elk duo maximaal 2 stickers op 1 idee mag zetten, dus zoveel mogelijk verdelen over meerdere ideeën en niet alle stickers op 1 idee. Alle stickers moeten op!

### 2 STICKERTJES PLAKKEN

Laat duo's opstaan en rond de tafel lopen. Blijf herhalen dat ze bij de keuze moeten kiezen met lef en voor ideeën die hen energie geven. Tip: probeer het tempo er in te houden, als mensen snel en spontaan kiezen, dan kiezen ze voor de meest originele, out-of-the-box ideeën. Wie te lang blijft twijfelen, vervalt vaak in klassieke denkpatronen.

### 3 TELLEN VAN DE STEMMEN

Ga in de volgende **20 minuten** op zoek naar de topideeën:

1. Vraag om de ideeën op te sommen waar op gestemd is. Begin met te vragen naar ideeën met drie of meer stemmen. Schrijf deze ideeën op de flipchart: rode ideeën (korte termijn) in de linkerkolom en gele ideeën (lange termijn) in de rechterkolom.
2. Zorg dat je minimaal 12 ideeën opschrijft. Ga na de ideeën met 3 stemmen over tot de ideeën met 2 stemmen en zo verder. Zorg dat je zeker stopt met opschrijven als je 20 ideeën hebt.
3. Als deze ideeën op de flipchart staan nog even vragen of iemand een 'joker' wil gebruiken: een idee dat zeker gekozen zou moeten worden, maar nog niet op de flipchart staat.
4. Misschien zijn sommige ideeën op de flipchart eigenlijk wel dezelfde. Of kan men enkele ideeën samennemen zodat ze een nieuw 'groter' idee vormen. Bekijk dit in overleg met de deelnemers en verbindt zulke ideeën met een viltstift in een andere kleur. Dit samennemen van ideeën gebeurt tussen alle ideeën (zowel rood als geel).
5. Nummer nu alle ideeën. Vraag aan elke deelnemer om uit die uiteindelijke lijst hun top-3 ideeën voor zichzelf te noteren. Na 1 minuutje: ga de deelnemers af om hun keuze te vragen. Zet telkens een streepje bij de ideeën waarop deelnemers stemmen om de score bij te houden. De topideeën worden zo vanzelf, zonder discussie, duidelijk.



## Ronde 3: Uitwerken van ideeën

30 à 45 minuten

In deze ronde werken de deelnemers voor elk van de topideeën een **projectfiche** uit. Daarna **presenteren** de deelnemers de uitgewerkte ideeën aan elkaar.

### 1 VOORBEREIDING

Verdeel de topideeën onder de groep (3 à 4 groepjes afhankelijk van het aantal ideeën en het aantal deelnemers). Als er meerdere ideeën zijn met veel stemmen kan men uiteraard meer dan drie ideeën uitwerken.

Geef elke groep een projectfiche voor het uitwerken van de ideeën. Een sjabloon voor de projectfiche kan gedownload worden op [www.flandersdc.be/gps/downloads](http://www.flandersdc.be/gps/downloads).

Geef elke groep een flipchartvel waarmee het idee gepresenteerd kan worden.

### 2 UITWERKEN PROJECTFICHE

Op de projectfiche vat elke groep de essentiële elementen van zijn idee samen.

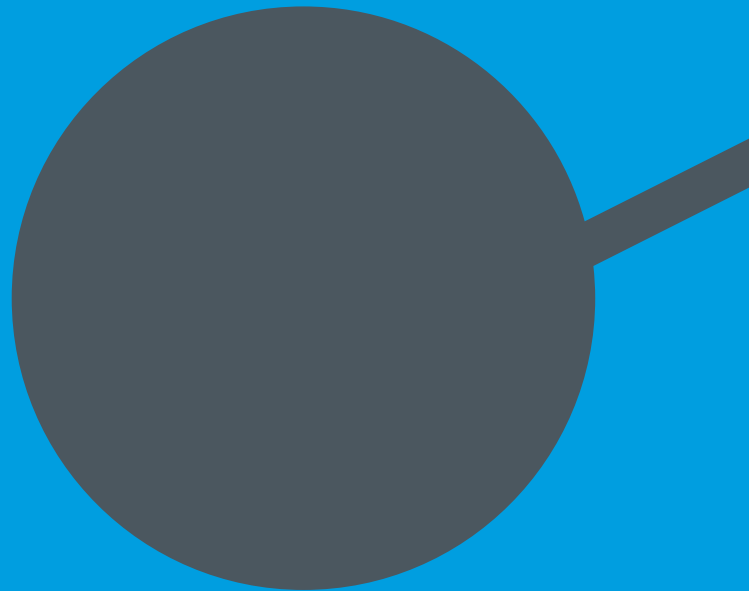
- a. Titel van het idee
- b. Definitie van het idee: een korte beschrijving van wat het idee inhoudt in enkele zinnen.
- c. Voordelen: wat kunnen we meer, beter, sneller, goedkoper met dit idee?
- d. Nadelen, valkuilen en belemmeringen: mogelijke risico's (technisch, organisatorisch ...) die kunnen optreden bij het idee.

- e. Oplossingen: hoe kunnen we belemmeringen oplossen of anticiperen op de valkuilen?
  - f. Impact: wat moet er veranderen om het idee te realiseren? Denk aan technologie en processen, organisatie, marktbenadering ...
  - g. Nodige partijen: met wie moeten we samenwerken om het idee te realiseren?
- Geef elke groep een flipchartvel waarmee het idee gepresenteerd kan worden.

### 3 PRESENTATIE

Elke groep presenteert zijn idee. Tip: hou de timing strikt in de gaten. Maximaal 2 minuten per project!

STAP 3





**3**

**NA DE SESSIE - MAAK EEN  
VERSLAG EN KIES DEFINITIEF**

## Maak een verslag ...

Binnen de week moet iemand die deelnam aan de sessie het verslag hebben gemaakt en doorgestuurd aan alle deelnemers. Een sjabloon voor het verslag vindt u op [www.flandersdc.be/gps/downloads](http://www.flandersdc.be/gps/downloads).

In dit verslag zitten de projectfiches, een lijst met de ideeën die uiteindelijk op de flipchart zijn opgeschreven, maar ook alle post-its die op het bord lagen.

## En ga aan de slag

Ga enkele weken na de sessie met de groep (of met een aantal deelnemers) nog eens door het verslag. Eventueel zijn sommige ideeën al niet meer relevant omdat uit een eerste haalbaarheidsstudie bleek dat het niet mogelijk is het idee te realiseren. Eventueel blijkt na een weekje 'incubatietijd' dat men toch meer in andere ideeën gelooft.

Probeer dan snel in actie te treden: opzetten van een projectteam, de markt verkennen, de haalbaarheid van een idee nagaan, of het idee gewoon direct realiseren ... Noem maar op.

De andere stappen  
**van het innovatieproces**

## Een analyse van de huidige situatie vormt de basis voor uw GPS-brainstorm.

### Analyse

Een korte analyse van interne en externe factoren geven u een duidelijker beeld van uw huidige situatie.

### Wat doet u in deze stap?

- U staat stil bij wat uw bedrijf vandaag doet en wat u eigenlijk wilt bereiken.
- U gaat na wat de behoeftes van uw klanten zijn.
- U identificeert uw problemen en uw sterktes in alle bedrijfsdomeinen.
- U bekijkt wat uw concurrenten doen en hoe goed ze het doen.

### Waarom doet u dit?

- Een goed begrip van uw huidige bedrijfssituatie laat toe om gericht te innoveren. U kunt op die manier efficiënter ideeën uit de GPS-sessie selecteren voor uitwerking.
- Analyse is ook als voorbereiding van de GPS-sessie nuttig om de te bespreken trends te selecteren.

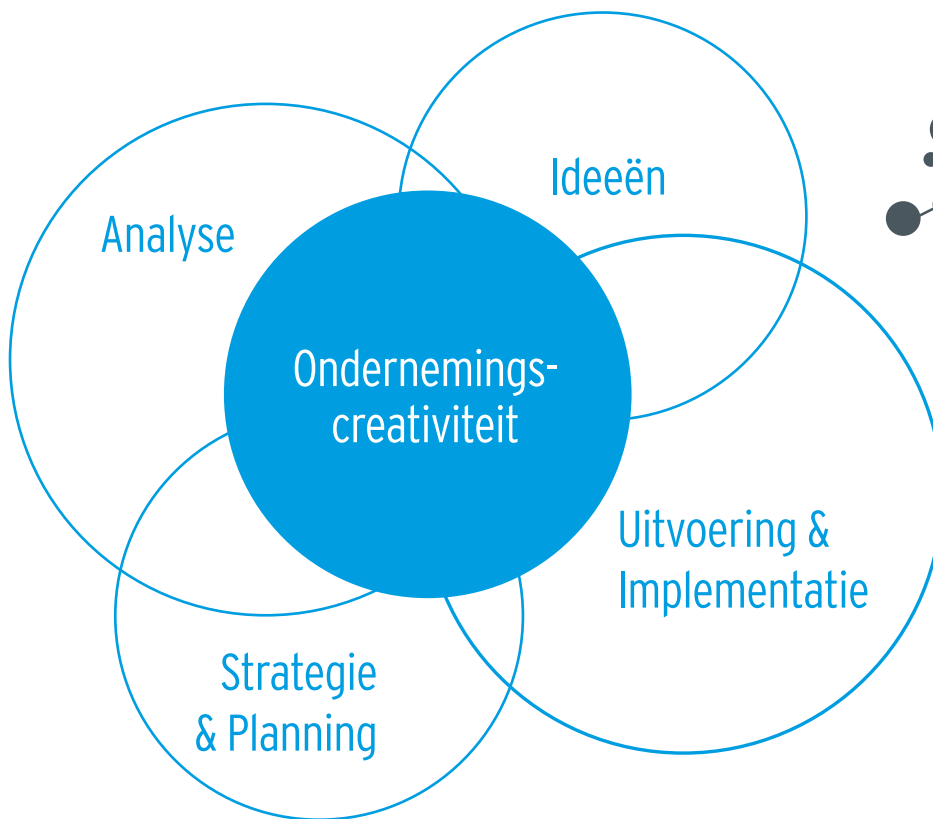
### Waar kunt u terecht voor begeleiding?

De RIS-innovatieadviseurs begeleiden KMO's bij hun innovatieprojecten. Zij helpen u bij het hele proces, van audit, tot strategie, planning en begeleiding van innovatieprojecten.

Op [www.innovatiecentra.be](http://www.innovatiecentra.be) vindt u de contactgegevens voor de RIS-innovatieadviseurs in uw provincie.

### U wil reeds zelf aan de slag gaan?

Op [www.flanderdc.be/gps/downloads](http://www.flanderdc.be/gps/downloads) vindt u innovatiefiches die kort aangeven welke elementen aan bod dienen te komen in elk van de stappen.



Het samenbrengen van de analyse en de ideeën uit de GPS-sessie leidt tot een visie op innovatie. **Op basis daarvan start het gedetailleerd plannen van projecten.**

#### **Wat doet u in deze stap?**

- U ontwikkelt een innovatiestrategie die de grote lijnen voor de volgende jaren uitstippelt.
- U zet gedetailleerde projectplannen op, in lijn met de strategie, om de invoering van de ideeën gestructureerd aan te pakken.

#### **Waarom doet u dit?**

- Innovatieprojecten zijn gebaseerd op de toekomstvisie van het bedrijf. De innovatiestrategie geeft die visie aan.
- Een succesvol project begint bij een goede planning. Een goed projectplan zet ideeën om in concreet uit te voeren acties.

Op basis van het projectplan **wordt actie ondernomen.**

#### **Wat doet u in deze stap?**

- U voert het projectplan uit. Uiteraard hangen de acties af van uw doelstellingen. In projectuitvoering zijn er echter enkele vaste fases: mobiliseren, beheren en finaliseren.

#### **Waarom doet u dit?**

- Innovatie is creatieve ideeën omzetten in realiteit: nieuwe producten, diensten of processen met toegevoegde waarde. Het mag niet bij brainstormen en plannen blijven.

# FLANDERS DISTRICT OF CREATIVITY VZW

DIESTSEVEST 76, B-3000 LEUVEN  
T +32 16 24 29 24 F +32 16 24 29 19  
INFO@FLANDERSDC.BE  
WWW.FLANDERSDC.BE

