

playguide

Ontketen ware innovatie en creativiteit. De werkvormen, templates, canvassen en innovatieprincipes die elke Innovatie Facilitator nodig heeft om succesvol te zijn.



creativiteit
innovatiekracht
nieuwsgierigheid

Inhoud

Voorwoord	3
De Innovatie Facilitator	4
Hoe werkt deze playguide?	5
Nieuwsgierigheid	6
• Empathy Map canvas	7
• User Persona template	8
• Customer Journey canvas	9
• Zeilboot template	10
Creativiteit	11
• Divergeren / Convergeren canvas	12
• Storytelling canvas	13
• SCAMPER Model canvas	14
• Liberating Structures Beslissingsboom canvas	15
• Four Actions Framework canvas	16
Teamwork	17
• Business Model canvas	18
• Innovatiestrategie canvas	19
• Impact-Effort matrix	20
• Waardepropositie canvas	21
• Innovatie Funnel canvas	22
• Concept Definitie canvas	23
Nawoord / Over Unicorn Hub	24

⋯ Voorwoord

Te midden van een wereld vol chaos, complexiteit en snelle veranderingen proberen we waardevolle innovaties op te leveren. Dat vraagt nogal wat van teams en organisaties. Denk hierbij aan veiligheid, communicatie, betrokkenheid, lef en daadkracht. Ruimte geven aan deze teamkrachten, deze bundelen en effectief benutten vergt oefening.

Unicorn Hub helpt daarbij vanuit de drie innovatiepijlers: *nieuwsgierigheid*, *creativiteit* en *teamwork*. Met de Unicorn Hub Playguide hopen wij jou te inspireren door innoveren een beetje leuker én makkelijker te maken. Aan de hand van deze gids ervaar je hoe je op korte termijn (deel) producten oplevert, onbenutte kennis vergaart, creatief kunt zijn en effectief samenwerkt. Zo leer jij zelfstandig innoveren en als Innovatie Facilitator innovatieprocessen faciliteren.

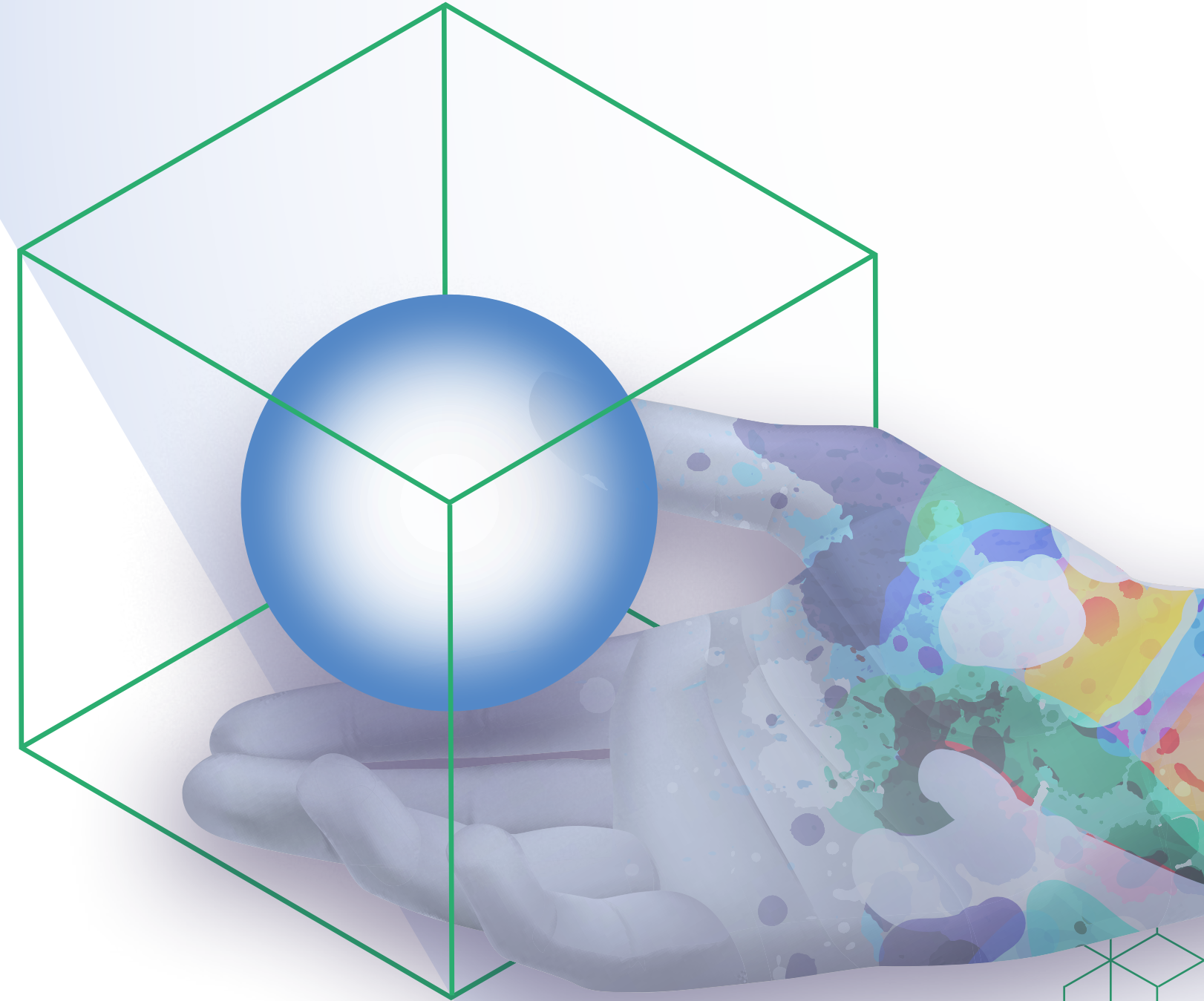
Wij wensen je veel speelsheid toe!



De Innovatie Facilitator

Onze ervaring leert dat een onafhankelijke Innovatie Facilitator van fundamenteel belang is bij het doorlopen van een innovatieproces. Een Innovatie Facilitator is iemand die de samenwerking in goede banen leidt, de teamdynamiek activeert, gelijkwaardigheid borgt en creativiteit aanwakkert. Het betreft een onafhankelijke rol die kan uitzoomen en inzoomen, overzicht bewaart, de juiste werkvormen en onderwerpen aandraagt, time-boxt en aangeeft wanneer door te gaan of juist te verdiepen. Het is iemand die aandacht geeft aan datgene wat niet wordt gezegd of erkend. Dit tezamen maakt het een onmisbare rol binnen organisaties die willen innoveren, doordat de Innovatie Facilitator de noodzakelijke beweging van een team in gang zet en onderhoudt. Met de juiste energie kan immers veel worden bereikt.

Hoe doe je dat als Innovatie Facilitator? Vrij simpel: **O**bserveren, **L**uisteren en **V**ragen stellen. **O.L.V.** ook wel de afkorting voor *onder leiding van*. Als Innovatie Facilitator geef je leiding aan het innovatieproces waardoor de teamleden autonoom leren creëren. Door met *creatieve* en *non-lineaire werkvormen* aan de slag te gaan richt je je vooral op vernieuwende aspecten van datgene wat je als team ontwikkelt. Loslaten wat de uitkomst gaat zijn, vertrouwen op de werkvorm en het onderwerp (kaders), dat is meesterschap in het faciliteren van innovatie.



⋯ Hoe werkt deze playguide?

De Unicorn Hub Playguide is bedoeld als praktische gids bij het faciliteren van je innovatieproces. Het bevat de canvassen en templates die we bij Unicorn Hub gebruiken tijdens het faciliteren van innovatie bij onze klanten. Deze staan ook in onze trainingen centraal, zodat je daar leert om er zelfstandig mee te werken. De kaders van het Unicorn Hub model zijn gebaseerd op 3 categorieën die innovatiekracht tot stand brengen: *nieuwsgierigheid*, *creativiteit* en *teamwork*. Bij elke template staat aangegeven bij welke categorie de template hoort. Dit is niet statisch, aangezien bij innovatie nooit lineair te bepalen is wat je wanneer gebruikt. Zie deze playguide als een goed gevulde rugzak waar jij als Innovatie Facilitator uit kan putten op basis van de behoeftes in specifieke situaties. Belangrijk bij de uitvoering is dat het een continue doorstroom van activiteiten betreft. Je bent samen met je team op ontdekkingsreis. Dat betekent dat je frequent itereert op de ingevulde templates, omdat deze aan verandering onderhevig zijn. Liever 4 keer 1 uur dan 1 keer 4 uur. Het kan ook zijn dat je voor een andere werkvorm of template kiest bij een volgende sessie. Onthoud dat in beweging blijven en onderhouden het belangrijkste deel van je ontdekkingsreis is, dat is waar innovatie ontstaat.



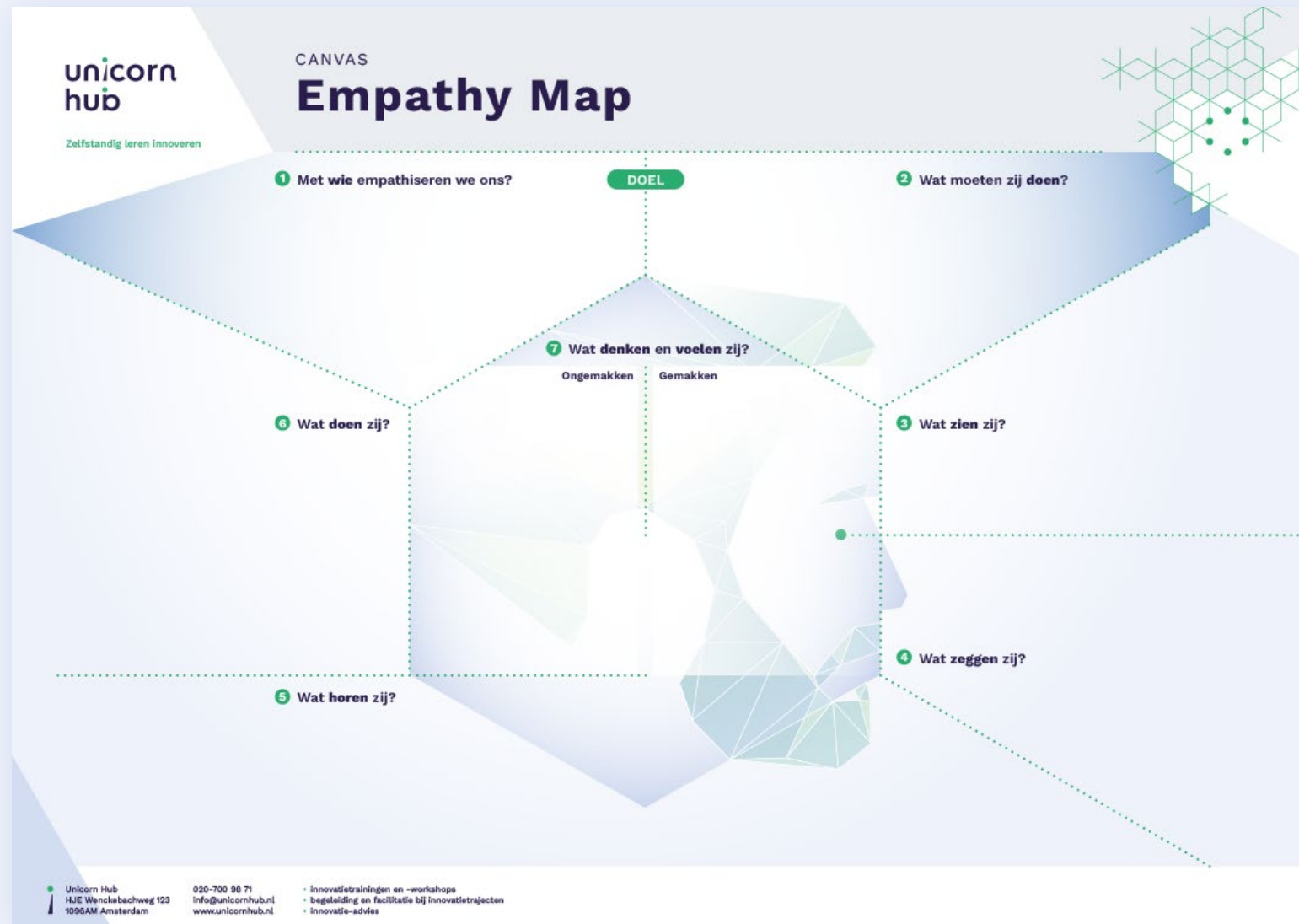


- Empathy Map canvas
- User Persona template
- Customer Journey canvas
- Zeilboot template

nieuwsgierigheid

Empathy Map canvas

Helpt je in kaart te brengen wie je doelgroep écht is en daarmee begrip te creëren voor de aard van het daadwerkelijke probleem of de (latente) behoeftes. De benadering is vanuit een holistisch plaatje van de doelgroep.

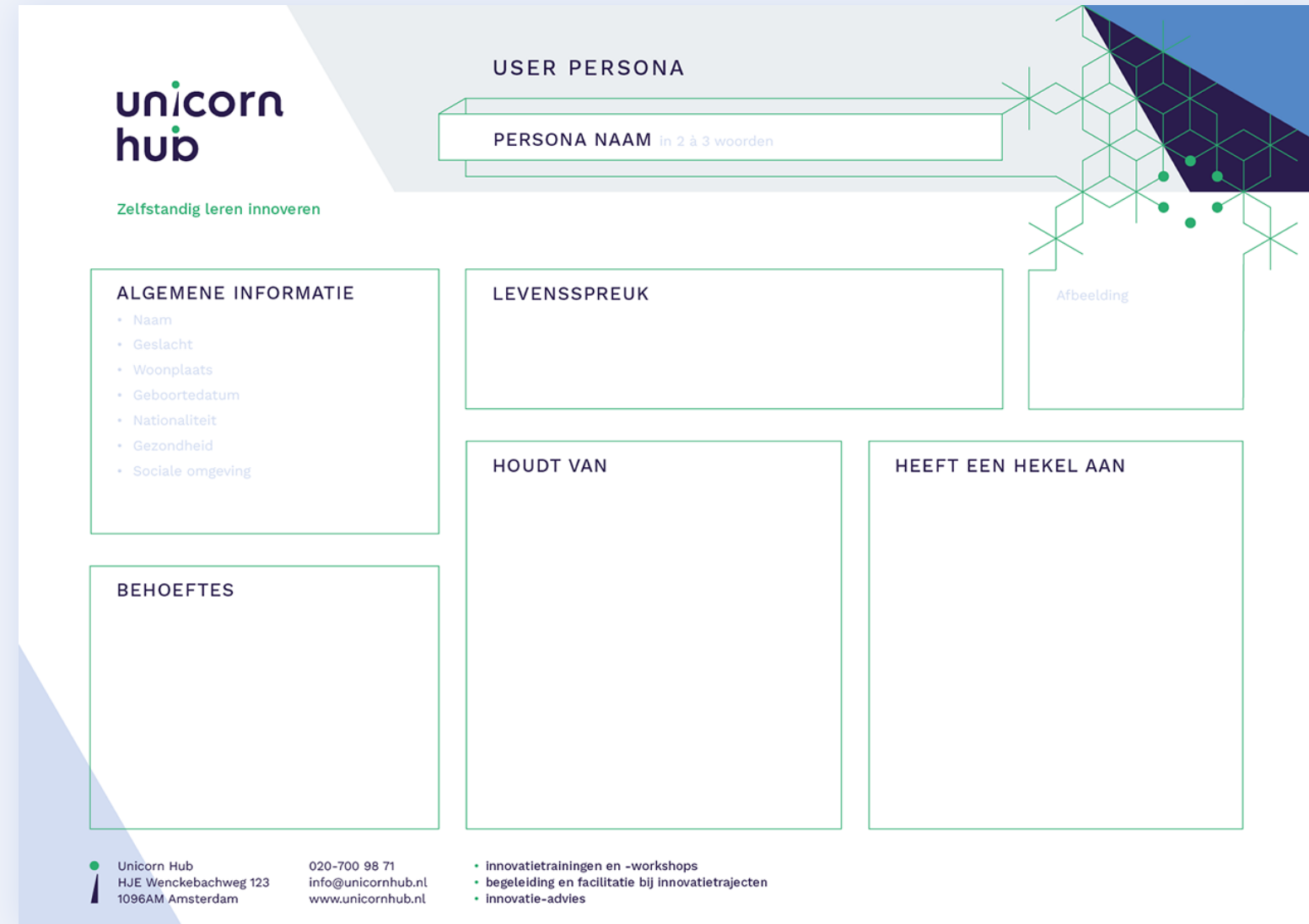


Stappenplan

- 1 Verzamel informatie over je doelgroep om je te empathizen. Manieren om dit te doen zijn: observeren, interviewen en simuleren. Begin met de informatie die je hebt. Belangrijke aspecten die je wilt achterhalen zijn:**
 - Met wie empathiseren we ons? Wat zijn de kenmerken? Is er een persona te omschrijven? Is er een naam aan te geven?
 - Wat moeten zij op dit moment doen? Welke gedragingen worden verwacht?
 - Wat zien zij? Wat gebeurt er in de omgeving? Hoe reageren anderen in gedrag? Wat is zichtbaar opvallend?
 - Wat zeggen ze? Hoe uiten ze zich verbaal? Welke uitspraken worden gedaan?
 - Wat horen ze? Hoe reageert de omgeving verbaal?
 - Wat doen zij daadwerkelijk? Welke gedragingen vertonen ze?
 - Wat denken en voelen zij? Welke ongemakken en gemakken zijn er? Wat zijn de blinde vlekken? Wat mag er niet transparant zijn?
- 2 Schrijf de inzichten op post-it's en plak deze in het juiste vakje van de Empathy Map.**
- 3 Itereer. Wellicht kom je tot nieuwe ontdekkingen over een eerdere vraag bij het beantwoorden van een nieuwe vraag. Verschuif de post-it's steeds naar waar ze het relevantst zijn.**

User Persona template

Met deze template stap je in de schoenen van je gebruiker of klant. Zo kom je vanuit relevante menselijke behoeftes tot de juiste oplossingen en innovaties.



unicorn hub
Zelfstandig leren innoveren

USER PERSONA

PERSONA NAAM in 2 à 3 woorden

ALGEMENE INFORMATIE

- Naam
- Geslacht
- Woonplaats
- Geboortedatum
- Nationaliteit
- Gezondheid
- Sociale omgeving

BEHOEFTE

LEVENSspreuk

Afbeelding

HOUDT VAN

HEEFT EEN HEKEL AAN

Unicorn Hub
HJE Wenckebachweg 123
1096AM Amsterdam

020-700 98 71
info@unicornhub.nl
www.unicornhub.nl

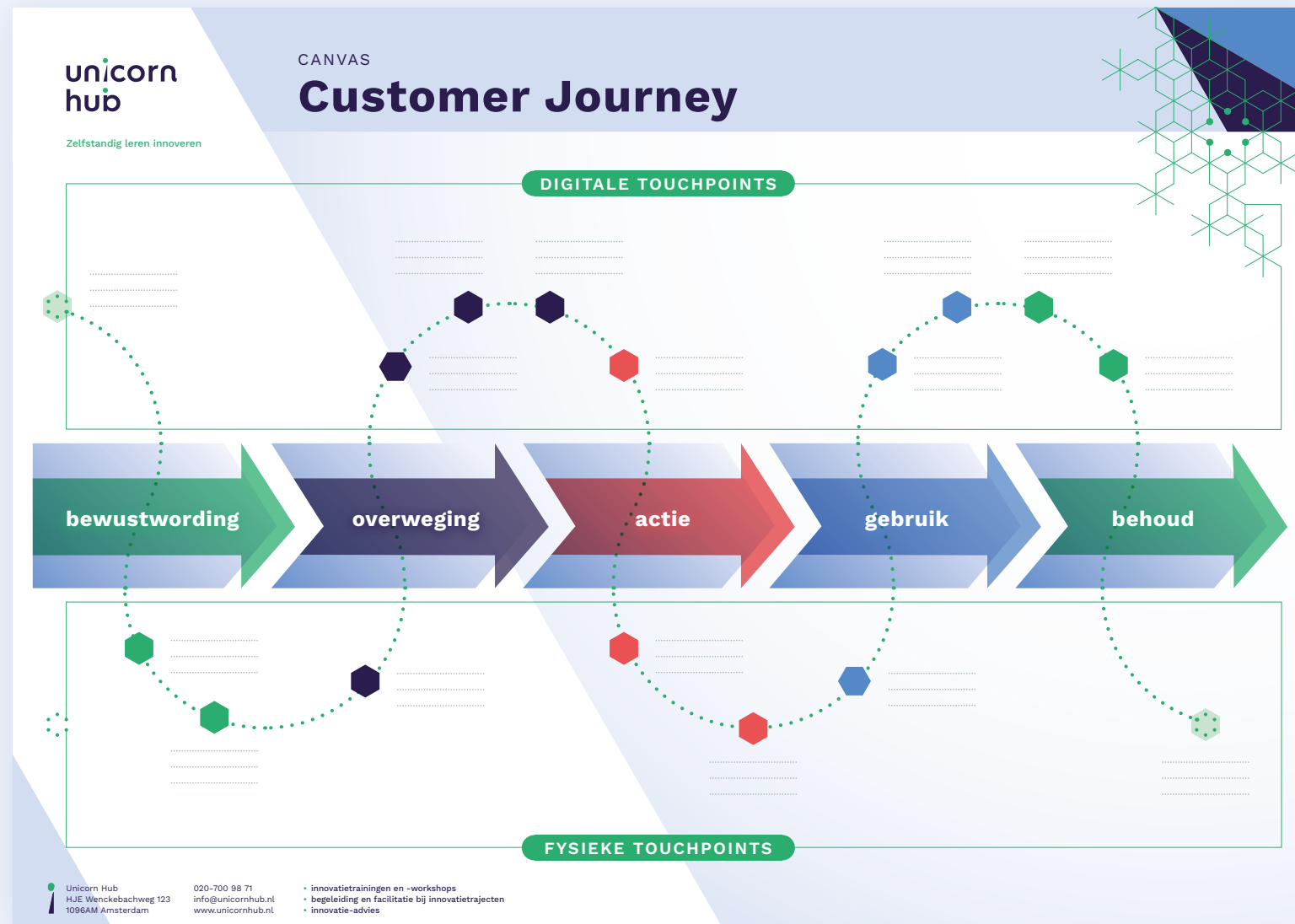
- innovatietrainingen en -workshops
- begeleiding en facilitatie bij innovatietrajecten
- innovatie-advies

Stappenplan

- 1 **Definieer je belangrijkste doelgroep zo specifiek mogelijk, terwijl je een algemeen profiel aanmaakt. Ga hiervoor het gesprek aan en loop mee in de dagelijkse praktijk. Toets je aannames. Belangrijke onderdelen die je wilt achterhalen:**
 - Algemene kenmerken zoals naam, geslacht, leeftijd, geografische gegevens, burgerlijke staat, gezondheid en sociale omgeving.
 - Behoeftes die zij hebben. Houd het hier algemeen. Relateer hier niet aan het te maken product of dienst.
 - Waar zij van houden en blij van worden. Wat zoeken ze proactief op?
 - Waar hebben zij een hekel aan? Wat proberen zij te vermijden?
 - Hebben zij een motto of levensspreuk?
 - Voeg eventueel een foto toe.
 - Bedenk een passende persona naam.
- 2 **Schrijf de inzichten op post-it's en plak deze op in het juiste vakje van de User Persona template.**
- 3 **Itereer. Ga ervanuit dat de eerste kennis niet alles dekkend is. Verdiep waar nodig en kom tot nieuwe ontdekkingen.**

Customer Journey canvas

Visualiseer de belangrijke contactmomenten van de gebruiker met je product. Door je in te leven in de gebruiker leer je kansen herkennen waarmee je de algehele klantervaring kan verbeteren.

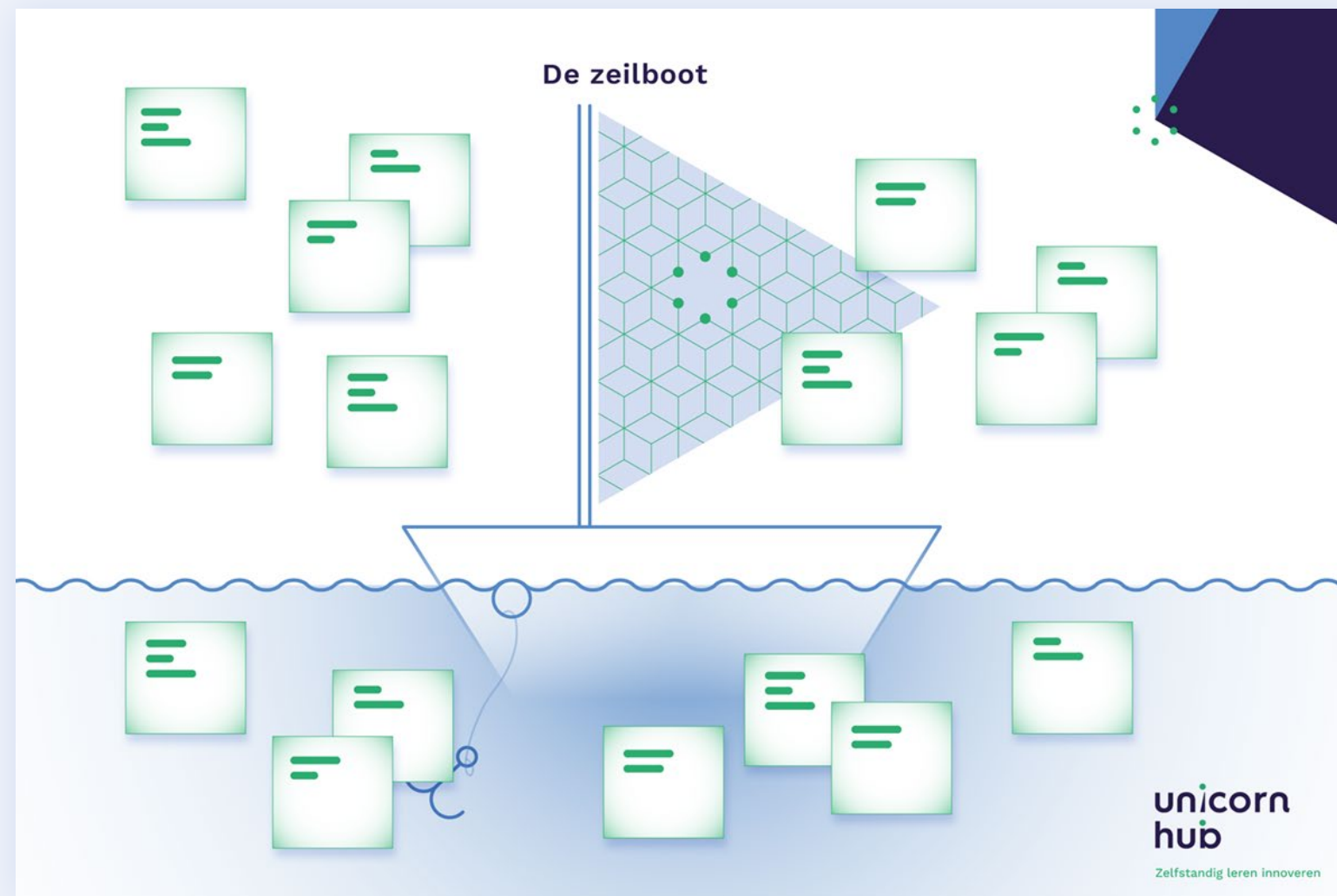


Stappenplan

- 1** Verzamel informatie over je doelgroep / klant / gebruiker. Werk bijvoorbeeld eerst een User Persona uit. Je kan ook de Empathy Map hiervoor gebruiken. Zorg dat je daadwerkelijk de route meemaakt die de gebruiker aflegt, observeer het gedrag in de praktijk.
- 2** Beschrijf wat de klant wil en beleeft. Wat zijn de vragen, problemen en emoties van de persona? Wanneer heeft de klant interactie en waarom? Belangrijk is dat je veel 'waarom?' vragen stelt om pijnpunten, latente behoeftes en noodzaken te achterhalen.
- 3** Bepaal per fase de aan- en afhaakmomenten. De fases zijn: bewustwording, overweging, actie, gebruik, behoud. Wat trekt de klant aan? Wat schrikt de klant af? Plak per stap post-it's op en geef aan hoe je interactie is met je doelgroep (digitale/fysieke touchpoints).
- 4** Itereer. Wellicht kom je tot nieuwe ontdekkingen over een eerdere vraag bij het beantwoorden van een nieuwe vraag. Verschuif de post-it's steeds naar waar ze het relevantst zijn.

Zeilboot template

Helpt je inzichtelijk te maken wat goed gaat (de wind in de zeilen) en alles wat tot beperkingen leidt (het anker op de bodem). Op basis hiervan kun je gericht keuzes maken waarvoor de innovatie dient.



Stappenplan

- 1** Schrijf op post-it's wat goed gaat en wat tot beperkingen leidt. Verdiep waar nodig of toets de aannames bij je klant. Stel hierbij 5x de waarom vraag om tot de daadwerkelijke inzichten te komen.
- 2** Vul de template door alle post-it's met wat goed gaat bij de zeilen te plakken en alles wat tot beperkingen leidt bij het anker te plakken.
- 3** Maak van de inzichten een top 3. Dit vormt het startpunt voor je verdere innovatieproces. De top 3 bestaat uit:
 1. Welke zaken die goed gaan kunnen verder uitgebouwd worden?
 2. Welke beperkingen zijn een gegeven en moeten we accepteren?
 3. Welke beperkingen kunnen omzeild worden?

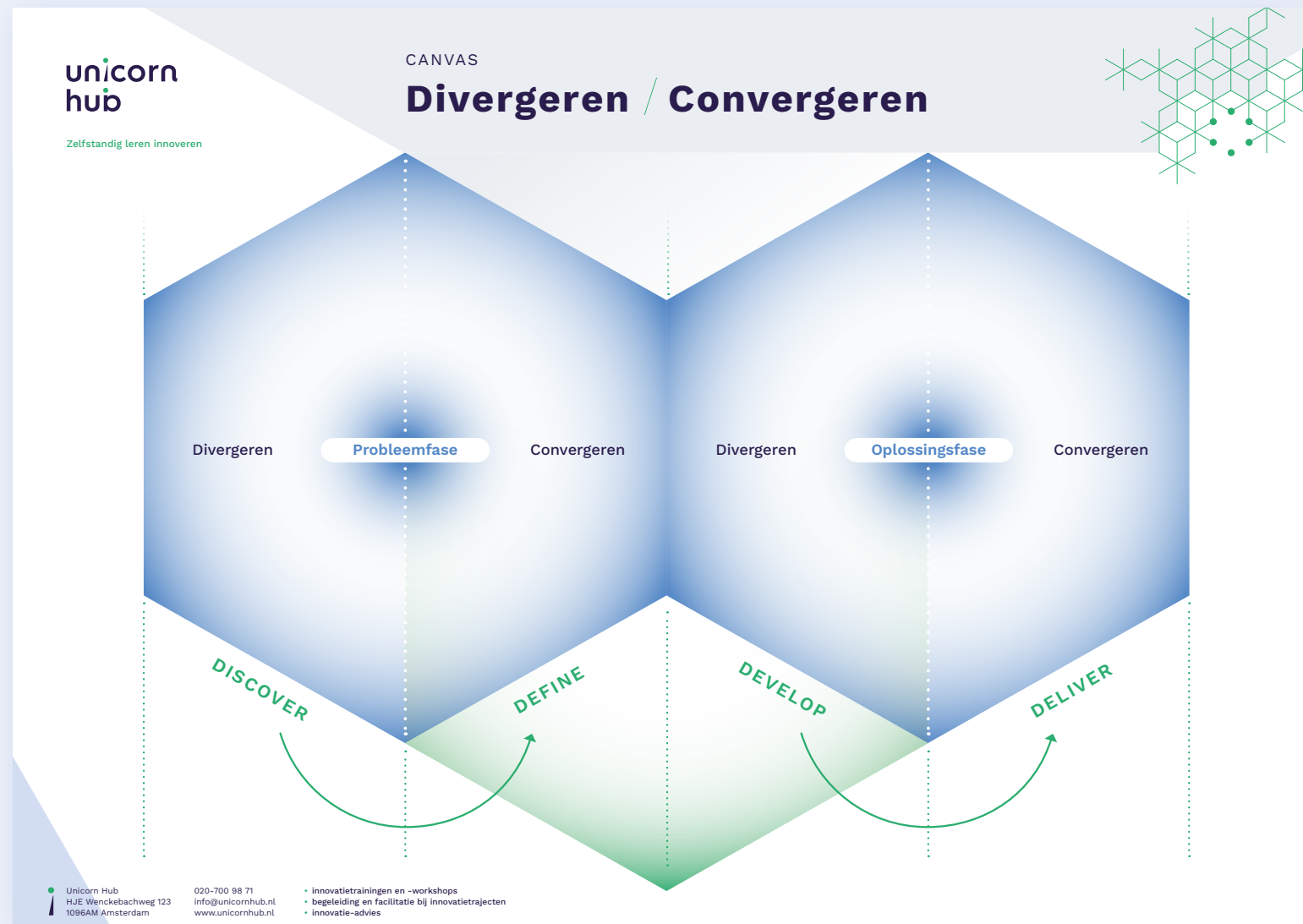


- Divergeren / Convergeren canvas
- Storytelling canvas
- SCAMPER Model canvas
- Liberating Structures Beslissingsboom canvas

Creativiteit

Divergeren / Convergeren canvas

Vanuit een holistisch principe begrijpen waar de echte problemen zich bevinden en vervolgens vanuit het juiste probleem een wereld van oplossingen ontketenen.



Stappenplan

- 1** Schrijf alle problemen en uitdagingen op post-it's. Manieren om dit te doen zijn: observeren, interviewen en simuleren. Definieer vervolgens het probleem of de uitdaging waarop je je specifiek wilt richten.
- 2** Schrijf alle ideeën op post-it's. Manieren om tot ideeën te komen zijn bijvoorbeeld: brainstormen, creatieve werkvormen zoals Liberating Structures, simulaties en visualisaties. Bepaal vervolgens welk idee je wilt uitvoeren.
- 3** Zorg voor een vervolg op deze probleem- en ideegeneratie door bijvoorbeeld op de gevonden inzichten te itereren, een geheel nieuwe ronde uit te voeren of het idee te prototypen en te testen.

Storytelling canvas

In 8 stappen de juiste context creëren om je luisteraars beter te betrekken en te enthousiasmeren voor jouw innovatie. Zo bouw je draagvlak voor jouw verhaal.

unicorn hub
Zelfstandig leren innoveren

CANVAS Storytelling

ONDERWERP Waar gaat dit verhaal over?	DOEL Wat willen we met dit verhaal bereiken?	PUBLIEK Wat is de doelgroep en wat zijn hun behoeften?
VOORAFGAAND Wat denkt, voelt, weet en wil de doelgroep, voordat ze met het verhaal kennismaken?	SET THE SCENE Welke introductie is er nodig? Wat moet er voorbereid of toegelicht worden?	MAAK JE PUNT Wat wordt het A-Ha-moment bij de doelgroep?
		CONCLUSIE Het eind van het verhaal, wat is nu de conclusie? Wat wordt de call-to-action?
		ERNA Wat denkt, voelt, weet en wil de doelgroep, nadat ze het verhaal hebben ervaren?

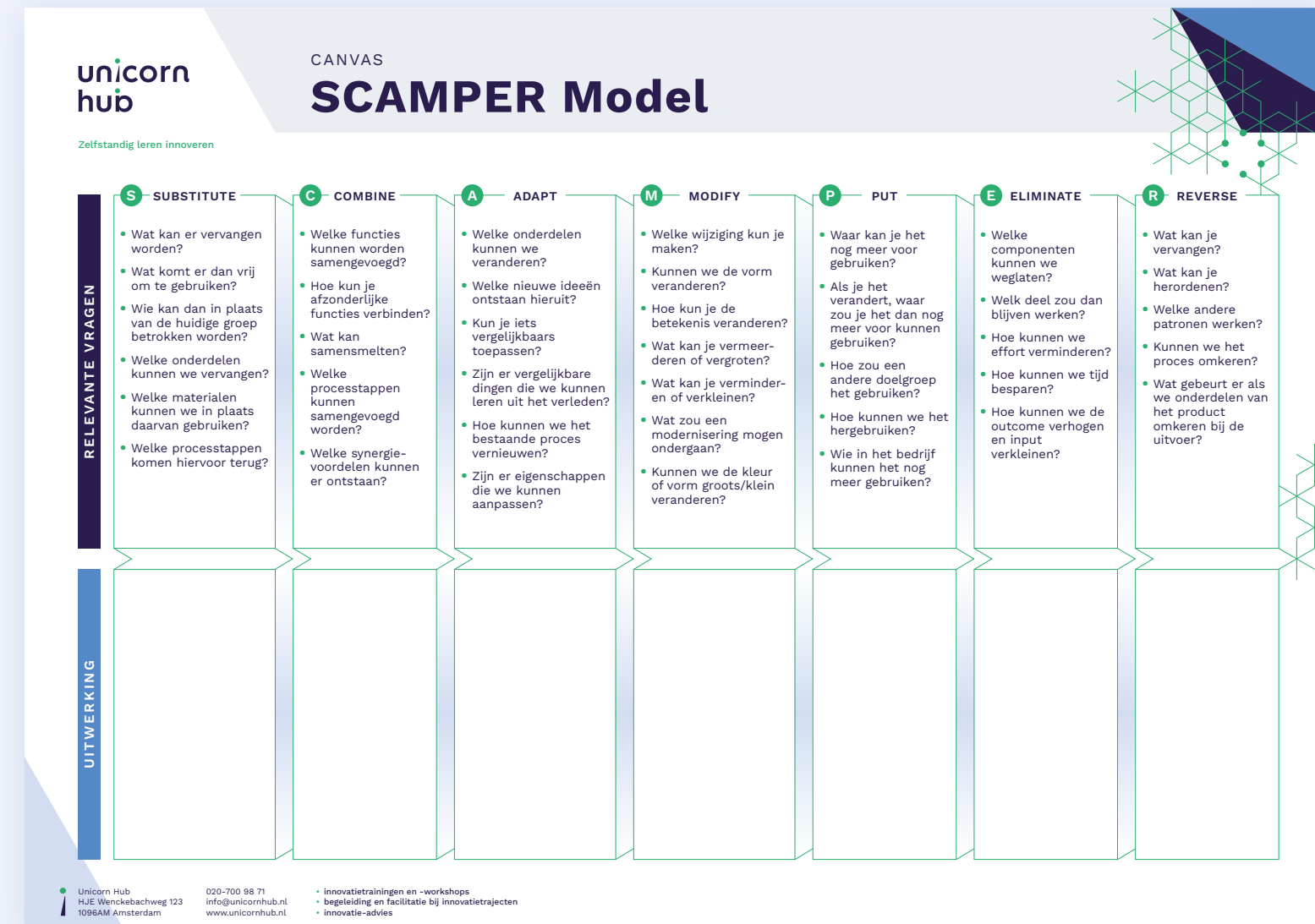
Unicorn Hub
 HJ.E. Wenckebachweg 123
 1096AM Amsterdam
 020-700 98 71
 info@unicornhub.nl
 www.unicornhub.nl
 • innovatietrainingen en -workshops
 • begeleiding en facilitatie bij innovatietrajecten
 • innovatie-advies

Stappenplan

- 1 Verzamel informatie over het verhaal dat jij wilt vertellen. Manieren om dit te doen zijn: observeren, interviewen en simuleren. Belangrijke aspecten die je wilt achterhalen zijn:**
 - Het onderwerp: waarover gaat het verhaal over?
 - Het doel: wat wil je met het verhaal bereiken?
 - De doelgroep: wie is je publiek en wat zijn hun belangrijke behoeftes?
 - Voorafgaand: wat wil de doelgroep voordat ze met het verhaal kennis maken?
 - Set the scene: welke context wil je schetsen?
 - Maak je punt: wat is de kern en het aha-moment van het verhaal?
 - Conclusie: welke call-to-action is nodig?
 - Erna: wat is de gewenste verandering in bijvoorbeeld gedrag, mindset of cultuur?
- 2 Schrijf de inzichten op post-it's en plak deze in het juiste vakje van het Storytelling canvas.**
- 3 Itereer. Wellicht kom je tot nieuwe ontdekkingen over een eerdere vraag bij het beantwoorden van een nieuwe vraag. Verschuif de post-it's steeds naar waar ze het relevantst zijn.**

SCAMPER Model canvas

Ontdek wat je nog niet weet. De 7 provocatieve perspectieven waaraan SCAMPER refereert, helpen je het vraagstuk vanuit verschillende lenzen te bekijken om juist datgene wat je nog niet weet te ontsluiten.

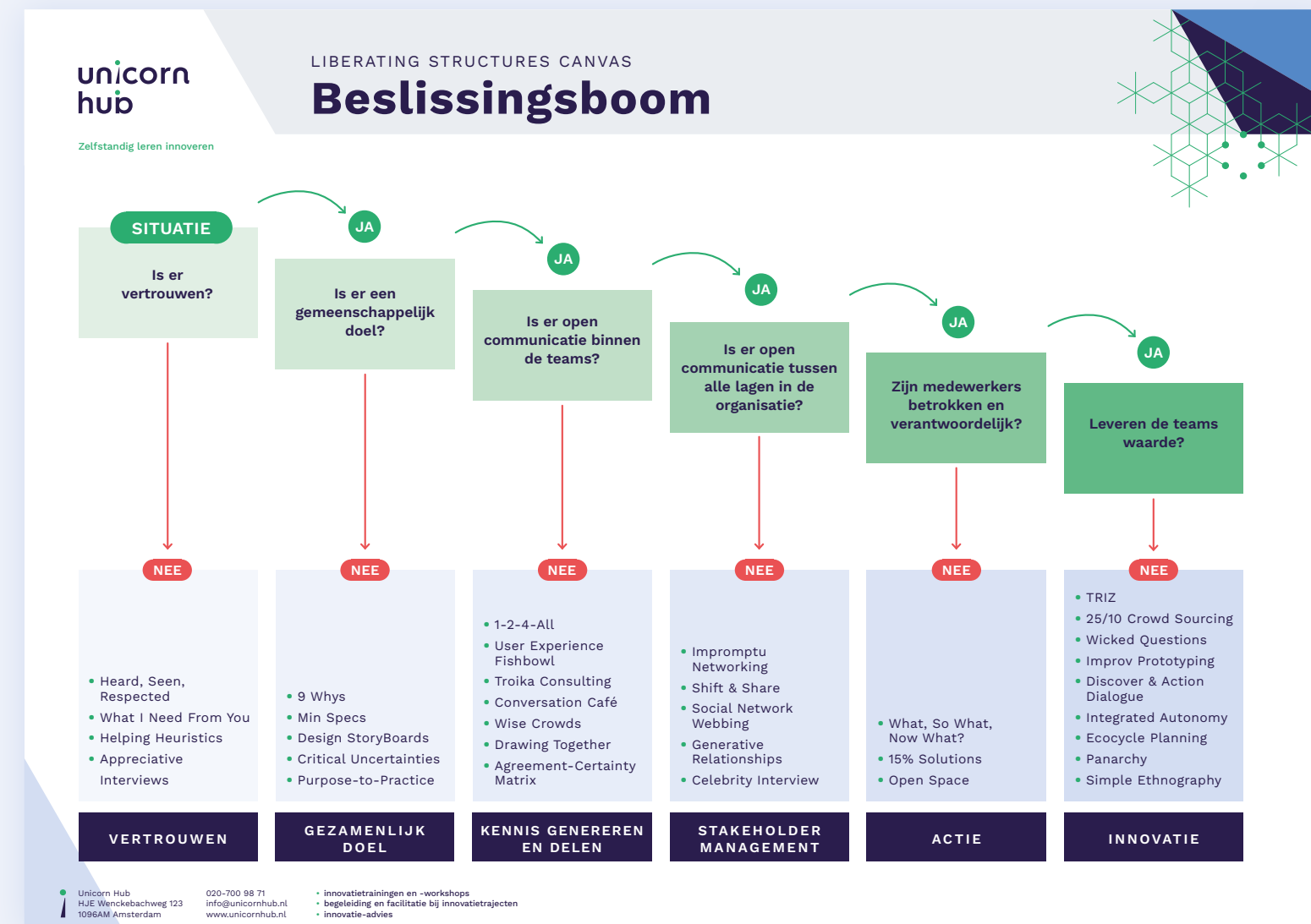


Stappenplan

- 1 Verzamel informatie over het onderwerp dat je wilt ontdekken. Manieren om dit te doen zijn: observeren, interviewen en simuleren. Belangrijke aspecten die je wilt achterhalen zijn:
 - Substitute: wat kan er vervangen worden?
 - Combine: welke functies kunnen worden samengevoegd?
 - Adapt: welke onderdelen kunnen veranderen?
 - Modify: welke onderdelen kunnen wijzigen?
 - Put: waar kan het product nog meer voor dienen?
 - Eliminate: welke onderdelen kunnen we weglaten?
 - Reverse: wat kan omgewisseld worden?
- 2 Schrijf de inzichten op post-it's en plak deze in het juiste vakje van het SCAMPER Model canvas.
- 3 Itereer. Wellicht kom je tot nieuwe ontdekkingen over een eerdere vraag bij het beantwoorden van een nieuwe vraag. Verschuif de post-it's steeds naar waar ze het relevantst zijn.

Liberating Structures Beslissingsboom canvas

Bepaal op basis van de specifieke situatie op welke laag er een interventie dient plaats te vinden en kies hier vervolgens de juiste werkvorm bij.

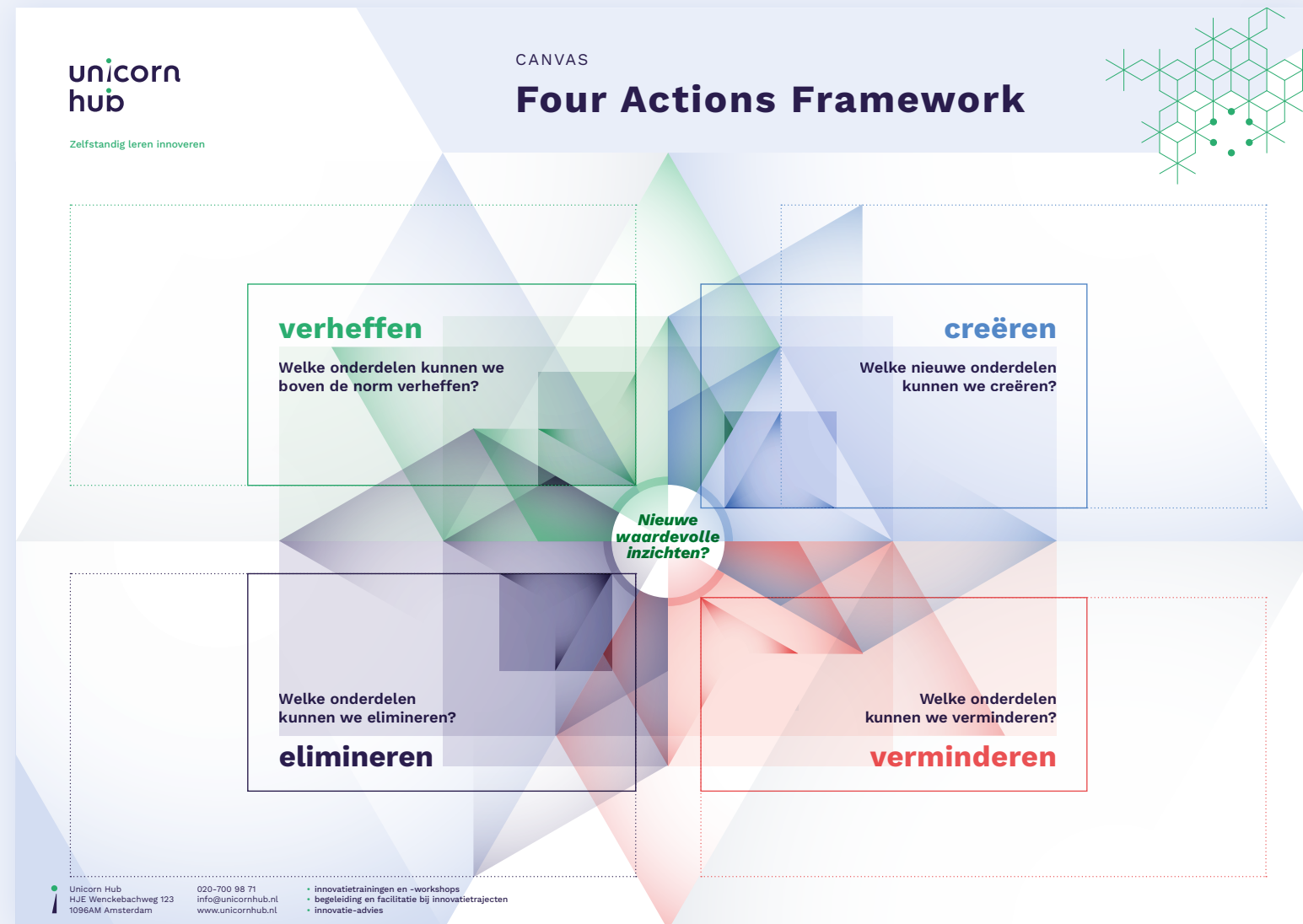


Stappenplan

- 1 Observeer de huidige situatie en ondervind op welke laag de teamsituatie of dysfunctie zich afspeelt. Is er:
 - Vertrouwen?
 - Gemeenschappelijk doel?
 - Open communicatie?
 - Betrokkenheid en verantwoordelijkheid?
 - Leveren van waarde?
- 2 Bij de laag waar de vraag met 'nee' beantwoord wordt, kies je een Liberating Structures werkvorm die in het bijpassende blauwe vak staat. Voer de werkvorm uit.
- 3 Reflecteer. De meerwaarde van deze werkvormen zit in het bewust maken van de gedragsverandering die tijdens de werkvorm is ondergaan. Wat werkt goed? Wat wil je vaker toepassen?

Four Actions Framework canvas

Helpt je om tot nieuwe, waardevolle inzichten te komen voor je innovatie. Dit doe je door vier perspectieven tegen je innovatie aan te houden.



Stappenplan

- 1 Verzamel informatie over een onderwerp waarover je tot nieuwe inzichten wilt komen. Dit kan een innovatie zijn, een onderdeel van een proces of een probleemstelling. De kritische vragen die je beantwoord wilt hebben zijn:
 - Welke onderdelen kunnen we boven de norm **verheffen**?
 - Welke nieuwe onderdelen kunnen we **creëren**?
 - welke onderdelen kunnen we **eliminieren**?
 - Welke onderdelen kunnen we **verminderen**?
- 2 Schrijf de inzichten op post it's en plak deze in het juiste vakje in het Four Actions Framework.
- 3 Itereer. Wellicht kom je tot nieuwe ontdekkingen over een eerdere vraag bij het beantwoorden van een nieuwe vraag. Verschuif de post-it's steeds naar waar ze het relevantst zijn.

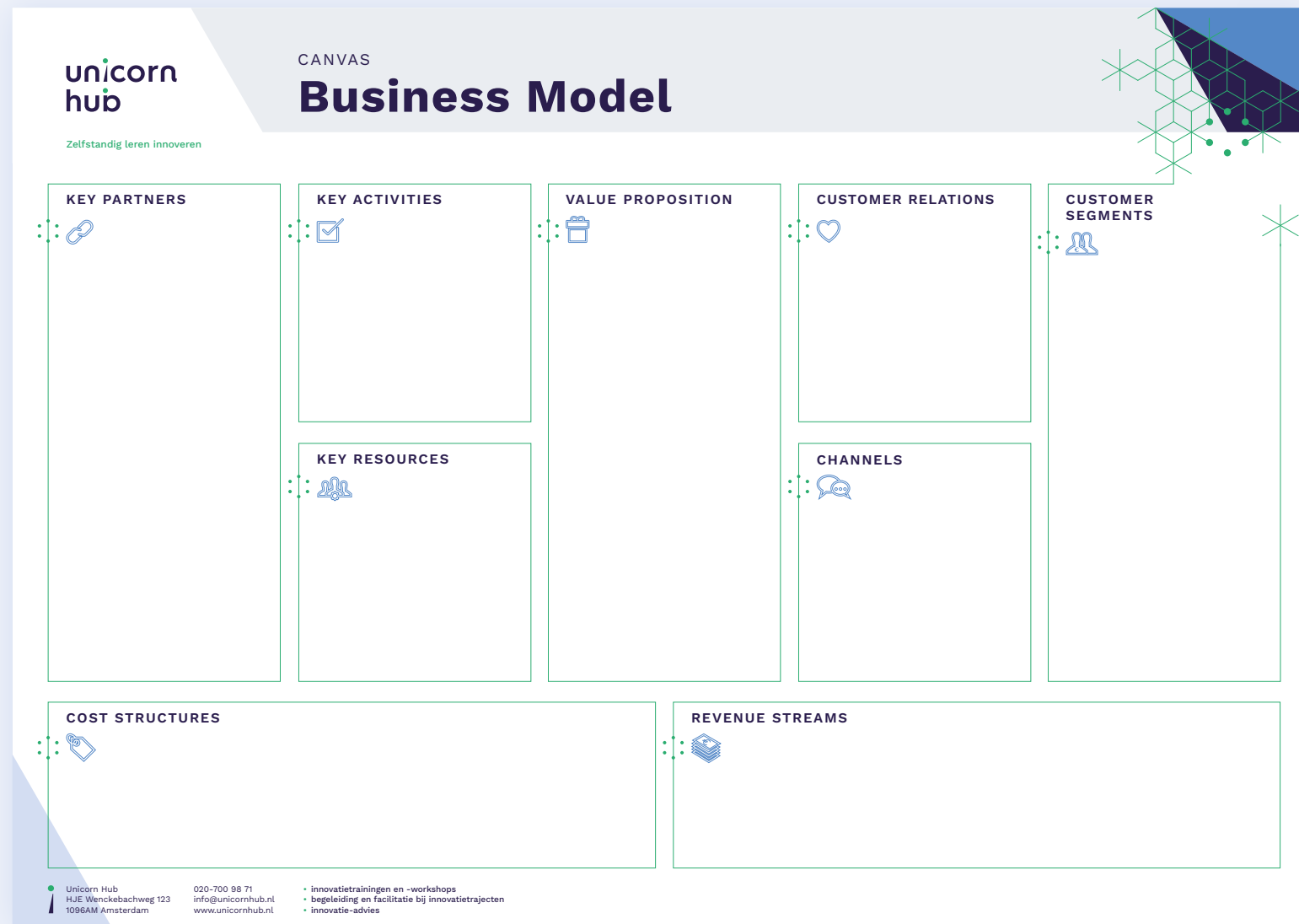


- Business Model canvas
- Innovatiestrategie canvas
- Impact-Effort matrix
- Waardepropositie canvas
- Innovatie Funnel canvas
- Concept Definitie canvas

te gebruiken

Business Model canvas

Stelt je in staat innovatieve bedrijfsmodellen te ontwerpen aan de hand van 9 belangrijke bouwstenen. Zo breng je je idee snel in de praktijk.



Stappenplan

- 1 Verzamel informatie over jouw business model. Manieren om dit te doen zijn bijvoorbeeld: observeren, interviews, marktanalyse en deskonderzoek. Belangrijke aspecten die je wilt achterhalen zijn:**
 - Key partners: wie zijn je belangrijkste samenwerkingspartners?
 - Key activities: wat zijn je belangrijkste bedrijfsactiviteiten?
 - Key resources: wat zijn je belangrijkste hulpmiddelen en bronnen?
 - Value proposition: wat is de waardepropositie van je bedrijf(sonderdeel)?
 - Customer relations: wie zijn je klantrelaties?
 - Channels: via welke kanalen distribueer je je product?
 - Customer segments: welke klantsegmenten zijn er te onderscheiden?
 - Cost structures: wat zijn de kosten, zowel direct als indirect?
 - Revenue streams: wat zijn de baten- en inkomstenstromen?
- 2 Schrijf de inzichten op post-it's en plak deze in het juiste vakje van het Business Model canvas. Pak bepaalde onderdelen eruit en toets deze in de praktijk door ze ten uitvoer te brengen.**
- 3 Itereer. Dankzij het opdoen van praktijkervaringen kom je tot nieuwe inzichten die je bij een volgende ronde weer meeneemt op het canvas. Herhaal dit continu.**

Innovatiestrategie canvas

Helpt je bij het stellen van kaders voor de uitwerking van nieuwe concepten. Hiermee kun je de afweging maken tussen toegevoegde waarde en relevantie voor je bredere strategie. Dit helpt bij het formuleren van behapbare operationele doelen.

unicorn
hub

Zelfstandig leren innoveren

CANVAS

Innovatiestrategie

VISIE
Wat is de visie van de organisatie?

BEDRIJFSSTRATEGIE
Welke high-level problemen gaan we als organisatie oplossen?

OBJECTIVE
Wat is de moonshot?
Wat willen we bereiken?

KLANTEN & GEBRUIKERS
Wien problemen lossen we op en wie gaat daar voor betalen?

VALUE DRIVEN METRICS
Hoe kunnen we meten of we succesvol bezig zijn?

KEY RESULTS
Wat zijn onze raketjes?
Hoe gaan we meten of het doel is bereikt?

WAARDE & RESULTATEN
Wat is het effect van ons product?
Welke waarde creëren we?

SPRINTDOELEN
SMART doelen die binnen een maand te halen zijn.

MOGELIJKE OPLOSSINGEN
Welke mogelijke oplossingen kunnen we nu al zien?

HYPOTHESES
Welke aannames hebben we in een van de andere vakken gedaan?

Unicorn Hub
HJE, Wenckebachweg 123
1096AM Amsterdam

020-700 98 71
info@unicornhub.nl
www.unicornhub.nl

• innovatietrainingen en -workshops
• begeleiding en facilitatie bij innovatietrajecten
• innovatie-advies

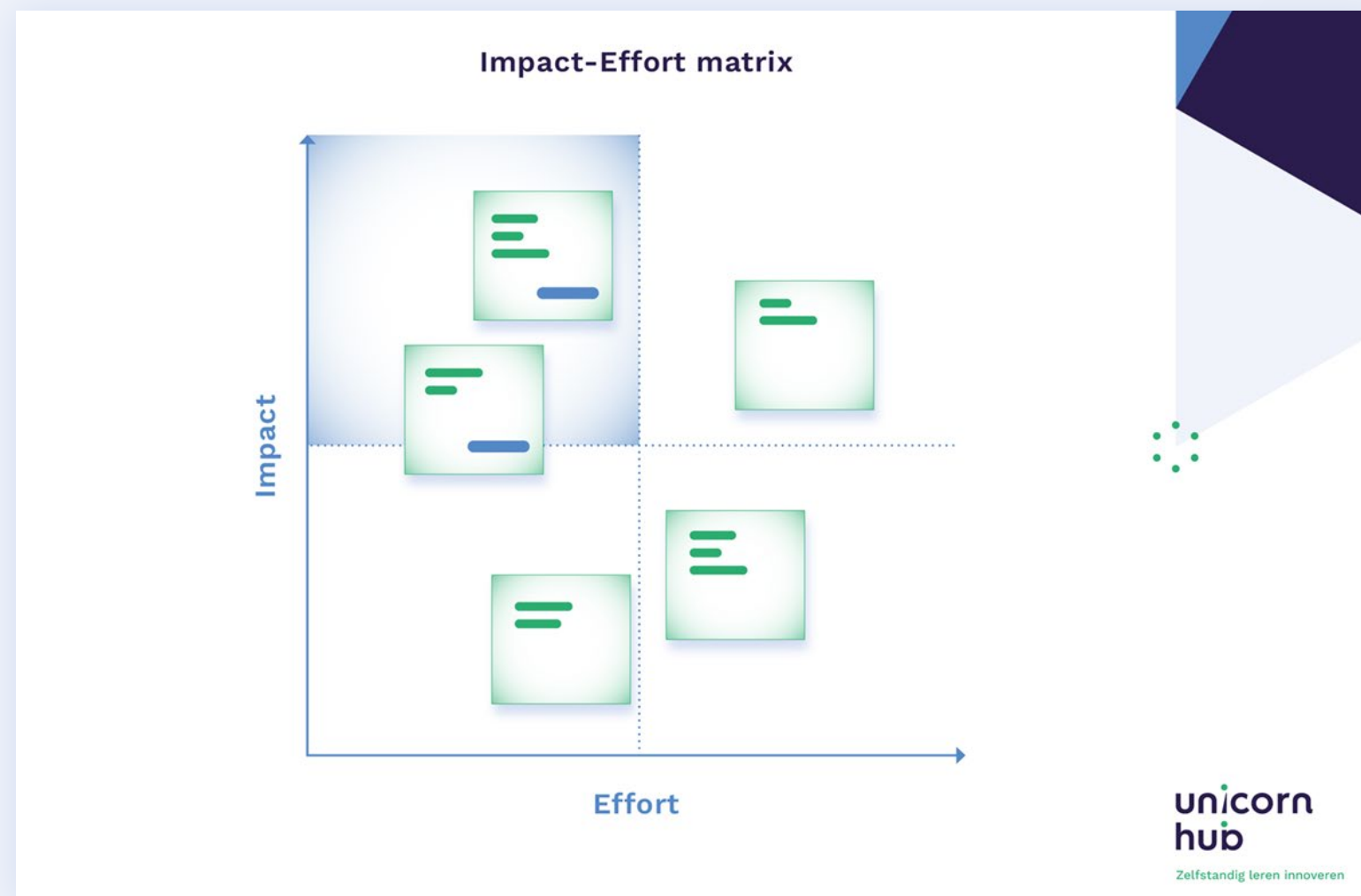
Stappenplan

- 1 Verzamel informatie over jouw innovatiestrategie. Manieren om dit te doen zijn bijvoorbeeld: observeren, interviews, marktanalyse en desk-onderzoek. Belangrijke aspecten die je wilt achterhalen zijn:**

 - Visie: wat is de visie van de organisatie?
 - Bedrijfsstrategie: welke problemen ga je oplossen?
 - Value Driven Metrics: wat zijn meetbare variabelen van succes?
 - Objective: wat wil je bereiken met je innovatie?
 - Key Results: hoe meet je of het doel is bereikt?
 - Sprintdoelen: welke maandelijkse doelen zijn af te leiden van de objective en key results?
 - Klanten & gebruikers: welke problemen lossen we op met de innovatie en wie zijn de kopers?
 - Waarde & resultaten: welke waarde wordt gecreëerd met de innovatie?
 - Hypotheses: welke aannames moeten getoetst worden?
 - Mogelijke oplossingen: welke mogelijke oplossingen zijn er nu al?
- 2 Schrijf de inzichten op post-it's en plak deze in het juiste vakje van het Innovatiestrategie canvas. Pak bepaalde onderdelen eruit en toets ze in de praktijk.**
- 3 Itereer. Dankzij het opdoen van praktijkervaringen kom je tot nieuwe inzichten die je bij een volgende ronde weer meeneemt op het canvas. Herhaal dit continu.**

Impact-Effort matrix

Helpt je als team bij het positioneren van alle oplossingen en ideeën om te bepalen waar de urgentie naar uit gaat. Wat is laaghangend, waardevol fruit en kan direct opgepakt worden? Wat is een grootschalig project?

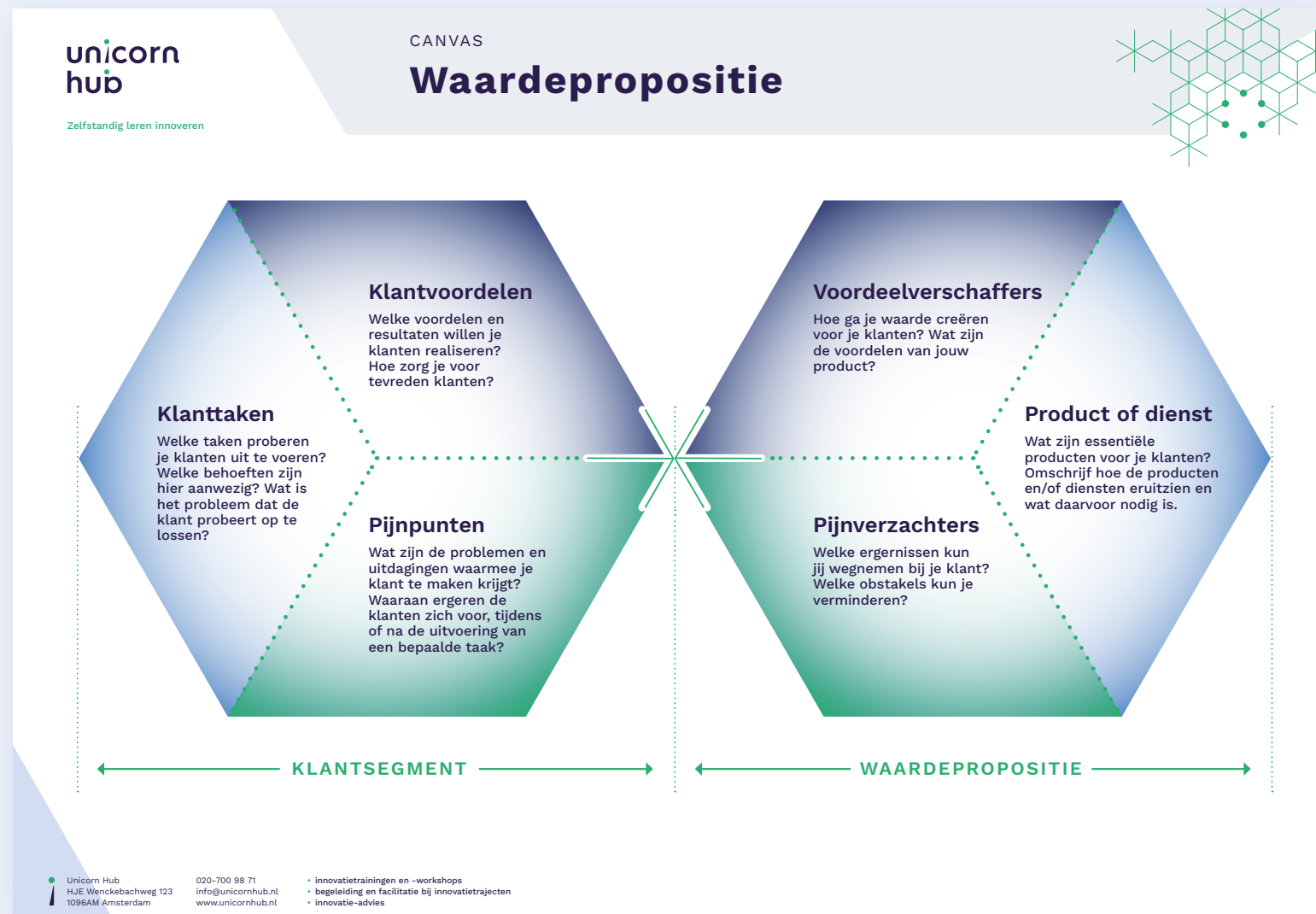


Stappenplan

- 1** Schrijf alle ideeën, acties en oplossingen op post-it's. Bepaal voor elke post-it waar deze in de matrix komt te hangen. Doe dit door naar de mate van impact op de markt te kijken en hoeveel moeite er nodig is voor de uitvoering. Plak de post-it's op de juiste plek.
- 2** Richt je op het vierkant linksboven. Hiervoor geldt dat er weinig moeite nodig is om veel impact te creëren. Definieer met elkaar heldere actiepunten en voer deze uit.
- 3** Richt je op het vierkant rechtsboven. Ook hier zit grote impact op de markt, maar dit kost meer moeite. Welke projecten moeten opgestart worden? Waar liggen de innovatiekansen?

Waardepropositie canvas

Helpt je in kaart brengen hoe je met jouw innovatie toegevoegde waarde voor je klanten levert. Dit doe je door eerst in te zoomen op de behoeften van je klanten en daarna deze behoeften te vertalen naar de waardevolle mogelijkheden die hier invulling aan geven.



Stappenplan

Het canvas is opgedeeld in twee onderdelen: waardepropositie en klantsegment. De focus ligt eerst op het onderzoeken van het klantsegment. Daarna verschuift de focus naar de waardepropositie.

1 Invullen van het klantsegment dat bestaat uit:

- ❖ **Klanttaken:** welke taken proberen je klanten uit te voeren? Welke behoeften zijn hier aanwezig? Wat is het probleem dat de klant probeert op te lossen?
- ❖ **Klantvoordelen:** welke voordelen en resultaten willen je klanten realiseren? Hoe zorg je voor tevreden klanten?
- ❖ **Pijnpunten:** wat zijn de problemen en uitdagingen waarmee je klant te maken krijgt? Waaraan ergeren de klanten zich voor, tijdens of na de uitvoering van een bepaalde taak?

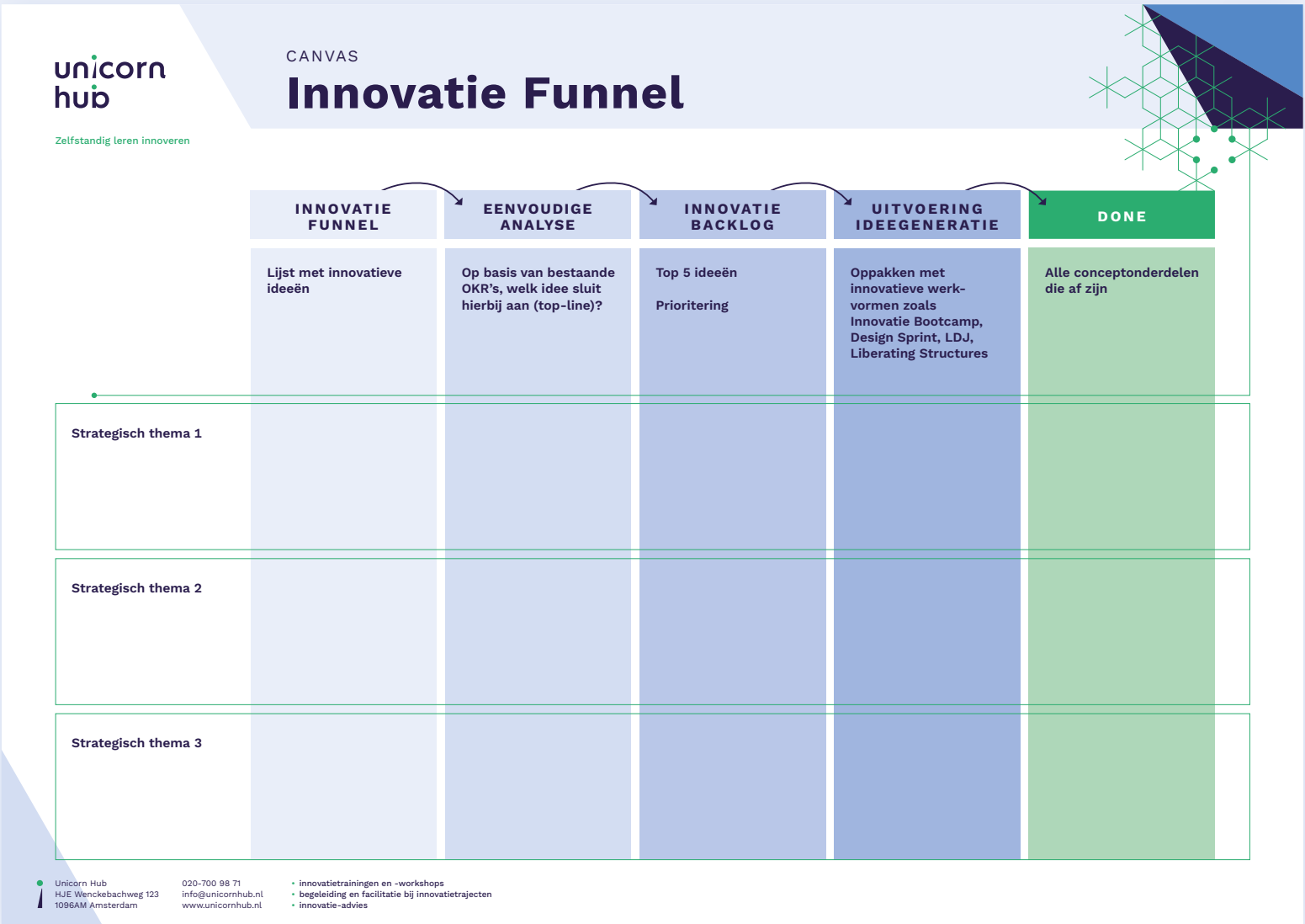
2 Invullen van de waardepropositie die bestaat uit:

- ❖ **Product of dienst:** wat zijn essentiële producten voor je klanten? Omschrijf hoe de producten en/of diensten eruitzien en wat daarvoor nodig is.
- ❖ **Voordeelverschaffers:** hoe ga je waarde creëren voor je klanten? Wat zijn de voordelen van jouw product?
- ❖ **Pijnverzachters:** welke ergernissen kun jij wegnemen bij je klant? Welke obstakels kun je verminderen?

3 Itereer. Wellicht kom je tot nieuwe ontdekkingen over een eerdere vraag bij het beantwoorden van een nieuwe vraag. Verschuif de post-it's steeds naar waar ze het relevantst zijn.

Innovatie Funnel canvas

Helpt je om de samenhang tussen strategische, tactische en operationele innovatie inzichtelijk te maken. Hiermee verbeter je de integraliteit en voortgang van implementatie.



Stappenplan

- 1** Categoriseer de strategische thema's van jouw organisatie of afdeling.
- 2** Start bij elk thema met het formuleren van de belangrijkste stappen. Vragen die je bijvoorbeeld stelt zijn:
 - ❖ Innovatieve ideeën: wat zijn mogelijke innovatie-ideeën? Wat kunnen wij maken om invulling aan de strategie te geven?
 - ❖ Eenvoudige analyse: welke ideeën zijn op basis van de strategische metrics mogelijk relevant?
 - ❖ Innovatie backlog: met welke ideeën gaan wij aan de slag? Welke ideeën kunnen wij daadwerkelijk verwezenlijken?
 - ❖ Uitvoering ideegeneratie: welke werkwijze kunnen wij gebruiken om de innovatieve ideeën te toetsen op relevantie? Wat hebben wij nodig voor een test-loop?
 - ❖ Done: alles was met een werkwijze uitgevoerd is en afgerond. Wat heeft een Go/No Go?
- 3** Itereer frequent en betrek hier stakeholders en teamleden bij. Verschuif de post-it's steeds naar waar ze het huidige moment representatief zijn.

Concept Definitie canvas

Ondersteunt je bij het uitzetten van de fundamentele kaders voor het uitrollen van een innovatie concept. Hiermee stimuleer je de creatieve ruimte van het team.

unicorn hub CANVAS
Zelfstandig leren innoveren

Concept Definitie

PERSONA
Wat is de belangrijkste doelgroep?

FOCUS ZONE
Op welk gebied van de klantreis wil je je richten?

SPRINTVRAGEN
Wat zijn de belangrijkste vragen waarop je antwoord wilt tijdens het maken van een prototype?

HYPOTHESE
Welke aanname wil je valideren?

EXPERIMENT VEREISTEN
Welke specifieke eisen zijn er?

DISRUPTIE
Hoe disruptief is je idee op een schaal van 1-10?

LANGE TERMIJN DOEL
Wat is het vooraf bepaalde doel voor de komende twee jaar?

Unicorn Hub
H.J.E. Wenckebachweg 123
1096AM Amsterdam

020-700 98 71
info@unicornhub.nl
www.unicornhub.nl

• innovatietrainingen en -workshops
• begeleiding en facilitatie bij innovatietrajecten
• innovatie-advies

Stappenplan

- 1 Verzamel informatie voor het uitzetten van kaders voor je innovatie concept. Belangrijke aspecten die je wilt achterhalen zijn:**
 - Persona: pak de User Persona erbij en vul deze in of itereer op een verouderde versie.
 - Focus zone: omschrijf de focus zone van de klantreis. De optionele focus zones / fases zijn: bewustwording, overweging, actie, gebruik, behoud.
 - Sprintvragen: beschrijf de sprintvragen waarop je antwoord wilt krijgen tijdens het maken van een prototype.
 - Hypothese: stel een hypothese vast om je aanname te valideren.
 - Experiment vereisten: bepaal de eisen waaraan het experiment moet voldoen.
 - Langetermijndoel: benoem wat het doel is voor de komende twee jaar.
 - Disruptie: geef visueel een inschatting van de mate waarmee je ontwrichtend wilt zijn.
- 2 Schrijf de inzichten op post it's en plak deze in het juiste vakje in het Concept Definitie canvas.**
- 3 Itereer. Wellicht kom je tot nieuwe ontdekkingen over een eerdere vraag bij het beantwoorden van een nieuwe vraag. Verschuif de post-it's steeds naar waar ze het relevantst zijn.**

Nawoord

Heb je lekker geëxperimenteerd? Welke ontdekkingen heb je gedaan? Wat weet je nu wat je voorheen niet wist? Bij innovatie gaat het om de successen vieren van datgene wat je geleerd hebt, nog niet wist of nieuw gecreëerd hebt. Je laat je dus niet bekritisieren door de hoge lat die niet bereikt is, dat is niet hoe innovatie werkt. De kleine inzichten zorgvuldig omarmen en daarop door ontwikkelen, dat is hoe innovaties tot stand komen. Blijf dus lekker doorgaan en bouw aan de cultuur van innovatie. Dan zal je zien dat het op een gegeven moment vanzelfsprekend is en innovatie sluimerend de nieuwe norm is geworden.

Over Unicorn Hub

Onze missie

Wij leren je zelfstandig innoveren. Dit doen we door nieuwsgierigheid, creativiteit, en teamwork aan te wakkeren.

Hoe pakken we dit aan?

Het is onze overtuiging dat iedereen innovatief kan zijn. Innovatief zijn is namelijk een vaardigheid die je met de juiste training en ervaring kunt ontwikkelen. De competenties nieuwsgierigheid, creativiteit, en teamwork dragen aantoonbaar bij aan de innovatiekracht van teams. Daarom zijn dit de competenties waar wij onze dienstverlening op richten.

Wij hebben in ieder traject oog voor zowel de structuurkant als de menselijke kant van innoveren. Deze holistische kijk levert de meest duurzame resultaten op. Verder hoef je van ons geen eindeloze presentaties te verwachten, we gaan namelijk direct praktisch aan de slag. Door te oefenen en door te doen leer je zelfstandig innoveren.

Contactgegevens Unicorn Hub

H.J.E. Wenckebachweg 123
1096AM Amsterdam
info@unicornhub.nl
020-7009 871



unicorn
hub

Zelfstandig leren innoveren