

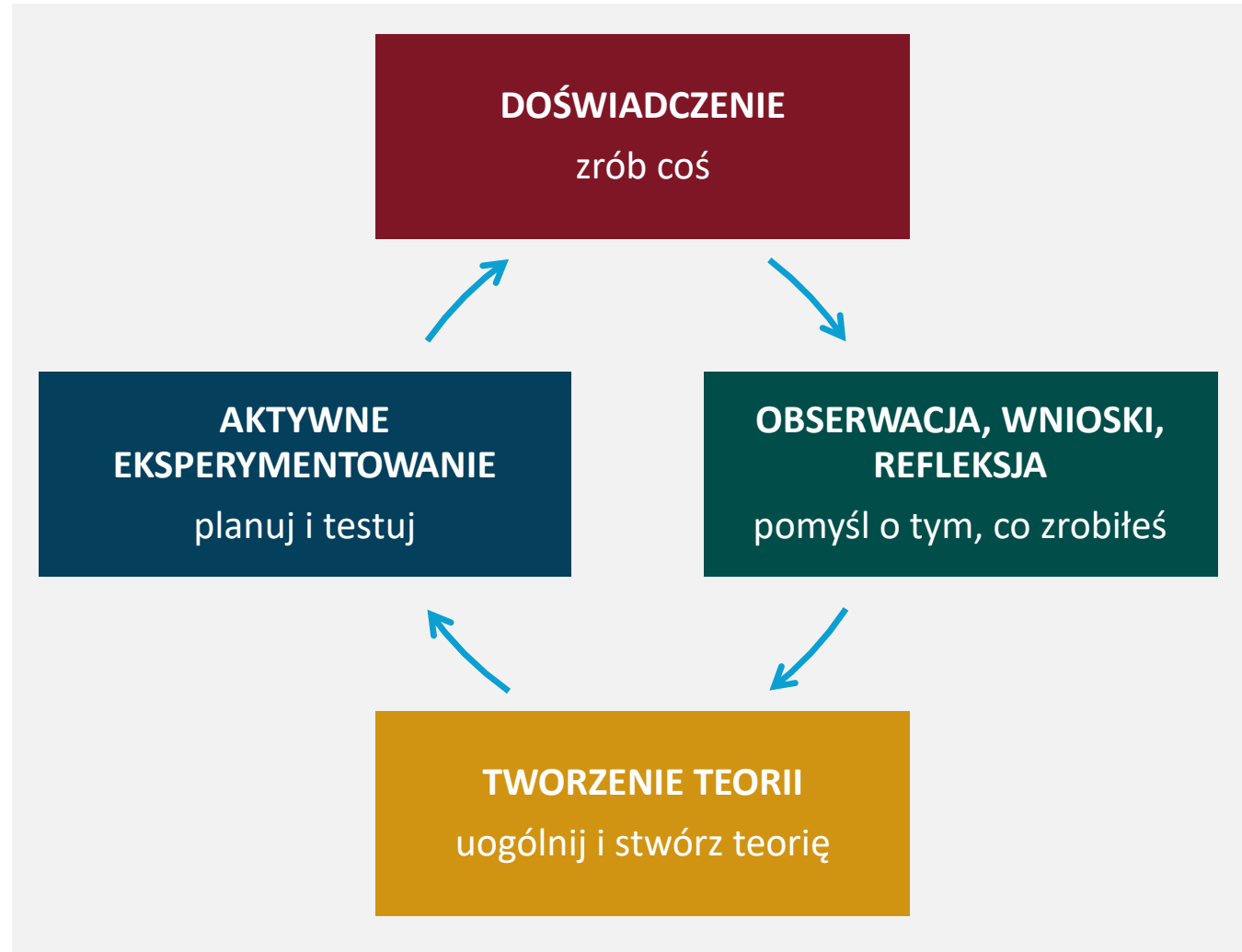
Przywództwo ku przyszłości.
innowacyjność i kreatywność
w sporcie



Oczekiwane rezultaty warsztatu

- Zwiększenie świadomości znaczenia kreatywności i innowacyjności w roli lidera związku sportowego
- Rozwój kluczowych kompetencji wspierających tworzenie kultury innowacyjności
- Wypracowanie konkretnych innowacyjnych rozwiązań na realne wyzwania uczestników
- Integracja i wymiana doświadczeń pomiędzy uczestnikami

Cykl Kolba

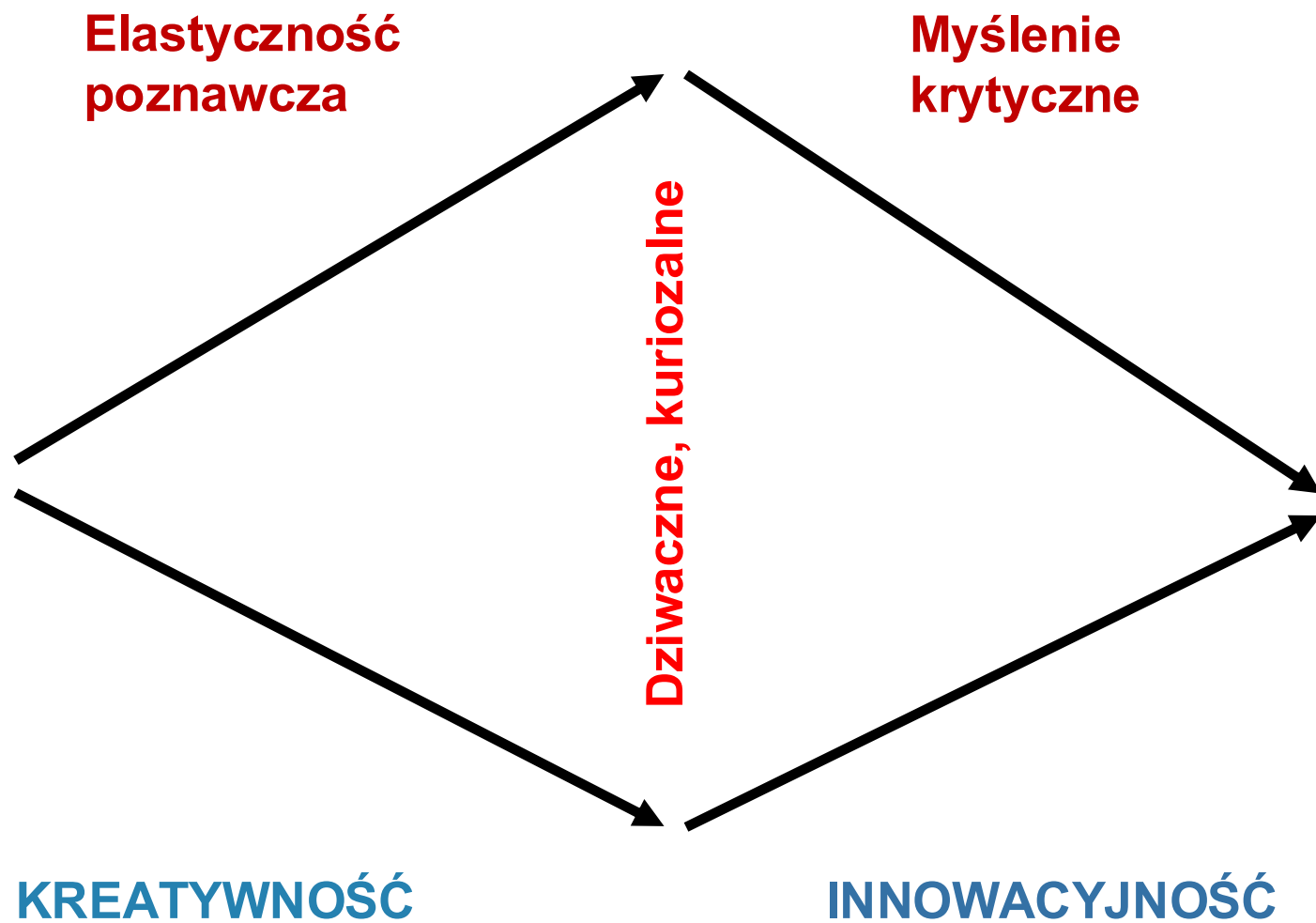


Narysuj jak się czujesz teraz?

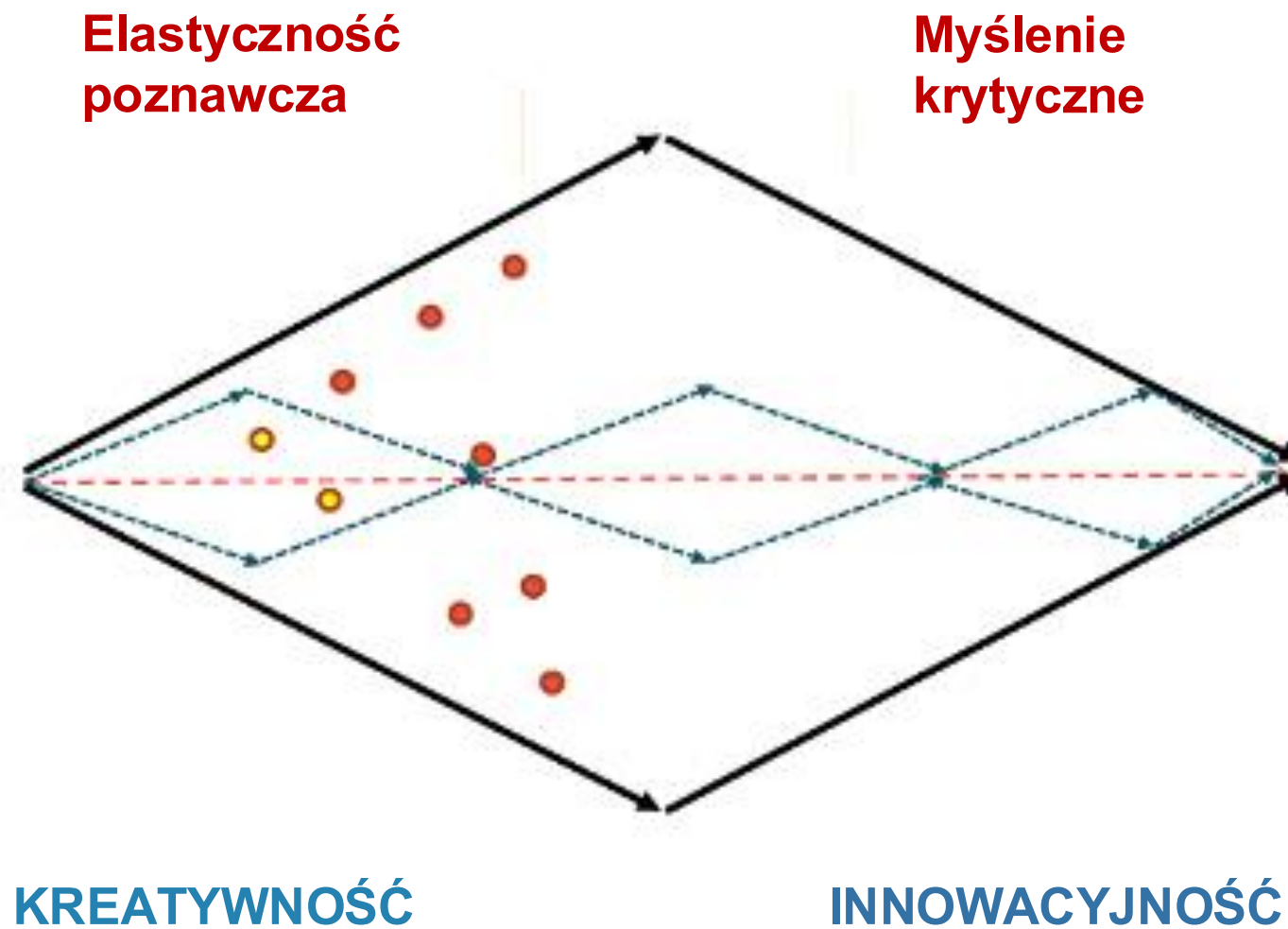


Kreatywność i Innowacyjność

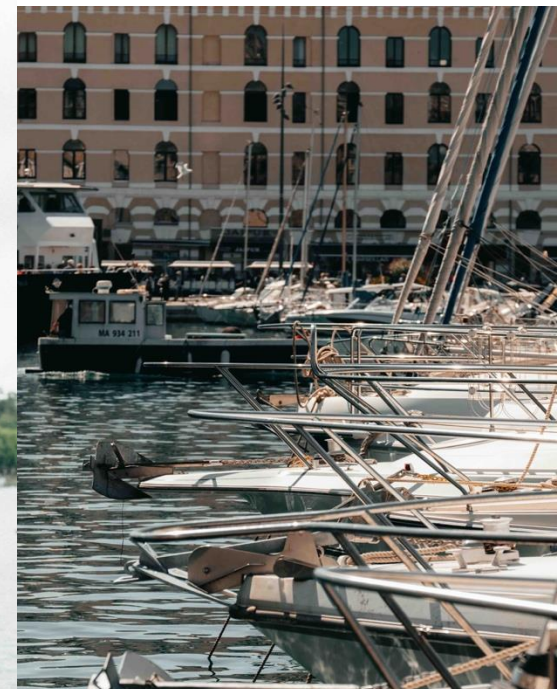
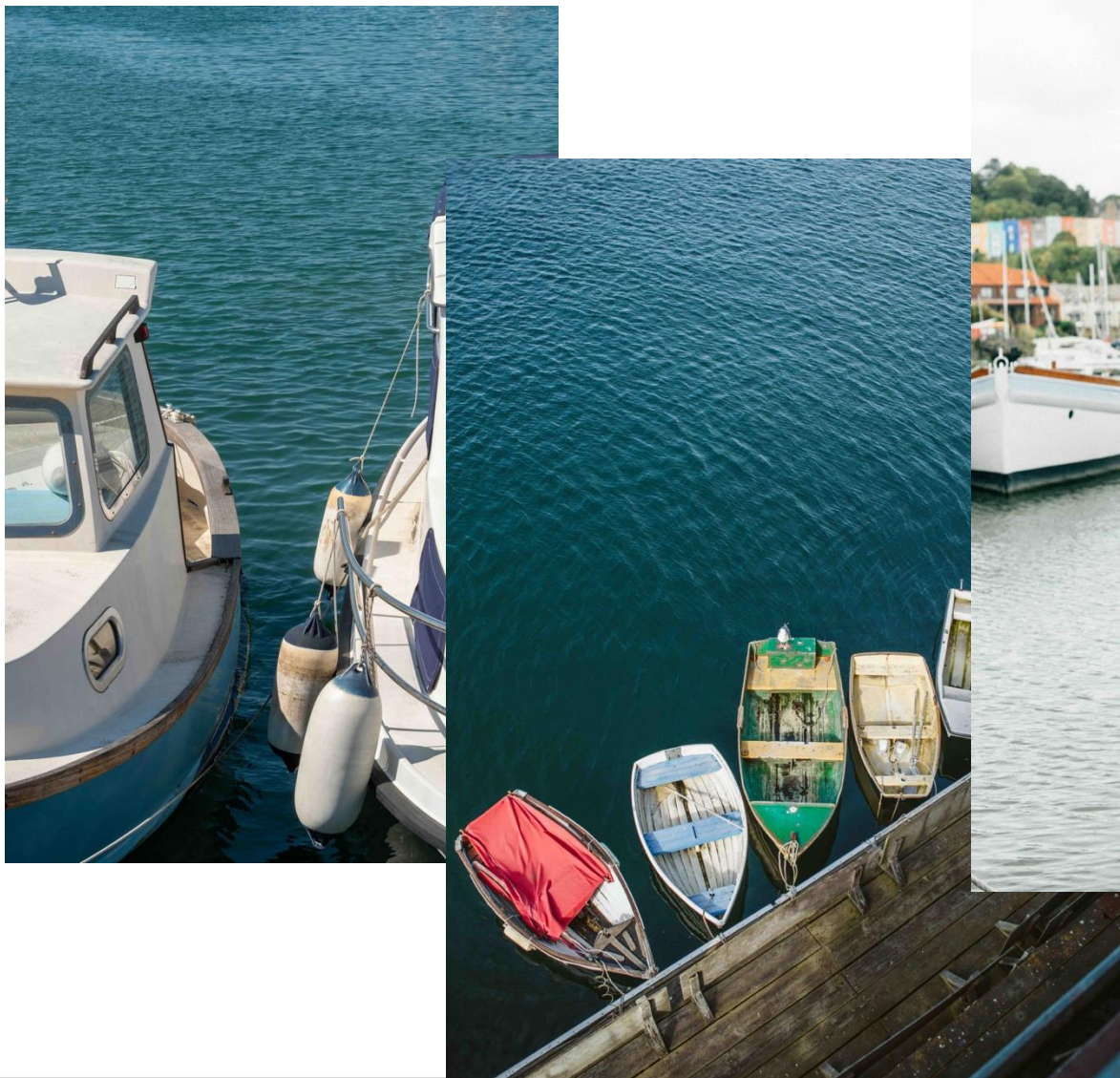
Kreatywność i innowacyjność



Kreatywność i innowacyjność na co dzień



Kreatywność



Warunki sprzyjające kreatywności

Inspiracja – kontakt ze sztuką, naturą, innymi dziedzinami lub kulturami.

Czas i przestrzeń – chwile luzu i nudy pozwalają pomysłom dojrzeć.

Współpraca i różnorodność – mieszanie perspektyw daje nowe iskry.

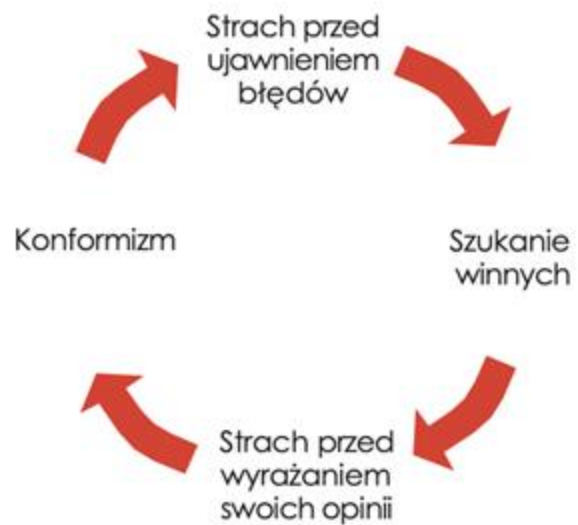
Ograniczenia – paradoksalnie to one często wyzwalać innowacyjne myślenie.

Bezpieczeństwo psychologiczne – przestrzeń, w której można mówić, próbować i popełniać błędy bez strachu.

Bezpieczeństwa psychologiczne a hormony

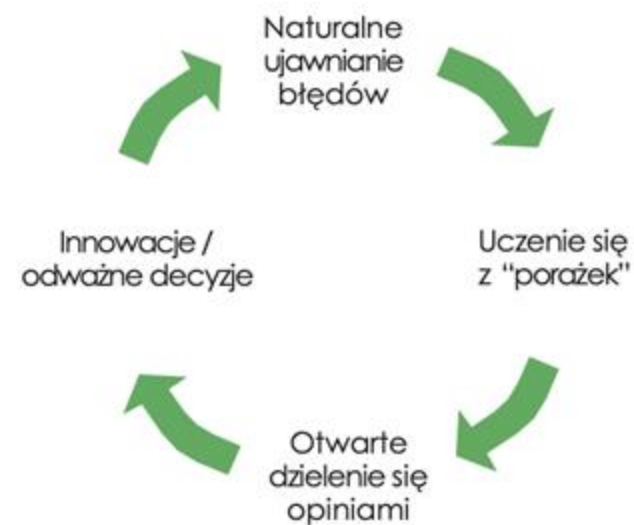
Poczucie Zagrożenia
(Psychological Danger)

Kortyzol



Poczucie Bezpieczeństwa
(Psychological Safety)

Serotonina



NAWYKI

Koncentruj się na użytkowniku — pamiętaj kto jest odbiorcą Twoich rozwiązań.



fluent.

NAWYKI

Eksperymentuj – działaj, cały czas sprawdzając czy Twoje działania mają sens.



fluent.

NAWYKI

Pracuj zespołowo — interdyscyplinarny zespół = efekt synergii.



NAWYKI

Kwestionowanie statusu quo — stare schematy i nawyki = oczywiste rozwiązania



fluent.

Główne składniki kreatywności

Ciekawość

- Pytanie „a co jeśli?” lub „dlaczego nie?”
- Otwartość na nowe doświadczenia i perspektywy.

Gotowość do ryzyka i tolerancja niepewności

- Odwaga, by popełniać błędy, nie mieć racji, nie wiedzieć.
- Komfort w obliczu niewiadomego.

Wyobraźnia

- Umiejętność mentalnego bawienia się pomysłami, symbolami i obrazami.
- Widzenie tego, co jeszcze nie istnieje.

Zabawa i lekkość

- Umiejętność eksperymentowania, improwizowania i eksplorowania bez oceniania.
- Często niedoceniana, a kluczowa dla przepływu i odkryć.

Badania kreatywności NASA

4-5 lat	98%
10 lat	30%
15 lat	12%
Dorośli	<2%

Burza mózgów



Burza mózgów

Wymyślcie pomysły na konkurencje sportowe zawierające trzy podane wam słowa (5 + 5 min)

Parasol – Taniec – Balon

Skarpeta – Woda - Rower

CASE STUDIES



Strefa innowacji

zrozumienie potrzeb

WYZWANIA

- ❖ Skostniałe struktury i nieefektywne zarządzanie w związkach sportowych
- ❖ Nieefektywny system motywacyjny
- ❖ Trudności w pozyskiwaniu, utrzymaniu i rozwoju talentów sportowych.
- ❖ Negatywny wizerunek sportu i działaczy.
- ❖ Wyzwania finansowe i komercjalizacja sportu.

EMPATIA

Jak rozumieć ludzi lepiej niż oni sami siebie rozumieją

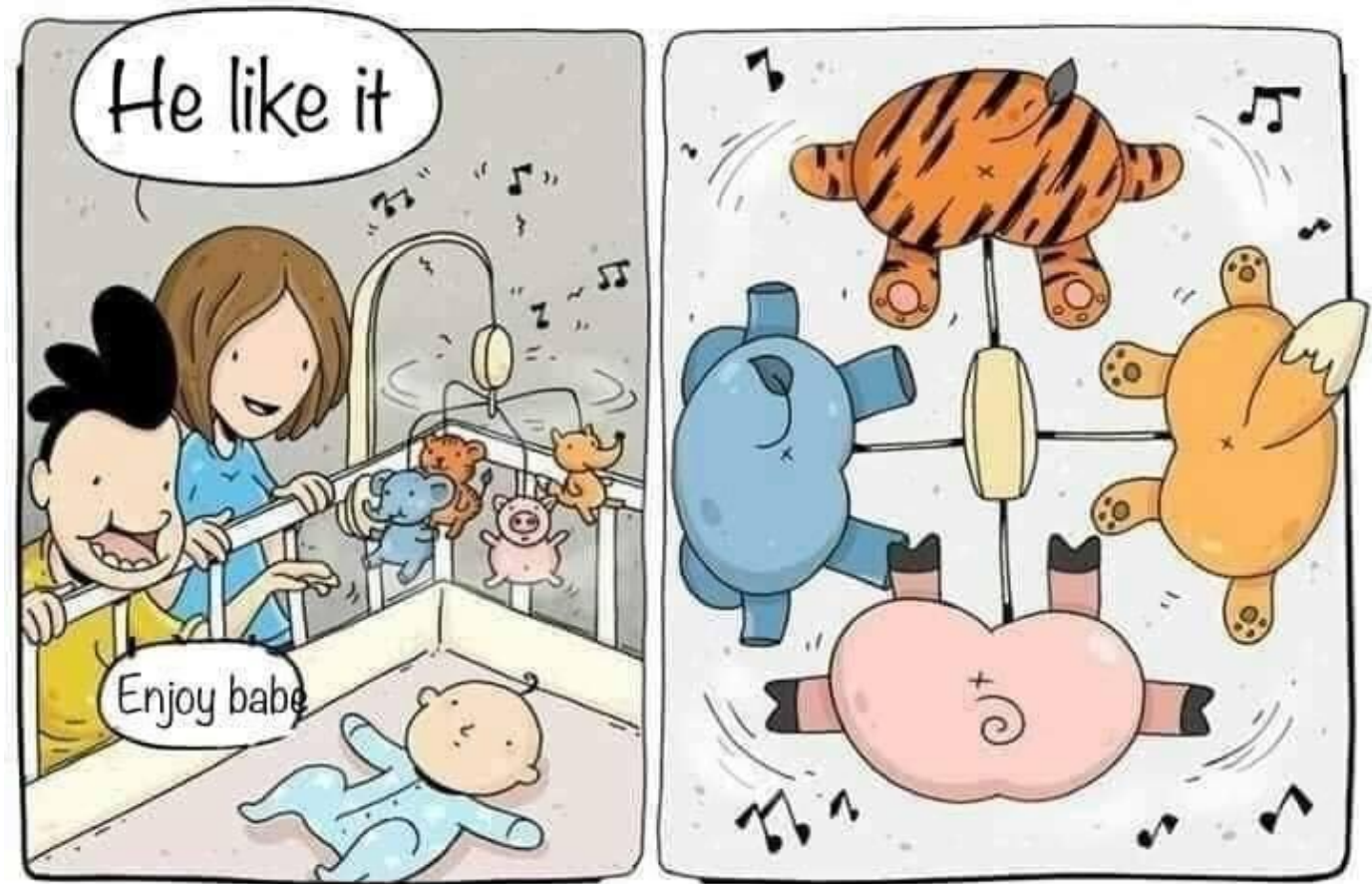
”

Empatia to zdolność do postrzegania różnych doznań oczyma innej osoby i zrozumienia dlaczego ludzie robią to co robią. Koncentracja na człowieku stanowi istotę procesu innowacji.

„Twórcza odwaga”, David i Tom Kelley

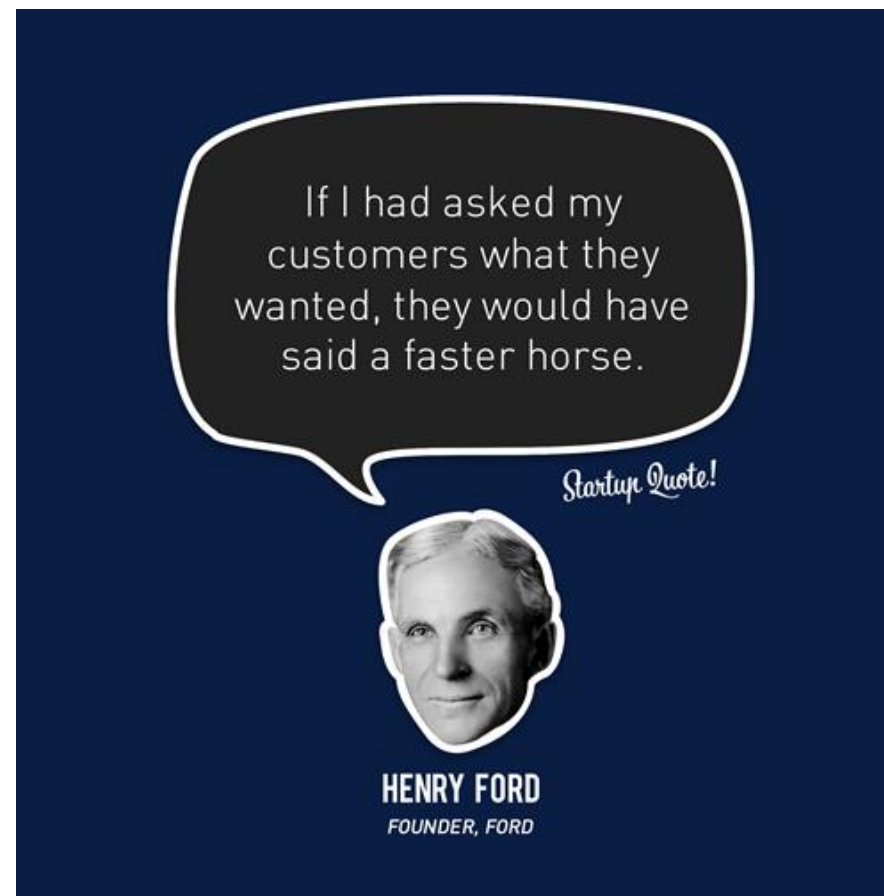
CEL ROZUMIENIA POTRZEB UŻYTKOWNIKÓW

- „Uczłowieczyć” klienta
- Obrać i zrozumieć jego perspektywę



fluent.

- „Uczłowieczyć” klienta
- Obrać i zrozumieć jego perspektywę
- Odkryć nieuświadomione potrzeby



EMPATIA - WYWIAD

- Wyznaczcie osobę, która pierwsza wcieli się w rolę odbiorcy rozwiązania, w danym wyzwaniu.
- Celem wywiadu jest zebranie doświadczeń i historii dotyczących danego wyzwania.
- Wszyscy będą zadawać pytania odbiorcy i notować odpowiedzi mazakami na karteczkach samoprzylepnych.
- Po skończonym wywiadzie wszystkie karteczki przyklejcie na ścianie/flipcharcie.



EMPATIA - WYWIAD

Zasady dobrego wywiadu:

- Zadawaj otwarte pytania
- Nie sugeruj odpowiedzi w pytaniu
- Zachęcaj do opowiadania historii
- Pytaj dlaczego – metoda “5 x dlaczego”
- Spraw, by rozmówca czuł się komfortowo
- Notuj jedną obserwację na jednej karteczce
- Unikaj pojedynczych słów
- Pisz WIELKIMI literami, aby łatwo było przeczytać z daleka.



EMPATIA - GRUPOWANIE

- Uporządkujcie informacje tworząc chmury obserwacji powiązanych ze sobą.
- Weź do ręki postit i zobacz do jakiego innego postita pasuje.
- Przyklej je obok siebie tworząc chmurę.
- Na koniec nadaj nazwy poszczególnym chmurom obserwacji używając prostokątnych postitów.



Strefa innowacji zdefiniowanie wyzwania

DEFINIOWANIE

Cel etapu

- Analiza informacji
- Znalezienie wspólnego mianownika między użytkownikami/segmentami
- Wyciągnięcie wniosków
- Sformułowanie wyzwania projektowego
- Wybór wyzwania projektowego do dalszej pracy

DEFINIOWANIE — JAK MOGLIBYŚMY...?

Celem tego etapu jest sformułowanie pytania — tzw. wyzwania projektowego, na które będzie odpowiadać na generowaniu pomysłów.

Wyzwanie projektowe ma zawierać w sobie informacje z badania potrzeb — informacje oraz obserwację z wywiadów.



DEFINIOWANIE — JAK MOGLIBYŚMY...?

Wypisz samodzielnie dwa wyzwania projektowe, które Twoim zdaniem są najważniejsze z perspektywy Twojego odbiorcy.

3'



DEFINIOWANIE — JAK MOGLIBYŚMY...?

Podziel się nimi na forum Twojego zespołu i razem wybierzecie lub sformułujecie ostateczne wersje wyzwania projektowego.

Każdy zespół może mieć **jedno wyzwanie projektowe**.

15'



DEFINIOWANIE — JAK MOGLIBYŚMY...?

Na forum rozmawiamy o wyzwaniach projektowych.

20'



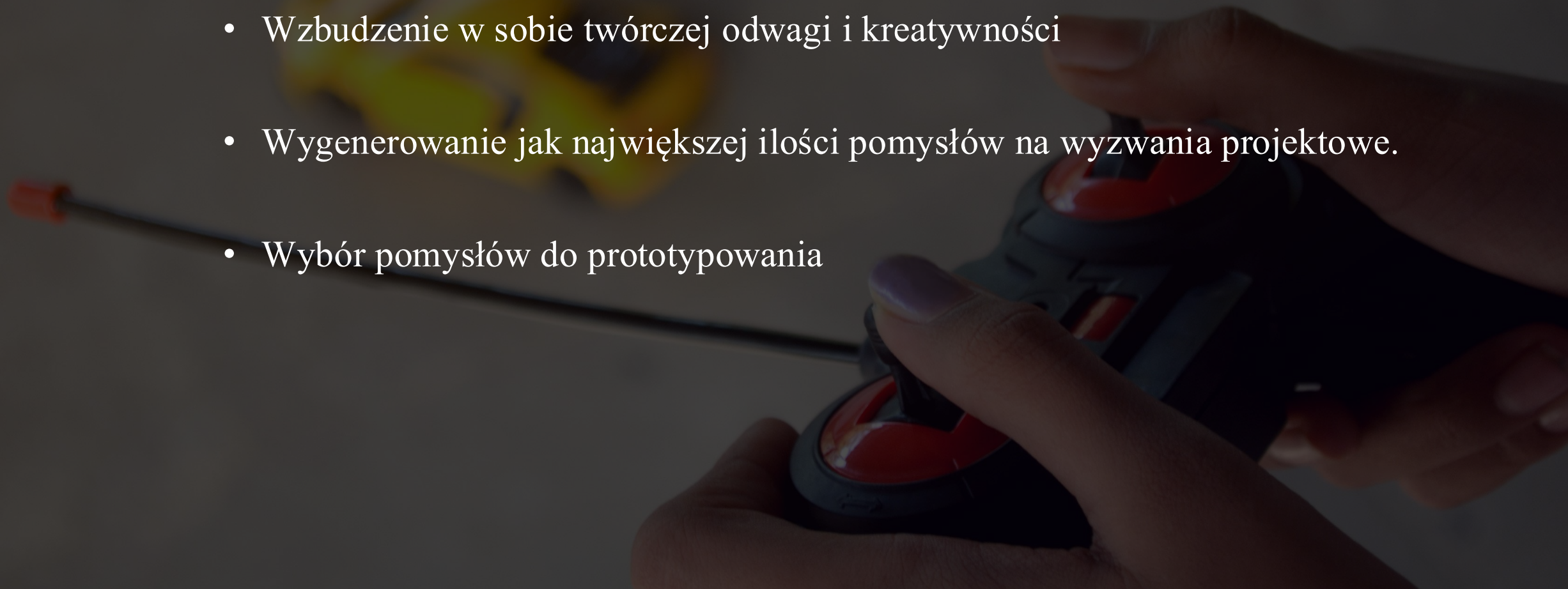
Strefa innowacji

generowanie pomysłów

GENEROWANIE POMYSŁÓW

Cel etapu

- Wzbudzenie w sobie twórczej odwagi i kreatywności
- Wygenerowanie jak największej ilości pomysłów na wyzwania projektowe.
- Wybór pomysłów do prototypowania



GENEROWANIE POMYSŁÓW

Co pomaga w burzy mózgów?

- zapisuj każdy pomysł jaki przyjdzie ci do głowy
- idź na ilość
- każdy pomysł jest dobry
- buduj skojarzenia na bazie poprzednich pomysłów
- dozwolone są szalone i nierealne pomysły
- nie szukaj aprobaty dla swoich pomysłów
- jeśli pomysł jest zbyt ogólny, dodaj jakiś szczegół
- nie oceniaj pomysłów, będziemy to robić po burzy mózgów
- zamiast dyskutować, zachęcaj i motywuj swój zespół











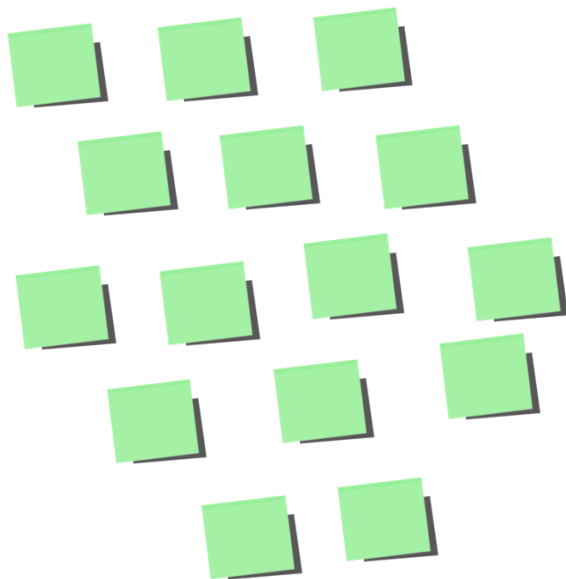


Strefa innowacji selekcja rozwiązań

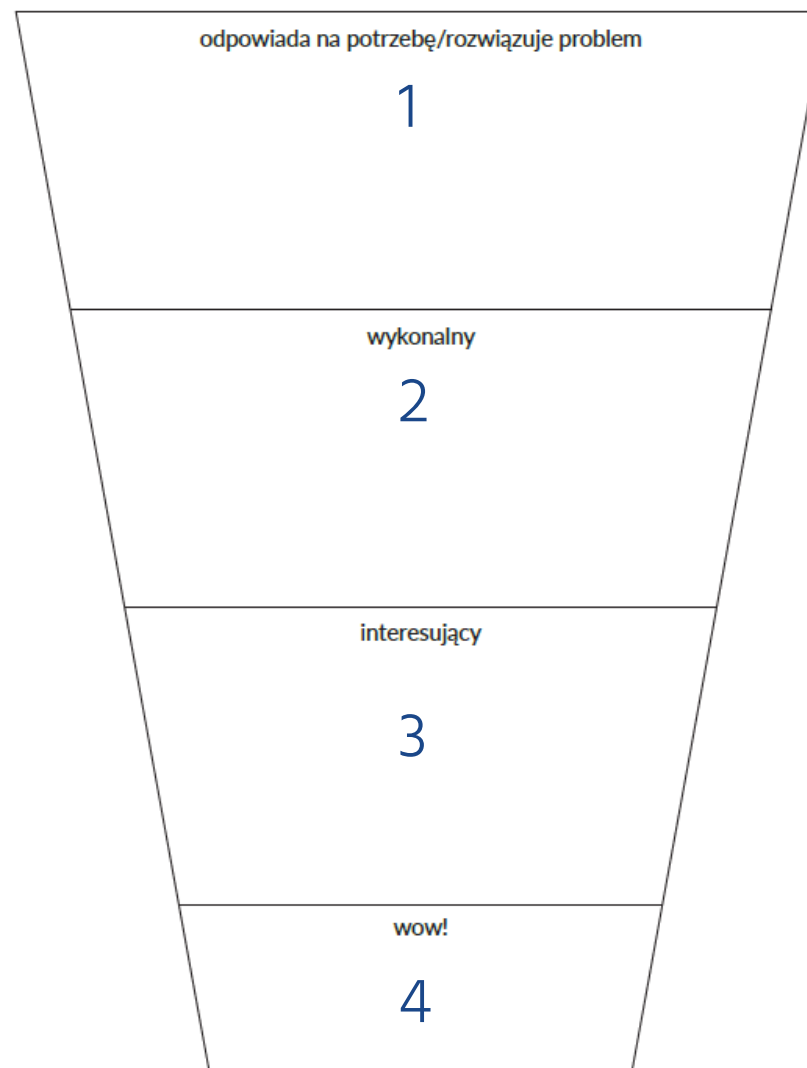
SELEKCJA POMYSŁÓW

Dokonaj analizy pomysłów
oceniając je na podstawie
kryteriów z planszy.

Przeklejaj dalej pomysły,
które przechodzą przez filtr.



LEJEK POMYSŁÓW

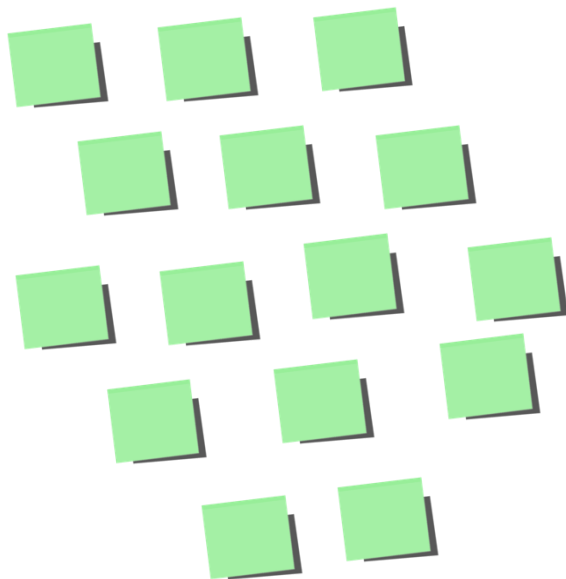


fluent.

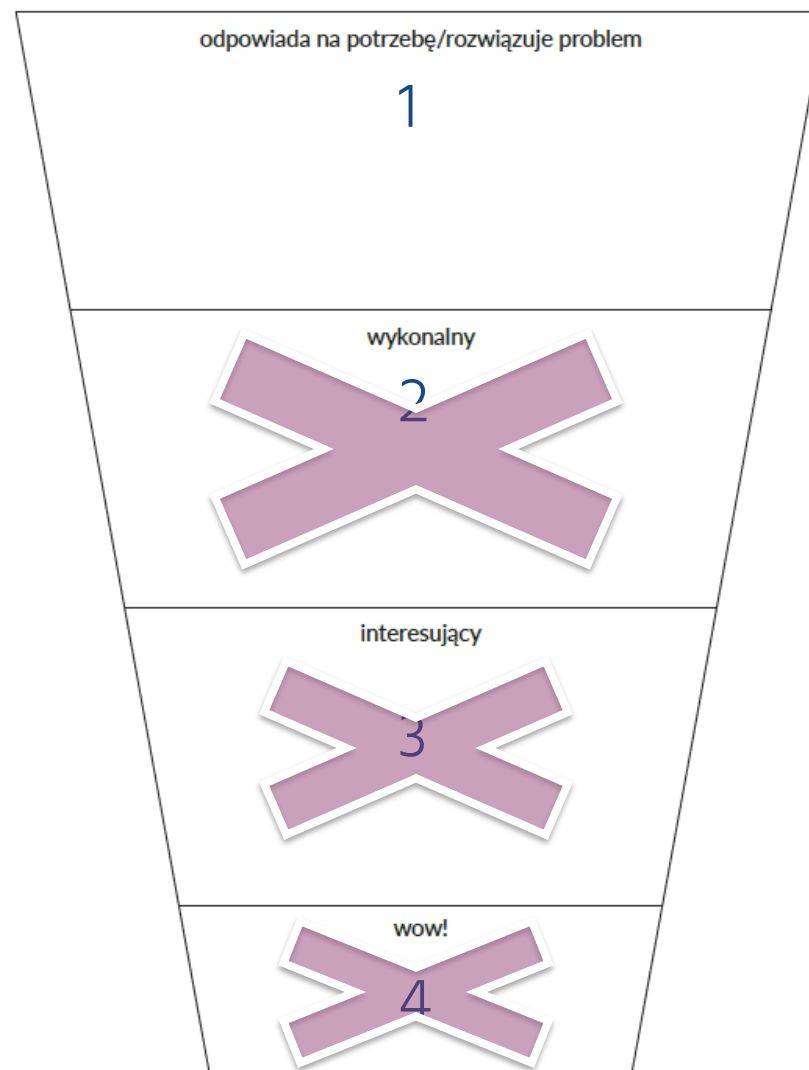
SELEKCJA POMYSŁÓW

Dokonaj analizy pomysłów
oceniając je na podstawie
kryteriów za planszy.

Przelejaj dalej pomysły,
które przechodzą przez filtr.



LEJEK POMYSŁÓW



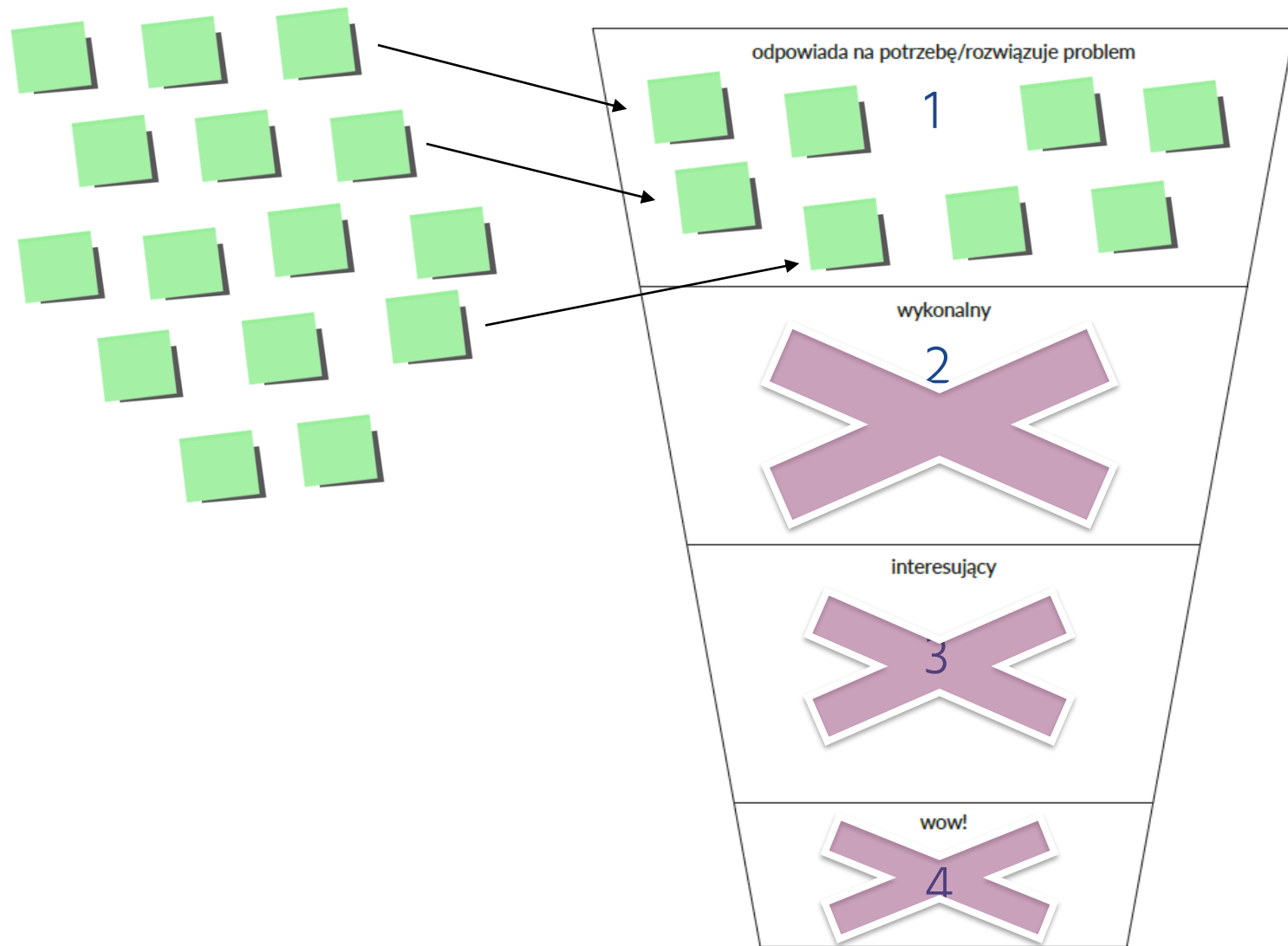
fluent.

SELEKCJA POMYSŁÓW

Dokonaj analizy pomysłów
oceniając je na podstawie
kryteriów z planszy.

Przeklejaj dalej pomysły,
które przechodzą przez filtr.

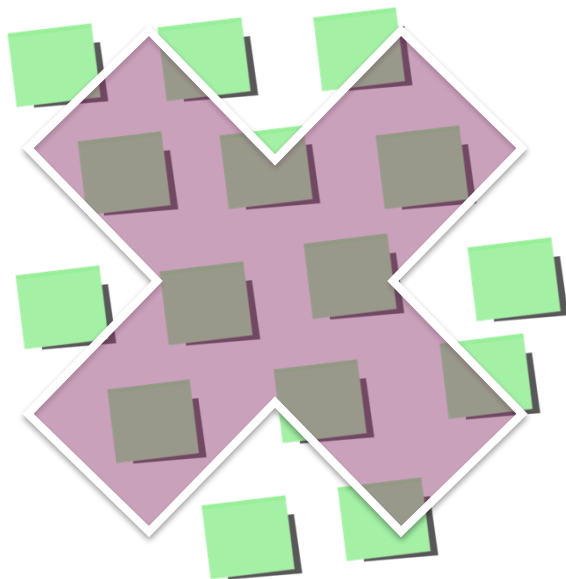
LEJEK POMYSŁÓW



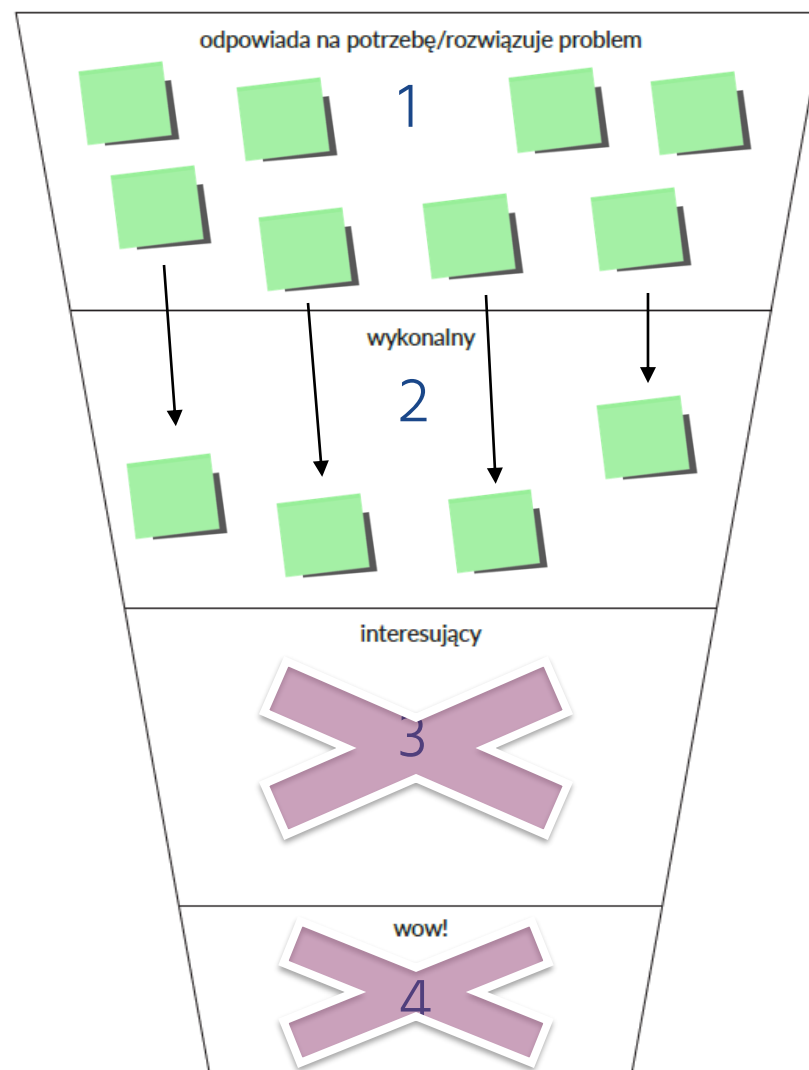
SELEKCJA POMYSŁÓW

Dokonaj analizy pomysłów
oceniając je na podstawie
kryteriów z planszy.

Przeklejaj dalej pomysły,
które przechodzą przez filtr.



LEJEK POMYSŁÓW

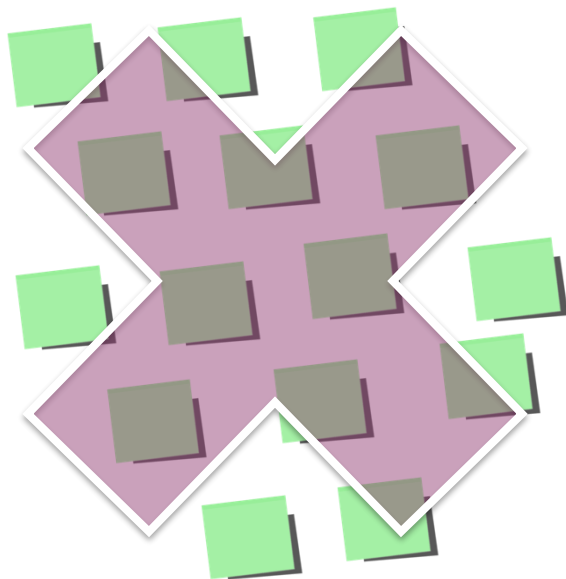


fluent.

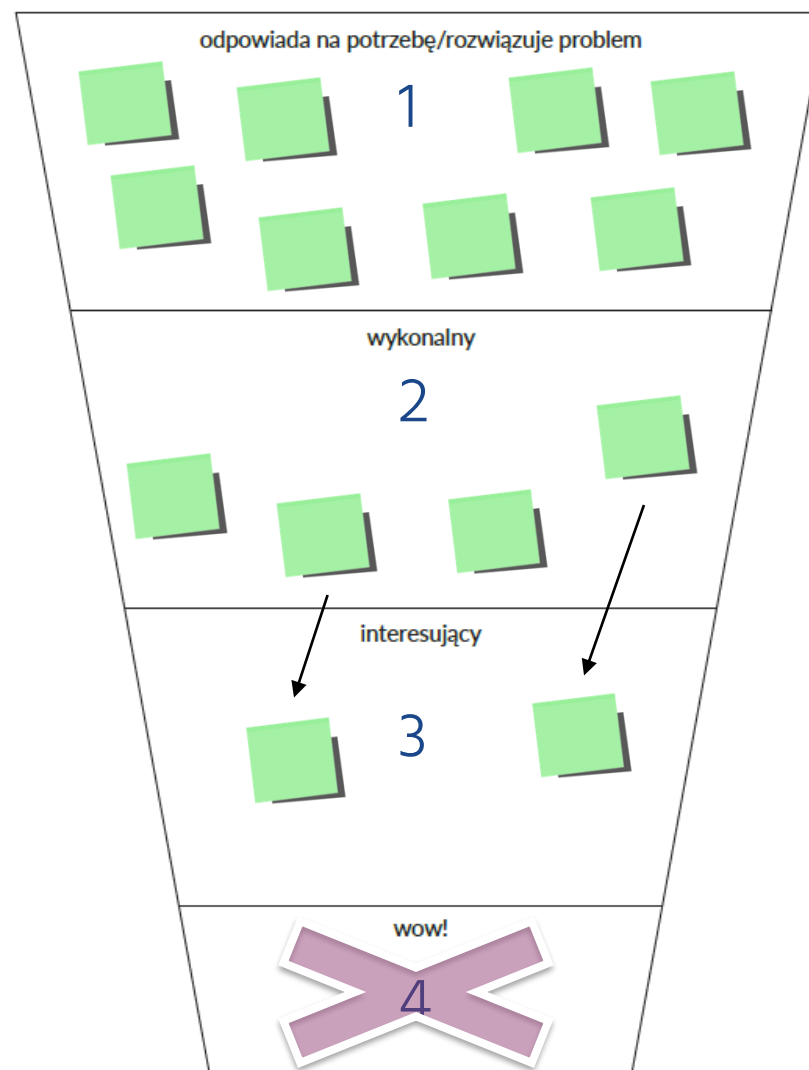
SELEKCJA POMYSŁÓW

Dokonaj analizy pomysłów
oceniając je na podstawie
kryteriów z planszy.

Przeklejaj dalej pomysły,
które przechodzą przez filtr.



LEJEK POMYSŁÓW

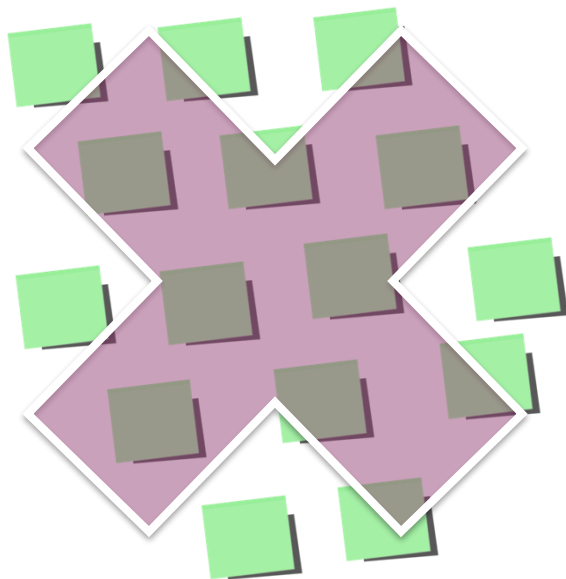


fluent.

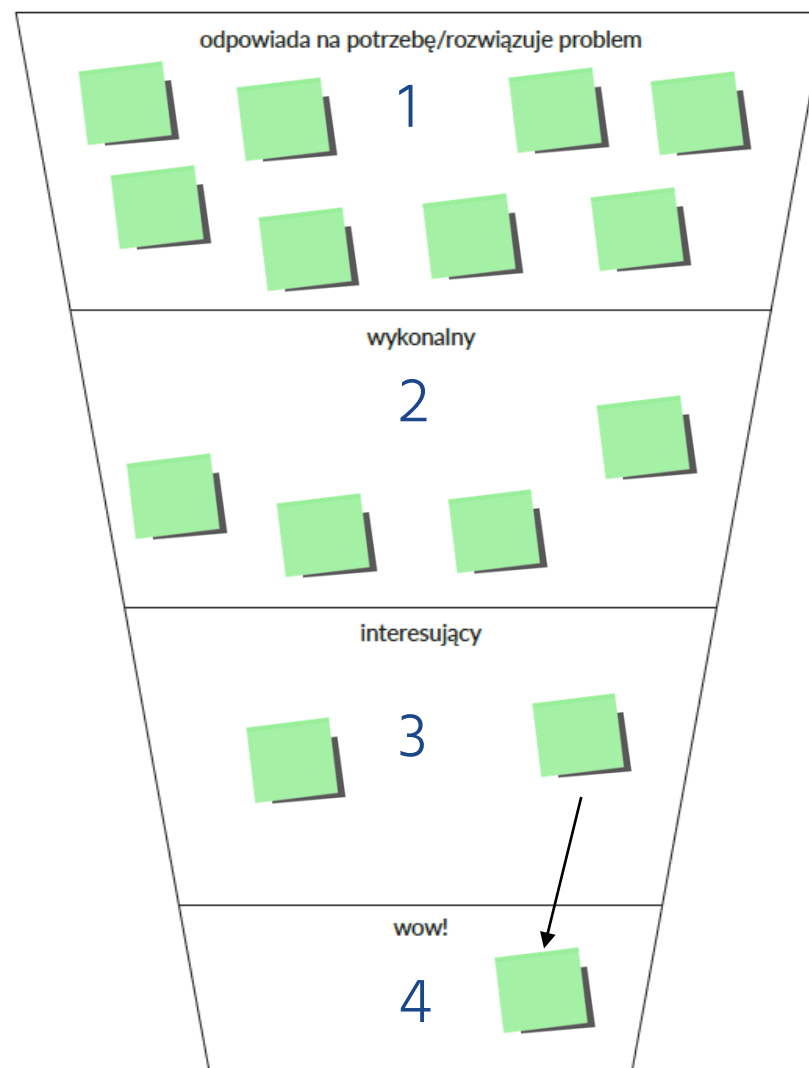
SELEKCJA POMYSŁÓW

Dokonaj analizy pomysłów
oceniając je na podstawie
kryteriów z planszy.

Przelejaj dalej pomysły,
które przechodzą przez filtr.



LEJEK POMYSŁÓW



fluent.

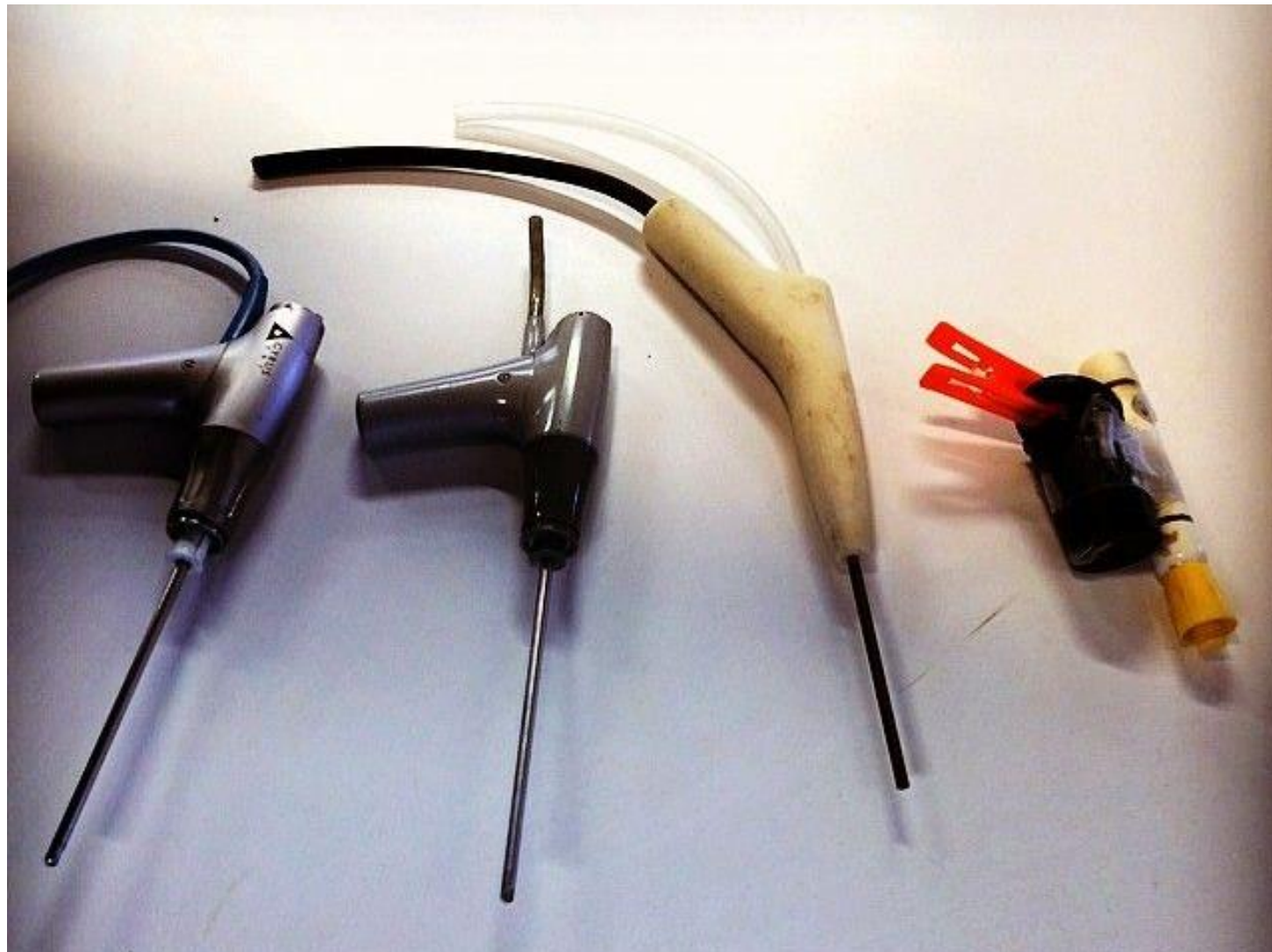
Strefa innowacji budowanie prototypów

PROTOTYPOWANIE

Cel etapu

- przejście do działania
- zmaterializowanie pomysłów
- zrozumienie pomysłów przez wszystkich członków zespołu projektowego
- zmniejszenie ryzyka porażki projektu

PROTOTYPOWANIE



fluent.

PROTOTYPOWANIE



PROTOTYPOWANIE



PROTOTYPOWANIE



PROTOTYPOWANIE — JAK BUDOWAĆ PROTOTYPY?



1



2



3



4



1



2



3



4



5

PROTOTYPOWANIE

Zbudujcie prosty interaktywny prototyp pomysłu.

Prototyp musi **spełniać warunki**:

- prototyp ma działać lub symulować działanie.
- budujcie w taki sposób, aby użytkownik z innej grupy mógł wejść z prototypem w interakcję.

A następnie przygotujcie **zadaniowy test użyteczności**:

- Określcie co użytkownik ma zrobić w teście
- Określcie kontekst użycia, np. Jesteś w autobusie, spieszysz się i chcesz dowiedzieć się jak dojechać do ...
- Sformułujcie prostą instrukcję dla użytkownika, np. Skorzystaj z aplikacji, której ekran jest przed Tobą.



Strefa innowacji

testowanie wyników

TESTOWANIE

Cel etapu

- Dowiedzenie się czy prototyp odpowiada na wyzwanie projektowe sformułowane na etapie Definiowania
- Otrzymanie informacji zwrotnej od odbiorców rozwiązania
- Zebranie dodatkowych pomysłów na poprawę prototypu
- Odkrycia, których się nie spodziewaliśmy

TESTOWANIE

Powrót do Empatii



fluent.