

Social media inzetten om je brainstorm te verrijken, daar gaat het om bij Crowdstorming. Een nieuwe aanpak die steeds vaker met succes toegepast wordt en een mooie toekomst tegemoet gaat. Tabula Crea ontwerpt en begeleidt brainstorms waar je via social media de 'crowd', de buitenwereld bij betrekt.

Steeds meer consumenten, experts, bedrijven en organisaties zijn actief op o.a. Facebook, Twitter en Pinterest. Een fantastische manier om contacten te onderhouden en de dialoog aan te gaan met (potentiële) klanten en stakeholders. Maar ook om de buitenwereld te betrekken bij innovatie, bij kansen die zich voordoen in de markt, bij nieuw overheidsbeleid dat vormgegeven moet worden.

Voor welke situaties is Crowdstorming geschikt:

- merken die consumenten willen betrekken bij het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten
- maatschappelijke problemen die vragen om een anders-dan-anders aanpak en gebaat zijn bij vergroting draagvlak
- innovatietrajecten waarbij inbreng van klanten of klantgroepen gewenst is
- participatie van burgers en bedrijven bij het ontwikkelen van nieuw overheidsbeleid

Afhankelijk van de aard van je vraagstelling, en of het om vertrouwelijke of openbare informatie gaat, steeds leveren we maatwerk. Met Crowdstorming betrek je klanten, consumenten, burgers en stakeholders bij het creatieve proces, waardoor je meer ideeën verzamelt en het draagvlak voor vernieuwing vergroot.

Bij Tabula Crea hebben we ervaring met het inzetten van social media en communities om consumenten en partners te betrekken bij productontwikkeling en het verbeteren van merkbeleving. Om uitdagingen met een grotere groep mensen aan te pakken. Immers, het adagio van Alex Osborn geldt ook hier: Quantity breeds quality.

Crowdstorming, als vorm van co-creatie, hoort bij de frontrunners van innovatie. Bij bedrijven en organisaties die voorop lopen in hun sector. Die geen angst hebben om de buitenwereld te betrekken bij hun innovatievraagstukken. Die 'in' zijn voor experimenten, en zo slim meebewegen met de markt.

In alle fasen van het creatief proces kun je de buitenwereld via social media betrekken:

- verkennen van het probleem, de kans
- bedenken van zoveel mogelijk oplossingen
- selecteren van de beste oplossing, en
- uitwerken van die beste oplossing

Er zijn vele mogelijkheden denkbaar. Je kunt bijvoorbeeld bij de eerste twee fasen een zgn. Twitterfountain inzetten. Je kunt een Question Bomb gebruiken om je initiële vraag helder te krijgen. Zo zijn er voor elke fase specifieke creativiteitsmethodieken in te zetten, waarbij we gebruikmaken van social media kanalen en communities.

We maken het Crowdstorming-proces helemaal op maat. Zo is het mogelijk het - online - proces in te richten met een volledig 'open' of gesloten karakter. Ook is een hybride vorm denkbaar, waarbij fysieke bijeenkomsten worden afgewisseld met geregisseerde online sessies. Goede resultaten zijn bijvoorbeeld behaald door combinaties van fysieke bijeenkomsten met een kleine groep experts in samenspraak met online sessies met een bredere groep geselecteerde deelnemers. Vanzelfsprekend kun je crowdstorming ook toepassen binnen een grote organisatie, om medewerkers, collega's te betrekken bij innovatie.

Het ontwerpen van het Crowdstorming proces en het faciliteren ervan, dat zijn onze specialiteiten. Je kunt ons zien als de moderator, wij zorgen ervoor dat de goede vragen gesteld worden aan de crowd, en dat iedereen actief betrokken blijft. We zorgen in overleg met jouw organisatie voor de gewenste technische infrastructuur. Oplossingen bestaan uit marktconforme platformen op het gebied van social media of communities die we doorgaans als 'internet'oplossing aanbieden.

De wijsheid van de 'crowd' naar binnen halen: Osborn-met-turbo!

Nadere informatie over crowdstorming bij:

Ilya Broekhuizen, ilya@tabulacrea.com of +31 6 462 221 00

Jeroen van der Weide, jeroen@tabulacrea.com of +31 6 175 164 18

Rene Hartman, rene@tabulacrea.com of +31 6 536 747 11