
Gamestorming *

*Rozvoj Vašeho týmu
v prostředí inovací, změn a ambiciózních cílů*



Gamestorming označuje soubor nástrojů vhodných k rozvoji tvořivého myšlení, rozvoji týmové spolupráce a řešení komplexních situací.

Pojem *Gamestorming* je zaveden v knize autorů Dave Gray, Sunni Brown a James Macanufo. Další zdroje jsou na www.gogamestorm.com

*Jak rozvíjet talent,
tam, kde už trenink nestačí? ★*



Gamestorming je soubor nástrojů vhodných k rozvoji talentů, expertů a manažerů. Je určen všem, kteří hledají intelektuální výzvu, objevování nových souvislostí a překonávání osobních hranic. ... a v neposlední řadě se jedná o hravou zábavu.

Čím je Váš cíl ambicioznější, zadání tvořivější a prostředí proměnlivější, tím méně Vám bude vyhovovat standardní treninkový formát.

Jak zlepšit spolupráci mezi týmy?

Jak nastavit brilantní strategii ...

Jak přicházet s nápady a podpořit tvořivé myšlení?

Jak sdílet svou vizi

Jak motivovat organizaci ke změně?

Jak identifikovat příčiny problémů a najít cestu k jejich řešení?

... a zároveň se dobře bavitt

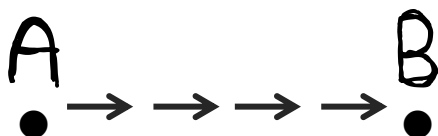
*Zveme Vás do světa objevování,
vizuální facilitace a systémového
myšlení.*

*Nabízíme Vám alternativu treninku,
která se soustředí na generování
nových nápadů, nalézání řešení a
rozvoj týmové spolupráce. To vše
formou, která je jak efektivní, tak
zábavná.*



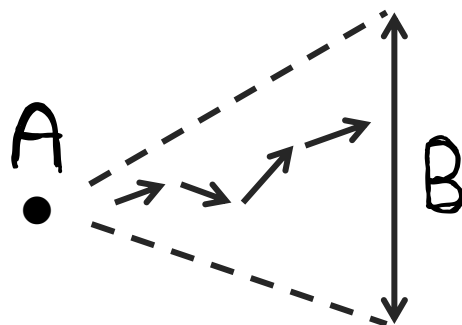
Kdy už trenink nestačí

TRENINK



Trenink je často koncipován jako systém modulů, které na sebe lineárně navazují. Mají jasné zadání, specifické výstupy a účastníci získají předem definované dovednosti a znalosti.

GAMESTORMING



Gamestorming je vhodný všude tam, kde výzvy spočívají v hledání nových možností a řešení nestandardních situací. Proces je postaven na simulaci, hře, hypotézách a jejich ověřování.

Osvojení předem daných, specifických dovedností

Řešení situací, problémů, generování nových myšlenek

Primární je učení

Učení je implicitní

Samostatně uzavřené moduly

Proces postupu k cíli prostřednictvím objevování nových možností a souvislostí

Monotematické moduly, zaměřené na jednotlivé části celku

Systemové myšlení, vnímající vztahy mezi jednotlivými prvky a kombinující několik disciplin

Bez hmatatelného výstupu

Práce týmu je zachycena ve vizualizacích, skicách, kolážích

Nebojme se mlhavého cíle

Business je postaven na cílech, na neustálém napětí posunout se z bodu A do bodu B.

V industriálním prostředí jsou cíle jasně dané. Dané kvalitou, produktivitou, náklady ... Manager McDonalds řídí proces tak, aby dosáhl předem daných výsledků, v konsistentní kvalitě, co nejrychleji a za co nejmenších nákladů.

Ale jak postupovat v prostředí postaveném na vědomostech a invenci, změnách?

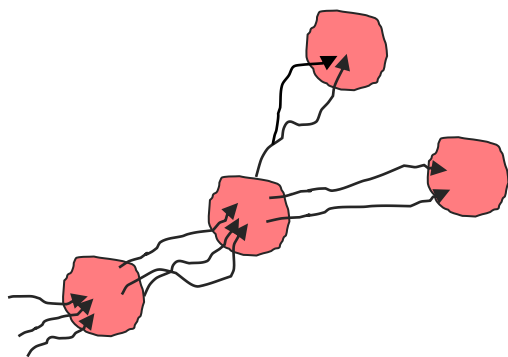
Tvořivost je ze své podstaty nepředvídatelná. Chceme generovat nové nápady, nové postupy, objevovat nové souvislosti. Zajímají nás nové myšlenky, které ve výchozím bodě ještě nemůžeme znát. (Jinak by přece nebyly nové).



Neurčitý cíl je realita práce ve vědomostní ekonomice.

Leadership je postaven na vyvolávání změny a na objevování zatím neznámých možností.

Gamestorming má tři obrovské výhody

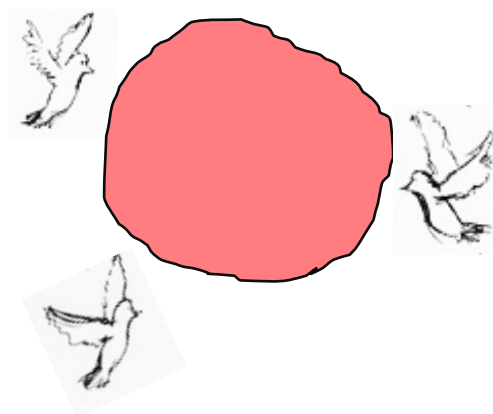


JE PROGRESIVNÍ

Tým postupuje k cíli, který je zpočátku obtížně uchopitelný, se spoustou neznámých a výzev, na které neexistuje hotový recept.

JE EMOCIONÁLNÍ

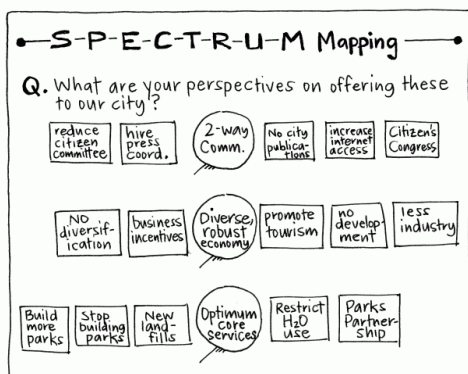
Tým mobilizuje svou energii, získává motivaci a víru v projekt. Intelektuální napětí a současně zábava, dává projektu spád a dynamiku.



MÁ HMATATELNÉ VÝSLEDKY

Koncepty a závěry se zhmotňují ve skicách, myšlenkových mapách, diagramech a obrazech.

Čím konkrétnější tím lépe se sdílejí a vedou ke skutečné změně.



Jako dobrá hra, Gamestorming probíhá ve třech dějstvích

OTEVŘENÍ

OBJEVOVÁNÍ

SHRNUTÍ

A

B

1. dějství

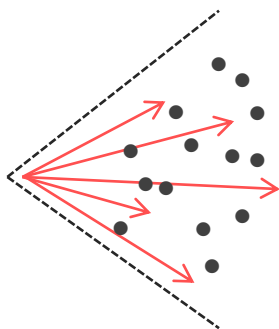
Rozvinutí tématu
Shromáždění informací
Formulace otázek
Generování nápadů
Nastartování týmu

2. dějství

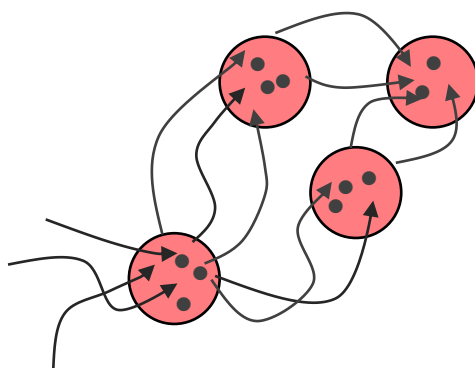
Experimentování
Hra
Zkoumání
Třídění
Hledání souvislostí

3. dějství

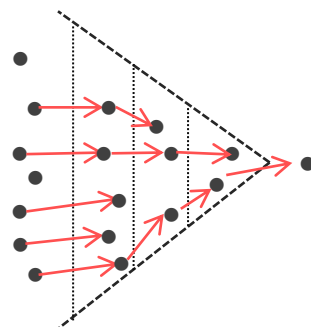
Závěry
Rozhodnutí
Akce



BIG BANG



OBJEVOVÁNÍ



SHRNUTÍ

Otevření tématu, otevření mysli, otevření otázek, otevření možností. Big Bang spustí stavidla nápadů a nastartuje tým. Big Bang je chvíle vysoké energie, optimismu a kreativity.

Proces třídění, hledání analogií, objevování souvislostí, testování, při kterém vznikají překvapivá spojení.

Čemu se bude dál věnovat energie, čas, zdroje? Otevřené nápady jsou kriticky posouzeny, utříděny, jsou určeny priority a udělány závěry.



*Kdy a jak
Gamestorming
využit*

*Facilitace
týmových
jednání*

*Generování
nápadů a
inovací*

*Důležité
prezentace*

*Business
Development*

*Řešení situací
a problémů*

*Strategické
workshopy*

*Inspirace
a motivace
týmu*

Pokud vždy odpovíte ano, něco je špatně

*Gamestorming je technika podporující
týmovou komunikaci, tvořivé myšlení
a řešení problémů. Možná, že je to
právě to co se svým týmem potřebujete.*

Máte inspirující vizi sdílenou napříč organizací?

ANO

NE

HMM ..

Pracujete efektivně jako tým?

ANO

NE

HMM ..

*Máte jasný cíl a strategii, jak svého cíle chytře
dosáhnout?*

ANO

NE

HMM ..

Přichází Váš tým s iniciativními a tvořivými myšlenkami?

ANO

NE

HMM ..

Cítíte ve své práci prvek zábavy, inspirace a nadšení?

ANO

NE

HMM ..

Prosazujete změnu a daří se Vám motivovat ostatní?

ANO

NE

HMM ..

Jsou Vaše porady produktivní?

ANO

NE

HMM ..

*Cítíte někdy, že nevíte jak dál při řešení
komplexních situací?*

ANO

NE

HMM ..

*Přemýšlíte o svém business modelu a jeho prezentaci
investorovi?*

ANO

NE

HMM ..

*Daří se Vám komunikovat tak, aby ste zasáhli srdce
i hlavu svého publika?*

ANO

NE

HMM ..

Začněte otázkou

*Začít správnou otázkou je
pravděpodobně ze všeho nejdůležitější.
Co zajímá objevit Vás?*

**Nad jakým problémem
přemýšlíte?**

**Jaké oblasti chcete
prozkoumat?**

**Odkud a kam se chcete
posunout?**

*Gamestorming oslovuje
celkový problém,
nikoliv jeho jednotlivé
symptomy.★*



Pokud se potřebujete posunout kupředu, ale není úplně jasné jak, budete potřebovat systémový pohled. Nebudete se učit jednotlivé dovednosti (asertivita, prezentace, time management ...), ale budete potřebovat takový přístup, ve kterém jsou se jednotlivé části dostávají do vzájemné rovnováhy.

Case Study | T Mobile

Klient: T Mobie
oddělení Product Development

Zadání: Zlepšit interní prezentaci
oddělení v rámci
společnosti

Formát: 40 účastníků
6 navazujících workshopů v
rozmezí 3 měsíců

Výstupy: Komunikační plán oddělení
Prezentace managementu
Vytvoření realizačních týmů
Implementace





Tomáš Zykán

*Konzultant a lektor
prezentačních dovedností,
marketingu a vizuální komunikace*

Karierní zkušenost

McKinsey & Co | *analyst*
České Centrum New York | *ředitel*
České Centrum Londýn | *ředitel*
CzechMania | *majitel*
CPP Development | *ředitel pro značku*

Reference

T Mobile | *telekomunikace*
Česká pojišťovna PPF | *finance*
InterIKEA | *obchodní centra*
Atlantik Finanční trhy | *finance*
Cushman Wakefield | *real estate*
Dupont | *chemical*
Gity | *telekomunikace*
UPC | *zábava*
US Business School | *vzdělávání*
Draft FCB | *reklama*
Idealisti | *reklama*
Caledonian School | *vzdělávání*
Brush | *průmysl*
Edwards | *průmysl*
Roche | *zdravotnictví*

Tomáš Zykán je odborný lektor a konzultant v oblasti komunikace a marketingu. Specializuje se na prezentace komplexních a kontroverzních témat, prezentace pro vrcholový management, investory, klienty a interní komunikaci.

Tomáš získal své analytické a prezentační zkušenosti v poradenské firmě McKinsey & Co, kde se podílel na významných restrukturalizačních projektech průmyslových podniků. Později působil 10 let v New Yorku a v Londýně jako ředitel Českého centra, kde se zabýval komunikací zemí a regionů. Získal bohaté zkušenosti s vedením facilitovaných workshopů doma i v zahraničí. Semináře vede v češtině i v angličtině.

Tomáše zajímá design a architektura. Založil a dva roky řídil vlastní komunikační agenturu zaměřenou na mezinárodní propagaci českého designu. Pracoval s klíčovými českými exportními značkami Škoda Auto, Staropramen, Baťa a ČSA. Za svůj projekt a knihu *100 Ikon českého designu* získal cenu za nejkrásnější knihu na Lipském veletrhu v roce 2006.

Do konce roku 2008 vedl marketing a značkovou komunikaci pro developerský projekt Central Park Praha. Za kreativní kampaň získal ocenění *The Best European Marketing Award* na International Property Awards v Londýně.

Od roku 2009 působí jako konzultant, coach a trenér v oblasti prezentačního designu a interní komunikace. Jako lektor pracoval například pro Českou pojišťovnu PPF, Atlantik Finanční trhy, Cushman Wakefield, T Mobile, Dupont, Plzeňské pivovary, UPC, Gity, US Business School a další.

TOMÁŠ ZYKÁN

+ 420 733 792 846
tomaszykan@gmail.com

Tomáše můžete sledovat na
http://twitter.com/tomas_zykan
nebo na <http://tomaszykan.posterous.com>

Co zajímavá objevit Vás?