



## **КРЕАТИВНА СТРАТЕГИЈА ДИЗНИ**

Кога се работи за креативно планирање, може да биде тешко да се најде вистинскиот начин за претворање на имагинарното размислување во конкретна бизнис стратегија. Треба да сонувате големи работи за да можете да ги најдете можните начини за решавање одреден проблем. Истовремено, треба да сте во можност да се насочите на деталите што ви се потребни за успешно да го претворите планот во дејствување.

Креативната стратегија Дизни е алатка за бура од идеи и развивање идеи. Стратегијата се заснова на три главни фази; мечтател, реалист и критичар. Како што ги замислувате и развивате идеите, можете да преминете од една на друг улога, ставајќи се во овие различни начини на размислување, за подобро да можете да анализирате што правите.

Подолу се клучните елементи поврзани со секоја од улогите:

### **Мечтател**

Вообичаено, секоја креативна идеја започнува со сон полн страст и ентузијазам. Тука може да спаѓа сè. Во оваа прва фаза, стратегијата му дозволува на тимот да го сподели сонот без ограничувања или критика. Ова помага да се изградат бројни креативни идеи. Тоа ви е шансата да ѝ овозможите на имагинацијата да работи напорно!

Мечтателот поставува прашања кои помагаат да се опишат идеи како следниве:

- Што сакаме?
- Кое е решението?
- Како го замислуваме решението?
- Кои се користите од употребата на тоа решение?

### **Реалист**

Следен е стилот на реалистот. Тимот го менува местото и начинот за да размислува со пологичен стил на планирање. Засновајќи се на првата фаза, оние кои се дел од оваа фаза замислуваат дека сонот евозможен и започнуваат да создаваат планови за да го остварат. Плановите имаат за цел да ги претворат замислените идеи во акционен план кој е лесен за управување. За време на оваа фаза сите мисли треба да се конструктивни и да целат кон претворање на идејата во реален план. Оваа фаза ги вклучува прашањата како:

- Како можеме да ја примениме оваа идеја во реалноста?
- Кој е акциониот план за примена на оваа идеја?
- Кој е временскиот рок за примена на идејата?
- Како да ја оцениме идејата?

### **Критичар**

Откако ќе го имаме акциониот план за претворање на идејата во реалност, начинот на критичко размислување цели кон откривање на препреките за примена на идејата и кон наоѓање начин како да ги надминеме. Тука треба да го истражите одбраниот предлог и неговите импликации во реалниот свет од покритичка гледна точка, тимот дава конструктивна критика за идејата со цел да се најдат слабите точки и да се решат со крајното решение. Секој детаљ треба да се разгледа и подобри.



Во оваа фаза, тимот поставува прашања како:

- Што може да е погрешно кај оваа идеја?
- Што недостасува?
- Зошто не можеме да ја примениме?
- Кои се слабите страни на планот?

### ***Како да се користи алатката?***

Па, како всушност треба да ја користите креативната стратегија Дизни?

#### Чекор 1: Создадете простор

Доколку го имате просторот, тоа може да ви помогне да користите различни соби или делови од една соба за секоја од фазите. Ова ќе ви помогне вам и на тимот да го промените начинот на размислување и да преминете во секој различна улога. Исто така, важно е некој да биде назначен да ја документира секоја фаза.

#### Чекор 2: Започнете со фазата мечтател

Штом ќе го соберете тимот, осигурајте се дека на сите им е јасно дека започнувате со улогата мечтател. Секое лице треба да се чувствува слободно да размислува и дофрла идеи во овој период. Не поставувајте никакви ограничување во оваа фаза. Избегнувајте да спомнувате буџети, временски рамки и правила.

#### Чекор 3: Преминете на фазата реалист

Откако на сите ќе им дадете доволно време да размислуваат за идеите, време е да преминете на улогата реалист. Во оваа фаза треба да ги подобрите и прилагодите идеите и да бидете поконкретни. Сега е времето кога тимот ќе се насочи на преземање дејствија; планирање, правење распоред и оценување на идејата или идеите кои им се чинат најветувачки.

#### Чекор 4: Премин во фазата критичар

Во последната фаза, заедно со тимот мора да ги разгледате идеите од гледна точка на критичар. Треба да поставувате прашања и да го тестирате секој чекор од процесот, преправајќи се дека сте „некој што постојано критикува“, и обидувајќи се да барате грешки во секој предлог. Целта е да го критикувате и подобрите планот сè додека биде најдобар што може.

#### Заклучок и клучни точки

Како резултат на трите главни фази од креативната стратегија Дизни, тимот цели кон цврсти, креативни идеи со акционен план за да ги примени. Првата фаза е сконцентрирана на креативниот аспект и споделувањето креативни идеи и решенија. Втората фаза е сконцентрирана на реалноста и како да ја претвори идејата во акционен план и најпосле, третата фаза цели кон идентификување на слабите страни на идејата и нивно надминување во крајниот план.

Балансирањето на конфликтните улоги на мечтател, реалист и критичар, може да претставува предизвик за тимовите. Сите три елементи се потребни за успешно планирање на проектот, но тие треба да се поминат по правилниот редослед. Осигурајте се дека одвојувате доволно време во секоја од фазите за идеи до целосен развој. Пребрзиот премин од една фаза во друга може да ја пригуши имагинацијата на луѓето.