



# DESIGN THINKING? GRAAG!

Design thinking stond aan de wieg van event design door middel van de Event Canvas™ methode. Ik heb inmiddels een bijna heilig geloof in het goed onderzoeken met een divers team wat nu écht waarde toevoegt aan een event. Wat moet er echt veranderen? Het sparren over de wijze waarop je deze wenselijke verandering kan vertalen in een event vind ik iedere keer een feestje.

Visuals by Dennis, Visually Yours

**H**et gaat over stakeholders en hun doelstellingen, over verandering en vernieuwing richting impact, over meetbare resultaten en waardevol zijn: voor, tijdens en na het event. Eerst met kleine stapjes maar op de lange termijn leidend tot het bereiken van strategische doelen. Dit is mijn laatste artikel van mijn reis met jullie door 'Designland'.

## DESIGN THINKING

Vanuit de gedachte dat we leren door herhaling: nog één keer Design Thinking in een notendop. Ik startte deze serie met mijn opmerking dat ik Design

Thinking vooral zie als een tool om te innoveren, om vernieuwend te denken. En dat ik dit dus heel graag toepas op events. Soms inventariseren we wat al bestaat zodat je kunt aanpassen en soms ontwikkel je nieuw. Uiteindelijk doel is dat jouw event of congres meerwaarde oplevert voor belanghebbenden. Zeker in een wereld die zo aan verandering onderhevig is en waarin onze tijd alsmaar schaarser wordt.

Het proces is kinderlijk eenvoudig. Je definieert wat je wilt verbeteren of ontwerpen. Je gebruikt inlevingsvermogen waarbij je de diverse stakeholders centraal

stelt. Technologie maakt het eenvoudiger om gegevens en feedback te ontvangen, maar niets blijkt waardevoller dan goede gesprekken over eisen en verwachtingen. Ik streef er altijd naar om enkele stakeholders in het designteam uit te nodigen, maar eerlijk is eerlijk: dat lukt niet altijd.

### S<sup>3</sup>: SUCCESVOL DOOR SAMENWERKING MET STAKEHOLDERS

Was jij je ervan bewust dat design niet een functie van een enkele creatieveling of één afdeling betreft? Ook al lijkt dat soms wel het geval te zijn. Goed design is gebaseerd op samenwerking met een divers team. Je hebt die diversiteit van kennis, zienswijzen en talenten nodig om tot betere inzichten te komen. Denk bijvoorbeeld aan 'Wat houdt de stakeholder 's nachts wakker? Waar lopen ze tegen aan in hun dagelijks werk? Waar dromen zij van?' Als iedereen zich serieus genomen voelt, zorgt dat voor meer commitment en loyaliteit.

Het management van succesvolle organisaties heeft vaak een heldere visie op design en het leiderschap dat hiermee samenhangt. De leden van het MT geven zelf het goede voorbeeld en zien het belang van empathie in het onderhouden van hun zakelijke relaties. Het is nodig om objectieve keuzes te kunnen maken. Wat we niet nastreven is: 'Wat mijn stakeholders willen? Geen idee, laten we het event maar herhalen. Vorige jaren werkte het ook.' Betrek je stakeholders actief, werk met hen samen in de richting van dat gezamenlijke einddoel zodat er voor allemaal meetbare toegevoegde waarde in het event zit.

Ik krijg altijd van mijn klanten te horen dat ze nog niet eerder zulke betrokken sponsors hadden. Of dat de lange termijn commitment van young professionals bij het event overweldigend is. Dit is wat ik één plus één is drie noem. Het is een inspirerend en creatief proces dat voor alle betrokkenen leidt tot het realiseren van strategische doelen.

### ÉÉN PROTOTYPE IS GEEN PROTOTYPE

Tijdens het analyseren van de diverse stakeholders gaan vaak al ideeën borrelen. Ideeën die tot oplossingen kunnen leiden. Als je precies weet wat er moet veranderen, kun je hiervoor gericht prototypes maken. Niet ééntje maar enkele. Niet alleen moet er iets te kiezen zijn. De eerste prototypes zijn zelden de beste. Verder draagt dit bij aan breed draagvlak. Een groot voordeel is ook dat degene die uiteindelijk beslist, tot het einde nog invloed ervaart. De ontwikkelde prototypes bestaan uit een deel instructie (b.v. welke kennis of vaardigheid leert men) en een deel ervaring (wat ervaart de stakeholder tijdens het event op specifieke momenten).

Ik noemde in deze context ook de Deep Structured Experiences (DSE). Ervaringen die ervoor zorgen dat alle betrokkenen het programma met enthousiasme omarmen. Ze herkennen zich in onderwerpen en leerstijlen die zijn vertaald naar passende, bijzondere en verrassende ervaringen. DSE zorgt voor een alerte houding, focus, concentratie, reacties en reflectie wat weer zorgt voor retentie van het geleerde. Dit hoeft niet altijd groots en meeslepend. Goed ontworpen kleine 'ervaringen' kunnen ook leiden tot inzicht.

Dus even voor de duidelijkheid: je 'valt stakeholders dus niet lastig' als je hen vraagt wat ze bezighoudt. Je ontwerpt samen op maat een programma dat helpt ook hun doelen te verwezenlijken. Als je het gekozen prototype maar test, evalueert en aanpast. Daarna herhaalt het proces zich weer.

### HERHAAL HET PROCES NIET JE EVENT

Herhaling van een event is zelden sterk. De wereld verandert en wij moeten erin mee als we meerwaarde willen blijven leveren. Soms is een kleine wijziging al voldoende voor een groots resultaat. Je zult merken dat stakeholders echt meer betrokken en loyaal zijn, ook op de lange termijn. Dus je bent eigenlijk nooit

Ingrid Rip is Certified Event Designer+. Met haar passie voor menselijke ontwikkeling en de eventbranche inspireert en ondersteunt zij organisaties bij het (her)ontwerpen van impactvolle events live en online. Zij helpt hen vanuit ander perspectief naar events te kijken zodat die een grotere bijdrage leveren aan (strategische) doelen.

Dennis en Ingrid zijn onderdeel van het internationale Event Design Collective. Kijk voor meer informatie op [edco.global/netherlands](http://edco.global/netherlands).

klaar, hoe leuk en hoe succesvol een event ook was. Ontwerpen is een continu proces en het meten van resultaten, iedere editie weer, is daarbij cruciaal.

### BLIJF LUISTEREN!

Luister oprecht met als doel hen te begrijpen. Want als jij aan kunt sluiten bij benodigde veranderingen (ook op de lange termijn), kun je echt een bijdrage leveren. Langzaam maar zeker verandert het gedrag in de juiste richting, één event per keer om over tien jaar tot de conclusie te komen dat de serie evenementen echt de gewenste impact hadden! De basis was een goed overdachte designstrategie die fungeerde als je kompas. Dat is waar ik voor ga, iedere keer weer en met ongehoorlijk veel plezier, omdat ik geloof in de kracht van passie voor wat je doet!

### ALTIJD RUIMTE VOOR MEER

Dit was mijn laatste artikel in de serie over Design Thinking en hoe dit onze branche absoluut kan helpen om ons werk leuker en waardevoller te maken. Mocht je vragen hebben, twijfelen over de meerwaarde ervan of gewoon eens willen sparren. Bel of mail me gerust voor een afspraak of meld je aan voor een van onze trainingen, want ook in persoonlijke ontwikkeling geldt 'stilstand is achteruitgang'. #Lifelonglearning #lovemyjob #EventCanvas