

همه موفقیت و خلاقیت هر طرح ، بستگی به شفافیت تعریف پیام ، و توجه خاص به موضوع اصلی است. اگر شما زمان کافی را برای تحلیل و جستجو ، شفاف سازی و تحقیق در مورد پیام یا موضوع صرف کنید . ایده بدون تلاش به وجود خواهد آمد.

"زمانی که يك روش و تدبیر ایجاد می شود ایده مربوطه، در پی آن است " Ralf

روند خلاقیت پیچیده است و عوامل زیادی بر موفقیت یا شکست آن تأثیر دارد . مشتری ها توسط دغدغه و نگرانی ها و عوامل سیاست های درونی تحت فشار قرار می گیرند. طراحان روش و تکنیک ایجاد می کنند و مدیریت روند کار و کنترل تأثیر گذاری آن و آگاه سازی تمام افراد تیم در مورد اهداف پروژه میزان خطای راه های خلاقانه را کاهش می دهد.

کنترل روند خلاقیت:

اکثر مردم تصور می کنند تولید کار ابتکاری تنها وابسته به توانایی خلاقانه تفکر است اما در این صورت ما باید خیلی خوش شانس باشیم . طراحانی که در ایجاد کار ابتکاری موفق هستند ، استادانه بر روند خلاقیت کنترل دارند . آنها با مشتری ها پی کار می کنند که مطمئن هستند ابهامی در مسیر موضوعات آنها به ذهن آنها می رسد.

همیشه مردم شرایط شان را مرهون موفقیتشان می دانند، من به شرایط اعتقادی ندارم ، چرا که مردم موفق و هوشیار هم آنانی هستند که شرایطی را جستجو می کنند که می خواهند ، اگر آن ها را پیدا نکنند آنها را می سازند.

طراحان خلاق در روش ساده با دیدن مشتری درک تصوراتشان ، پذیرفتن آن الهام ، تهیه فضا و اجراء موفق ایده را مهیا می کنند.

برای انجام این مرحله : باید بدانید که مشتری های شما چه کسانی هستند، و نیاز آنها را درک کنید، رابطه خودتان و ایده تان را با آنها نزدیک کنید و در نتیجه انتظارات آنها را به خوبی بسنجید و برآورده کنید کلید ساخت این رابطه " مدیریت این انتظارات " می باشد.

شناختن اینکه مشتری چه کسی است:

تصور متعارف، يك مشتری را به عنوان شخصی معرفی می کند که صورتحساب را پرداخت کند و چیزی از خلاقیت و اینکه این خلاقیت چگونه به وجود می آید نمی داند. با این تعریف از مشتری صدمه زیادی به تیم خلاق وارد می آید. مشتری بودن فراتر از این ها است و يك مشتری فقط يك بررسی کننده شبیه ماشین نیست او يك انسان است و او باید تصمیم گیری می کند . بد یا خوب ، معقول یا غیر معقول مشتری ها

تصمیم گیری می کنند، ارزیابی می کنند. قضاوت می کنند و در نهایت می پذیرند و تصویب می کنند.

تحت این تعریف، شخصی که هر روزه در مورد پروژه با او هم صحبت می شود می تواند مشتری نباشد و شاید این شخص به عنوان مدیر از طرف شخصی باشد که تصمیم گیری نهایی را انجام می دهد.

مشتری واقعی، تصمیم گیرنده، مافوق شما در قرارداد و سازماندهی رهبری است و این خیلی مهم است بنابراین شما احتیاج دارید که بدانید، یا روشی را پیدا کنید تا هر چه بیشتر به تصمیم گیرنده نهایی نزدیک شوید. هر چه فاصله شما با شخص تصمیم گیرنده بیشتر باشد از نظر فیزیکی احساسی و موقعیتی - کار شما سخت تر خواهد بود و در نهایت راه کار مورد استفاده با خلاقیت کمتری همراه است.

اگر ذهن شما خالی باشد همیشه آمادگی دریافت هر چیزی را دارید. در ذهن یک مبتدی فرصت های بسیار زیادی موجود است در حالی که در ذهن یک حرفه ای فرصت ها محدود هستند.

اندیشه با ذهن باز:

برای یک طراح، نویسنده هیچ چیز سهمگین تر از یک جای خالی روی کاغذ سفید نیست. این ترس از واقعیتی سرچشمه می گیرد که پرکردن این فضای خالی کار ماست. البته پر کردن فضا کافی نیست بلکه این فضا به همراه اطلاعاتی که تأثیر گذار هستند و فضای خاصی دارند و با ابتکار همراه هستند هر چند سخت باید پر شوند و این غیر ممکن نیست. به محض اینکه یک نشانه تصویری و یا کلمه ای روی آن صفحه سفید پدیدار شود، روند خلاقیت آغاز می شود. هر تصویری می تواند روی آن تکه کاغذ ترسیم شود و ذهن شما از طریق مختلف تحت تأثیر این تصویر قرار می گیرد در قدم بعدی می توانید کلمه زمان را هم به آن اضافه کنید بدین ترتیب مغز با ادغام این دو فاکتور با یکدیگر پیام های آنها را با هم ترکیب می کند. چند لحظه به این دو فاکتور خیره شوید در نتیجه ایده های بیشتر از تصاویر و پیام های دیگری نیز شروع به شکل گرفتن می کنند. کلید خلاقیت یک ایده ارزشمند این است که از نقطه صفر آغاز کنید - یک ذهن کاملاً باز و بدون هیچ گونه ذهنیت قبلی - در مرحله بعد شما چارچوب ها را معین می کنید مواردی را که می توانید و یا مواردی که موظف هستید - پارامترها را وارد کرده و با موانع روبرو می شوید. بدین ترتیب حوزه موارد ممکن و محدودیت ها مشخص می شود. همین موارد برای مشتریان شما و مصرف کنندگان

آنها صدق می کند . اگر آنها با ذهنی باز بتوانند ایده ها و طرح شما را بپذیرند می توانید از طریق خلاقیت به موفقیت برسید. به همین دلیل است که شما باید بتوانید نیاز مشتریان و موارد مورد نظر آنها را درک کنید و این موارد را مستقیماً بدون پیش داوری و با ذهنی باز به مخاطب انتقال دهید. شما صفحه خالی دارید که می توانید روی آن رها و دل‌های آمیخته با خلاقیت را ارائه دهید از سوی دیگر بی ملاحظه گی و عدم توجه شما به مورد درخواستی مشتری فوراً به عنوان بی علاقه گی شما به کار تعبیر می شود نادرست است که بعضی از این درخواست ها ممکن است هیچ ربطی به موضوع اصلی نداشته باشد اما لازم است که شما به آنها گوش دهید . اگر مشتریان احساس کنند که شما موارد درخواستی که برای آنها مهم است را نادیده می گیرید بعدها ممکن است با راه حل های خلاقانه شما مخالفت کنند . به عنوان یک طرح شغل شما این است تا ذهن مشتریان خود را باز کنید تا ببینندگان کار شما به این نتیجه برسند که مواردی ممکن است و وجود دارد که حتی تصورش را نمی کردند.

ادامه دارد.....