

"Wat nooit is betwifeld, is ook nooit bezeten." - Denis Diderot -

1. ...
2. ...
3. ...

Wie kunnen ons helpen of tegenwerken bij het bereiken van het doel?

Wie

Waarom doen we dit? Wat is het doel, de zingeving? In welke behoefte van de klant of organisatie willen we voorzien?

Waarom



Deel je ervaringen met dit werkblad alsjeblieft met ons. Stuur je ervaringen en feedback naar remi-armand@connectivepartners.pro

Impact Map - Dialoogwerkblad

1. Voorbereiden

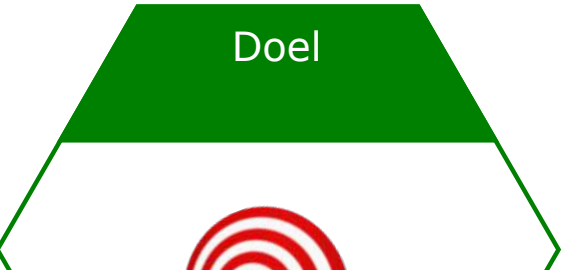
Zorg dat ieder teamlid een stift heeft om op dit werkblad te schrijven.
Stem af hoeveel tijd jullie aan dit werkblad gaan besteden. Drie kwartier tot anderhalf uur is normaal. Noteer de datum en resulterende eindtijd hieronder:



Het doel van dit werkblad is het creëren van een gemeenschappelijk beeld van het doel dat we nastreven en de gedragsveranderingen die nodig zijn om dat doel te halen.

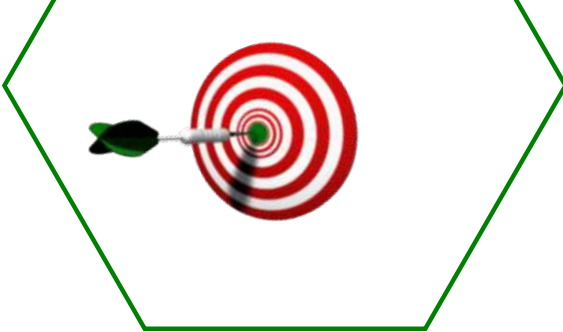


"Om creatief te denken, moet je weer fris kijken naar wat je vanzelfsprekend bent gaan vinden." - George Kneller -



2. Deel toe elk





Huidig:
Gewenst:
Per wanneer:

Team:
Datum:

2. Structuur

De mindmap in het midden van dit dialoogwerkblad toont de structuur van een Impact Map. Bespreek met elkaar de structuur van deze mindmap.

- Wat betekenen de termen Waarom-Wie-Hoe-Wat?
- Wat levert het op om een klantwens volgens deze structuur te onderzoeken?
- Waarom is juist voor deze structuur gekozen?

3. Doel bepalen

Bespreek samen het doel achter de klantwens die jullie in deze sessie willen behandelen.

- Welk probleem willen jullie oplossen?
- Welke verandering willen jullie voor elkaar krijgen?
- Hoe ziet de wereld eruit als dit gelukt is?

Als de klant een oplossing (WAT) vraagt, hang die dan rechts en stel dan bovenstaande vragen. Blijf met elkaar waarom-vragen stellen tot het kerndoel helder is. Noteer dit kerndoel op een sticky-note en plaats deze links in de Impact Map hierboven.



4. Eerste vulling - paden van Waarom naar Wat

Schrijf de belangrijkste features, producten of diensten (Wat) die nodig zijn om de klantwens te halen op losse sticky-notes. Gebruik één sticky-note per feature, product of dienst en plaats deze sticky-notes rechts in de Impact map.

Maak vervolgens met elkaar voor één of twee van deze Wat-briefjes een Waarom=>Wie=>Hoe=>Wat pad compleet. Beantwoord hiertoe de volgende vragen:

1. Voor welke doelgroep (Wie) leveren we dit?
2. Welke gedragsverandering bij hen (Hoe) brengt ons dichterbij ons doel?

Voeg voor elk antwoord op deze vragen een afzonderlijke sticky-note toe aan het pad.

"Je vindt bijna altijd wat je verwacht,
als je je zoektocht door je overtuigingen laat leiden."
- Bart Ehrman -

Denk eraan om degene die de vraag voorleest ook de discussie te laten leiden.

"Als je innoveert maak je wel eens fouten.
Geef ze snel toe zodat je verder kunt met het verbeteren van je andere innovaties."
- Steve Jobs -



"De ergste vergissing is niet weten.
Het echte gevaar is denken dat je het weet."

nodig zijn om het doel te bereiken. Plaats de

es een
de volgende vragen:

bij ons doel?
note toe aan de Impact Map!



5. Wie - helpers

Bedenk met elkaar wie jullie nodig hebben om het kerndoel te bereiken. Beantwoord daartoe de volgende vragen:

- Wie kunnen ons helpen?
- Wie kunnen ons tegenwerken?
- Wie is onze klant of eindgebruiker?
- Wie nemen de beslissingen?

Voeg voor elk antwoord op deze vragen een afzonderlijke sticky-note toe aan de Impact map!

Hoeveel tijd heb je nog over? Is dit genoeg?



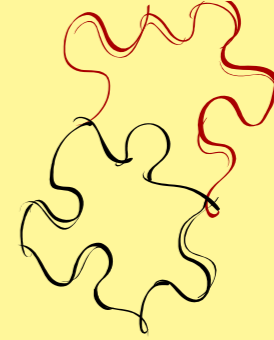
6. Hoe - gedragsverandering

Selecteer met elkaar in de Impact map een Wie-briefje om verder te onderzoeken. Wie heeft de grootste invloed op het halen van het doel?

Bespreek hoe deze Wie kan bijdragen aan het doel.

- Wat is het gewenste (nieuwe) gedrag?
- Welk gedrag willen we in plaats van het huidige (ongewenste) gedrag?

Herhaal dit voor de andere Wie-briefjes. Ga door tot jullie niks meer kunnen bedenken of het tijd is om naar de volgende stap te gaan.



7. Wat - feature

Selecteer met elkaar te onderzoeken. Stel de invloed heeft op het

Bespreek wat jullie gedragswijzigingen losse sticky-note en ook naar de Wat-briefjes

Herhaal dit voor de andere briefjes. Bedenk



"Als we wisten wat we deden, heette het geen onderzoek."
- Albert Einstein -

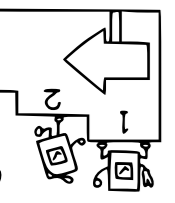
Je kunt het met de quora
Ze zijn slechts bedoel

ste vergissingen zijn niet het resultaat van verkeerde antwoorden. Het echte gevaar schuilt in het stellen van de verkeerde vraag."

- Peter Drucker -

"Het zijn niet de sterkste diersoorten die overleven, nog de intelligentste, maar die soorten die zich het beste weten aan te passen."

- Charles Darwin -



"Veel slechte besluiten worden veroorzaakt, doordat pas nadat het besluit is genomen, de tegenargumenten je om de oren vliegen."
 - Abraham Nicolas Amelot de la Houssaye -

"Vertrouw op God, vraag de rest om harde data."
 - Dr. W. Edwards Deming -



10. Scope bepalen
 Bereik nu met elkaar overeenstemming over welke paden jullie de komende periode al eerste gaan realiseren.
 • Hoe gaan jullie dit precies doen?
 • Hoe gaan jullie bepalen of de aannames in deze paden juist zijn?
 Noteer het resultaat van deze discussie op het werkblad.

9. Aannames
 Let op: elk briefje op de Impact map stelt een aanname voor. ("Ik denk dat Jan ons kan helpen om de wedstrijd te winnen. Ik denk dat hij dan meer moet trainen. Ik denk dat hij meer gaat trainen als we samen gaan.")
 Bespreek voor de top 3 paden (Waarom=>Wie=>Hoe=>Wat), welke aannames hierin onzeker zijn. Hoe (met welk experiment) zijn deze aannames het eenvoudigst te toetsen. Noteer het resultaat van de discussie op het werkblad.



8. Prioriteren
 Bespreek met elkaar welke paden (Waarom=>Wie=>Hoe=>Wat) de grootste impact hebben richting het doel. Laat ieder groepslid bijvoorbeeld 3 stippen zetten bij die Wat-briefjes die volgens hem/haar het meeste bijdragen.

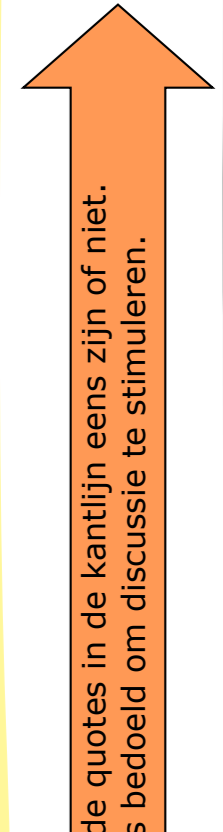
Hoe kunnen ze ons helpen? Welk ander gedrag is nodig om het doel te bereiken (impact)?



Wat kunnen wij doen of leveren (feature, product of dienst) om de gewenste gedragsverandering te ondersteunen?



ature, product of dienst
 t elkaar vanuit de Impact map één Hoe-briefje om verder en. Start met die gedragsverandering die de grootste op het halen van het doel?
 : jullie kunnen leveren (feature, product of dienst) om deze dering gemakkelijker te maken. Noteer elke Wat op een note en plaats deze in de Impact Map hierboven. Kijk hierbij Wat-briefjes uit stap 5.
 oor de andere Hoe-briefjes. Ga door tot jullie niks meer nken of het tijd is om naar de volgende stap te gaan.



"Je hoofd is rond, zodat je denken gemakkelijk van richting kan veranderen."
 - Rainer Maria Rilke -

de quotes in de kantlijn eens zijn of niet. s bedoeld om discussie te stimuleren.