

"Wat nouit is betwijfeld,
is ook nouit beezen."
- Denis Diderot

• **Learning over time**
 • **Open?**
 • **Test?**
 • **do assess?**

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

Het team



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:

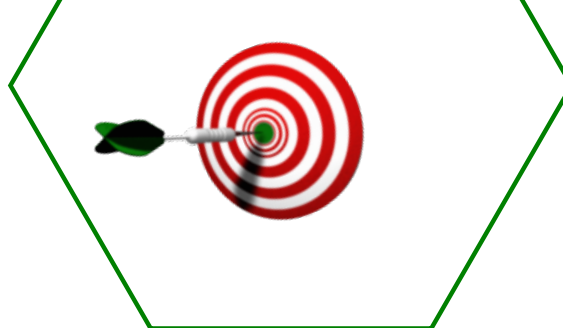
1880

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



2. De tot 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?

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

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 plak 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.

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 wat je wilt.
Het echte gevaar is
weten wat je wilt en het niet te krijgen."

nodig zijn om het doel te
product of dienst. Plaats de

es een
de volgende vragen:

bij ons doel?
ote toe aan de Impact Map!



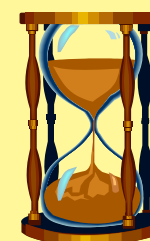
5. Wie - helpers

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?



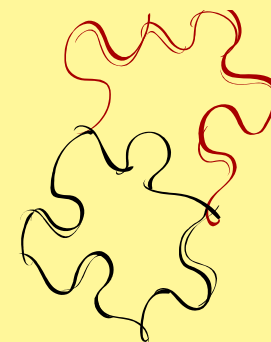
6. Hoe - gedragsverandering

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 - features

Selecteer met elkaar te onderzoeken. St invloed heeft op he

Bespreek wat jullie gedragsverandering losse sticky-note e ook naar de Wat-b

Herhaal dit voor de kunnen bedenken o



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

Je kunt het met de qu
Ze zijn slechts bedo

ste vergissingen zijn niet het resultaat van verkeerde antwoorden.
c 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 -

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

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



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.

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.



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

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.

10. Scope bepalen

Bereik nu met elkaar overeenstemming o
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 o
het werkblad.

Hoe

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

Wat

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

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

