



Arbeitsblatt 22: Übungsfolge – Begeisterung

Jede gute Idee stößt irgendwann auf Widerstand. Um diesem entgegen treten zu können, benötigen wir eine Energiequelle: die eigene Begeisterung für die Idee.

Die Begeisterung oder den Gänsehautfaktor für eine Idee können Sie auch trainieren und dabei gleichzeitig die Umsetzungspotentiale der Idee testen.



Drehen Sie gedankliche Übungsrounden, um die Umsetzungspotentiale Ihrer Idee zu testen und setzen Sie dies anschließend auch in der Realität um. Kann ich mit meiner Idee Fans gewinnen? Wie mache ich aus einem Interessierten einen sicheren Käufer meiner Idee? Wie kann ich potentielle Unterstützer und Entscheidungsträger von meiner Idee überzeugen? Üben Sie mit.

Im Podcast erwähnte Links:

- Der Blog zum Podcast. Diskussions- und Austauschplattform für alle Hörer:
www.was-ist-kreativität.de/podcast
In dieser Rubrik finden Sie auch immer wieder ergänzende Anmerkungen und Blogbeiträge zu den einzelnen Folgen.
- Information und Inhalte vergangener Beiträge können Sie natürlich gerne auch abrufen, wenn Sie später eingestiegen sind oder einmal einen Tu´sletter verpasst haben:
www.nils-bäumer.de/podcastinhalte
- Wenn Sie mehr zu mir, meinen Produkten (CD's, Kreativität41 - die APP zur Ideengenerierung, dem Kaleidozyklus zum Podcast, Bücher usw.) erfahren wollen:
www.nils-bäumer.de/kreatives
- Schriftbild „Dufter Typ“ in Spiegelschrift in einem Internetshop:
<http://www.spreadshirt.de/dufter%20typ+geschenke>
- The Awarness Test im Internet bei Youtube:
<https://www.youtube.com/watch?v=Ahg6qcgoay4>



Übungen zum Fokusthema „Begeisterung“

Umsetzungspotentiale und Gänsehautfaktor

Bei allen Übungsrunden empfehle ich Ihnen, diese zuerst nur gedanklich durchzuführen. Erst wenn sich Ihre Idee dadurch klar definiert hat, gehen Sie auch tatsächlich in der letzten Runde auf geeignete Personen zu.

Denken Sie an die „zwei von fünf“ Regel. Mindestens zwei von fünf Personen aus jeder Runde sollten Sie für sich und Ihre Idee gewinnen.

Potentialcheck

Testen Sie Ihre Idee, indem Sie Fans gewinnen. Erzählen Sie 5 Personen von Ihrer Idee. Diese müssen Sie nicht zwingend gut kennen. Es sollten nicht nur gute Bekannte, Verwandte oder Freunde sein, die dann vielleicht aus Rücksicht auf Sie gar keine Kritik äußern werden. Es geht dabei nicht darum, ob diese Personen Ihnen bei der Umsetzung helfen können oder etwas dazu beitragen werden, sondern um den Test, ob Ihre Idee Begeisterung bei Anderen entfachen kann.

Kundencheck

Wenn Ihre Idee gedanklich ausgereift ist, dann wissen Sie auch, wer der geplante Abnehmer ist, wer sie später einsetzen soll. Das ist Ihr Kunde.

Prüfen Sie im zweiten Schritt, ob Sie potentielle Kunden begeistern können. Der Kunde muss nicht zwingend gleich auch ein Fan sein. Sie sollten ihn aber soweit begeistern können, dass er in die Idee investieren würde – sei es Zeit, Geld oder Energie.

Neben der Einschätzung zur Umsetzbarkeit schult diese Übung auch den Blick auf den Kunden im Entstehungsprozess einer Idee.

Entscheidercheck

Präsentieren Sie Ihre Idee einem potentiellen Entscheider, jemandem der später Einfluss auf die Umsetzung haben könnte. Dies muss nicht der tatsächliche Entscheider sein, sondern kann auch jemand aus einer ähnlichen Branche sein oder jemand mit großer Erfahrung auf dem Gebiet.