

Når kommunikation skaber innovation

Hvordan kommunikerer I med hinanden på arbejdspladsen? Taler I hinanden op og lytter til hinanden? Stiller I nysgerrige spørgsmål til andres skæve tanker og vilde ideer? Eller dræber I ideerne og virkelysten med sætninger som: "Nej, sådan gør vi ikke her", eller "Det kan bare ikke lade sig gøre, det har vi prøvet før". Hylder I "Plejer", eller lægger I "Plejer" på hylden?

Ingen innovation uden anerkendende kommunikation

I dagens Danmark skaber vi nyt hele tiden. Vi træder hver dag på ukendte stier og udvikler nye måder at gøre tingene på. Et nyt produkt, en ny proces eller en ny serviceydelse ser dagens lys. Hverdagsinnovation kan vi kalde det. Når vi ønsker at skabe en innovativ kultur på arbejdspladsen, kan vi starte med at rette vores opmærksomhed mod vores kommunikation. Vi tildeler nemlig os selv og andre bestemte positioner, når vi kommunikerer, og vi skaber bestemte mønstre med vores kommunikation. Nogle positioner og kommunikationsmønstre hæmmer innovation, andre fremmer. Med ligeværdige relationer, hvor alle har en stemme, skaber vi gode vækstbetingelser for innovation. Med positive forventninger til hinanden og et anerkendende sprog kan vi tale tingene op, give plads til ideer og skæve vinkler, og dermed skabe innovation sammen. Ved fælles hjælp kan vi NYTTIG-GØRE noget NYT og NYTTIGT.

Fra ide til virkelighed

En innovativ proces foregår typisk i følgende faser: Vi har et problem, som giver os udfordringer. Vi bruger problemet som en anledning til at skabe en innovativ proces, for at finde nye veje at gå. Vi brainstormer i en kreativ proces, hvor vi går med på hinandens ideer og tænker "ud af boksen". Herefter vælger vi de ideer ud, som er realistiske at arbejde videre med, og som vil kunne skabe værdi for vores organisation og kunderne. Ideerne forfines, og vi laver en prototype eller foretager nogle prøvehandlinger for at få feedback fra brugerne. Så tilpasser vi igen, prøver af, får feedback, indtil vi vurderer, at vi nu er kommet frem til den endelige version af vores nye produkt, proces eller serviceydelse. I sådan en proces har vi brug for masser af kreativitet og god kommunikation.

Vi kan træne vores hjerne til at være mere kreativ, så vi bliver bedre til at hitte på og være opfindsomme. Vi kan lade os stimulere af billeder, ting, og ord og være impulsive ved at tage den første indskydelse og sige det højt. Når vi tager den første indskydelse, snyder vi hjernen til at gøre noget andet end den plejer. Vi kan også træne vores evne til at kommunikere og samarbejde. Vi kan flytte opmærksomheden fra os selv til den anden og slå ørerne ud og lytte. Vi kan spørge interesseret til tanker og ideer og være med til at folde dem ud. Vi kan huske at sige "ja, og..." i stedet for "ja, men..." eller "nej!". Når vi bliver opmærksomme på, hvordan vi kommunikerer og samarbejder, kan vi bevidst gøre mere af det, der virker og få flere ideer til at yngle og mennesker til at trives.

Dyrk relationerne

I en travl hverdag, kan det være fristende at sidde på sit kontor og tænke store tanker. Men hvad nu hvis, vi sidder hver for sig og "opfinder den dybe tallerken". Det er jo spild af tid. Hvad nu hvis, vi brugte noget mere tid på at skabe relationer på kryds og tværs i organisationen. Hvis vi skabte et "Spørgehjørne", en "Forundringshule" eller et "Kreativitetskøkken" og mødte hinanden der. Hvis vi slukkede for computeren og lagde "Plejer" på hylden. Gad vide, hvad der så ville spire frem?

