



CREATIVIDAD

GAMESTORMING

OBJETIVO.

Quiero que pensemos diferente.

@paquitolorente

@fransinaia

www.sinaiamarketing.com

CREATIVIDAD.

Para obtener resultados y soluciones nuevas

Asociaciones con lo conocido y la experiencia

Como herramienta estratégica

Diferenciación e innovación

Complemento indispensable al análisis estratégico

¿Reacción o provocación?



El experimento de la hoja en blanco.



JUGAR





GAMESTORMING

BRAINSTORMING: Desordenado

GAMESTORMING: Ordenado

Eliminamos la molesta sensación de los individuos del grupo que se sientan “poco creativos”

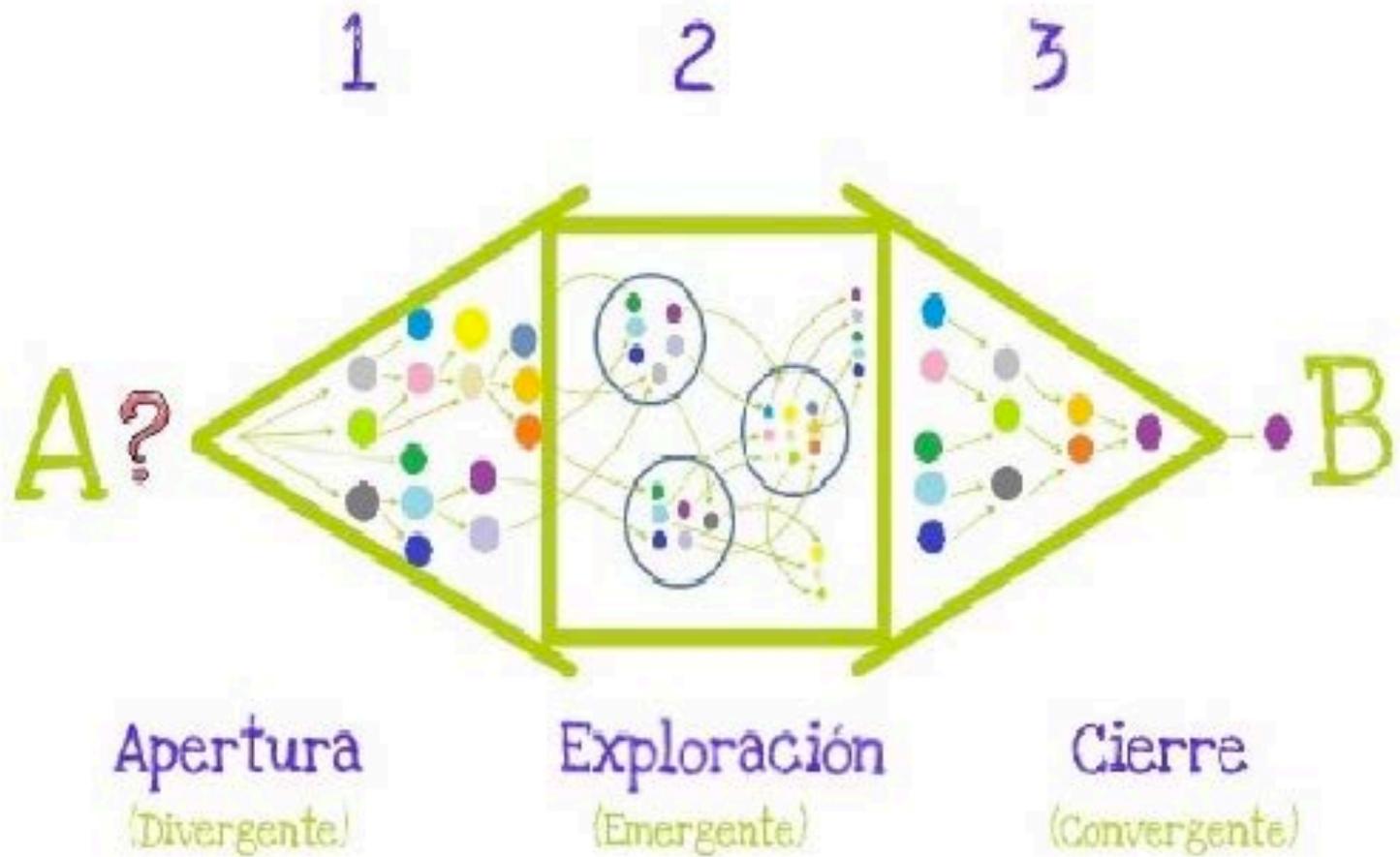
Solamente debemos entender las reglas del juego

Eliminamos el efecto adaptación al grupo

El enunciado del problema es importante.

- Mantenimiento de las innovaciones:
 - Diseñemos un nuevo frigorífico
- Innovaciones disruptivas:
 - Diseñemos un nuevo dispositivo que ayude a detener la descomposición

PENSAMIENTO DIVERGENTE. Formas no lineales de pensamiento.



COSAS NECESARIAS

Espacio de juego: Entorno nuevo donde hay nuevas reglas que todo el que entra conoce

Límites: De tiempo y de espacio

Reglas: Definen el espacio, el tiempo y la dinámica de la sesión

Material: Objetos o recursos necesarios para llevar a cabo del juego

Objetivo: Todos los participantes tienen que tener claro qué se quiere conseguir y poder dar por finalizada la sesión



SQUIGGLE
BIRDS



SQUIGGLE
BIRDS

BIRD

TÉCNICA CREATIVA IV: UTENSILIOS LOCOS



PASO 1.

Elegir un foco, por ejemplo:

Desarrollar nuevas estrategias de servicio para un restaurante de comida mediterránea.

PASO 2.

Nos damos un tiempo para analizar los objetos que tenemos encima de la mesa

Lo que nos transmitan los objetos lo anotamos en una hoja

Asociamos esos atributos a la posible solución del problema

En grupos:

FOCO. Plantear la creación de un nuevo producto lanza para una empresa de patatas fritas.

Acción!!

TEST DE LOS 1.000€



CONCLUSIONES:

La variedad de utensilios dará más fuerza a la creatividad

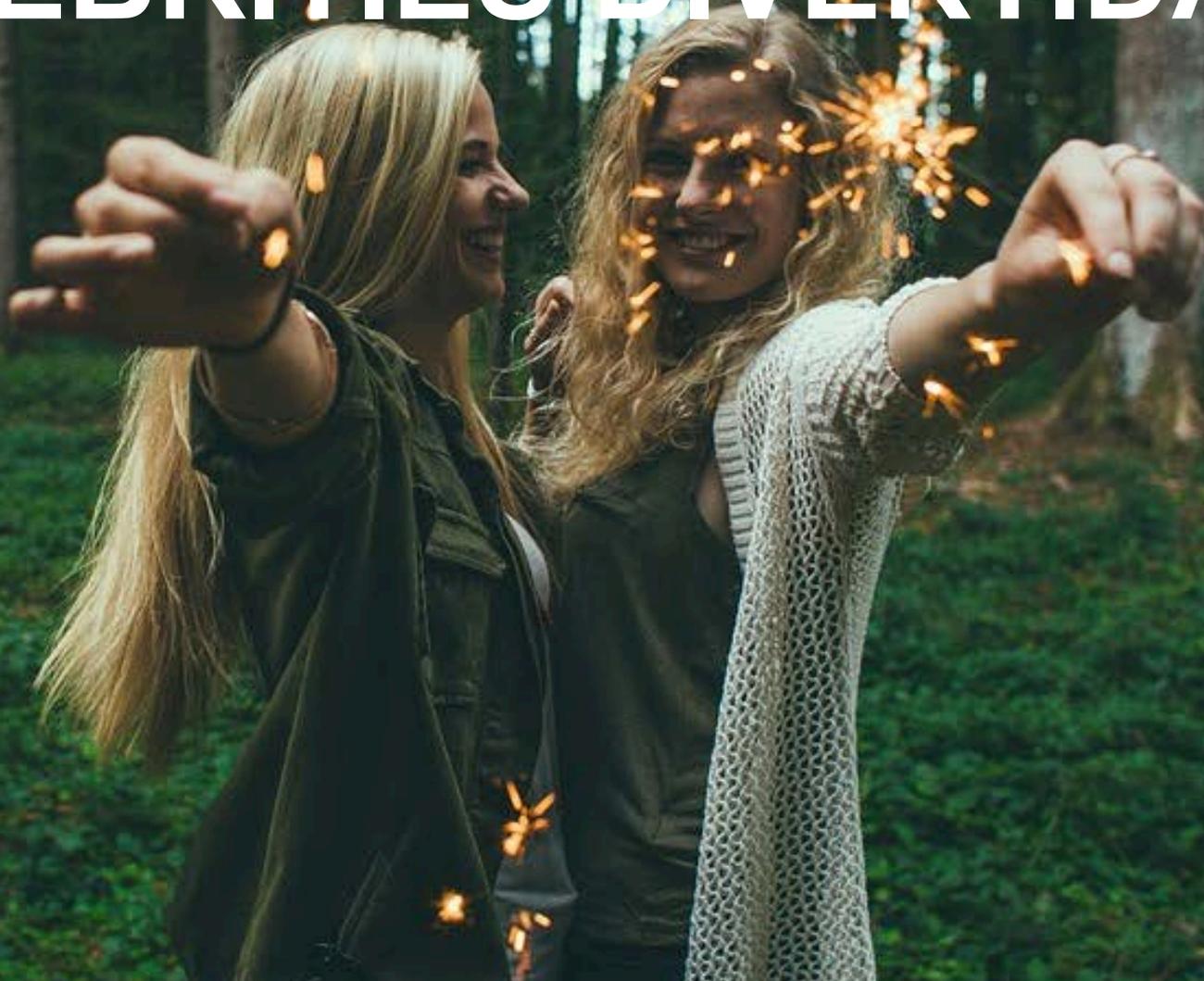
Utensilios de cocina, herramientas, deportes, juguetes, envoltorios, packagings, manuales, etc.

Activar el pensamiento divergente con varios objetos

Activar el pensamiento convergente con un solo objeto

Renovar los objetos de sesión a sesión

TÉCNICA CREATIVA I: CELEBRITIES DIVERTIDAS



PASO 1.

Elegir un foco, por ejemplo:

Desarrollar la estrategia diferenciadora de la Media Maratón de Elche.

Buscamos acciones creativas que den un enfoque diferente ante la competencia

PASO 2.

Creamos un abecedario con todas sus letras

Elegimos por cada letra a una celebrity

Que haya variedad: chicos, chicas, superhéroes, dibujos animados, actores, deportistas, etc.

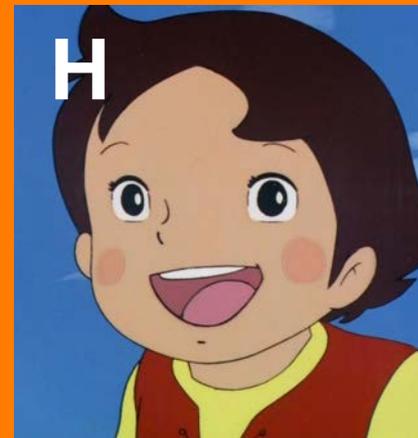
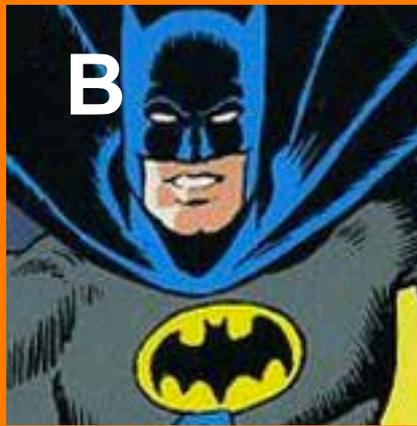
Analizamos las características de los famosos

PASO 3.

Ahora nos preguntamos:

¿Qué acción propondría la celebrity elegida?

Con las características extraídas, buscaremos una solución a través de asociaciones



En grupos:

FOCO. Tenemos que desarrollar la comunicación de un novedoso zumo de granada

Acción!!

TEST DE LOS 1.000€



CONCLUSIONES:

No sesgar a la hora de la elección de personajes

Cuanto más loco/heavy mejores resultados

Analizar bien el listado de características

Si no funciona. Cambio

No uses siempre los mismos personajes

CONSEJO:

Empezar a utilizar estas técnicas creativas de Gamestorming para saber qué hacer con la habitación libre que os sobra en casa o para la sala que os sobra en la oficina.