Claves para conducir una sesión de Brainstorming

Publicado en: Interés General

por Steve McNamara

Muchas sesiones de brainstorming no son lo productivas que pudieren ser debido a que son pobremente concebidas, planeadas o administradas.

Detallamos aquí una provada vía para disparar soluciones creativas. Y, pese a que utilizamos ejemplos de marketing o publicidad, este método puede funcionar para cualquier emprendimiento creativo.

Si piensas que es algo muy estructurado o que te consumirá mucho tiempo, simplemente toma sus enseñanzas y hazlo funcionar para ti mismo:

1) Escribe un objetivo claro y directo

Escribe en una sola oración el objetivo que major defina lo que quieres lograr. Sé específico. Si tu foco es muy ambiguo o muy general, la gente no sabrá por donde comenzar. Imprime esta declaración lo más grande que puedas y luego pégala en la pared para que todos la puedan ver durante la sesión.

Algunos ejemplos:

“Que eventos puede sponsorear FILA para posicionar su marca como un producto de moda en el uso deportivo?”

“Cuales son las ofertas económicas que llevarán a estudiantes universitarios a abrir una cuenta en el Bank of América?”

“Cuales son algunas simples ideas para comunicar la idea de que office.com es el major portal para pequeñas empresas?”

2) Selecciona a los participantes del equipo

1 Líder de Equipo: esta es la persona que deberá escribir la declaración objetivo, tener todo organizado y liderar la sesión de brainstorming.

© **BrandReport** By NSB - BrandReportBlog.com

2/3 personas que estén familiarizadas con el proyecto: invita gente del departamento creativo y del servicio contable, hasta personas planificación de medios.

2/3 personas que no conocen nada acerca del proyecto: es una buena manera de introducir nuevas y frescas ideas. Selecciona gente inteligente y creativa. Gente que pueda estar en el target del producto.

No excedas el número de 7 personas. Si más gente quiere participar de la sesión, repítela en otras oportunidades.

No invites a “pesos-pesado” de tu compañía que puedan inhibir la presentación de ideas o puedan dominar al grupo con las suyas.

Envía un memo de invitación a todos los participantes y especifica el día y la hora. Alienta una vestimenta casual. Incluye el objetivo de la sesión, un brief creativo e información adicional que pienses pueda ser de utilidad.

3) Prepara la sesión

Selecciona un lugar que invite a la creatividad. Quizás algún lugar fuera de la oficina, ciertamente un lugar fuera de las interrupciones y del ruido.

Asigna un tiempo razonable para la sesión, desde 2 horas a toda 1 jornada completa. Cuatro horas, de 10:00 a 2:00 PM, con un corte para el almuerzo, funciona muy bien.

Consíguete los elementos de apoyo necesarios: marcadores negros, grandes pliegos de papel, cinta, chinches para pegar las buenas ideas sobre la pared, etc.

Consíguete algunos juguetes. Una Agencia de publicidad tenía una caja con máscaras y baterías. Cada miembro debía iniciar la sesión poniéndose la máscara y tocando la batería. Una excelente manera de liberar los flujos creativos de todo el equipo.

Coloca disparadores de ideas, como:

– libros sobre publicidades exitosas y premiadas
– libros con fotos de banco
– revistas
– una PC con conexión a Internet
– una TV con videos de comerciales exitosos
– juguetes

© **BrandReport** By NSB - BrandReportBlog.com

4) Durante la sesión

El team leader deberá comenzar la sesión con unas palabras de bienvenida y una introducción al proyecto, incluyendo la lectura del brief creativo.

Luego el líder de equipo introducirá las “Reglas para el Brainstorming”, haciendo hincapié que en una sesión de brainstorming todo vale, donde las ideas locas son alentadas, y donde los comentarios negativos son desechados por completo, como por ejemplo “Ese concepto nunca podrá funcionar con nuestros clientes”. Es una buena idea postear dichas reglas en la pared para que todos las vean durante la sesión.

REGLAS PARA EL BRAINSTORMING

o Las ideas extrañas, locas y fuera de lugar son bienvenidas
o La negación no es bienvenida
o Construye ideas sobre ideas
o No vale disparar sobre una idea
o No se aceptan interrupciones del exterior (incluyendo celulares)
o Nos tomaremos un descanso cada hora

El team leader luego leerá la declaración objetivo y alentará algunas ideas preliminares que escribirá sobre posters en la pared, a la vista de todos.

EL TEAM LEADER DEBERÁ:

– Podrá contribuir, pero no inhibir el fluir de las ideas.
– No deberá ser demasiado controlador
– Alentará la participación de todos
– No permitirá que algún miembro tome la posta por el resto
– Llevará siempre la discusión hacia el objetivo inicial planteado
– Introducirá disparadores de ideas o pensamientos si el entusiasmo decae
– Introducirá juegos creativos
– Aproximadamente a mitad de la sesión, el líder solicitará una pausa para repesar y evaluar las ideas generadas hasta ese momento
– Tomará votación o pedirá opinión sobre cada idea
– Eliminará las malas ideas
– Intentará junto a al equipo mejorar las buenas ideas o alentar otras ideas similares

5) Asignar tareas para el Follow-up

10 a 15 minutos antes del fin de cada sesión es tiempo de concluir que se ha logrado y asignar las

tareas de seguimiento para el equipo.

Típicamente se encomendará a los directores de arte y a los redactores a tomar algunas de las ideas generadas y trabajar los conceptos en story boards.

Sé específico con el QUIEN hará QUE y CUANDO.

Finalmente, envía un memo a todos los participantes, agradeciéndoles y repasando lo logrado en la sesión.

© **BrandReport** By NSB - BrandReportBlog.com