

# OPDRACHT

## 30 minuten

1. Kies een gespreksleider
2. FIND THE RIGHT PROBLEM! (15 MINUTEN)
  - a. Wissel uit wat de *ongemakken* en *behoeftes* zijn bij het managen van programma's die gericht zijn op innovatie en/of transities
  - b. Luister goed naar elkaar en schrijf alle ongemakken en behoeftes op, vraag eventueel door. Ga hierover niet in discussie!
  - c. Selecteer de meest genoemde ongemakken / behoeftes
3. DEFINIEER DE UITDAGING (15 MINUTEN)
  - a. Formuleer een "challenge" waar je gelet op de ongemakken oplossingen voor zoekt (of herformuleer een challenge die op de tafel ligt). Begin met de zin HOE KUNNEN WE.....
  - b. Herformuleer de challenge tot een behapbare vraag (maak deelvragen, maak het kleiner) zodat het geschikt is voor een gerichte brainstorm
  - c. Maak je challenge zo nodig nog inspirerender (een inspirerende uitdaging leidt tot inspirerende oplossingen)
  - d. Als er nog tijd is.... Formuleer met elkaar ontwerpeisen waar de *oplossingen* aan moet voldoen.

Hoe kunnen we binnen een programmatische aanpak makkelijk meebewegen met de snelle *veranderingen* om ons heen?

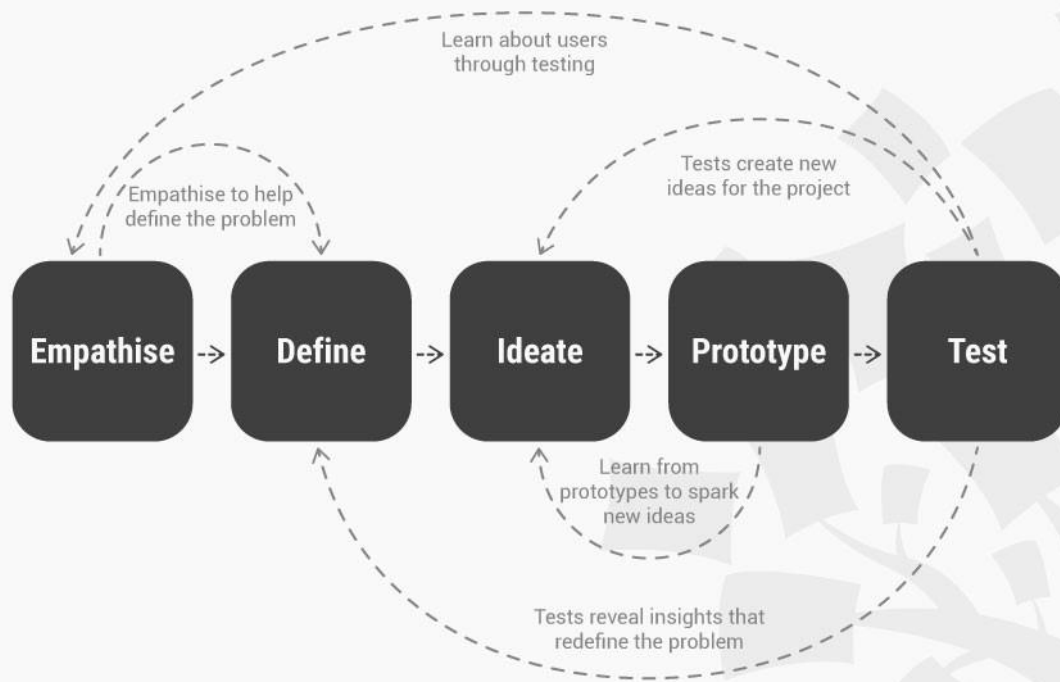
verandering behoeftes inwoners / consumenten  
Technologische veranderingen  
Politieke veranderingen of geopolitieke veranderingen  
Ecologische veranderingen



**WE'VE LOST TOUCH WITH  
WHAT'S AROUND US**

**COMPANIES FIND THEMSELVES IN A CRISIS BECAUSE  
THEY CAN'T RESPOND TO CHANGE,  
EVEN IF THEY RECOGNIZE THE NEED FOR TRANSFORMATION.**

## DESIGN THINKING: A NON-LINEAR PROCESS



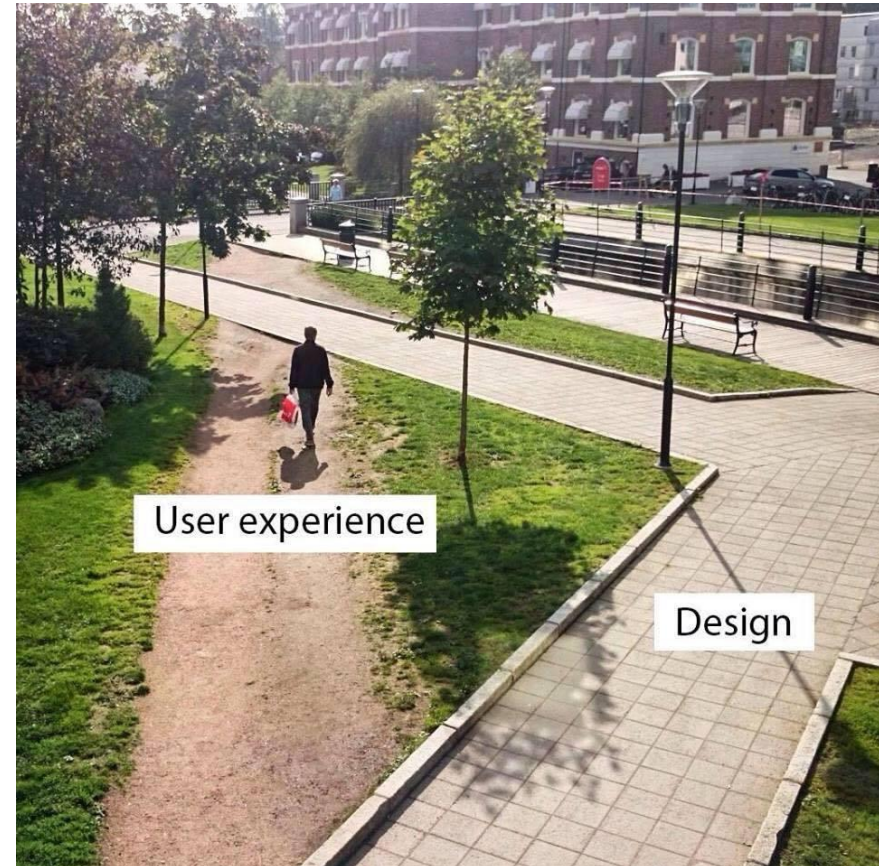
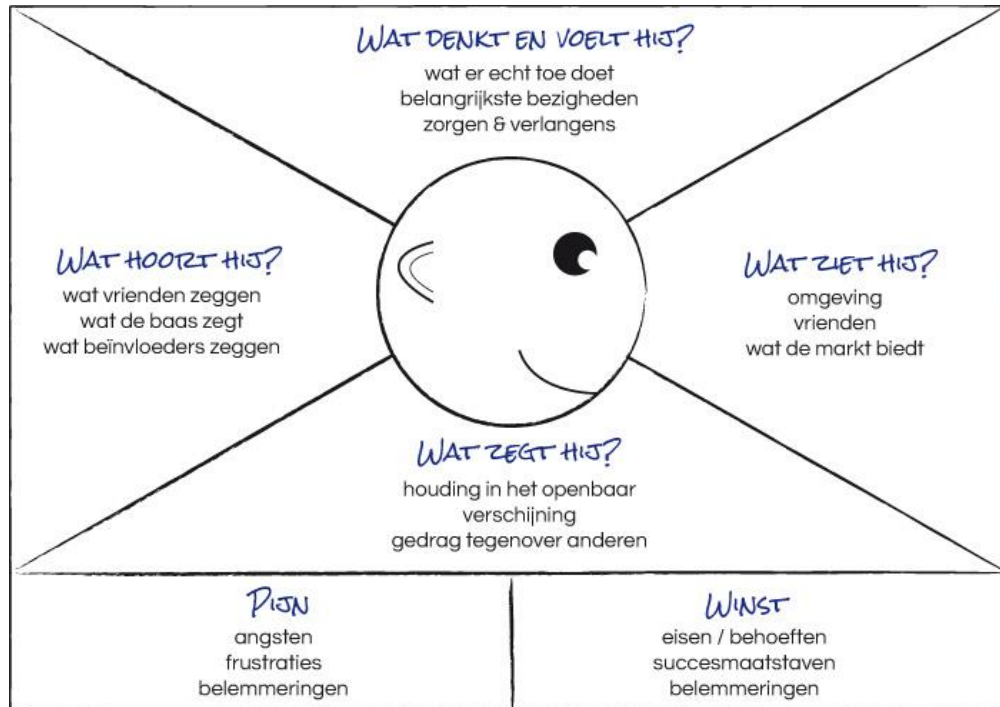
INTERACTION DESIGN  
FOUNDATION

INTERACTION-DESIGN.ORG

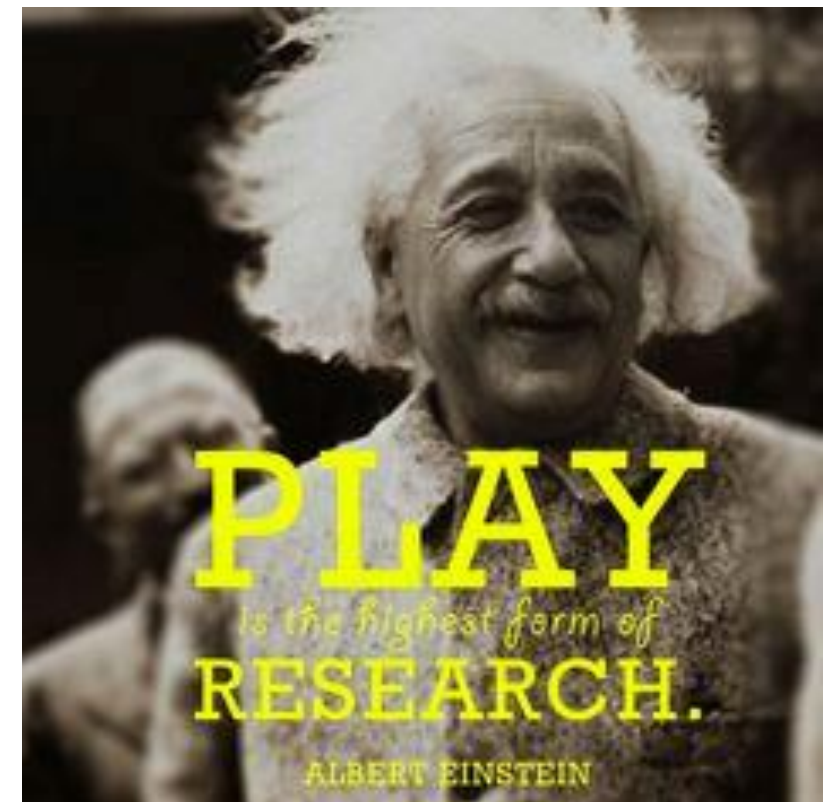
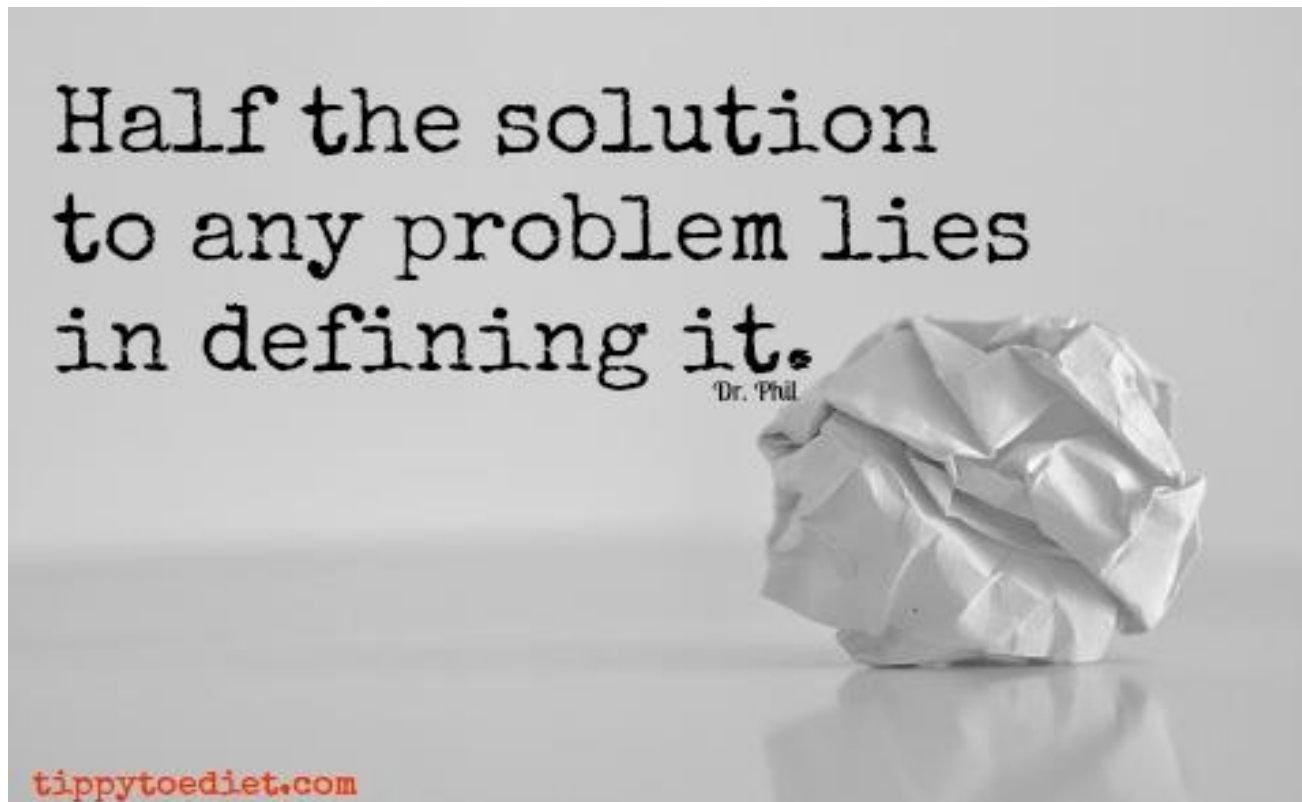
*Een continu proces van vernieuwen en verbeteren*

Hoe kunnen we bij programmamanagement het iteratieve proces van design thinking een plek geven?

# Hoe kunnen we bij programmamanagement de gebruikers van oplossingen centraal stellen bij het vinden van oplossingen?



Hoe kunnen we bij programmamanagement stap 1  
"onderzoeken en ontdekken" en stap 2  
"interpreteren/definiëren" een stevige plek geven  
die voortdurend de aandacht krijgt?





Hoe kunnen we de MINDSET die hoort bij Design Thinking inspirerend laten zijn voor opdrachtneemers en opdrachtgevers van programma's

