

Aanleiding

Goede ideeën sneuvelen nogal eens door gebrek aan kritiek. Dit klinkt tegenstrijdig, maar kritiek is belangrijk om ideeën te verbeteren, hoe eerder in het proces hoe beter. Kritiek leveren is voor direct betrokkenen vaak lastig. Enerzijds spelen persoonlijke relaties een rol, anderzijds is het moeilijk afstand te nemen en onbevangen tegen een probleem of oplossing aan te kijken.

Wij noemen kritisch naar een plan of idee kijken ook wel tegendenken. Heel bewust op zoek gaan naar argumenten tegen een plan of idee. Doel is niet het idee af te schieten maar juist om de zwakke punten te verbeteren en denkfouten te voorkomen. De uiterste consequentie kan natuurlijk zijn dat betrokkenen tot de conclusie komen dat het beter is te stoppen.

Hoe gaan we te werk?

Tegendenken kan vele vormen krijgen. Op de achtergrond kunnen wij een plan of idee onderzoeken en met voorstellen voor verbetering komen. Het krijgt dan de vorm van een second opinion. Een voordeel is dat er veel aandacht besteed kan worden aan feitenonderzoek en het onderzoeken van de redeneringen.

Een andere mogelijkheid is om tegendenken in groepsverband te organiseren. Dit heeft als voordeel dat de betrokkenen direct feedback kunnen leveren. Daarnaast kan het een eerste stap zijn om tegendenken een vaste plek in de organisatie te geven.

Resultaat

Een overzicht van kritische factoren (feiten, belangen, redeneringen etc.) die aandacht vragen binnen uw project. Deze worden door ons geordend gestructureerd en indien gewenst visueel weergegeven. Daarnaast geven we op hoofdlijnen alternatieven / verbeteringen.

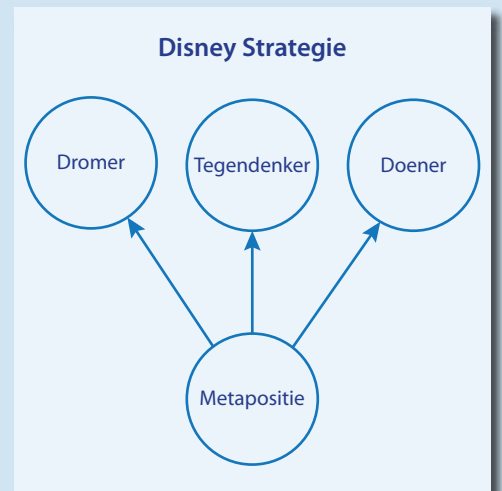
Referenties

Diverse organisaties hebben wij geholpen bij het tegendenken. Dit betrof bijvoorbeeld het projectniveau, maar ook het functioneren van de organisatie als geheel. Referenties zijn op verzoek beschikbaar.

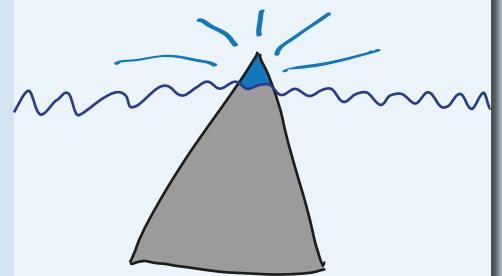
"WIJ HEBBEN TEGENDENKEN EEN PLEK GEGEVEN DOOR HET NIET STEEDS BIJ DEZELFDE PERSOON TE BELEGGEN (DIE DAN GEZIEN ALS SPELBREKER). DAT HEBBEN WE GELEERD DOOR DE DISNEY-STRATEGIE TE OEFENEN."

Meer informatie

www.slimmefinanciering.nl, info@slimmefinanciering.nl
Rudy van Stratum (06 53 639 897) of Stijn van Liefland (06 12 429 426)



Voorbeeld denkfout: survivorship bias



Er is vooral aandacht voor succes, minder voor falen. Daardoor zijn vaak de successen het eerste wat je ziet en lijkt alles kansrijk. Maar, er zijn vaak meer mislukkingen dan successen.

Trefwoorden

- Rendement
- Denkfouten
- Tegendenken
- Doel / middel

Op www.slimmefinanciering.nl is een dossier over denkfouten te vinden. Momenteel werken we aan een serie over tegendenken.