



Innovatietoolkit

Krachtige innovatietools die je helpen om nieuwe oplossingen vorm te geven

Introductie

- Binnen de Rijksoverheid vindt op veel verschillende plaatsen en op veel verschillende manieren innovatie plaats. Om hieraan bij te dragen heeft het Ontwikkelbedrijf UBR (vanaf 1 januari 2023 Ontwikkeling, Digitalisering en Innovatie - ODI) een toolset met worksheets en canvassen uitgewerkt.
- De meeste daarvan zijn gebaseerd op bekende tooling. Vaak gericht op bedrijven of organisaties in het algemeen. Wij hebben deze vertaald naar de praktijk van de Rijksoverheid, zodat ze beter aansluiten bij ons werk.
- Daarnaast hebben we deze worksheets en canvassen gekoppeld aan het Stappenplan Innovatieproject (StIP) en vormen daarmee samen een sterke set innovatietools. Een uitgebreide uitwerking van StIP is te vinden op de website van ODI onder het thema 'Innoveren met Impact'.
- Deze tools zijn te gebruiken in een gestructureerde, stapsgewijze aanpak, maar ook los in te zetten. Bijvoorbeeld bij een strategiesessie. Of ter voorbereiding van het uitwerken van een jaar- of projectplan.
- Mocht je bij de inzet van de tooling ondersteuning nodig hebben, dan kan ODI daarbij helpen. In de vorm van advies, het begeleiden van workshops of het verzorgen van trainingen.
- Voor suggesties, vragen of opmerkingen graag mailen met innoverenmetimpact@rijksoverheid.nl



Makkelijk & snel gebruiken



Geeft impuls & impact

Hoe te gebruiken?

Deze toolset bestaat uit worksheets op A4-formaat. Die kun je in deze complete set sheets naar eigen inzicht inzetten. Tips daarvoor tref je hierna aan.

Daarnaast hebben we voor een aantal worksheets een groter formaat beschikbaar op de website www.rijksorganisatieodi.nl/innoveren-met-impact om uit te kunnen printen voor een workshop of teamsessie. Dit noemen we de canvassen en het betreffende formaat staat aangegeven in de tabellen op pagina 7 en 8 en bij de worksheet zelf.



Stappenplan





Hoe ga je werken?

Op papier

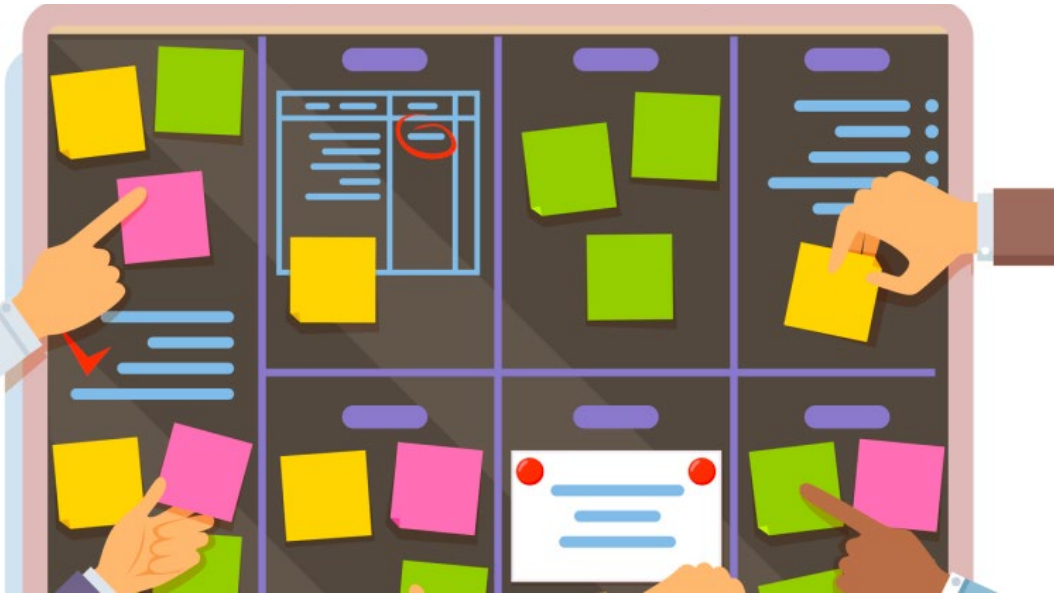
- Print de canvas uit op groot papier of teken deze na
- Leg neer op tafel of tape de canvas aan de muur
- Ondersteun dit met een brown paper, stiften en een dikke stapel Post-its©
- Niet vergeten foto's te maken tussentijds en na afloop...!

Digitaal

- Online boards (zoals Miro) zijn ook heel geschikt voor de inzet van tools en canvassen
- Je kunt deze namaken (op hoofdlijn, zonder alle details als dat te ingewikkeld is) of bestaande formats (van een collega) hergebruiken

Meer tips...

- Werken met brown paper, stiften en Post-its© heeft als voordeel dat het snel en makkelijk resultaat geeft. Het heeft de voorkeur als het mogelijk is boven online werken.
- Een online uitwerking kan ook ingezet worden om na afloop een tweede versie te maken met de input van de geschetste resultaten.
- Een beetje klieren, lijntjes trekken, omcirkelen, kleuren gebruiken en Post-its© plakken stimuleert de creativiteit en geeft een lage drempel om te participeren in de workshop.
- Als ondersteuning van de inzet van canvassen kun je ook vooraf een workshop organiseren met een professionele illustrator die thuis is in conceptueel tekenen. Dat is leuk om te doen en bovendien leerzaam en nuttig als extra vaardigheid.
- Met icoontjes, schetsen en pijlen is een team meestal snel in staat een complex probleem vereenvoudigd neer te zetten. Dat helpt bij de discussie en het zoeken naar oplossingen.
- Post-its© zijn er in vele kleuren en maten: maak daar gebruik van (een kleur kan een label, doelgroep of categorie vertegenwoordigen) en zorg voor voldoende aantallen en variatie.





Met de hand getekende pijlen leggen verbanden en geven richtingen aan



Arceerstiften mogen niet ontbreken om onderwerpen te highlighten



Foto's zijn krachtige toevoegingen. Je kunt ter plekke een klein printertje neerzetten



Gebruik kleine stip-stickers om te stemmen, risico's of belang aan te geven



Bereid de sessie goed voor en stuur deelnemers een uitgebreide mail met info

Tips

- Werken met canvassen is gebaat bij een open en veilige sfeer. Iedereen moet kunnen zeggen en aangeven wat hij of zij van belang vindt.
- De kracht van brainstormen is dat geen idee of input te gek is. Het nadeel van deze werkwijze is dat dominante deelnemers meer invloed hebben op uitkomst en richting. Het is aan de begeleider hier goed op te letten.
- Aanvullend (of als start) kun je ook individuele input ophalen die niet direct in de groep gedeeld wordt. Hier heb je meer kans op een afgewogen set aan ideeën en input die vervolgens in de groepsdynamiek angescherpt wordt.
- Aan het eind van de sessie is het advies om de conclusies goed 'op het bord' te hebben en de groep hierop te laten instemmen.
- Na afloop kan de begeleider van de sessie een 'schone' canvas uitwerken met toelichting op de uitkomsten. Hier is het advies deze rond te sturen en te vragen om instemming of opmerkingen. Deze feedbackronde is niet bedoeld om de sessie (deels) opnieuw te doen, maar om tot afronding te komen.
- Mocht het nodig zijn de sessie een vervolg te geven in dezelfde of andere samenstelling dan krijg je verdieping door de uitkomsten van de eerste sessie daarin nadrukkelijk mee te nemen (en misschien zelfs op het canvas alvast in te vullen).



Tools

Tool	Doel	Exploreren	Experimenteren	Stappen	Tool / Canvas
Innovatieproject →	Beschrijft het innovatieproject (om te komen tot een nieuwe oplossing). Gebruik als checklist Innovatieprojecten.	x	x	Meerdere stappen	Canvas A1
Rijks Innovatie →	Beschrijft nieuwe oplossing	x	x	Meerdere stappen	Canvas A1
Stakeholder →	Analyse van het speelveld	x		Stap 1.A	Tool A4
Persona →	Analyse van gebruikersprofiel	x		Stap 1.A	Tool A4
Customer Journey →	Klantreis in beeld	x		Stap 1.A	Canvas A1
SWOT-analyse →	Sterkte/Zwakte analyse en Kansen en Bedreigingen	x		Stap 1.A	Tool A4
Visgraat diagram →	Probleemanalyse	x	x	Stap 1.A, stap 2.G	Tool A4
5x Why? →	Probleem achter het probleem achterhalen	x	x	Stap 1.A, stap 2.G	Tool A4
Waardepropositie →	Verbind je oplossing aan de behoefte	x	x	Stap 1.A, stap 2.G	Canvas A1
Design Brief →	Beschrijf de uitkomsten van de analyse	x		Stap 1.A, stap 2.G	Tool A4
Epics & User stories →	Het opstellen van de ontwerpeisen voor de oplossing	x	x	Stap 1.A, stap 2.G	Tool A4
Zoeken →	Inventariseren van mogelijk relevante bestaande ideeën en oplossingen	x		Stap 1.B	Tool A4
Benchmarking →	Op basis van vergelijkbare situaties, nieuwe oplossingen vinden			Stap 1.B	Tool A4
Toetsen →	Toetsen van kansrijke bestaande oplossingen en ideeën aan ontwerpcriteria	x		Stap 1.B	Tool A4



Nog meer tools...

Tool	Doel	Exploreren	Experimenteren	Stappen	Tool/Canvas
Crazy 8's →	Genereer zoveel mogelijk ideeën in een korte tijd!	x		Stap 1.C	Tool A4
Fast Idea Generator →	In een korte tijd ideeën genereren door een probleem of situatie vanuit verschillende perspectieven te benaderen	x		Stap 1.C	Tool A4
Now Wow! How? Trap →	Het inventariseren en groeperen van ideeën	x		Stap 1.C	Canvas A1
Story Board →	Ideeën/oplossingen vormgeven	x		Stap 1.D	Tool A3
Validatie Board →	Aannames over Ideeën/oplossingen valideren	x	x	Stap 1.E, 2.G	Tool A4
Sprint Board →	Focus aanbrengen tijdens een innovatiesprint en overzicht houden op de gevalideerde of verworpen aannames.		x	Stap 2.G	Tool A3
Experiment Opzet →	Beschrijf de aannames van je concept en hoe je deze gaat testen		x	Stap 2.G	Tool A4
Experiment Rapport →	Evalueren en bewijs opbouwen over de waarde van de oplossing		x	Stap 2.G	Tool A4
Moscow →	Prioriteiten stellen tijdens ontwikkeling van de oplossing		x	Stap 2.G	Tool A4
Visie/strategie →	Workshop opstellen visie/strategie				Canvas A3
Omgeving & trendanalyse →	Inventariseren van de externe trends				Canvas A3

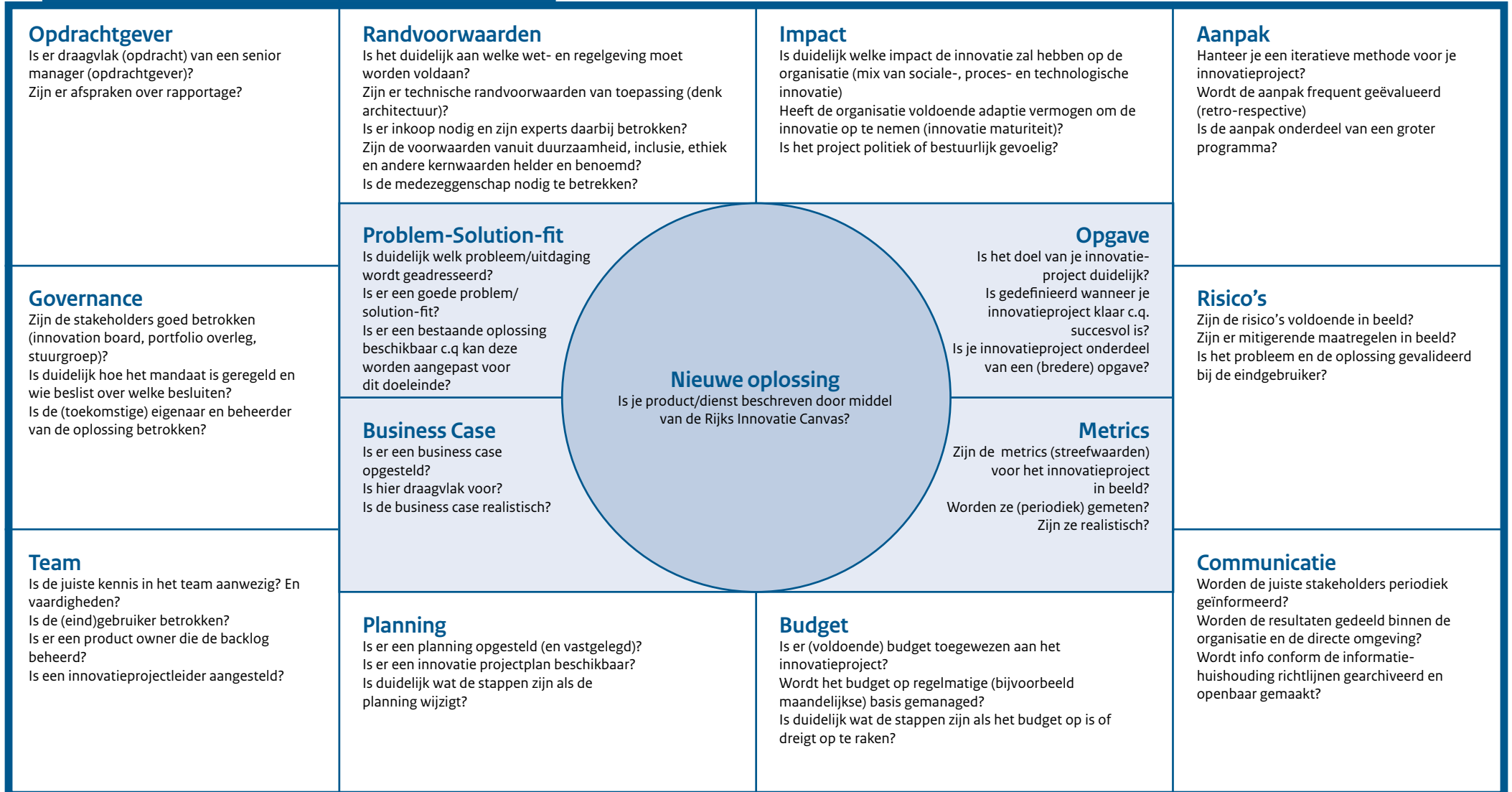


Innovatieproject

De tool kan afgedrukt worden op papierformaat A1

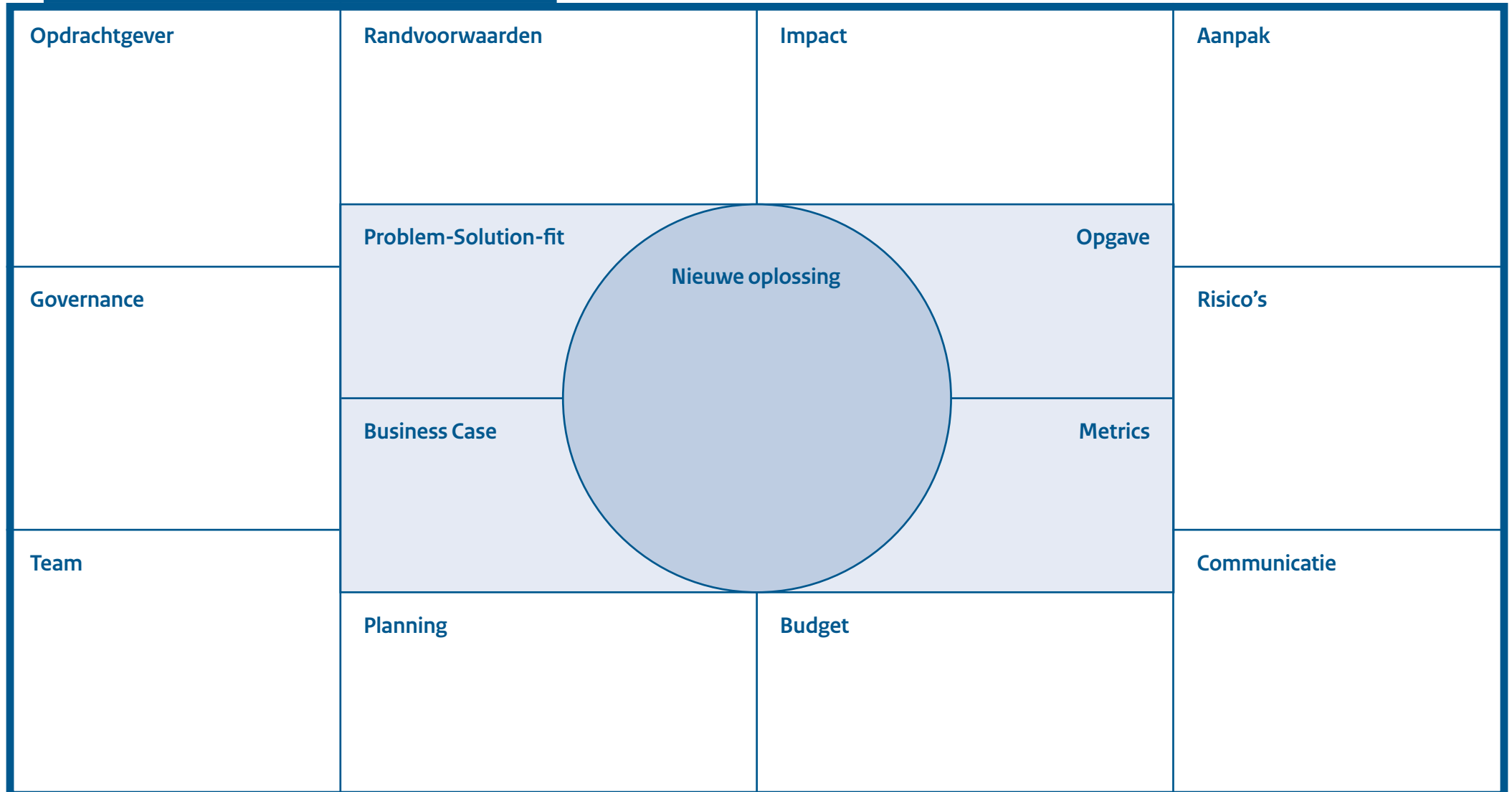


Innovatieproject Tool - Toelichting





Innovatieproject - Tool



Stappenplan Innovatieprojecten – Innoveren met Impact - 2022



Rijks Innovatie

De tool kan afgedrukt worden op papierformaat A1



Rijks Innovatie Tool - uitleg

De Rijks Innovatie Tool geeft de belangrijkste kenmerken van je innovatie weer. Het dient als referentiekader: het is bijzonder behulpzaam in de communicatie binnen een innovatieteam of naar belanghebbenden. Belangrijkste voorwaarde is dat het een up-to-date weergave is van de belangrijkste ontwerpbeslissingen binnen het project: je zult het canvas dus gedurende het project steeds blijven aanvullen en aanpassen. Daarbij is het onmogelijk om alle inzichten over de innovatie in het canvas weer te geven, dus naar verloop van tijd zul je erachter komen dat achter elk vakje een hele wereld schuilgaat (die informatie kun je terugvinden in de vele andere tools die je hebt uitgevoerd).

Het canvas heeft de structuur van Lean Canvas en richt zich met name op de relatie tussen het probleem en de oplossing.

Daarnaast staat de eindgebruiker centraal.

Voor een nauwe aansluiting binnen de overheidscontext zijn Compliance en Governance toegevoegd.

De canvas wordt in het format ook nog toegelicht.



- 1. Begin** bij het probleem, de oplossing en de eindgebruikers. Uit experimenten moet deze driehoeksrelatie kunnen worden gevalideerd. Laat bij Probleem zien dat je bestaande alternatieve oplossingen hebt onderzocht.
- 2. Beschrijf** hoe als het probleem wordt opgelost, waarde toegevoegd wordt bij Waardepropositie en hoe je dit kunt aantonen bij Succesindicatoren.
- 3. Geef** een overzicht van de belangrijkste kosten (initieel en als de innovatie in bedrijf is) en de baten van de innovatie. Beiden hoeven niet alleen monetair te zijn.
- 4. Contextualiseer** de innovatie en beschrijf de besturing (Governance) en juridische en wetgevende context (Compliance).
- 5. Test** je aannames met je opdrachtgever, eindgebruiker en belangrijkste stakeholders.



Rijks Innovatie Tool - Toelichting

Probleem Wat is het probleem dat je op wilt lossen? Hoe ziet je probleemanalyse er uit?	Oplossing Hoe los je het probleem op en wat zijn eventuele risico's die daarbij optreden?	Waardepropositie Welke waarde voeg je toe voor de eindgebruiker, jouw organisatie of elders?	Compliance Wat is de relevante politieke, werkgerelateerde en juridische context waarin je opereert?	Gebruikers Wat zijn je belangrijkste gebruikersgroepen?
Bestaande alternatieven Wat zijn bestaande alternatieve oplossingen? Waarom kies je voor het jouw oplossing?	Succesindicatoren Wat zijn de belangrijkste indicatoren die aangeven of je oplossing werkt?		Governance Hoe wordt de besturing georganiseerd? Hoe wordt het onderhoud belegd?	Eerste volgers Wie zijn jouw eerste gebruikers en welke karaktertrekken hebben ze?
Kosten Beschrijf de kosten van je innovatie, zowel de investering als de vaste kosten na implementatie.		Opbrengsten Beschrijf de financiële en niet-financiële opbrengsten van je innovatie.		



Rijks Innovatie Tool

Probleem	Oplossing	Waardepropositie	Compliance	Gebruikers
Bestaande alternatieven	Succesindicatoren		Governance	Eerste volgers
Kosten		Opbrengsten		

Stappenplan Innovatieprojecten – Innoveren met Impact - 2022



Stakeholder

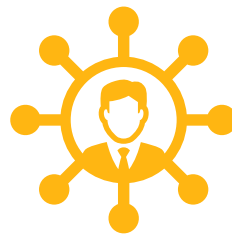


Stakeholder Tool - Uitleg

Stakeholders zijn mensen en organisaties die belang hebben bij de uitkomst van je project. Interne belanghebbenden kunnen projectmanagers, teamleden en bestuurders zijn. Externe belanghebbenden kunnen leveranciers, partnerbedrijven, afnemers of burgers zijn.

Stakeholders verschillen van elkaar in de invloed die ze kunnen uitoefenen op de uitkomst van het project, en in hoeverre ze bij de uitkomst van het project gebaat zijn.

Het identificeren van stakeholders en hun belang voor het project kan je helpen bepalen wie je moet betrekken en hoe vaak je contact met hen moet opnemen, zodat ze je steunen in het proces en de voortgang van het project niet hinderen.

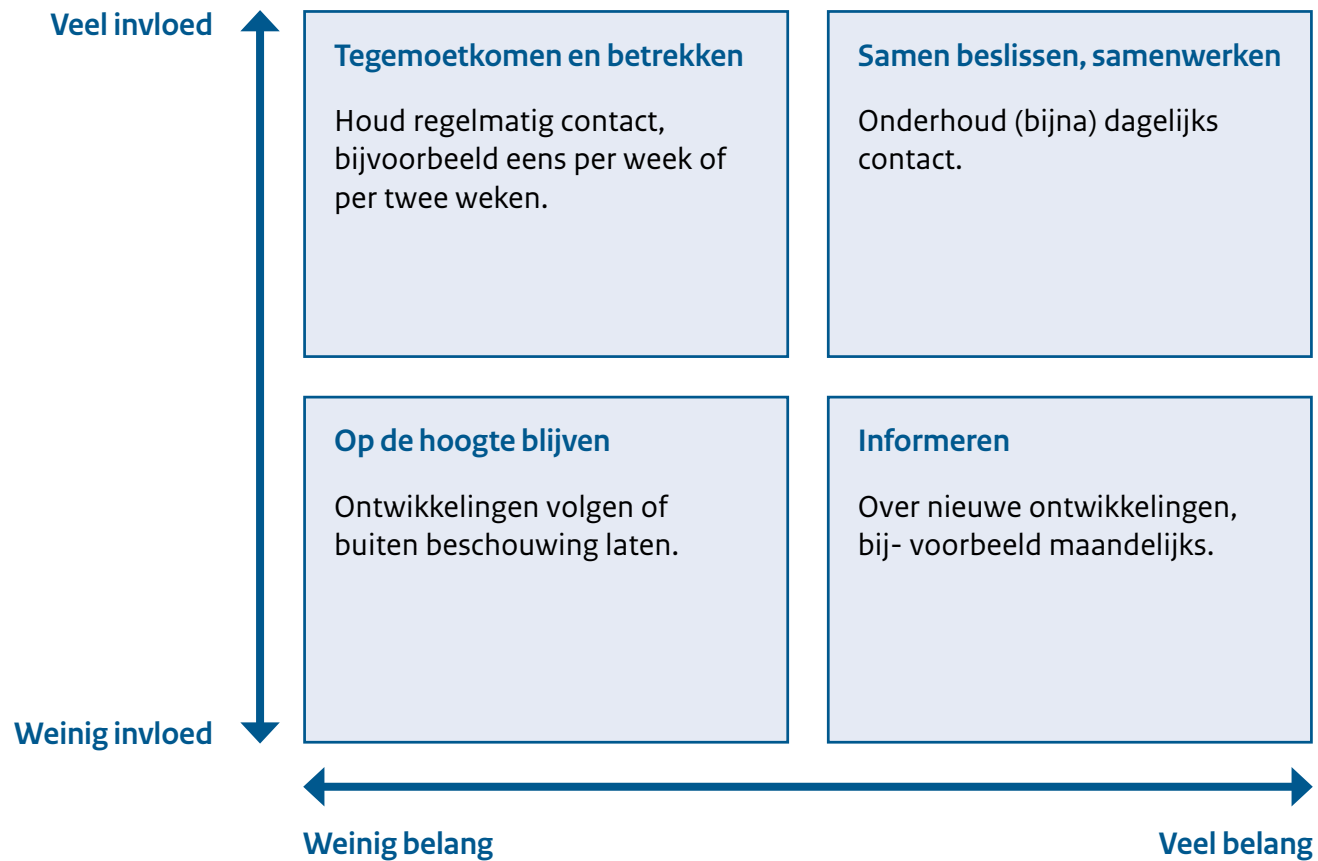


Het Stakeholder Canvas kan bijvoorbeeld in groepsverband gebruikt worden tijdens een workshop.

1. **Besprek** in kleine groepjes wie de stakeholders bij het project zijn en schrijf deze op post-its.
2. **Beoordeel** hoe groot de invloed van elke stakeholder op de uitkomst van het project is. Maak een inschatting van het belang van het project voor de stakeholder: in hoeverre wordt de stakeholder geraakt door de uitkomst van het project?
3. **Plaats** de post-its op het canvas.
4. **Besprek** de uitkomsten plenair. Elke groep legt de gemaakte indeling van het canvas uit aan de andere groepen

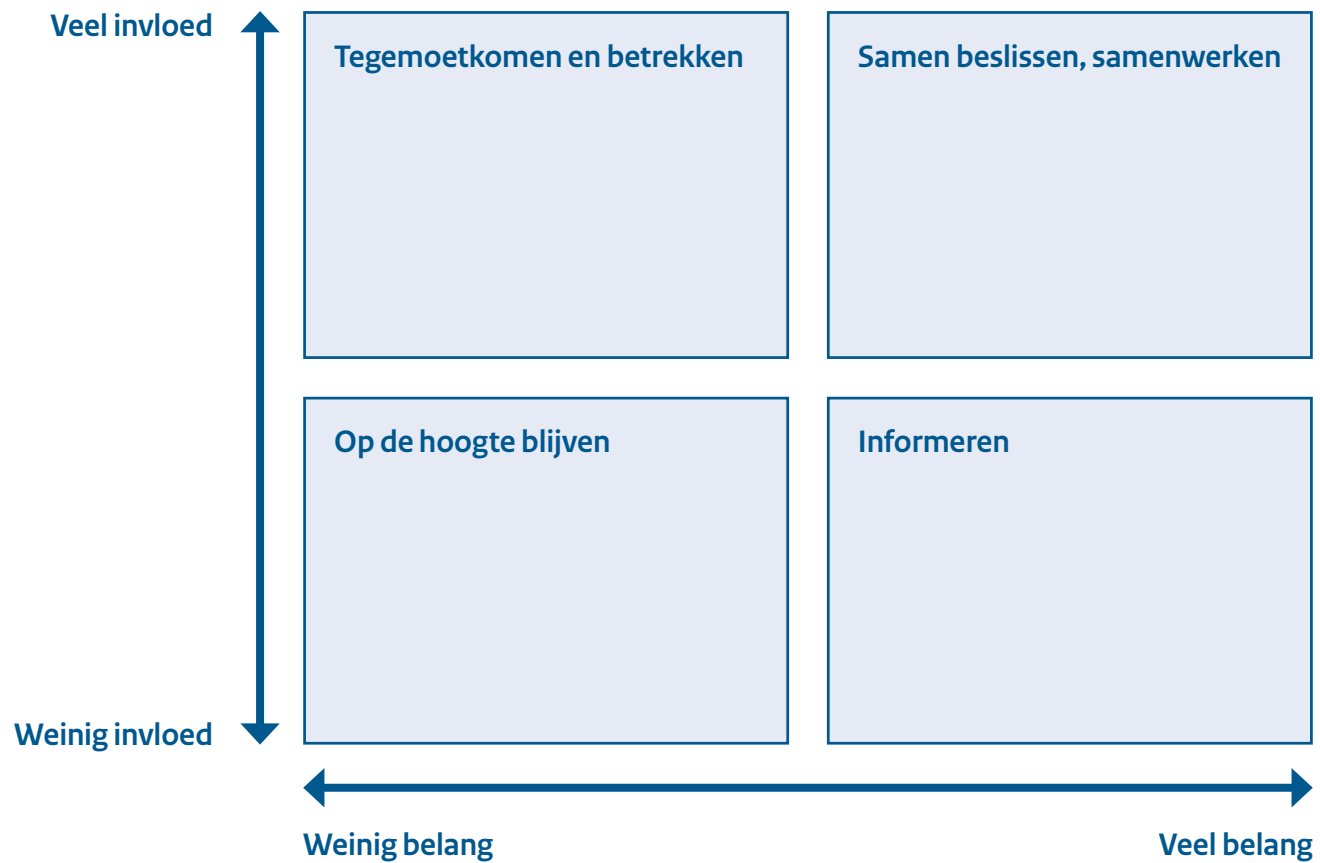


Stakeholder Tool - Toelichting





Stakeholder Tool





Persona



Persona Tool - Uitleg

Een persona is een realistische beschrijving van een denk-beeldige gebruiker van je product of dienst. Het maken van een persona kan het ontwerpproces ondersteunen door nadruk te leggen op het ontwikkelen van een product of dienst voor individuele mensen en de type interacties die ze aangaan, in plaats van abstracte beschrijvingen van de gehele groep. Door zich in te leven in een persona, een bestaande gebruiker, of een groep gebruikers kan een ontwerper zich focussen op de mensen voor wie een product of dienst bedoeld is.

Het ontwikkelen van persona's is een methode die is ontstaan in interaction design (het ontwerp van interacties voor bijvoorbeeld software). De manier waarop een interactie ontworpen wordt, kan deels gebaseerd worden op de beoogde gebruikers van het product of de service.

Vergelijk het ontwerp van software die functioneel moet zijn voor zowel experts als beginners. De interface voor de laatste groep kan gericht zijn op het visueel ondersteunen van de interactie, terwijl de expert misschien sneltoets-combinaties wil gebruiken.

Persona's kunnen ook bruikbaar zijn voor productontwerp of in de context van marketing. Een document dat wordt gemaakt tijdens het ontwikkelen van persona's, zoals bijvoorbeeld met het werkblad op de volgende pagina, kan dienen als herinnering aan de oefening van het zich inleven in de persona.

Daarnaast kunnen persona's nuttig zijn voor communicatie naar stakeholders.



1. **Onderzoek** de gebruikers van het product of de dienst bijvoorbeeld door hen te interviewen of door hen uit te nodigen voor een focusgroep.
2. **Organiseer** een workshop met stakeholders van verschillende teams, afdelingen of organisaties. Hiervoor kun je ook het Stakeholder canvas gebruiken.
3. **Verdeel** de groep in teams van 3 tot 5 personen. Elk team maakt een persona op basis van een bepaalde doelgroep. Het kan makkelijker zijn om je in te leven in een persona als je deze baseert op een persoon die je kent.
4. **Bespreek** de kenmerken, doelen, motivaties en (mogelijke) frustraties van de persona. Maak persona's geloofwaardig door in voldoende detail te treden en baseer persona's op praktijkonderzoek. Een teamlid van elk team pitcht de persona in de eerste persoon naar de andere teams.
5. **Selecteer** eventueel de meest relevante persona's.



Persona Tool

Naam

Leeftijd

Rol

Quote

Doelen:

Taken die de persona wil volbrengen.

Frustraties:

Wat zijn problemen waar de persona op dit moment tegenaan loopt? Hoe kan het product/de dienst deze problemen oplossen of de situatie verbeteren?.

Motivatie

Waarom is de persona gemotiveerd om het product of de dienst te gaan gebruiken?

Andere opmerkingen



Customer Journey

De tool kan afgedrukt worden op papierformaat A1



Customer Journey Tool - Uitleg

De klantervaring ofwel “customer experience” kan worden beschreven als de manier waarop een klant of eindgebruiker de interactie aangaat met de dienstverlener en hoe deze zich voelt naar aanleiding van die interacties. De ervaring beïnvloedt de tevredenheid, loyaliteit, verwachtingen en intenties. De service die verleend wordt bestaat uit meer dan slechts een serie korte contactmomenten: de klant creëert en realiseert de service in samenwerking met de dienstverlener. Het uitwerken van een customer journey (“klantreis”) kan deel uitmaken van het verbeterproces. Een uitwerking die in eerste instantie uit aannames bestaat, kan helpen bepalen welke interacties verder onderzocht moeten worden.

De customer journey kan ook gebaseerd worden op data die verzameld is door middel van interviews, het doen van observaties, door eindgebruikers te vragen hun ervaringen te documenteren, en kan in samenwerking worden opgesteld.



1. **Bepaal** wie je eindgebruiker is. Wat is het probleem en voor wie wil je dit oplossen?
2. **Verzamel** intern informatie en identificeer de acties van je eindgebruiker. Verwerk deze in chronologische volgorde in de customer journey en beschrijf je aannames van wat de eindgebruiker doet, denkt en voelt.
3. **Onderzoek** je aannames door meer informatie te verzamelen over de eindgebruikers en hun ervaringen. Vul de customer journey aan op basis van de analyse van je onderzoek.
4. **Beschrijf** de problemen die de eindgebruiker ervaart onder kansen en inzichten. Richt je hier vooral op problemen en stel het geven van suggesties voor een oplossing nog even uit.



Customer Journey Tool

Doel

Beschrijving van de eindgebruiker

Fase

Bijv. onderzoek, afnemen, gebruik van dienst

Actie

Bijv. het zoeken naar informatie op een website. Groepeer de acties onder de fase waar ze bij horen.



Denken

Bijv. Er is zoveel informatie. Ik zie door de bomen het bos niet meer.

Voelen



Kansen en Inzichten

Formuleer vanuit de kansen en inzichten een eerste "Hoe kunnen we" vraag.

Ervaring van de eindgebruiker in het algemeen

Intenties van de eindgebruiker

Bijv. de eindgebruiker zal het product of dienst opnieuw willen gebruiken, of: de eindgebruiker meldt zich met een klacht



SWOT-analyse



SWOT Analyse Tool - Uitleg

Het acroniem SWOT verwijst naar strengths, weaknesses, opportunities en threats.

De SWOT-analyse helpt bij het identificeren van sterke en zwakke punten binnen de organisatie waarin je het innovatieproject wilt uitvoeren. En geeft inzicht in mogelijke kansen en bedreigingen bij de uitvoering.

Sterke en zwakke punten volgen uit een analyse van interne factoren binnen de projectorganisatie.

De kansen en bedreigingen hebben betrekking op externe factoren die niet door de organisatie kunnen worden beïnvloed, maar wel impact kunnen hebben op het innovatieproject.



Stel vast wat de sterke en zwakke punten van je projectorganisatie zijn. Breng ze in kaart op het werkblad en stel vast hoe belangrijk ze zijn. Maak daarbij gebruik van feedback van je stakeholders: verbeteringen moeten plaatsvinden in een sociale context. Gebruik andere tools om je analyse te ondersteunen. Voer bijvoorbeeld een enquête uit of laat collega's in een teamsessie scoren op stellingen.

1. **Geef** prioriteit aan punten op de lijst en houd deze beperkt tot de meest relevante factoren.
2. **Wees** kritisch over de uitspraken die je doet en verifieer ze.
3. **Wees** concreet wanneer je uitspraken formuleert. In plaats van alleen te zeggen dat de projectmanagement-capaciteit van je project geweldig is, onderbouw je dit door te zeggen dat jullie alle producten altijd op tijd opleveren. Informeer bij collega's of eindgebruikers of zij je analyse delen.
4. **Geef** vervolg aan vastgestelde knelpunten.



SWOT Analyse Tool

Interne Factoren

Sterk

Wat onderscheidt jouw projectorganisatie van andere innovatieprojecten?

Wat zijn sterke punten van jouw aanpak en concept?

Zwak

Zijn er mogelijke kenmerken van je projectorganisatie die problemen of risico's opleveren?

Wat zijn zwakke punten?

Externe Factoren

Kansen

Hebben belanghebbenden en eindgebruikers een behoefte waar op dit moment niet aan wordt voldaan?

Op welke actuele trends en omgevingsfactoren kun je reageren?

Bedreigingen

Zijn jouw zwakke punten een mogelijke oorzaak voor een probleem met je externe omgeving?

Zijn er bedreigingen in je omgeving die het succes van je project mogelijk in de weg staan?



SWOT Analyse Tool

Interne Factoren

Sterk

Zwak

Externe Factoren

Kansen

Bedreigingen



Visgraat diagram



Visgraat Diagram Tool - Uitleg

Het Ishikawa-diagram (ook wel bekend als visgraatdiagram) is een hulpmiddel dat bedoeld is om mogelijke oorzaken van problemen in kaart te brengen.

Het diagram maakt onderscheid in mogelijke oorzaken en gevolgen. Aan de rechterkant wordt het veroorzaakte effect of probleem beschreven. Aan de linkerkant worden de mogelijke oorzaken in kaart gebracht. De mogelijke oorzaken worden ingedeeld in zes categorieën waarbij weer vertakkingen naar sub-oorzaken worden gelegd. Hiervoor worden de zes M's gebruikt:

Mens: Wordt het probleem wel goed begrepen? Is er wel goede communicatie? Zijn de betrokkenen wel ervaren genoeg en goed genoeg opgeleid?

Machine (Machines, gereedschap & computers): Worden de juiste

machines, gereedschap en software gebruikt? Kunnen deze hulpmiddelen zelf oorzaak zijn van een probleem? Zijn de machines wel veilig in het gebruik?

Metingen: Hoe meten we kwaliteit? Wat zijn de criteria? Hoe betrouwbaar zijn deze metingen? Hoe vaak vinden deze plaats?

Materialen: Welke materialen worden gebruikt? Wat is de kwaliteit hiervan?

Milieu (Omgevingsfactoren): Welke invloed heeft de omgeving? Denk bijvoorbeeld aan het weer, trillingen, geluidsoverlast, hoogteverschil.

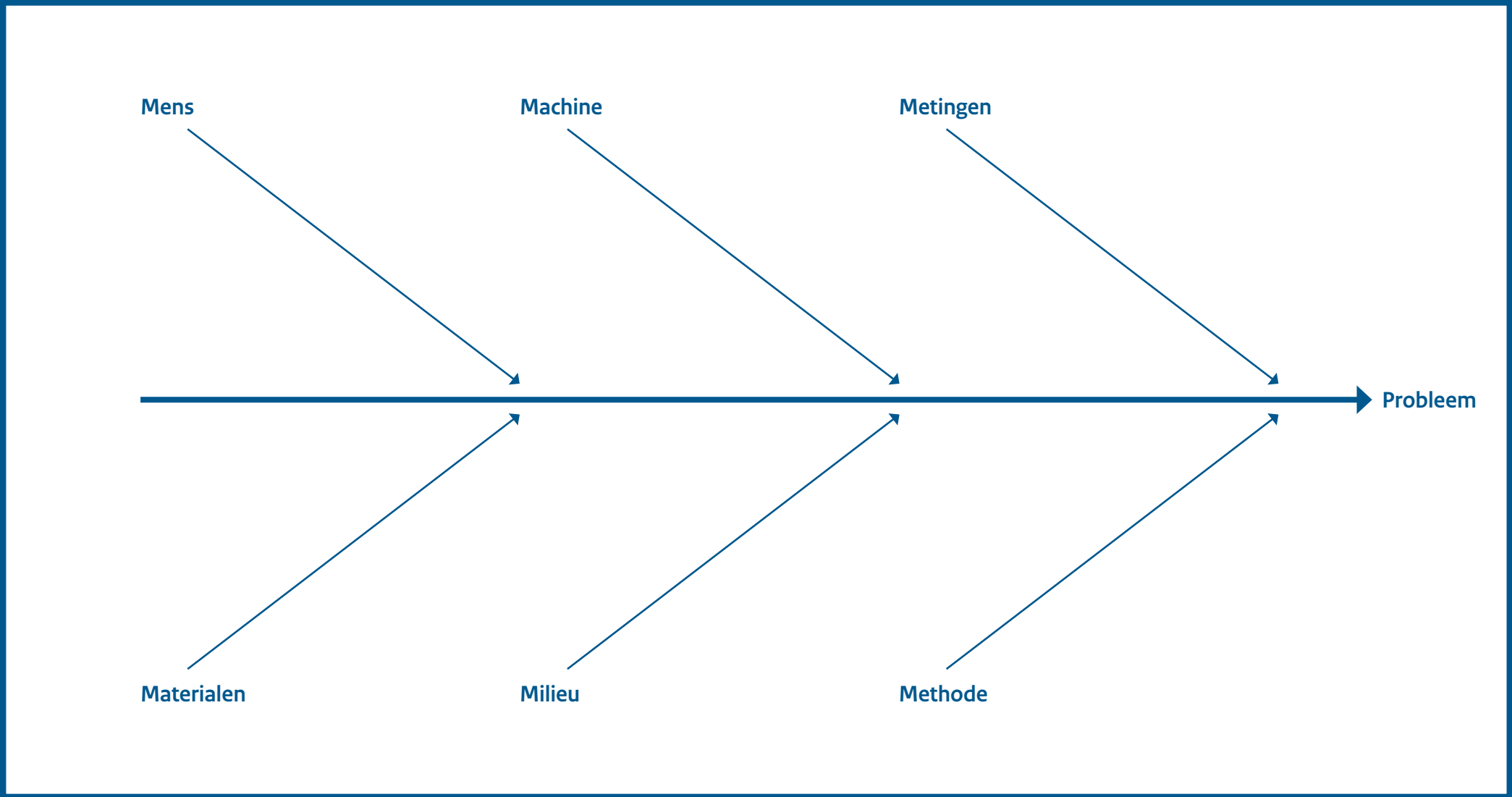
Methode: Hoe verloopt de logistiek, communicatie, labelling en het bijhouden van de administratie? Hoe zijn de processen opgesteld en worden ze ook nageleefd?

1. **Beschrijf** de probleemstelling in de 'vissenkop'.
2. **Brainstorm** over de verschillende oorzaken van dit probleem. Categoriseer ze onder de verschillende graten. Werk van links naar rechts.
3. **Stel** bij elke oorzaak steeds de vraag "Waarom gebeurt dit?" Of vraag door met behulp van de 5x waarom.
4. **Bepaal** welke oorzaak de grootste bijdrage levert aan het probleem.
5. **Brainstorm** over hoe je deze oorzaak aanpakt in je oplossing.





Visgraat Diagram Tool





5x Why?



5x Why? Tool - Uitleg

Als je een probleem wil oplossen of een bepaalde situatie wil verbeteren, kan het behulpzaam zijn om de manier waarop het probleem geformuleerd is nader te onderzoeken. Maak een onderscheid tussen oorzaak en gevolg en tussen directe oorzaken en onderliggende oorzaken. Het kan ook noodzakelijk zijn om meer onderzoek te doen of om na te gaan bij belanghebbenden of je doelgroep of zij het probleem ook op die wijze ervaren.

Wat moet je veranderen om de situatie daadwerkelijk te verbeteren en niet alleen symptomen van het probleem te behandelen?

Als je oplossingen probeert te bedenken, kan het maken van een duidelijk onderscheid tussen doelen en oplossingen ook relevant zijn. Misschien vind je het interessant om een nieuwe technologie in te zetten in een bepaalde context, maar dit is geen garantie dat dit ook daadwerkelijk het probleem oplost.



1. **Formuleer** je probleem kort en bondig. Vat het probleem en de context ervan samen voor stakeholders in je team voordat je een van de templates in stap 2 kiest.
2. **Gebruik** het 5x Why? Canvas als je dieper gelegen oorzaken van het probleem wilt verkennen. Vraag jezelf 5 keer op rij waarom je probleem voorkomt. Je antwoorden dienen als aanleidingen voor vragen in de volgende kolom. Als je meerdere antwoorden geeft, vertakt het diagram zich.
3. **Herformuleer** het probleem in de vorm van 'Hoe kunnen we...?'.



5x Why? Tool

Waarom?

Waarom?

Waarom?

Waarom?

Waarom?

Herformuleren
probleemstelling

'Hoe kunnen we ...?'



Waardepropositie

De tool kan afgedrukt worden op papierformaat A1



Waardepropositie Tool - Uitleg

De waardepropositie beschrijft de toegevoegde waarde die oplossingen van je organisatie voor de eindgebruiker kunnen bieden. Deze eindgebruikers proberen bepaalde doelen te bereiken (goed werk willen verrichten voor de maatschappij, verantwoord omgaan met publieke middelen tot en met persoonlijke doelen als geld verdienen) met als doel iets te bereiken (impact op betere leefwereld, respect, eervol werk, plezier). Gedurende dit proces kunnen er ook obstakels op hun pad komen (gebrek aan de juiste hulpmiddelen, mensen tegenkomen die niet in hen geloven).

Beperk jezelf niet tot bestaande oplossingen en forceer geen match tussen de oplossingen die je nu kunt bieden en de problemen waar klanten mee te maken krijgt.

Je kunt ook benaderingen overwegen die op onverwachte manieren waarde toevoegen (bijvoorbeeld: de uitvoering van een taak ondersteunen en deze tegelijkertijd leuk maken).

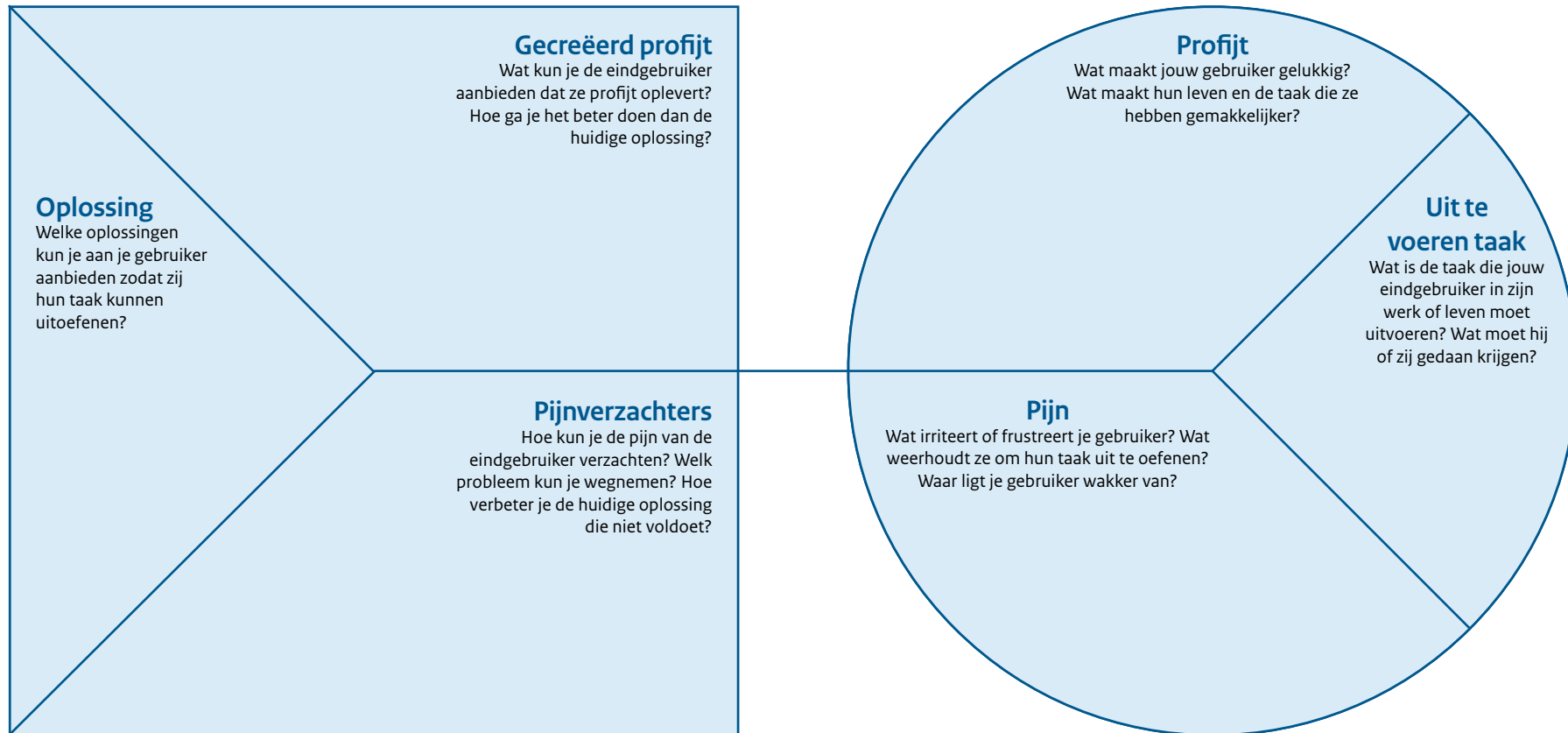
De waardepropositie canvas helpt je om de relatie te onderzoeken tussen de (latente) behoefte bij de gebruikers en de oplossing die jij ontwikkel of biedt. Je kunt op basis van behoefte en oplossing combinaties dit valideren bij de gebruiker. Inzichten kun je gebruiken om je beeld over de behoefte bij de gebruiker bij te stellen en om je oplossing beter aan te passen op de behoefte.



1. **Benoem** de groep eindgebruikers die op basis van de opdracht hierbij betrokken moet worden.
2. **Benoem** de doelen van deze eindgebruikers in het rechter- vak op het werkblad.
3. **Beschrijf** obstakels die eindgebruikers tegenkomen en ondersteuning die ze kunnen gebruiken.
4. **Bepaal** of er een match is tussen doelen, gewenste toegevoegde waarde en obstakels aan de kant van de eindgebruiker en de oplossingen die je organisatie kan bieden.
5. **Identificeer** de producten en diensten die je organisatie al aanbiedt en die gerelateerd zijn aan deze oplossingen. Kun je nieuwe producten en diensten bedenken die ontwikkeld zouden kunnen worden?

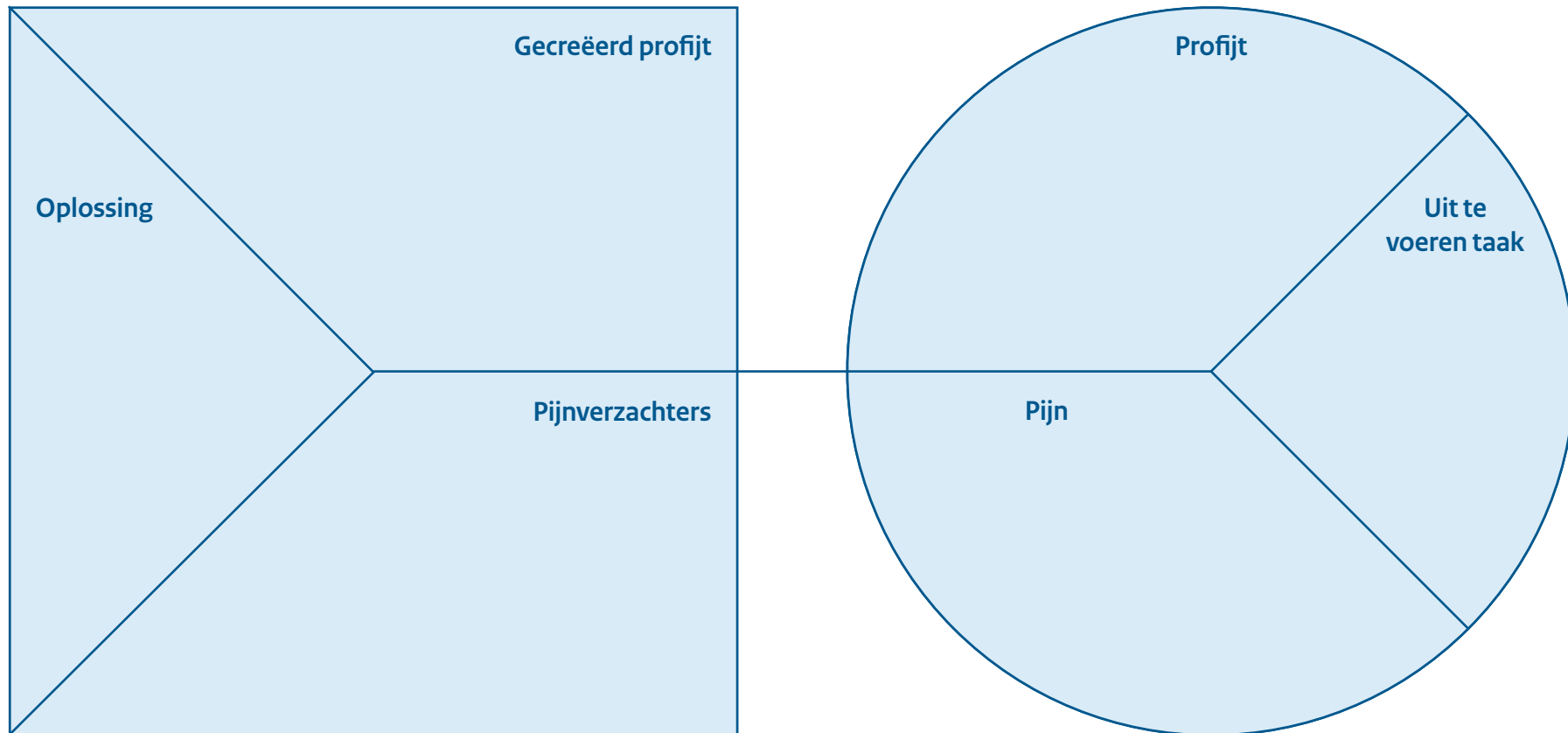


Waardepropositie Tool - Toelichting





Waardepropositie Tool





Design Brief



Design Brief Tool - Uitleg

Na het uitvoeren van verschillende onderzoeks-activiteiten, heb je een goed beeld van het probleem. De volgende stap is het opstellen van een design brief.

De design brief bevat alle waardevolle ontdekkingen die tot dan toe gedaan zijn. Het is een belangrijke mijlpaal in elk innovatieproces. Bedenk tijdens iedere stap: Innovatie kent geen vastomlijnde of chronologische volgorde. De design brief is dan ook een levend document. Steeds wanneer je nieuwe ontdekkingen doet, update je de design brief.

De design brief bestaat uit:

- Ontwerpvrage
- Persona
- Epics
- Overige ontwerpeisen
- Gemaakte aannames
- Openstaande vragen

Zodra alle gebruikerseisen in vorm van epics opgesomd zijn, onderzoek dan of er andere zaken meespelen waar je rekening mee wilt of moet houden. Deze breng je bij overige ontwerpeisen in kaart. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de context waarin de opgavehouder opereert of mogelijke logistieke en financiële randvoorwaarden.

Het zicht hierop verschilt per projectfase. In de initiële explorerende fase, is het prima om hier minder rekening mee houden dan in een later stadium.

Bij gemaakte aannames en openstaande vragen beschrijf je alle aannames (alle onderwerpen die nog niet onderzocht zijn) en vragen die je nog wilt beantwoorden.



1. **Zorg** dat je persona compleet, presentabel en beschreven is voor het projectteam en de stakeholders.
2. **Schrijf** je epics op. Onthoud: we gaan nu nog niet in op het 'hoe'. Het genereren van mogelijke oplossingen en bepalen hoe die oplossing eruit ziet komt later aan bod.
3. **Houd** een brainstormsessie om inzicht in de overige ontwerpeisen in de verschillende aangegeven categorieën te krijgen. Ook collega's of opdrachtgevers kunnen hiervoor input geven. Voor de brainstorm kun je bijvoorbeeld gebruik maken van brainwriting (b.v. alle deelnemers schrijven hun ideeën op post-its en plakken ze op een brownpaper om ze daarna te ordenen en te bespreken).
4. **Beschrijf** de aannames die je tijdens het proces hebt gedaan over: de probleemeigenaar, organisatie en de algemene context van het probleem.
5. **Plan** welke vragen je nog wilt beantwoorden: welke aannames zijn essentieel om te onderzoeken of ze kloppen en oplossing ondersteunen of niet ('meest kritische aannames eerst toetsen')?



Design Brief Tool

Ontwerp vraag

'Hoe kunnen we?'

Persona

Inzicht in de gebruiker

Epics Doelen en behoeftes van de gebruiker	Contextuele ontwerpeisen Contextuele eisen en randvoorwaarden	Aannames Bewust of onbewust aangenomen stellingen
	Contextuele Aspecten	
	Technische Aspecten	
	Juridische Aspecten	
	Sociaal-culturele Aspecten	
	Financiële Aspecten	
	Overige Aspecten	
		Openstaande vragen Essentiële vragen nog te beantwoorden

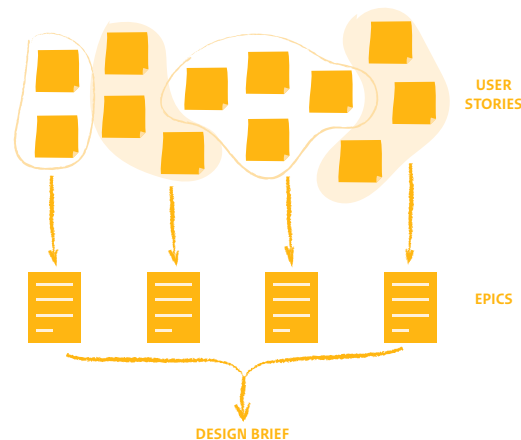


Epics & User Stories

Epics & User Stories Tool - Uitleg

Epics zijn de grote versie van user stories, de hoofddoelen: meer grove stellingen die de globale behoeftes of productfunctionaliteit beschrijven. Vraag jezelf af wat het product zou moeten doen om aan de behoeftes van de gebruiker te voldoen.

User stories zijn korte stellingen die oplossingseisen representeren, geformuleerd vanuit het oogpunt van de eindgebruiker / probleemeigenaar.



In een later stadium zul je epics gaan opdelen in meerdere user stories, die je binnen een vastgestelde periode kunt realiseren.

1. **Verzamel** de uitkomsten van je ontwerponderzoek, ten minste de persona.
2. **Schrijf** een eerste set user stories volgens het aangereikte format. Als je in een team werkt. Doe dit in groepjes van 2-3 personen.
3. **Cluster** de user stories in epics. Kijk of user stories gecombineerd kunnen worden. Soms zijn user stories juist weer zo groot, dat ze eigenlijk al epics zijn en opgedeeld moeten worden in meerdere user stories.
4. **Stel** vast welke aannames er nog verborgen zitten in je onderzoek. Gebruik de tool 'validatieplan' voor dit proces. Misschien zijn er nog meer interviews nodig, of wil je een observatie methode toepassen.

Epics worden uitgewerkt in meerdere user stories. De epic's worden in de Design Brief opgenomen samen met ontwerp vereisten, aannames en openstaande vragen.



Epics & User Stories Tool - Uitleg

Epic	<input type="text"/>	Korte naam voor de epic
Probleemeigenaar	<input type="text"/>	Naam eigenaar epic
Beschrijving	Gebruik formulering: Voor (gebruiker) die (iets wil doen) moet (de dienst) mogelijk maken dat (de oplossing) zodat (geleverde waarde)	
	<input type="text"/>	Beschrijving van de Epic

Epic	<input type="text"/>	
Probleemeigenaar	<input type="text"/>	Naam eigenaar epic
Beschrijving	Gebruik formulering: Voor (gebruiker) die (iets wil doen) moet (de dienst) mogelijk maken dat (de oplossing) zodat (geleverde waarde)	
	<input type="text"/>	Beschrijving van de Epic

Epic	<input type="text"/>	Korte naam voor de user story
Probleemeigenaar	<input type="text"/>	Naam eigenaar user story
Beschrijving	Gebruik formulering: Als (gebruiker) wil ik (iets doen) zodat (uitkomst/reden)	
	<input type="text"/>	Beschrijving van de user story

Epic	<input type="text"/>	Korte naam voor de user story
Probleemeigenaar	<input type="text"/>	Naam eigenaar user story
Beschrijving	Gebruik formulering: Als (gebruiker) wil ik (iets doen) zodat (uitkomst/reden)	
	<input type="text"/>	Beschrijving van de user story

Epic	<input type="text"/>	Korte naam voor de user story
Probleemeigenaar	<input type="text"/>	Naam eigenaar user story
Beschrijving	Gebruik formulering: Als (gebruiker) wil ik (iets doen) zodat (uitkomst/reden)	
	<input type="text"/>	Beschrijving van de user story



Epics & User Stories Tool

Epic	<input type="text"/>
Probleemeigenaar	<input type="text"/>
Beschrijving	<input type="text"/>

Epic	<input type="text"/>
Probleemeigenaar	<input type="text"/>
Beschrijving	<input type="text"/>

Epic	<input type="text"/>
Probleemeigenaar	<input type="text"/>
Beschrijving	<input type="text"/>

Epic	<input type="text"/>
Probleemeigenaar	<input type="text"/>
Beschrijving	<input type="text"/>

Epic	<input type="text"/>
Probleemeigenaar	<input type="text"/>
Beschrijving	<input type="text"/>



Zoeken

Zoeken Tool - Uitleg

Op basis van de verschillende componenten van je design brief kun je starten met het zoeken naar bestaande oplossingen en ideeën. Gebruik deze tool als leidraad en inspiratie om dit zoeken in gang te zetten en een eerste analyse van de waarde van de verschillende alternatieven te maken.

Waar te zoeken?

Bij het zoeken naar bestaande oplossingen en ideeën, is het waardevol om buiten de doelcontext (de context waarin de eindoplossing uiteindelijk gebruikt moet worden) te kijken. Oplossingen uit andere sectoren, het bedrijfsleven, in andere landen en voor andere doelgroepen kunnen soms inspiratieve nieuw inzichten opleveren.

Denk bijvoorbeeld aan de volgende inspiratievragen:

- Hoe zou een fastfoodrestaurant dit probleem oplossen?
- Hoe kan ik dit probleem oplossen met iets dat ik in mijn keuken kan vinden?
- Hoe zou een puber dit probleem oplossen?
- Hoe zou ik dit probleem oplossen als we zonder internet op een onbewoond eiland zitten? Etc.

Afhankelijk van de fase waarin je gaat zoeken, is het belangrijk het onderscheid tussen concepten en oplossingen in je achterhoofd te houden.

1. Bestaande concepten en ideeën (minder volwassen oplossingen en/of oplossingen uit een andere context).
2. Bestaande oplossingen (volwassen oplossingen die al in vergelijkbare contexten worden ingezet)

1. **Bepaal** een aantal startbronnen (b.v. directe collega's, marktpartijen (we willen immers samenwerking met de markt ook stimuleren), maar ook het RIC en andere innovatiepartners binnen de Rijksoverheid, online beschikbare informatie etc.) om te zoeken naar alternatieve oplossingen en verdeel de taken.
2. **Zoek** allen en gebruik daarbij onderling verdeelde startbronnen en bepaal wanneer je weer bij elkaar komt. Deel je resultaten.
3. **Bedenk** een aantal inspiratieve startvragen.
4. **Organiseer** een brainstorm*
5. **Noteer** de gevonden oplossingen in de tabel die als beste naar voren komen uit het gesprek met de deelnemers. Beschrijf de oplossing, bedenk hoe volwassen de oplossing al is, beschrijf de bron-context en noteer de eerste waardering over hoe bruikbaar de oplossing al is.

*) Maak bijvoorbeeld gebruik van een brownpaper en laat iedereen notities plakken of er op los schrijven.





Zoeken Tool

Ontwerpvraag

'Hoe kunnen we?'

Oplossingen		Beschrijving	Toepasbaarheid	Broncontext	Gevoel
Korte naam voor bestaande oplossing/idee		Korte beschrijving van de oplossing	Hoe goed is de oplossing toe te passen? 1 = nog in ontwikkeling 2 = na aanpassing inzetbaar 3 = direct inzetbaar	Waar komt de oplossing vandaan of wordt hij nu gebruikt?	Eerste opmerkingen over bruikbaarheid
1			1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/>		
2			1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/>		
3			1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/>		
4			1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/>		
5			1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/>		
6			1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/>		
7			1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/>		



Benchmarking



Benchmarking Tool - Uitleg

Als je oplossingen voor een bepaald probleem zoekt, kan een probleem dat lijkt op dat van jou een goed startpunt zijn. Het overwegen van oplossingen in dit andere domein kan bruikbaar zijn als de analogie niet oppervlakkig is, maar op structurele overeenkomsten berust. De Bullseye methode is een stapsgewijze manier om naar minder voor de hand liggende, maar potentieel interessante voorbeelden en oplossingen te zoeken.

Voordat je een van de oplossingen daadwerkelijk uit-voert, is het belangrijk om te bepalen in hoeverre de situaties op elkaar lijken.

Vermijd een situatie waarin alleen de gelijkenissen gezien worden en verschillen over het hoofd gezien worden. Pas de gevonden oplossing aan je eigen probleemsituatie aan.

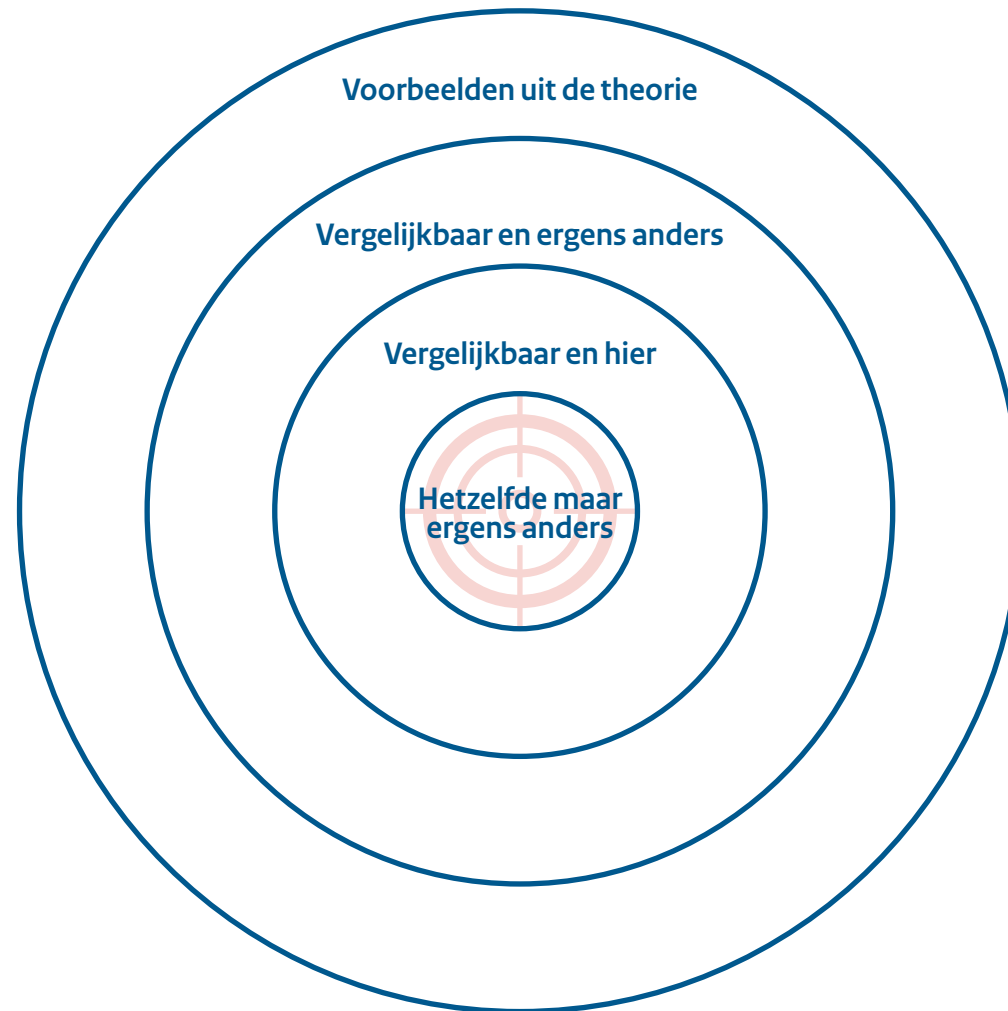


Begin bij het middelpunt van het diagram. Dit punt staat voor jouw situatie, idee of probleem. De concentrische cirkels kunnen gebruikt worden om gerelateerde situaties en oplossingen te beschrijven.

1. **Beschrijf** situaties die na analyse ongeveer evenveel informatie opleveren bij Hetzelfde maar ergens anders.
2. **Voeg** activiteiten toe die lijken op die van jou binnen je gemeenschap of in jouw omgeving bij Vergelijkbaar en hier.
3. **Beschrijf** activiteiten met een goede reputatie in een gerelateerd veld bij Vergelijkbaar en ergens anders.
4. **Bestudeer** de theoretische grondslagen van het probleem en voeg deze toe onder *Voorbeelden uit theorie*.

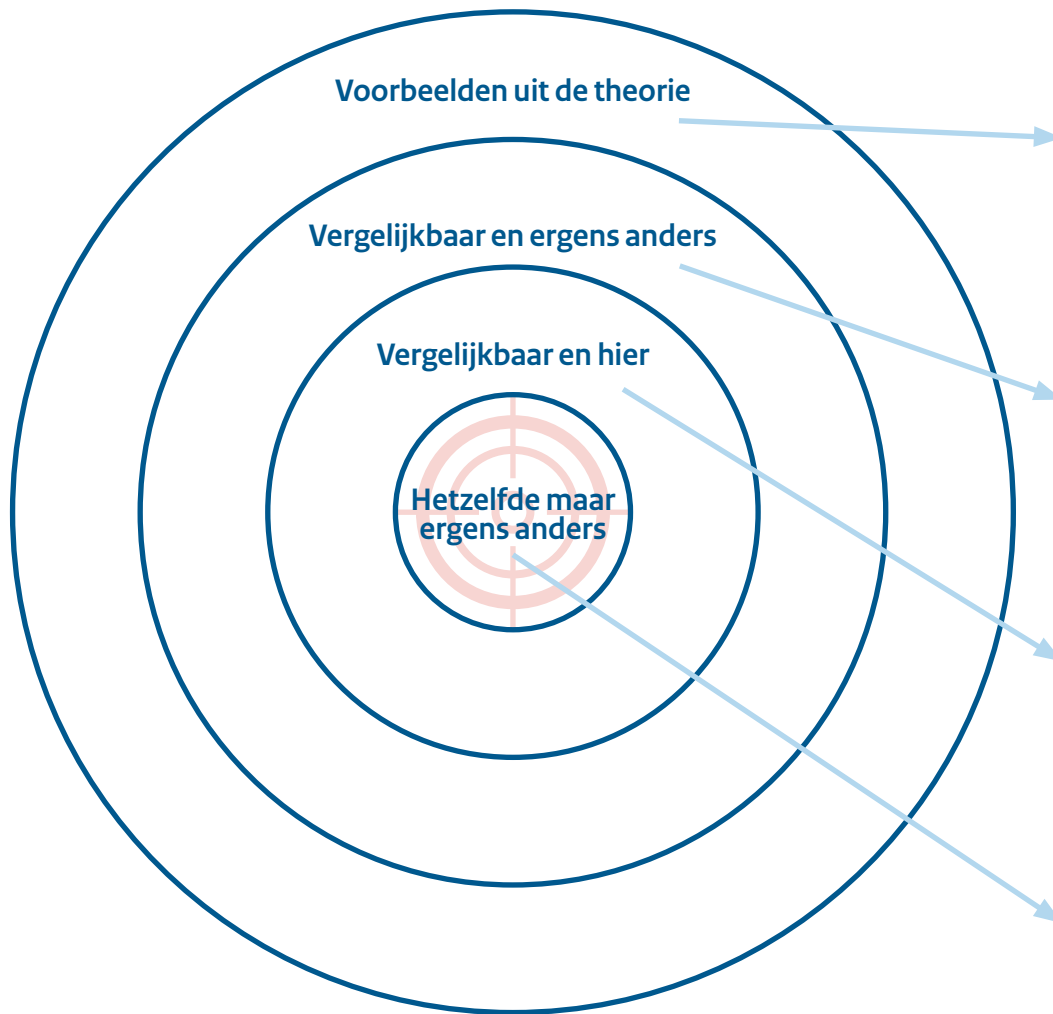


Benchmarking Tool





Benchmarking Tool



4 - Voorbeelden uit de theorie

3 - Vergelijkbaar en ergens anders

2 - Vergelijkbaar en hier

1 - Hetzelfde maar ergens anders



Toetsen



Toetsen Tool - uitleg

Toetsen vindt plaats nadat je een of meerdere kansrijke oplossingen hebt benoemd.

Gebruik deze tool om de meest waardevolle opties tegen elkaar af te wegen. Dit doe je door te toetsen of de gevonden bestaande oplossingen en ideeën voldoen aan de uitgewerkte epics en contextuele ontwerpeisen. Vervolgens creëer je een overzicht van de benodigde aanpassingen.

Deze tool bestaat uit twee bladen:

1. In het eerste blad bepaal je in hoeverre de gevonden bestaande oplossingen en ideeën voldoen aan de uitgewerkte epics.
2. In het tweede blad bepaal je in hoeverre de gevonden bestaande oplossingen en ideeën voldoen aan de contextuele ontwerpeisen.



Blad 1

1. **Schrijf** de ontwerpvraag bovenaan blad 1.
2. **Noteer** de epics
3. **Ga** voor iedere oplossing na in hoeverre deze matcht aan de de gestelde epics.
4. **Bedenk** en noteer welke adaptaties nodig zijn om de oplossing aan te laten sluiten op de opgestelde epics.

Blad 2

1. **Ga** voor iedere oplossing na in hoeverre deze matcht aan de gestelde contextuele eisen.
2. **Bedenk** en noteer welke adaptaties nodig zijn om de oplossing aan te laten sluiten op de opgestelde contextuele ontwerpeisen.
3. **Vat** de uitkomsten samen in de onderste rijen van blad 2.



Toetsen Tool - Blad 1

Ontwerpvraag

'Hoe kunnen we?'

Epics Doelen en behoeftes van de gebruiker	Werktitel oplossing Beschrijf de eventueel benodigde aanpassingen in deze kolom	Werktitel oplossing Beschrijf de eventueel benodigde aanpassingen in deze kolom	Werktitel oplossing Beschrijf de eventueel benodigde aanpassingen in deze kolom
	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗



Toetsen Tool - Blad 2

Contextuele ontwerpeisen Overige eisen en randvoorwaarden	Werktitel oplossing Beschrijf de eventueel benodigde aanpassingen in deze kolom	Werktitel oplossing Beschrijf de eventueel benodigde aanpassingen in deze kolom	Werktitel oplossing Beschrijf de eventueel benodigde aanpassingen in deze kolom
Contextuele Aspecten	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
Technische Aspecten	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
Juridische Aspecten	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
Sociaal-culturele Aspecten	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
Financiële Aspecten	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
Overige Aspecten o.a. processen en ketenafspraken	✓ ✗	✓ ✗	✓ ✗
Samenvatting aanpassingen			
Vereiste aanpassingen Weinig/medium/veel	W ● M ● V ●	W ● M ● V ●	W ● M ● V ●
Notities aanpassingen			



Crazy 8's



Crazy 8's Tool - Uitleg

De focus ligt niet op de kwaliteit, maar op de kwantiteit. Door de beelden te tekenen, gebruiken de deelnemers een ander deel van het brein.

Zodra er genoeg verschillende ideeën zijn, kan de groep op de beste ideeën stemmen. De gekozen ideeën kunnen vervolgens worden ontwikkeld naar prototypes, een verbeterd design of met behulp van een andere tool nog specifiekere worden uitgewerkt.

Goede start kun je maken door te vragen 'wat komt het eerste bij je op?'.

Tip

Als je merkt dat deelnemers lastig op nieuwe ideeën komen kun je ze voor een nieuwe tekenronde een denkrichting meegeven.

Bijvoorbeeld

- Wat als je nog maar 1 uur had om dit probleem op te lossen?
- Hoe zou een 5 jarige dit probleem oplossen?
- Wat zou je doen als geld geen probleem was?



1. **Geef** elk persoon een A4 met 8 vakjes of laat ze zelf het vel in achten verdelen.
2. **Zet** een alarm voor 1 minuut.
3. **Vraag** de groep om acht ideeën te schetsen in acht minuten Zeg na elke minuut tegen de groep: door naar de volgende schets!
4. **Vraag** na 8 minuten wie er zijn top 3 ideeën wil presenteren.
5. **Vraag** aan iedereen om zijn 3 favorieten te kiezen.
6. **Geef** 6 minuten de tijd om op een blad met 3 vakken deze ideeën verder uit te schetsen. Vraag dan aan (een deel van) de groep om deze ideeën te presenteren. Hang vervolgens alle schetsen aan de muur. Geef iedereen twee klevende stippen en laat hen op de favorieten van alle schetsen stemmen.

Tip

Organiseer voorafgaand aan deze sessie een workshop Zakelijk Tekenen. Leuk en leerzaam!



Crazy 8's Tool - Toelichting

<p>1</p> <p>Wat komt het eerste bij je op als je aan een oplossing denkt?</p>	<p>2</p> <p>Hoe zou de een andere overheidsorganisatie dit oppakken?</p>	<p>3</p> <p>Hoe zou je he liefste dit willen aanpakken?</p>	<p>4</p> <p>Hoe denk je dat anderen in je team dit willen aanpakken?</p>
<p>5</p> <p>Hoe zou je het oplossen als je maar 1 uur de tijd had?</p>	<p>6</p> <p>Hoe zou je het oplossen als je Google was?</p>	<p>7</p> <p>Hoe zou je het oplossen als je een kind was?</p>	<p>8</p> <p>Hoe zou je het oplossen als alles zou mogen?</p>



Crazy 8's Tool

1	2	3	4
5	6	7	8



Fast Idea Generator



Fast Idea Generator Tool - Uitleg

De tool helpt je nieuwe ideeën voor oplossingen te verzinnen, maar is ook geschikt om de huidige oplossing voor een probleem te verbeteren. Door de tool word je uitgedaagd om oplossingen vanuit verschillende kanten te bekijken. Er zijn 6 challenges, die leiden tot een (mogelijk) nieuw ontwerp van een oplossing. Hiervan kies je de meest toepasbare om verder te bespreken. Met de uitkomsten van de tool kun je vervolgens met de groep een discussie starten.

De Fast Idea Generator helpt om ideeën, problemen en kansen te formuleren. De Generator zorgt ervoor dat je team ruimer en in verschillende richtingen over een concept gaat nadenken. Dit geeft aanleiding tot een discussie om het concept te versterken. Begin met een probleem, kans, concept of bestaand voorstel – dit zorgt ervoor dat je de tool effectief gebruikt.



1. **Bepaal** vanuit welk bestaand concept je de analyse wilt gaan uitvoeren. Stem deze af met de groep en schrijf deze op, zodat dit voor de hele groep duidelijk is.
2. **Pas** de 6 challenges toe op het gekozen bestaande concept. Geef de groep 1 tot 2 minuten per challenge. Geef na elke challenge aan dat de groep naar de volgende challenge moet.
3. **Bediscussieer** de nieuwe ideeën of oplossingen vanuit het bestaande concept.
4. **Beoordeel** welke ideeën het beste zijn om verder uit te werken tot werkbare innovaties.



Fast Idea Generator Tool - Toelichting

Gekozen concept

Challenge	Voorbeeld	Toepassing challenge op het voorbeeld
Tegenovergesteld	Ambtenaren maken beleid voor burgers.	Wat als de burgers beleid gaan maken.
Integratie	Verschillende services op verschillende locaties.	Verschillende services op één locatie.
Uitbreiding	Gemeenten leveren paspoorten.	Supermarkt levert ook het paspoort.
Veranderd	Een ziekenhuis en een vliegveld hebben een andere operationele uitvoering.	Wat als airport management wordt toegepast in ziekenhuizen.
Opsplitsing	Supermarkt met breed assortiment.	Specialisatie naar delicatessen.
Overdrijving/extreem	Druk op OV in Nederland.	Wat als we OV gratis maken?
Anders		

Stappenplan Innovatieprojecten – Innoveren met Impact - 2022



Fast Idea Generator Tool

Gekozen concept

Challenge	Toepassing challenge op het voorbeeld
Tegenovergesteld	
Integratie	
Uitbreiding	
Veranderd	
Opsplitsing	
Overdrijving/extreem	
Anders	



Now Wow! How?

De tool kan afgedrukt worden op papierformaat A1



Now Wow! How? Tool - Uitleg

De tool helpt je nieuwe ideeën voor oplossingen te verzinnen, maar is ook geschikt om de huidige oplossing voor een probleem te verbeteren. Door de tool word je uitgedaagd om oplossingen vanuit verschillende kanten te bekijken. Er zijn 6 challenges, die leiden tot een (mogelijk) nieuw ontwerp van een oplossing. Hiervan kies je de meest toepasbare om verder te bespreken. Met de uitkomsten van de tool kun je vervolgens met de groep een discussie starten.

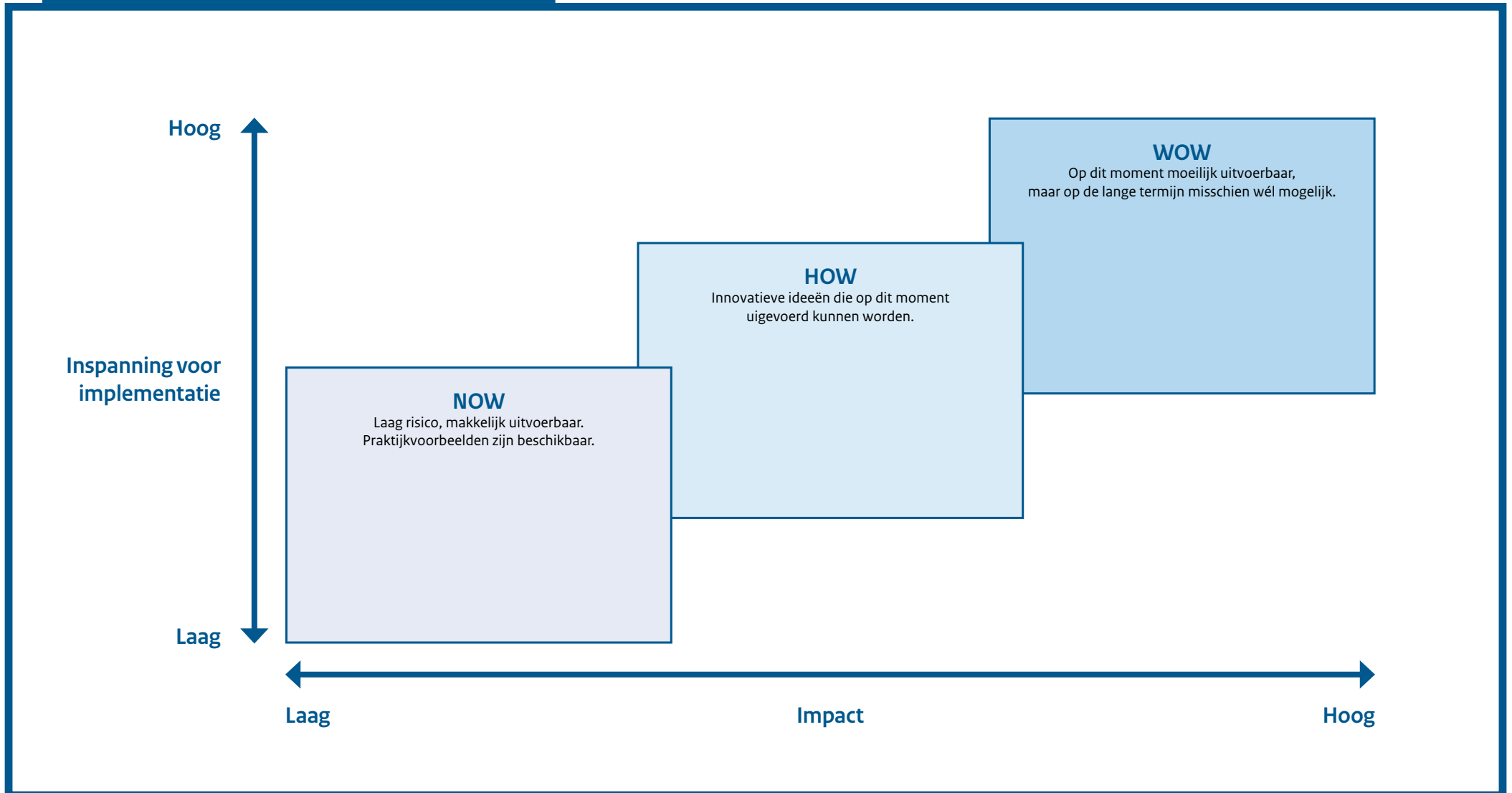
De Fast Idea Generator helpt om ideeën, problemen en kansen te formuleren. De Generator zorgt ervoor dat je team ruimer en in verschillende richtingen over een concept gaat nadenken. Dit geeft aanleiding tot een discussie om het concept te versterken. Begin met een probleem, kans, concept of bestaand voorstel – dit zorgt ervoor dat je de tool effectief gebruikt.



1. **Bepaal** vanuit welk bestaand concept je de analyse wilt gaan uitvoeren. Stem deze af met de groep en schrijf deze op, zodat dit voor de hele groep duidelijk is.
2. **Pas** de 6 challenges toe op het gekozen bestaande concept. Geef de groep 1 tot 2 minuten per challenge. Geef na elke challenge aan dat de groep naar de volgende challenge moet.
3. **Bediscussieer** de nieuwe ideeën of oplossingen vanuit het bestaande concept.
4. **Beoordeel** welke ideeën het beste zijn om verder uit te werken tot werkbare innovaties.



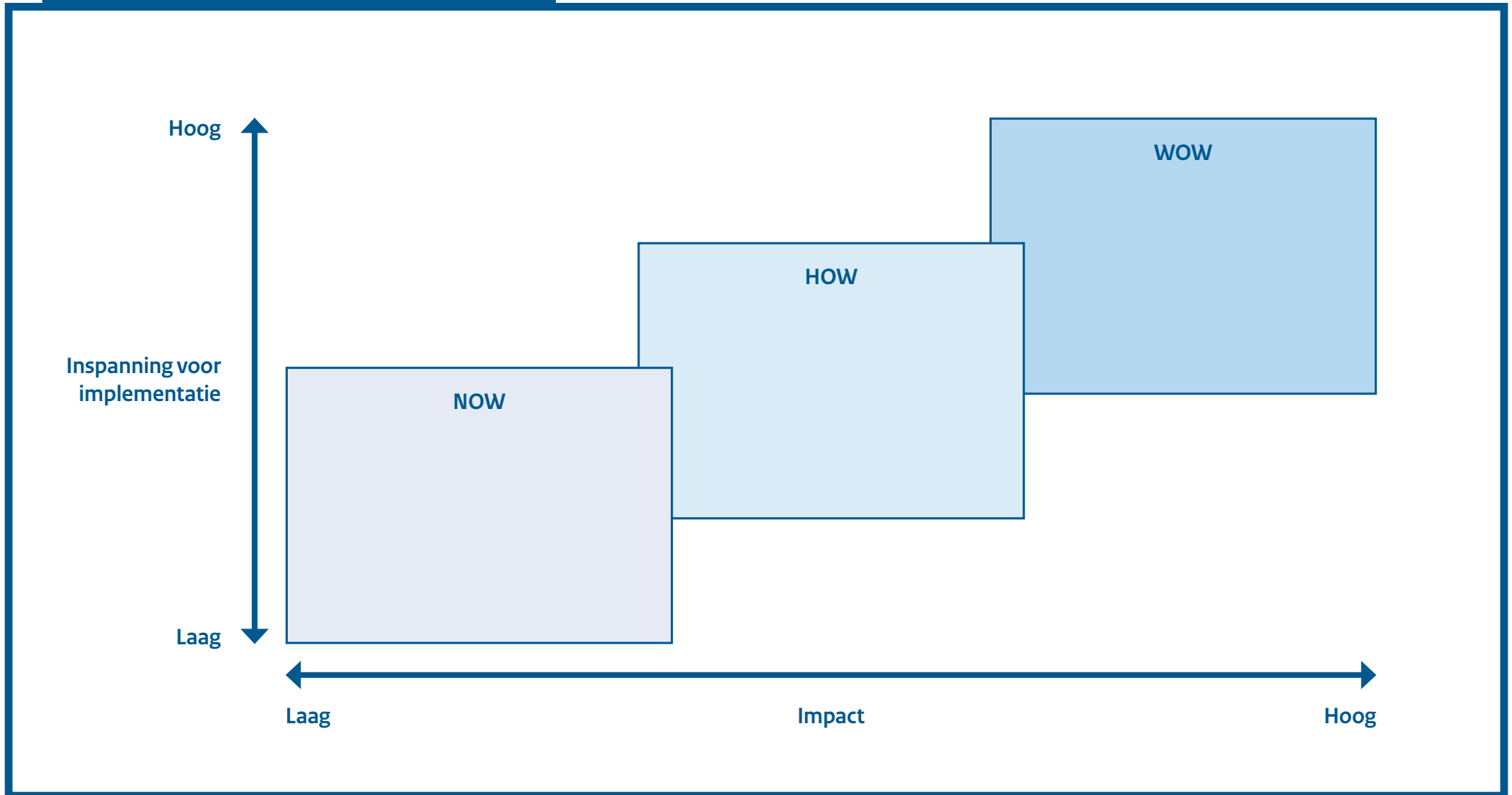
Now Wow! How? Tool - Uitleg



Stappenplan Innovatieprojecten – Innoveren met Impact - 2022



Now Wow! How? Tool - Canvas



Stappenplan Innovatieprojecten – Innoveren met Impact - 2022



Story Board

De tool kan afgedrukt worden op papierformaat A3



Story Board Tool - Uitleg

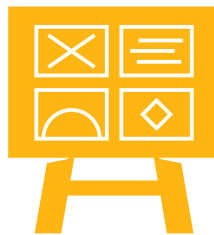
Aan het eind van de ideeënfase heb je een realiseerbaar idee met potentieel impact gekozen.

Waar in de ideeënfase kwantiteit belangrijk was wordt in de stap Prototype kwaliteit belangrijk. Een eerste check op kwaliteit kun je doen door een storyboard te maken.

Een storyboard helpt je om je oplossing concreter te maken. Van bijvoorbeeld het idee 'een app' maak je een verhaal over hoe de eindgebruikers de app vinden en verbeeld je waar en wanneer deze gebruikt wordt.

Door je oplossing in een verhaal te vatten word je gedwongen de gehele ervaring te beschrijven. Zo ontdek je waar er nog gaten in je verhaal en de oplossing zitten.

Door een storyboard voor te leggen aan eindgebruikers verzamel je op een snelle manier feedback die je kan helpen om om je oplossing(srichting) aan te scherpen.



1. **Verbeeld** de interactie of ervaring rondom jouw oplossing in de vorm van een narratief, kort verhaal.
2. **Beschrijf** of teken de globale verhaallijn. Visualiseer de verschillende stappen in het verhaal. Zorg ervoor dat je alle belangrijke informatie op een eenvoudige maar volledige en begrijpelijke manier overbrengt. Het kan goed werken om hier een professional bij in te schakelen.
3. **Begin** met het tekenen van een snelle schets en verfijn deze vervolgens.
4. **Neem** de tekeningen door met iemand die niet bekend is met het verhaal, vraag feedback en voeg waar nodig korte (tekst)uitleg toe. Zo zorg je ervoor dat elke stap duidelijk is voor de lezer.
5. **Presenteer** het storyboard aan de stakeholders, collega's en gebruikers en verzamel feedback over je voorgestelde oplossing.



Story Board Tool

1	2	3
Teken de interactie van de gebruiker met de dienst		
Beschrijf wat er gebeurt		



Validatie Board



Validatie Board Tool - Uitleg

Het validatie board helpt je om snel de meest kritische aannames te testen die je in je analyse hebt gebruikt van de behoefte bij de afnemer, het probleem dat de afnemer ervaart en de oplossing die is bedacht. Hierdoor vermijd je dat je te lang doorgaat met een oplossing die niet gebaseerd is op feitelijke basis.



1. **Beschrijf** de behoefte bij de afnemer en het probleem dat hij of zij ervaart. Betrek de oplossing pas als je zeker bent van de behoefte en het probleem (blokken boven aan links in het canvas).
2. **Bedenk** de aannames die je bij de behoefte van de afnemer en het probleem (en later je oplossing) hebt gebruikt (blok links onderaan).
3. **Selecteer** nu de aanname met het grootste gevolg voor je behoefte beschrijving en/of het probleem (gele blok).
4. **Bedenk** een makkelijke methode om je aanname te testen en aan welke criteria de uitkomst minimaal moet voldoen om je aanname te bewijzen.
5. **Voer** het experiment uit en noteer het resultaat (links onderaan).
 - Bij niet gevalideerd: pas je behoefte/probleem/oplossing aan
 - Bij gevalideerd: ga verder met je volgende kritische aanname



Validatie Board Tool - Toelichting

Hypothese Behoeft afnemers	start	1 ^{ste} aanpassing	2 ^e aanpassing	3 ^e aanpassing	4 ^e aanpassing	
Hypothese Probleem afnemer		Tip: Gebruik slechts 1 post-it per box Schrijf in hoofdletters en slechts 5 woorden.				
Hypothese oplossing	Definieer pas een oplossing als je zeker bent van het probleem					
kritische aannames Aannames die je oplossing geheel op zijn kop zet als ze niet waar zijn. Tip: Verwijder alle post-it's als het experiment is afgerond.	Meest kritische aanname Welke aanname is het meest onzeker?	Resultaten → Ga het veld in !	Niet gevalideerd Pas aan: (een van) de belangrijkste aanname(s)		Gevalideerd Ga verder met de volgende kritische aanname	
			1	2	1	2
			3	4	3	4
			5	6	5	6
	Methode Welke testmethode is het makkelijkst? v.b. interview, presentatie, Mentimeter.					
	Minimum succes criterium Wat moet minimaal uit de test komen om de aanname te valideren?					



Validatie Board Tool

Hypothese Behoeft afnemers	start	1 ^{ste} aanpassing	2 ^e aanpassing	3 ^e aanpassing	4 ^e aanpassing	
Hypothese Probleem afnemer						
Hypothese oplossing						
kritische aannames	Meest kritische aanname	Resultaten → Ga het veld in !	Niet gevalideerd Pas aan: (een van) de belangrijkste aanname(s)		Gevalideerd Ga verder met de volgende kritische aanname	
			1	2	1	2
			3	4	3	4
			5	6	5	6
	Methode					
	Minimum succes criterium					



Sprint Board

De tool kan afgedrukt worden op papierformaat A3



Sprint Board Tool - Uitleg

In de fase Experimenteren gebruik je een Sprintbord om overzicht te krijgen op je belangrijkste innovatiedoelen, gevalideerde assumpties en belangrijkste beperkingen. Innovatiedoelen beschrijven in eerste instantie het valideren van de probleem-oplossing combinatie, de haalbaarheid en schaalbaarheid van de oplossing.

Beschrijf voor jouw project ook contextspecifieke innovatiedoelen.

Risicovolle assumpties onderzoek je door het uitvoeren van experimenten.

De belangrijkste beperkingen gaan over de context waarin de oplossing zich afspeelt. Binnen welke wettelijke,

culturele of organisatorische grenzen moet je oplossing functioneren? Deze breng je in kaart door het uitvoeren van onderzoeksactiviteiten.

Naast innovatiedoelen beschrijf je resultaatdoelen. Dit zijn subdoelen waarop je experimenten kunt inrichten. In de backlog beschrijf je hoe je je resultaatdoelen kunt behalen en je beperkingen in kaart brengt.

Maak de acties meetbaar en uitvoerbaar.

Richt je tijdens een sprint van twee of drie weken op één experiment of één onderzoeksactiviteit.



1. **Beschrijf** je lange termijn Innovatiedoelen en de bijbehorende resultaatdoelen voor de huidige sprint.
2. **Benoem** de risicovolle assumpties en belangrijkste belemmeringen die je gaat onderzoeken.
3. **Beschrijf** in de backlog welke experimenten of onderzoeksactiviteiten die je in deze sprint gaat uitvoeren.
4. **Geef** in de sprintplanning aan hoe lang een sprint duurt en welke acties je gaat doen.
5. **Geef** na een experiment of onderzoeksactiviteit met behulp van symbolen aan wat de status is van deze assumpties:



Verworpen



Gevalideerd



Niet met zekerheid te stellen



Sprint Board Tool - Toelichting

Innovatiedoelen 90 dagen	Meest Risicovolle Assumpties & Belangrijkste Beperkingen		
Doel 1: Bereik een bewezen probleem-oplossing-combinatie.	Beperking 1: De oplossing moet aan wet - en regelgeving voldoen.		
Resultaatdoel 1.1: Interview 30 eindgebruikers.	Assumptie 1: Eindgebruikers ervaren het door jou geïdentificeerde probleem.		
Resultaatdoel 1.2: 15 eindgebruikers geven uit zichzelf aan dat het probleem bestaat.	Assumptie 2: ...		
Resultaatdoel 1.3: 5 eindgebruikers komen uit zichzelf met onze oplossing.			
Doel 2: Demonstreer comparatief voordeel ten opzichte van de huidige oplossing.			
Doel 3: Toon technische haalbaarheid aan voor een piekgebruik van 20k gebruikers.			
Backlog Experimenten & Onderzoek	Sprintplanning		
Beschrijf ideeën die jouw doelen helpen te verwezenlijken en om je aannames te valideren.	Bouwen	Testen	Leren
Activiteit: Oplossing juridisch laten toetsen.	Experiment Zet een interview protocol op.	Experiment Voer het interview uit.	Experiment Analyseer de data en trek conclusies over je aannames.
Experiment: Interview 30 eindgebruikers.			
Experiment: ...			



Sprint Board Tool - Toelichting

Innovatiedoelen go dagen	Meest Risicovolle Assumpties & Belangrijkste Beperkingen		
			?
			✗
			✓
Backlog Experimenten & Onderzoek	Sprintplanning		
	Bouwen	Testen	Leren



Experiment Opzet



Experiment Opzet Tool - Uitleg

Wanneer je begint met de stap Bouwen-Testen-Leren vul je voor het onderdeel bouwen en testen een experimentopzet in. Hierin beschrijf je de aannames over je concept, hoe je deze gaat testen en welke doelen je hoopt te bereiken.

Door voor je gaat testen duidelijk het begin- en gehoopte eindpunt te beschrijven, bouw je bewijs op voor de toegevoegde waarde van jouw idee.



1. **Beschrijf** je doelgroep, het probleem en de oplossing.
2. **Beschrijf** welke aannames je tijdens dit experiment gaat testen.
3. **Testen**. Op welke manier ga je testen of deze aannames waar zijn? Welke metrics/criteria gebruik je om succes te bepalen?
4. **Beschrijf** hoe de gewenste situatie er voor de eindgebruiker uit ziet.
5. **Hoe** ziet de eerste stap naar het behalen van die gewenste situatie er uit? Wat moet je bouwen om je aannames te testen?
6. **Wat** zijn je resultaatdoelen voor dit experiment? Beschrijf je verwachtingen en de voorwaarden om je aannames voor waar aan te kunnen nemen.



Experiment Opzet Tool - Toelichting

Doelgroep, probleem & oplossing

Wie is je eindgebruiker?
Wat is het probleem?
Wat is je voorgestelde oplossing?

Toekomstige situatie (Doel)

Hoe ziet de wereld er uit als het probleem van de eindgebruiker is opgelost?

Aanname

Welke aanname(s) wil je in dit experiment gaan testen?
Zijn dit aanname(s) over de doelgroep, het probleem of de oplossing?

Wat moet je bouwen voor je kunt testen?

Beschrijf hoe het minimum viable product eruit ziet dat je nodig hebt om je aannames te testen. Welke praktische zaken moeten geregeld zijn? (Bijvoorbeeld een interview protocol en een privacy overeenkomst)

Testen

Hoe gaan we testen?
Beschrijf welke methode je in je onderzoeksopzet gaat gebruiken.

Resultaatdoelen

Beschrijf bij welke uitkomsten je test geslaagd is.



Experiment Opzet Tool

Doelgroep, probleem & oplossing	Toekomstige situatie (Doel)
Aanname	Wat moet je bouwen voor je kunt testen?
Testen	Resultaatdoelen



Experiment Rapport



Experiment Rapport Tool - Uitleg

In de fase Experimenten doorloop je de cyclus bouwen- testen-leren een aantal keer. Voor elke experiment beschrijf je in de experimentopzet wat en hoe je gaat testen.

In het Experimentrapport borg je de conclusie en resultaten. Hierin houd je bij welke aannames gevalideerd zijn en welke verworpen kunnen worden.

Dat wat je leert in een experiment zet aan tot een nieuwe actie.

Ga je een nieuwe aanname testen of met een nieuw experiment dezelfde aanname opnieuw testen?

Hou je vast aan je oorspronkelijke oplossing of is het tijd voor een aanpassing aan je idee (een pivot)?



1. **Schets** kort het uitgevoerde experiment in Achtergrond.
2. **Geef** onder het kopje Details antwoord op de vraag: Welke onverwachte bevindingen ben je tegengekomen tijdens het testen?
3. **Beschrijf** wat de Resultaten van je experiment zijn.
4. **Beschrijf** de Aannames of resultaatdoelen die je getest hebt met dit experiment.
5. **Geef** per aanname of resultaatdoel een conclusie. Op basis van dit experiment is de aanname niet waar, waar of is er op basis van de huidige data geen duidelijke conclusie is te trekken.
 - ✓ **Waar**
 - ✗ **Niet waar**
 - ? **Niet met zekerheid te stellen**
6. **Bedenk** als laatst op basis van wat je in dit experiment geleerd hebt, wat is een logische volgende stap?



Experiment Rapport Tool - Uitleg

Achtergrond Korte beschrijving van het experiment.	Aannames Beschrijf de aanames of resultaatdoelen.	Conclusies
Details Wat viel op, wat heb je geleerd en waardoor werd je verrast?		
Resultaten Welke resultaten komen uit het experiment? Wat waren de meetwaarden van je gekozen metrics?	Vervolg acties Wat wordt je volgende stap?	



Experiment Rapport Tool

Achtergrond	Aannames	Conclusies
Details		
Resultaten	Vervolg acties	



MoSCoW



MoSCoW Tool - Uitleg

De MoSCoW-methode is een wijze van prioriteiten stellen in projecten en programma's. De eisen aan een oplossing worden ermee ingedeeld. Het is een afkorting, waarvan de letters staan voor:

M - Must have: deze eisen (requirements) moeten in het eindresultaat terugkomen, zonder deze eisen is het product niet bruikbaar;

S - Should have: deze eisen zijn zeer gewenst, maar zonder is de oplossing wel bruikbaar;

C - Could have: deze eisen zullen alleen aan bod komen als er tijd genoeg is;

W - Won't have: deze eisen zullen in dit project niet aan bod komen maar kunnen in de toekomst, bij een vervolgproject, interessant zijn.



1. **Bepaal** de Must Have's
2. **Bepaal** de Should Have's
3. **Bepaal** de Could Have's
4. **Bepaal** de Won't Have's



MoSCoW Tool

Must	Could
Should	Won't



Visie / Strategie

De tool kan afgedrukt worden op papierformaat A3



Visie / Strategie Tool - Uitleg

De missie/visie canvas is afgeleid van de 5 Bold Steps Canvas. Met deze canvas kun je in workshop-verband in een korte tijd een visie en strategie opstellen.

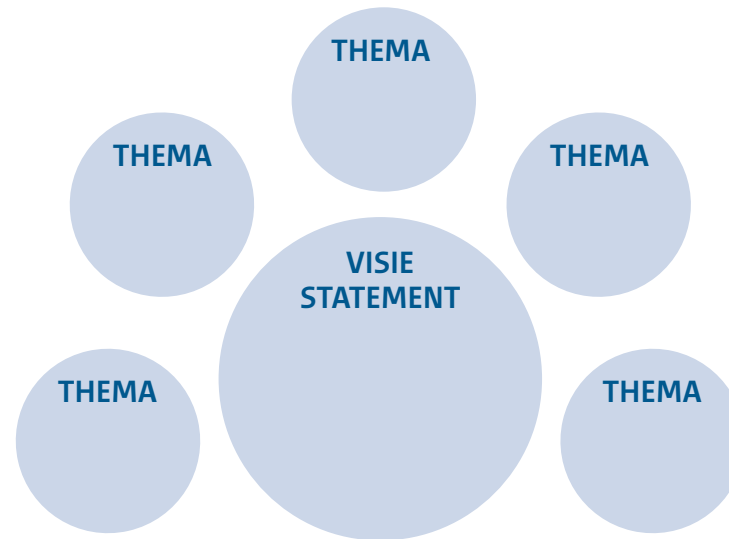
Gebruik om de belangrijkste thema's te bepalen eventueel de tool Omgeving- en Trendanalyse.

1. **Bepaal** de 5 meest belangrijke thema's voor jou organisatie bijvoorbeeld op basis van een omgevings- en trendanalyse.
2. **Beschrijf** je visie op de te bereiken situatie voor je organisatie ('stip op de horizon'/'moonshot').
3. **Bepaal** de 5 belangrijkste stappen die nodig zijn om je gewenste situatie te bereiken
4. **Bepaal** de 5 belangrijkste factoren die je daarbij kunnen helpen.
5. **Bepaal** de 5 belangrijkste factoren die je daarbij kunnen beperken.





Visie / Strategie Tool



Ondersteuning

Wat helpt je?

Stappen

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

Problemen

Wat houdt je tegen?



Omgeving- en Trendanalyse

Omgeving- en Trendanalyse

De tool kan afgedrukt worden op papierformaat A3



Omgeving- en Trendanalyse Tool - Uitleg

Met dit instrument focus je je op de omgeving en de trends die voor jouw innovatie en/of organisatie van belang zijn.

1. **Bepaal** de trends in de maatschappij die van belang zijn voor jouw innovatie.
2. **Bepaal** de trends bij jouw afnemers (bijv. publiek, bedrijven, andere overheidsorganisaties)
3. **Bepaal** de trends die rijks breed van belang kunnen zijn voor jouw innovatie.
4. **Bepaal** de voor jou relevante trends m.b.t. technologie.
5. **Bepaal** de trends met betrekking tot wet- en regelgeving.
6. **Bepaal** de trends van alternatieve oplossingen bijvoorbeeld door de markt geboden.





Omgeving- en Trendanalyse - Toelichting

Maatschappelijke ontwikkelingen

Oplopende kosten energie, duurzaamheid transitie
Digitalisering dienstverlening
Vergrijzing bevolking
Woningtekort

Ontwikkelingen technologie

Artificial Intelligence
Data gedreven werken
Robotisering
Platform economie

Ontwikkelingen gebruikers

Verwachte serviceniveau omhoog (snelheid, gemak)
Alles altijd en overal beschikbaar
Online en offline dienstverlening
Mondigere eindgebruiker

Ontwikkelingen wet- en regelgeving

Kan uitvoering snelheid van gewenste beleidsaanpassingen nog aan?
Privacy, security, inkoopvoorwaarden
Compliant zijn aan internationale standaarden (EU)
Ethiek en kernwaarden in stand houden

Rijksbrede ontwikkelingen

Krapte op de arbeidsmarkt
Uitvoering en beleid beter op elkaar aan laten sluiten
Innovatie aanjagen en opdrachtgeverschap
Informatiehuishouding op orde

Alternatieve oplossingen

...



Omgeving- en Trendanalyse Tool

Maatschappelijke ontwikkelingen	Ontwikkelingen technologie
Ontwikkelingen gebruikers	Ontwikkelingen wet- en regelgeving
Rijksbrede ontwikkelingen	Alternatieve oplossingen



Informatie

Zie de [website](#) van Innoveren met Impact

innoverenmetimpact@rijksoverheid.nl