Aalborg Universitet

Kreativitetstræning - et værktøj til idegenerering

Træning af kreative lederkompetencer

Byrge, Christian; Hansen, Søren; Holst, Michaela Tineke

Publication date:
2019

Document Version
Også kaldet Forlagets PDF

Link to publication from Aalborg University

Citation for published version (APA):
Byrge, C., Hansen, S., & Holst, M. T. (2019). Kreativitetstræning - et værktøj til idegenerering: Træning af kreative lederkompetencer. Dansk Industri (Conferation of Danish Industry).

General rights
Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy
If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from vbn.aau.dk on: April 20, 2024

KREATIVITETSTRÆNING

Et værktøj til idégenerering

Dansk Industri

AALBORG UNIVERSITET

Udviklet af Christian Byrge, Søren Hansen og Michaela Holst
fra Aalborg Universitet i samarbejde med DI.

ISBN: 978-87-7144-194-9 (print)
200.12.19

Copyright © Dansk Industri, Aalborg Universistet, Christian Byrge,
Søren Hansen og Michaela Holst, 2020

PRIMÆRE PRODUKT
Isoleringsmateriale

SEKUNDÆRE PRODUKT
Akustiklofter og facadeplader

MÅLGRUPPE
Håndværksmestre

STRATEGI
At øge udbredelsen af stenuld som et seriøst isoleringsvalg

Hvad sker der, hvis det primære produkt fra den øverste virksomhed kombineres med det primære produkt fra den nederste virksomhed?

Producér så mange idéer som muligt til forbedring af de eksisterende produkter eller kom med idéer til nye produkter. Vær ikke bange for at producere vilde og skøre idéer.

PRIMÆRE PRODUKT
Løbesko

SEKUNDÆRE PRODUKT
Løbetights

MÅLGRUPPE
Fodboldspillere mellem 12 og 20 år

STRATEGI
At få børn mellem 5 og 10 år til at bevæge sig mere

PRIMÆRE PRODUKT
Rengøring

SEKUNDÆRE PRODUKT
Catering

MÅLGRUPPE
Private og offentlige organisationer

STRATEGI
At blive verdens bedste serviceorganisation

Hvad sker der, hvis det primære produkt fra den øverste virksomhed kombineres med målgruppen fra den nederste virksomhed og omvendt?

Producér så mange idéer som muligt til forbedring af de eksisterende produkter eller kom med idéer til nye produkter. Vær ikke bange for at producere vilde og skøre idéer.

PRIMÆRE PRODUKT
Læskedrik

SEKUNDÆRE PRODUKT
Juicebrikker

MÅLGRUPPE
USA

STRATEGI
Flere sukkerfrie løsninger

PRIMÆRE PRODUKT
Ølflaske

SEKUNDÆRE PRODUKT
Ølkasser

MÅLGRUPPE
Mænd mellem 18 og 80 år

STRATEGI
Intet spild i produktionen

Hvad sker der, hvis det primære produkt fra den øverste virksomhed skal kombineres med det sekundære produkt fra den nederste virksomhed?

Producér så mange idéer som muligt til forbedring af de eksisterende produkter eller kom med idéer til nye produkter. Vær ikke bange for at producere vilde og skøre idéer.

PRIMÆRE PRODUKT
Rygsæk

SEKUNDÆRE PRODUKT
Friluftstøj

MÅLGRUPPE
Fædre med børn mellem 1 og 5 år

STRATEGI
At bruge naturen i designet

PRIMÆRE PRODUKT
Skift af bilrude eller reparation

SEKUNDÆRE PRODUKT
Klaring af forsikringspapirer

MÅLGRUPPE
Bilejere

STRATEGI
At forbedre brugeroplevelsen for virksomhedens kunder og skabe øget synlighed på vejene

Hvad sker der, hvis den øverste virksomhed skal sælge det primære produkt fra den nederste virksomhed ved hjælp af sin egen strategi?

Producér så mange idéer som muligt til forbedring af de eksisterende produkter eller kom med idéer til nye produkter. Vær ikke bange for at producere vilde og skøre idéer.

PRIMÆRE PRODUKT
Kaffe

SEKUNDÆRE PRODUKT
Sandwich-to-go

MÅLGRUPPE
Håndværkere

STRATEGI
At inspirere menneskeheden én kop kaffe ad gangen

PRIMÆRE PRODUKT
Franskbrød

SEKUNDÆRE PRODUKT
Madglæde

MÅLGRUPPE
Familier med 2 børn

STRATEGI
At skabe et stærkt brand gennem det gode håndværk

Hvad sker der, hvis den øverste virksomhed skal følge sin strategi, men ved at sælge det sekundære produkt fra den nederste virksomhed?

Producér så mange idéer som muligt til forbedring af de eksisterende produkter eller kom med idéer til nye produkter. Vær ikke bange for at producere vilde og skøre idéer.

PRIMÆRE PRODUKT
Service og bestik

SEKUNDÆRE PRODUKT
Sæbepumpe

MÅLGRUPPE
Modebevidste kvinder

STRATEGI
Din

ARNOLDBUSCK.DK
MERE MELLEM LINJERNE

PRIMÆRE PRODUKT
Bøger

SEKUNDÆRE PRODUKT
Puslespil

MÅLGRUPPE
Bedsteforældre

STRATEGI
At blive danskernes foretrukne boghandler

Hvad sker der, hvis det sekundære produkt fra den øverste virksomhed skal sælges til målgruppen fra den nederste virksomhed?

Producér så mange idéer som muligt til forbedring af de eksisterende produkter eller kom med idéer til nye produkter. Vær ikke bange for at producere vilde og skøre idéer.

mayland*

PRIMÆRE PRODUKT
Kalendere

SEKUNDÆRE PRODUKT
Navneskilte

MÅLGRUPPE
Unge piger i 4. – 8. klasse

STRATEGI
At have et bredt sortiment i planlægnings-værktøjer

PRIMÆRE PRODUKT
Maling

SEKUNDÆRE PRODUKT
Pensler

MÅLGRUPPE
Førstegangs huskøbere

STRATEGI
Samarbejde med professionelle malere

Hvad sker der, hvis den øverste virksomhed skal opnå sin strategi ved at sælge til målgruppen fra den nederste virksomhed?

Producér så mange idéer som muligt til forbedring af de eksisterende produkter eller kom med idéer til nye produkter. Vær ikke bange for at producere vilde og skøre idéer.

PRIMÆRE PRODUKT
Blyant

SEKUNDÆRE PRODUKT
Viskelæder

MÅLGRUPPE
Kunstnere

STRATEGI
At hjælpe børn med at se glæden ved at farvelægge

PRIMÆRE PRODUKT
Dyner

SEKUNDÆRE PRODUKT
Havemøbler

MÅLGRUPPE
Parcelhusejere

STRATEGI
At blive mere serviceminded og udgiftsbevidste

Hvad sker der, hvis den øverste virksomhed bytter strategi med den nederste virksomhed? Og vice versa.

Producér så mange idéer som muligt til forbedring af de eksisterende produkter eller kom med idéer til nye produkter. Vær ikke bange for at producere vilde og skøre idéer.

PRIMÆRE PRODUKT
Drikkedunk

SEKUNDÆRE PRODUKT
Løbebånd

MÅLGRUPPE
Fitnessudøvere

STRATEGI
At få verdenen i form

PRIMÆRE PRODUKT
Bil

SEKUNDÆRE PRODUKT
Mobilitet

MÅLGRUPPE
Mænd og kvinder mellem 20 og 65 år

STRATEGI
At blive den førende og mest bæredygtige leverandør af individuel mobilitet

Hvad sker der, hvis den øverste virksomhed fusionerer med den nederste virksomhed?

Producér så mange idéer som muligt til forbedring af de eksisterende produkter eller kom med idéer til nye produkter. Vær ikke bange for at producere vilde og skøre idéer.

PRIMÆRE PRODUKT
Briller

SEKUNDÆRE PRODUKT
Brillerens

MÅLGRUPPE
Dårligt seende

STRATEGI
At få folk til at åbne øjnene

aalborgportland
CEMENTIR HOLDING

PRIMÆRE PRODUKT
Cement

SEKUNDÆRE PRODUKT
Data

MÅLGRUPPE
Byggeentreprenører

STRATEGI
At skabe nutidens og fremtidens byggemateriale

Hvad sker der, hvis det sekundære produkt fra den øverste virksomhed kombineres med det sekundære produkt fra den nederste virksomhed?

Producér så mange idéer som muligt til forbedring af de eksisterende produkter eller kom med idéer til nye produkter. Vær ikke bange for at producere vilde og skøre idéer.

DIN VIRKSOMHED

PRIMÆRE PRODUKT
...

SEKUNDÆRE PRODUKT
...

MÅLGRUPPE
...

STRATEGI
...

SØGER I NOGET SÆRLIGT INDEN FOR INNOVATION?

DI udbyder, foruden kurser og uddannelser, også specifikke tilpassende forløb til jeres virksomhed. Vi tager udgangspunkt i jeres daglige udfordringer, strategiske beslutninger og behov. Vi styrker jeres kompetencer og øger jeres fælles vidensniveau.

Læs mere på **di.dk/innovation**
eller ring til os på 3377 3377