CREATIVE GENIUS by Peter Fisk แนวทางสร้างสรรค์อัจฉริยะเพื่อองค์กร
Mapping by Dr. Prachasan Saenpakdee (www.prachasan.com)
เอกสารประกอบการสัมมนา Critical Thinking Workshop

CREATIVE GENIUS
อัจฉริยะสร้าง(สรรค์)ได้
โดย Peter Fisk

What?

THE IDEA FACTORY
(โรงงานผลิตความคิดดีๆ)

- Ideas
- Imagine
- Insight
- Inspiration

HOW?

THE DESIGN STUDIO
(พัฒนา/ออกแบบความคิด)

- SCAMPER
- Reframing
- QFD
- THINKING HATS
- TRIZ

The Design Toolkits

THE IMPACT ZONE
(จากความคิดสู่การลงมือทำ)

- ตกผลึกความคิด
- สร้างความคิดต้นแบบ
- กรอบแนวทาง
- นำสู่การใช้งานจริง
- ส่งมอบผลิตภัณฑ์
- ส่งมอบบริการ

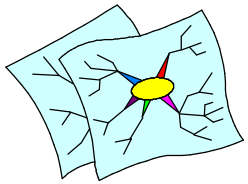
INNOVATION

3 เฟส ของการบ่มเพาะ
ความเป็นอัจฉริยะสร้างสรรค์

Learn how to SEE

SEE & THINK DIFFERENT

- Relentless curiosity
  ความอยากรู้อยากเห็นตลอดเวลา
- Seeing more...
  มองแตกต่างมุมเสมอ
- Thinking Bigger...
  มองภาพใหญ่ควบคู่เสมอ
- Making connections...
  เชื่อมโยงเรื่องราว/สัมพันธ์
- Embracing paradox
  นำความขัดแย้งมายึดโยง
- Courageous action
  กล้าลงมือทำ กล้าลอง
- Enlightened mind...
  ความงอกงามในจิตใจ



วิถีอัจฉริยะ
Leonardo da Vinci

การนำเสนอ

เรียนรู้วิถี Steve Jobs
อัจฉริยะในยุคปัจจุบัน

- Tell a story
- Keep it simple
- Introduce the enemy
- Focus on benefits
- The power of three
- Sell dreams
- Use distinctive words
- Add great visuals
- The Big moment

เบญจทัศน์

- วิสัยทัศน์
- มโนทัศน์
- กระบวนทัศน์
- ฉากทัศน์

เปิดโลกทรรศน์ใหม่
(Worldviews)

- Future World
  โลกอนาคต
- Customer World
  โลกของลูกค้า
- Business World
  มุมมองโลกธุรกิจ
- Competitor World
  มุมมองของคู่แข่งบัน
- สังเคราะห์ความคิด
  - มุมมองต่ออนาคตใหม่
  - มองเห็นทัศนมิติทีหลากหลาย
  - มองเห็นแนวโน้มทีมีอิทธิพล
  - คุณค่าทีจะสร้างค่า
- Parallel World
  มองมองคู่ขนาน
- Technological World
  มุมมองเทคโนโลยี
- Resposible World
  มุมมองความรับผิดชอบ
- Commercial World
  มุมมองเชิงการค้า

CHANGE

การเปลียนแปลงทีท้าทาย
(World Changing)

- West to East
  - ปรัชญาตะวันออก
  - วิถีพึงตนเอง/พอเพียง
- Big to Small
  - คนเล็กทำสิงใหญ่
- Mass to Niche
  - Unfocused to Focused
  - Many to few
  - Average to individual
  - Irrelevant or relevant
  - Same or special
- Business to Customer
  - Customer Focus
- Volume to Value
  - Biggest to Best