

Waarom Sense Making?

Sense Making helpt mensen bij het 'begrijpelijk maken van complexiteit' door de 'Dialogo met de werkelijkheid' aan te gaan. Die dialoog is in een situatie van complexiteit altijd nieuw en anders, er is geen best practice in zo'n situatie.

De methodiek is ontwikkeld door David Snowden, de oprichter van Cognitive Edge. Hij heeft een vooruitstrevende en pragmatische kijk op hoe je met complexiteit om kunt gaan. Recent heeft hij een prestigieuze wetenschapsprijs ontvangen voor zijn publicatie in de Harvard Business Review (2007).

In complexe situaties is het vaak lastig om besluiten te nemen. De traditionele manier van onderzoek die gebruik maakt van vragenlijsten, checklists en met behulp van de computer classificeert, analyseert of modelleert voldoet dan niet.

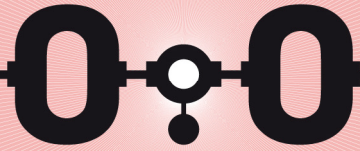
Sense Making helpt bij het doorgronden van wat er nu werkelijk speelt, dit te analyseren en daar vervolgens op te acteren. Daar is het menselijk brein (cognitief en verbeeldingskracht) bij nodig.

Resultaat: partijen (managers) kunnen in complexe situaties beter navigeren. Zij kunnen zinniger (senseful) activiteiten ontplooiën en effectiever met stakeholders samenwerken of co-creëren.

Wanneer is er sprake van complexiteit?

Bij complexe innovatietrajecten (systeem transitie bijvoorbeeld) of strategische dilemma's is er sprake van 'complexiteit'. Kenmerkend hiervoor kan zijn:

- onvolledige kennis en informatie
- tegenstrijdige belangen of meningen
- onzekerheid over de acceptatie van disruptieve producten of diensten
- onvoorspelbaar gedrag van individuele spelers, burgers of gevestigde orde
- enorme hoeveelheid aan factoren waarbij het moeilijk is vast te stellen hoe die samenhangen
- vergaande, maar dikwijls onvoorspelbare consequenties van initiatieven
- waarden en belangen van mensen die vaak onder de oppervlakte liggen



Wat doet Sense Making?

Sense Making geeft inzicht in (en mobiliseert) de collectieve intelligentie van consumenten, burgers, experts, wetenschappers en stakeholders in relatie tot bepaalde vraagstukken of uitdagingen die je 'vanuit de top' niet kunt overzien. We besteden aandacht aan de enorme diversiteit in ervaringen, kennis, meningen, gedrag en het doorgronden wat de achterliggende redenen, waardepatronen of drijfveren zijn.

Zo kan je tot verrassende inzichten voor oplossingen komen ('omdenken'), bewuster keuzes maken en besluiten nemen. De kans op succes wordt groter en risico's worden beter te duiden.

Hoe werkt Sense Making?

Sense Making is 'verhalen onderzoek'. Het vertrekpunt voor Sense Making is het stellen van de juiste vragen. Dit is een kunst op zich. Aan de hand van 'wicked questions' wordt een groot aantal individuele verhalen geogst.

Dit type onderzoek gaat niet over N=1000, waarbij de resultaten normalerwijze worden geaggregeerd; 80% vindt dit, 20% vindt dat. Sense Making gaat over N=1000 x 1.

De geogste verhalen worden vervolgens door mensen die nauw betrokken zijn bij het project 'geduid' en geïnterpreteerd. Daarna worden besluiten over acties of interventies genomen.

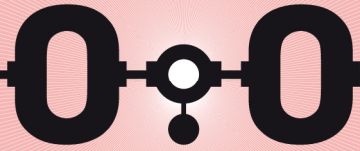
Dit proces wordt van begin tot eind door ons gefaciliteerd. De wijze waarop we het traject inrichten hangt af van de probleemstelling.

Er zijn diverse manieren om verhalen te oogsten:

- intern of extern
- via sociale media of tailor made online aanpak
- eenmalig of structureel

Er zijn diverse manieren om verhalen te duiden en besluiten te nemen:

- intern of in dialoog met stakeholders
- breed forum of specifiek met bepaalde doelgroepen



Vragen waar Sense Making een antwoord op kan geven

- Hoe kunnen we beter met onze stakeholders in dialoog komen?
- Wat zijn de zwakke signalen in de omgeving (weak signal detection) waar 'X' iets mee kan?
- In hoeverre worden onze klanten en stakeholders in hun behoeften voorzien?
- Waar hebben onze klanten en stakeholders nu in de basis behoefte aan?
- Welke issues spelen bij onze stakeholders en doelgroepen?
- Hoe wordt 'X' beleefd?
- Hoe effectief is 'X'?
- Hoe kunnen we van een push naar een pull aanpak komen?
- Waar liggen kansen in de markt?
- Hoe kan 'X' effectief bijdragen aan 'Y' te midden van zoveel concurrenten?
- Wat zijn ineffektieve patronen binnen onze organisatie?
- Hoe kunnen we ineffektieve patronen binnen onze organisatie doorbreken?
- Hoe moeten we deze crisis situatie managen?
- Van welke beslissingen hebben we geleerd, en welke zouden we zo weer over doen?