



Voorbeeldprogramma AimAtArt

Innovatietraining Unilever

Hoe zorg je ervoor dat European brand managers innovatiever worden?

- DOEL

Unilever wilde de innovatiekracht van zijn European brand managers verbeteren. Ze moesten worden uitgedaagd om ook op andere manieren innovatieve oplossingen te creëren. AimAtArt werd gevraagd een creatieve training samen te stellen die aansluit bij de behoefte van de brand managers.

- * Meer inzicht in het belang van innovatie
- * Praktische tools om de rechter hersenhelft te trainen
- * Andere denkmethodes aanleren met vernieuwende training

- AANPAK

- * Creatieve carrousel van alternatieve denkmethodes
- * Voorbeeldopdracht over kunst van ongebruikelijk materiaal
- * Persoonlijke innovatiekracht uitbeelden met foto-opdracht

- RESULTAAT

- * Concrete handvatten om anders te kijken en te denken
- * Nieuwe inzichten over innovatie binnen Unilever
- * Vergroting van vernieuwingskracht

- REFERENTIE

“AimAtArt leerde onze Europese brand developers creatief denken door middel van energieke innovatietrainingen. Met oefeningen waarbij ze aan de slag gingen als kunstenaars, zowel gericht op onze eigen merken en Unilever als organisatie, als op bredere topics. Daarnaast waren er praktische tips over hoe je je rechter hersenhelft kunt activeren in je dagelijkse werk. Een programma dat aansluit bij onze behoefte om van onze marketeers betere innovators te maken én anders dan andere trainingen is!”

Loes Schrijvers

- Learning Specialist Benelux Unilever

- PRAKTISCHE INFORMATIE

- * Aantal personen: tot 25 personen
- * Duur: 2,5 uur
- * Actief / reflectief: 70/30
- * Benodigdheden: aparte ruimte (kan op eigen of externe locatie), beamer en scherm. AimAtArt verzorgt alle materialen en benodigdheden voor de oefeningen, zoals papier, scharen, stiften, attributen, etc.

Alternatieve denkmethodes /
Innovatie /