

Start UP!
Hoe jij jouw idee vleugels geeft



Leo Pot
tekst
&
Astrid Yperlaan
vormgeving

Met dank aan
Joosje Klaasse
Philip Stroomberg

ISBN: 9789462961098

Bisac: BUS060000

NUR: 801

Trefw.: starten bedrijf, idee, startup, start-up, ondernemer, baan, bedrijf,
idee, oplossing, inspiratie, creativiteit, ideeën, plan, succes, vleugels,
handleiding, Leo Pot, Astrid Yperlaan

Omslagontwerp en binnenwerk: Astrid Yperlaan, Tilburg
Redactie: Vertaal- en redactie bureau Am Rhein, Zwolle
Drukwerk: Balmedia, Schiedam

1e druk, januari 2019

© Copyright 2019 Leo Pot, Astrid Yperlaan en AnderZ
AnderZ is een imprint van Van Duuren Management B.V.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden
verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand,
of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij
elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere
manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.
Voorzover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan
op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j° het Besluit van 20 juni
1974, St.b. 351, zoals gewijzigd bij Besluit van 23 augustus 1985, St.b.
471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk
verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht.
Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen,
readers en andere compilatie- of andere werken (artikel 16 Auteurswet
1912), in welke vorm dan ook, dient men zich tot de uitgever te wenden.
Ondanks alle aan de samenstelling van dit boek bestede zorg kan
noch de redactie, noch de auteur, noch de uitgever aansprakelijkheid
aanvaarden voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave.

INHOUDSOPGAVE

1	Waarom creativiteit belangrijk is	7
2	Hoe ontwikkel je een idee?	23
3	Hoe zorg je ervoor dat anderen niet met jouw idee aan de haal gaan?	51
4	Hoe kom je erachter of jouw idee verkoopbaar is?	61
5	Hoe zet je een idee om in een plan?	71
6	Geld, hoe kom je eraan?	95
7	Wat moet je weten over pitchen?	117
8	Je hebt een plan, je hebt geld. En hoe nu verder?	147

**“HET
GROOTSTE
RISICO
IS...**

**DAT JE
GEEN
ENKEL
RISICO
DURFT TE
NEMEN.“**

MARK ZUCKERBERG



1. ALLES BEGINT MET EEN GOED IDEE

Je hebt een idee of misschien zelfs dat nog niet. Maar je wilt wat, je wilt iets doen, je wilt iets maken. Je wilt iemand zijn die ertoe doet. Misschien is de kunstenaar in je ontwaakt en lokt de roem. Het kan ook zijn dat je best een aardige baan hebt, maar dat het tijd is voor een volgende stap of een nieuw begin. Kortom, er moet wat gebeuren. Maar hoe begin je? Waar haal je je inspiratie vandaan? Dat begint bij jezelf, bij je creativiteit. Je hebt het nodig in alle creatieve beroepen, maar ook in het zakenleven of als je plannen moet ontwikkelen op andere terreinen. Iedereen is in zekere mate creatief, maar dat wil niet zeggen dat je de nieuwe Leonardo da Vinci bent.

Er zijn aardige tests om van jezelf te ontdekken hoe creatief je bent, zoals de Guilford-test, die je ook heel goed als gezelschapsspel kunt gebruiken. Van alledaagse voorwerpen, zoals een baksteen, een krant of een paperclip, wordt gevraagd waarvoor je ze nog meer kunt gebruiken. In twee minuten moet je zo veel mogelijk alternatieve gebruiksmogelijkheden geven. De minst creatieve zijn de eerste die in je opkomen: een baksteen als deurstop, een paperclip als sleutelring, etc. Maar daarna gaat het echt om je creativiteit. Zo kun je een baksteen ook gebruiken als grafsteen bij de begrafenis van je hamster of twee

paperclips in een mooi doosje als oorbellen voor je vriendin. Er hoort een puntensysteem bij, beginnend met het aantal toepassingen dat je weet te bedenken, met extra punten voor bijvoorbeeld originaliteit, het aantal verschillende categorieën, etc.

Er is wetenschappelijk onderzoek gedaan dat daar op aansluit en dat heeft alles te maken met de tekening van dit opmerkelijke dier. Of eigenlijk twee dieren, want je kunt er zowel een eend als een konijn in zien. Er zijn mensen die er maar één van de twee in zien en die moeite moeten doen om het andere dier te zien. Als jij er daar één van bent, is er nog niets aan de hand: soms duurt het even voor het kwartje valt.

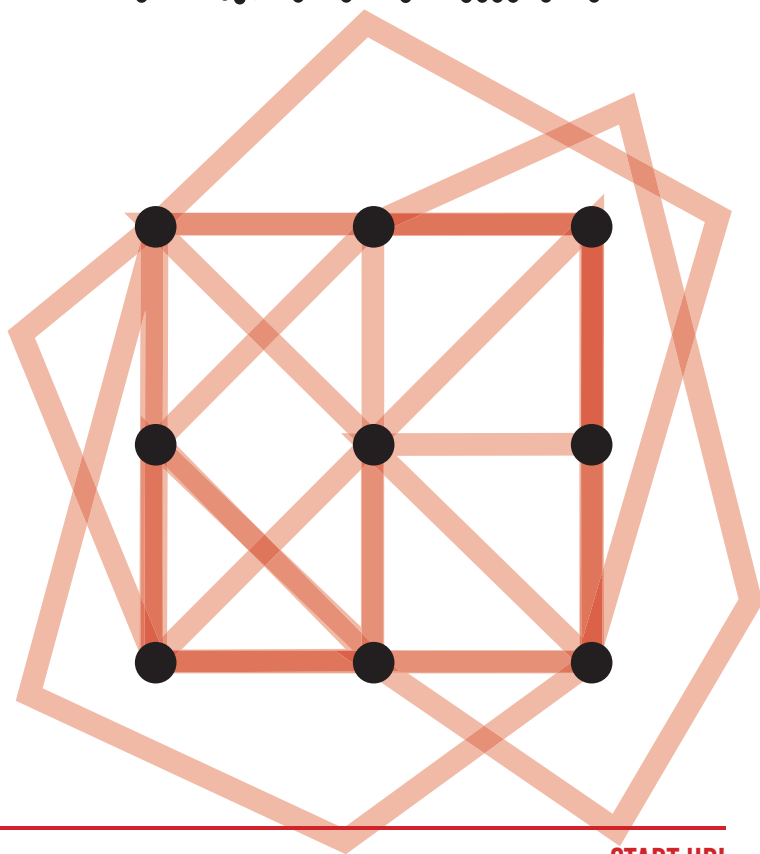
In een Amerikaans onderzoek werd onderzocht of er een relatie was tussen de Guilford-test en iemands vermogen om snel te switchen tussen de afbeeldingen van beide dieren. Wie dat snel kan, blijkt doorgaans ook heel goed te scoren in de Guilford-test en gemiddeld vijf alternatieve gebruiksvormen te kunnen aandragen. Wie niet gemakkelijk kan switchen, komt vaak niet verder dan twee. Kun je er gemakkelijk zowel een eend als een konijn in zien, dan ben je zeker een creatief iemand. Lukt je dat niet, dan is het raadzaam om samenwerking te zoeken met iemand die gemakkelijker nieuwe ideeën kan produceren dan jij.



VERBIND

DE 9

PUNTEN



KUN JE BUITEN HET KADER DENKEN?

De oorspronkelijke uitdrukking is ‘thinking outside the box’ waarbij wordt bedoeld op een vierkant van negen punten, zoals hier is afgebeeld. De opdracht luidt als volgt: verbind alle negen punten zonder je pen van het papier te halen of een lijn twee keer te gebruiken. Wie dat voor het eerst probeert, heeft de neiging om binnen het vierkant te blijven. Meer creatieve mensen komen sneller tot de ontdekking dat het alleen maar lukt als je de lijnen ook buiten het vierkant trekt. Dat is een goede indicatie of je creatief kunt denken. En mocht het je na enig proberen nog niet lukken, dan kun je de oplossing vinden bij Wikipedia onder ‘buiten het kader denken’.

**“THE BOXES’ ARE THE WALLS
IN YOUR MIND”**

PEARL ZHU

**“VROEGER
DACHT
IK DAT
IEDEREEN
DIE BIZARRE
DINGEN
DEED EEN
ZONDERLING
WAS.**

**NU WEET
IK DAT DE
MENSEN DIE
ANDEREN
RAAR VINDEN
ZELF RAAR
ZIJN”**

PAUL MCCARTNEY



HELPT HET ALS JE EEN BEETJE RAAR BENT?

Ja. Denk en doe je wat iedereen denkt en doet, dan ben je zeer waarschijnlijk niet erg creatief. Neem bijvoorbeeld Nikola Tesla, onder meer de uitvinder van de wisselstroom en nog zo'n driehonderd andere zaken waar we nog steeds profijt van hebben. Hij was geobsedeerd door het getal drie en liep ook altijd drie keer om een gebouw heen voor hij naar binnen ging. Naar eigen zeggen was hij zelfs eens verliefd op een duif 'zoals een man op een vrouw'. Of neem Salvador Dali, die beweerde dat hij met zijn snorharen inspiratie uit de kosmos opving.

Onderzoekers hebben ontdekt dat veel creatieve mensen hun creativiteit mede danken aan een aantal ongebruikelijke en onverwachte gebeurtenissen in hun leven, zoals op jonge leeftijd hun ouders verliezen, in het buitenland hun draai moeten vinden, etc. Uiteenlopende ervaringen helpen je om je denkpatronen te doorbreken en dat leidt weer tot creativiteit. Dat is geen pleidooi om je ouders om te brengen, maar wel om open te staan voor alles dat anders is dan de norm.

Veel mensen – ook managers die roepen dat ze dolgraag willen innoveren – vinden creatievelingen in hun hart maar niks. Nieuwe ideeën verstoren de bestaande orde en brengen vooral onzekerheid. Daar houden de meeste mensen niet van, dus houd altijd rekening met weerstand als je iets nieuws bedenkt.

Zo vond iedereen het maar vreemd toen Giel Pastoor, de directeur van de schouwburg in Eindhoven, in plaats van 'directeur' de functie 'beweegstrategie' op zijn visitekaartjes zette. Zijn naaste medewerkers volgden: de administrateur heet nu 'cijferkraker', de horecamanager koos voor 'gastblijheidsgoeroe' en de programmeur werd 'horizonhunkeraar'. Hun visitekaartjes zijn méér dan alleen maar grappig: ze geven aan waar deze mensen voor staan in hun werk. Zij zijn niet de enigen die op deze manier duidelijk maken wat de essentie van hun werk is: neem bijvoorbeeld de Amsterdamse makelaar Jacobus Recourt, die zichzelf 'woonwensvervuller' noemt. En is dat niet precies wat een makelaar moet zijn?

***“CREATIVITEIT IS WANHOOP
VAN DE BETERE SOORT”***

JULIUS VUYLSTEKE





BESTAAT INSPIRATIE?

Ik heb honderden uitspraken over inspiratie gelezen: het bestaat niet. Ideeën ontstaan uit bezig blijven, hard werken. Zoals de Amerikaanse auteur Peter de Vries ooit zei: “Ik schrijf als ik inspiratie heb en ik zorg ervoor dat ik elke morgen om negen uur inspiratie heb.”

QUESTION EVERYTHING

WHY?



WAT IS EEN GOEDE BASIS VOOR EEN IDEE?

Het kan natuurlijk zijn dat je nog helemaal blanco bent, maar vermoedelijk heb je een achtergrond of een werkgebied van waaruit je een idee wilt ontwikkelen. Als dat het geval is, verzamel dan specifiek materiaal dat daarop betrekking heeft. Zorg ervoor dat je alles te weten komt over het hoe, waarom, wat en wie. Praat met deskundigen, gebruikers en andere betrokkenen. Noteer zaken die je raken.

Ga vervolgens op zoek naar creatieve ontwikkelingen buiten je vakgebied in bijvoorbeeld kunst, muziek, lifestyle. Ga naar musea, naar het theater, zoek een concept 'to live by'. Wees nieuwsgierig, verwerf inzichten. Maak een moodboard of leg een scrapbook aan.

Zet daarna een mentaal verteringsproces op gang, ga op zoek naar relaties tussen alles wat je hebt geabsorbeerd. Sluit je af van de buitenwereld en noteer elk idee of begin van een idee, hoe slecht het je ook lijkt. Goede ideeën werpen soms hun schaduw vooruit... Denk, denk, denk tot je er bekaf van bent. Het moeilijkste deel komt daarna: doe een tijdje niets. Dit is de periode waarin je je met andere zaken bezighoudt en je je onderbewuste het werk laat doen. Je zult merken dat je het onderwerp niet kunt loslaten, dat het permanent in je hoofd zit. Zo is het heel goed mogelijk dat er als het ware uit het niets een idee ontstaat.

Het bovenstaande werkt, op voorwaarde dat je heel gemotiveerd bent, zo wijst onderzoek uit.