

Hvad er kreativitet og kreativ marketing?

...

What is creativity and creative marketing?

Emre, Devrim, Frida, Mathilde & Trine

Kreativitet er et meget bredt ord og spænder over mange ting. Det kan være kreativitet når Flemming skal finde på hvad vi skal lave eller når han finder på et nyt fag.

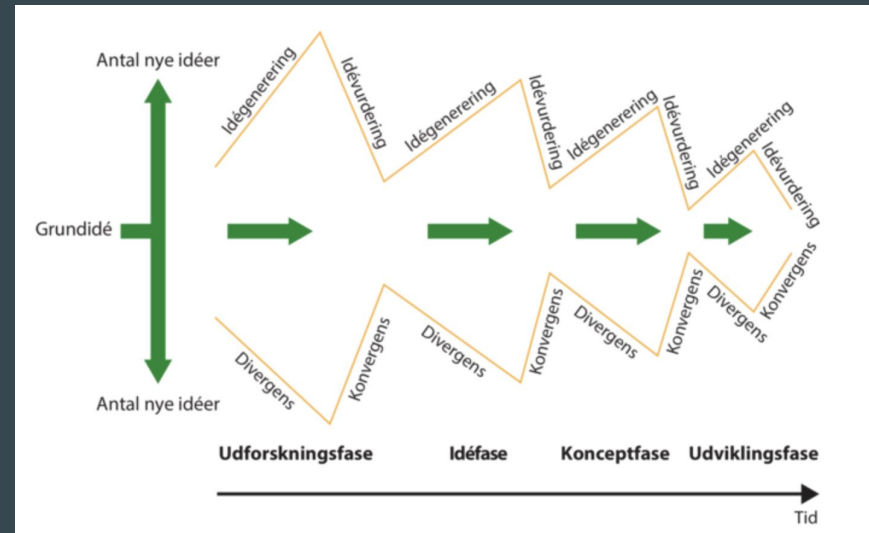
Kreativitet handler om at finde “smuthullerne” og løsningen på problemet. Derfor løser vi som markedsføringsøkonomer komplekse problemstillinger på en kreativ måde.

Hvilken definition bruger vi?

- “Evnen til at producere eller anvende originale og usædvanlige ideér” Af Cambridge Dictionary
- Ordet stammer fra det latinske ord “Create” som oversat til dansk bliver “at skabe”
- Kreativitet er skabelse af nye og brugbare ideér af en person eller en lille gruppe af personer som arbejder sammen
- Kreativitet indebærer evnen til at sammenstille kendte enkeltdele i nye og evt. uventede kombinationer.

Er kreativitet og innovation det samme?

- Er ikke det samme men spiller sammen
- Kreativitet er centralt for innovation
- Kreativitet hjælper med at skabe innovation → Divergent tænkning.
- Igennem flere forskellige innovationsprocesser kræver det kreativitet
 - Undersøger pains
 - Under udvikling af koncepter og løsninger
 - Under anskaffelse af finansiering
 - Under promovningen af det nye produkt



Den kreative hjerne

- Hjernens evne til at lave et uendeligt antal kombinationer er en forklaring på **inspiration** og kreativitet → nye mønstre og ideer
- Vores hjerner er trænet til at følge visse mønstre → Kræver mindre energi
- Slipper vi tankerne fri, og tillader hjernen at gå lidt på afveje → uventede, banebrydende og innovative opstår indimellem
- Skaber associationer mellem oplevelser, erfaringer og viden man har → Unik
 - Kan føre til nye ideer og perspektiver på en udfordring



Hvilke barrierer er det som holder vores kreativitet tilbage og hvordan kan de fjernes?

Vores kreativitet kan holdes tilbage af flere barrierer, både indre og ydre, som hæmmer vores evne til at tænke frit og innovativt. Nogle af de mest almindelige barrierer inkluderer:

For at fjerne disse barrierer er det vigtigt at fokusere på at skabe en kultur og et personligt mindset, der fremmer åbenhed, eksperimentering og tolerance over for usikkerhed. Flexibilitet, nysgerrighed og modet til at tage risici er nøglerne til at frigøre kreativiteten.

Albert Bandura fra Stanford - 'guided mastery (Slange-metoden).

Guidet mastery er en terapeutisk metode til at hjælpe klienter med at øge deres selv effektivitet (dvs. opfattelsen af, at en opgave kan udføres), så de er motiverede til at forsøge og efterfølgende udføre gradvist vanskeligere opgaver, der er involveret i implementeringen af adfærdsmæssige terapier.'

- Små serier af små succeser, bliver bekendt med dette. Kan hjælpe på frygten/barrieren ved at være kreativ.

- Frygt og fiasko
- Perfektionisme
- Manglende tid og plads til kreativitet
- Mentale vaner
- Eksternt pres og kritik
- Manglende motivation
- Gruppepres



Det kreative brud

Det tager tid at få de gode idéer – desværre. Det er derfor vigtigt, du er bevidst om at give din idéudviklingsproces tid. Hjernen er mærkværdig, fordi den ofte bearbejder indtryk og idéer på tidspunkter, hvor du ikke lige sidder og skal finde på idéer. Man taler om, at idéer har en inkubationstid. Derfor er det vigtigt, du kan **give plads til en kreativ pause i løbet af processen**, og dermed lade din underbevidsthed bearbejde de idéer, du allerede har fået.

Heterogene teams

Kreativitet foregår ofte i grupper. Megen forskning viser også, at jo flere **forskellige personer** I er i et **team**, jo flere **forskelligartede idéer** kan I finde frem til. Du bør derfor tænke nøje over sammensætningen af dit team, og samtidig øve dig i at arbejde med forskellige personer i løbet af den kreative proces.

Viden

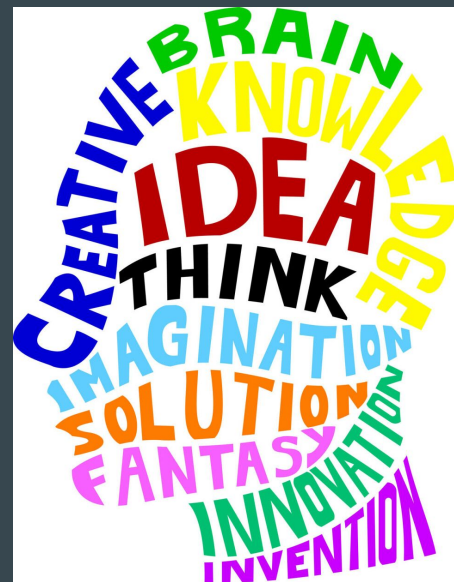
Viden er en forudsætning for kreativitet. Det er **sjældent**, at folk er kreative på et **område, de ikke ved noget om**, for man kan kun forny, hvis man kender det eksisterende. Kreative processer forudsætter derfor, at du har sat dig grundigt ind i det, du skal være kreativ med. Det kan fx være viden om kunder, teknik, økonomi, historie og kultur.

Kvantitet skaber kvalitet	Når du skaber flere idéer (kvantitet) øges sandsynligheden for, at du på et tidspunkt rammer "den gode idé" (kvalitet). Det er derfor utrolig vigtigt at arbejde med bl.a. idéudviklingsmetoder og træning af din kreative kompetence med det formål at skabe så mange idéer som muligt.
På kanten af boksen	Du har sikkert højt vendingen: "at tænke ud af boksen". Flere mener, at innovation og kreativitet handler om at finde på helt nye idéer, der ligger langt fra eksisterende løsninger. I virkeligheden er der større chance for at skabe de gode idéer ved at tænke på "kanten af boksen". Det vil sige, at du tænker på løsninger, der ligger tæt på den udfordring, du arbejder med. Du kan fx afsøge forbedringsmuligheder af produkter ved at kigge på, hvordan andre lignende produkter ser ud. Eller du kan kigge ud i branchen og undersøge, hvordan lignende virksomheder skaber værdi. Det vigtige her er at udvikle i relation til det, som du allerede ved noget om.
Fake it till you make it	Selvom du ikke føler, du er god til at være kreativ, så lad som om! Det er ret ofte effektivt at overbevise sig selv om, at man godt kan få idéer. På den måde kan man kognitivt tvinge sig selv til at gøre det, der er nødvendigt for at skabe idéerne.
SMOB: Stjæl med arme og ben	Lad dig inspirere af det, som andre gør. Du må gerne "stjæle" idéer og løsninger fra andre, så længe det er etisk forsvarligt og du overholder gældende regler. Dette hænger godt sammen med principperne "på kanten af boksen" og "fake it till you make it".

Kan man træne sin kreativitet og hvordan?

Kreativitet er som en muskel, der kan udvikles og styrkes gennem øvelse og forskellige teknikker, præcis på samme måde som du træner til at blive en bedre løber.

1. Krea-træning, Afsæt bare en halv time om dagen til at "træne din kreativitet". Når det er i kalenderen, bliver det nemmere at få gjort. Selv hvis der ikke opstår idéer lige med det samme, kan de dukke op senere, når de har lagret sig i din underbevidsthed
2. Mange har oplevet kedsomhed under corona, og for nogle har det været en øjenåbner. Hvis du synes, kedsomhed er ubehageligt, så prøv i stedet at omfavne den. Når du giver plads til kedsomheden, vil idéerne langsomt dukke op.
3. Se tingene fra en ny vinkel. Ligesom i programmet "Omvendtslev," hvor alt var vendt på hovedet? Når verden ser anderledes ud, tvinges hjernen til at tænke på nye måder – og så opstår der pludselig nye idéer.



Kan man træne sin kreativitet og hvordan?

4. Gåture har været populære under nedlukningen, men at gå alene kan give andre spændende oplevelser. Drop høretelefonerne, og lad naturens lyde omfavne dig. Når du går uden distraktioner, kan monotoniteten af dine skridt skabe en ro, der styrker kreativiteten. Efterhånden som du går, kan dine tanker begynde at vandre, og pludselig opstår en idé.

5. Prøv noget nyt uden for din kreative komfortzone. Hvis du skriver, så prøv at tegne. Hvis du tegner, så spil et instrument. Hvis du maler, så prøv at svejse. Skift de materialer, du bruger, og find nye måder at skabe på. Når vi holder os til det, vi er vant til, går vi ofte “i hak” og bruger det samme. Det er behageligt, men det kan også føre til stagnation. Når du prøver nye tilgange, aktiverer du hjernen på en anderledes måde, hvilket kan føre til nye og spændende idéer.

6. Prøv at gøre tingene på et nyt tidspunkt. Har du et projekt, du har svært ved at komme videre med, kan det være nyttigt at tackle det, når du er træt om aftenen, især hvis du er morgenmenneske. Det kan aktivere andre dele af din hjerne, og måske dukker løsningen op pludselig.

Hvornår får man ideer og kan man sætte dem i system?

I afslappede øjeblikke :

Mange får ideer, når de ikke aktivt prøver at tænke på dem, f.eks. under en gåtur, i badet eller lige før sengetid. Hjernen bearbejder information i baggrunden, hvilket kan lede til indsigter og kreative gennembrud.

Under fokuseret arbejde :

Når man arbejder koncentreret på et problem, stimulerer man hjernen til at se mønstre og mulige løsninger. Ideer opstår ofte, når man udforsker forskellige vinkler på et specifikt emne eller problem.

Ved stimulering fra omgivelserne :

Inspiration kan komme fra bøger, samtaler, kunst, musik, eller nye oplevelser. Omgivelser med meget input kan ofte trigge idéudvikling, da hjernen tager disse impulser og omdanner dem til nye tanker.

Forskellige situationer:

mange gange får vi vores ideer nogle mærkelige tidspunkter, du kan stå i badet eller andre situationer hvor du ikke kan skrive dine ideer, men nogle gange kan du få nogle ideer inden du går i seng hvor det er nemt at skrive dem ned

Kan man sætte dem i system?

Brainstorming : En velkendt teknik, hvor man i en gruppe eller alene noterer alle ideer, uanset hvor urealistiske de kan virke. Fokus er på kvantitet frem for kvalitet i denne fase, da det kan føre til uventede og innovative tanker.

Mind-mapping : Visuelt organiserede diagrammer, der forbinder tanker og ideer. Denne teknik gør det muligt at visualisere relationer mellem forskellige koncepter, hvilket ofte kan føre til nye ideer.

Daglig praksis: Skriv ned dine tanker og ideer regelmæssigt, f.eks. gennem journaling eller en idébog, hvor du dagligt noterer ting, der inspirerer dig.

Kan man måle kreativitet og hvordan?

Forsker fra Harvard, McGill og University of Melbourne, har udviklet en test, der kaldes Divergent Association Task (DAT). Den måler verbal kreativitet og evnen til divergent tænkning, hvilket handler om at finde forskellige løsninger på åbne problemer.

I testen skal deltagerne finde 10 substantiver, der er så forskellige fra hinanden som muligt. For eksempel vil ord som "kat" og "hund" have en kortere semantisk afstand, mens "kat" og "bog" vil være mere kreative valg, da de ikke er direkte relaterede.

Forskerne har analyseret data fra næsten 9.000 deltagere og har fundet, at de, der vælger ord med større semantisk afstand, også scorer højt på traditionelle kreativitetstests. Scoren i testen kan variere fra 0 til 200, med en gennemsnitlig score på omkring 78

Hvis du er interesseret i at tage testen, kan du finde den [[her](#)]

Hvad er kreativ markedsføring og hvad kan det?

- Kreativ markedsføring er at tænke ud af boksen men ligeledes ind i den
 - Kigger vi på hvordan markedsføring var for 20 år siden (tv, aviser, magasiner, blade)
 - Kontra udviklingen til at vi i dag kommunikerer på forskellige online kanaler
- Kreativ markedsføring handler derfor også om at være tilpasningsparat
- Det handler om at være villig til at tage chancer
 - Mulighederne for dette er større i dag da online promotion kampagner kan forholdsvis hurtigt sættes i gang, da digitale medier kan opdateres løbende.
- Vi skal i dag differentiere os fra konkurrenter
 - Det skal vi fordi vi skal blive husket af målgruppen
 - Det kan vi ved at skille os ud med hvordan vores markedsføring er lavet
 - Dette kan både være grafisk
 - Det kan være på vores copy

- Eksempel - Coca Cola Navne Kampagne på flasker
 - Personalisering
 - Opmærksomhed
 - Differentiering

Eksempel - Nike “Dream Crazy”

Budskabet er enkelt og alligevel kraftfuld: At storhed handler om at overvinde oddsene for at gøre noget ekstraordinært.

“If they laugh at what you think you can do, good. Stay that way. Because what non-believers fail to understand is that calling a dream crazy is not an insult; it’s a compliment. So don’t ask if your dreams are crazy, ask if they’re crazy enough.”

Vi kender alle Nikes “just do it”

- Denne kampagne retænder de det → Tager nogle velkendte elementer som kombinere det på ny

Nike vælger bevidst Kaepernick til trods for modstanden de kommer til at møde

- Her overhører de, de begrænsninger der er for den kreativitet som ellers ville bremse det.

Derudover er det nok et meget velovervejede valg at bruge Kaepernick til marketing → Divergent og konvergent tænkning

- Men det er en ny måde at anvende sociale beviser som vidnesbyrd eller citater fra branche ledere for at vise, at du ikke er alene

'Dream Crazy' - Colin Kaepernick Nike Ad 2019

