Основной результат – в сжатые временные сроки происходит суммирование опыта, знаний и нахождение оптимальных решений конкретных сложных или непонятных задач, которые удовлетворяют всех.

Принципиальный момент – независимость суждений.

Минусы – не подходит для получения узко профильного знания или решения.

## Основные положения

* Мозговой штурм включает в себя как генерацию, так и отбор идей.
* Наиболее творческие, инновационные идеи обычно являются результатом объединения многих, казалось бы, несвязанных идей.
* Для определения приоритетов созданных идей можно использовать различные методы голосования.
* “Живой” мозговой штурм наиболее предпочтителен, но в некоторых ситуациях может быть приемлемым и мозговой штурм посредством Web.

## Преимущества

* Поддерживает участие всех присутствующих.
* Позволяет участникам развивать идеи друг друга.
* Ведущий или секретарь ведет запись всего хода обсуждения.
* Его можно применять при различных обстоятельствах.
* Как правило, в результате получаем множество возможных решений для любой поставленной проблемы.
* Метод способствует свободному мышлению, не ограниченному обычными рамками.

## Порядок и правила проведения

1. Заранее обозначьте цели мозгового штурма, чтобы участники могли предварительно продумать свои идеи.
2. Цели не должны наталкивать на решение  
   Примеры:
   1. Какими свойствами, по-вашему, должен обладать продукт?
   2. Какие услуги, по-вашему, должен предоставлять продукт?
   3. Какие параметры, по-вашему, должен отслеживать продукт?
3. Генерация идей
   1. Не допускается критика или дебаты.
   2. Дайте свободу фантазии.
   3. Генерируйте как можно больше идей.
   4. Переделывайте и комбинируйте идеи
   5. Каждый участник самостоятельно фиксирует свои идеи на листочках
      1. Чтобы они были сформулированы именно словами автора.
      2. Чтобы гарантировать, что они не будут утрачены.
      3. Чтобы их можно было развить в дальнейшем.
      4. Чтобы предотвратить задержку в творческом процессе, которая может возникнуть, если один секретарь пытается записать все идеи на доске для всеобщего обозрения.
   6. Нельзя прерывать процесс генерации идей
   7. Мозговой штурм заканчивается когда цели достигнуты или идеи иссякли
4. Отсечение идей  
   Ведущий начинает с краткого представления каждой идеи и одновременно спрашивает у собравшихся,является ли эта идея допустимой. Никому из участников не нужно защищаться или провозглашать свое авторство; каждый может поддержать или отвергнуть любую идею.  
   Наличие диких идей говорит о свободе мысли в процессе генерации идей
5. Группировка аналогичных идей по заранее определенным критериям  
   Пример:
   1. Новые функции
   2. Вопросы производительности
   3. Предложения по усовершенствованию существующих функций
   4. Интерфейс пользователя и вопросы простоты обращения
6. Краткое описание идей 1-3 предложения.  
   В этот момент человеку, предложившему идею, нужно предоставить возможность дать ее краткое описание. Это позволит ему более подробно описать функцию и поможет удостовериться, что участники понимают ее одинаково. Кроме того, это позволит избежать грубых ошибок в процессе определения приоритетов.
7. Расстановка приоритетов
   1. Накопительное голосование стодолларовый тест.  
      Это простой тест; забавный, понятный и легко выполнимый. Каждому участнику выдается $100 “идейных денег”, которые можно потратить на “покупку идей”. (Вы можете даже добавить в чемодан инвентаря для совещания набор “идейных долларов”.) Каждому участнику предлагают записать на листе бумаги, сколько денег он выделяет на каждую идею. Затем, после того как участники проголосуют, ведущий подсчитывает результаты и предлагает порядок классификации.  
      Отлично работающий способ, но работает только один раз.
   2. Разбиение на категории “критическая, важная, полезная”.  
      Каждому участнику дается число голосов, равное количеству идей, каждый голос должен относиться к одной из трех категорий “критический”, “важный” или “полезный”. Суть метода в том, что голоса, принадлежащие каждому участнику, распределены по категориям равномерно (одна треть “критических”, одна треть “важных” и одна треть “полезных”); следовательно, только одну треть идей участник может отнести к критическим
      1. Критическая. означает обязательная. При отсутствии данной функции участник не сможет использовать систему. Без нее система не будет выполнять свою основную миссию. Поэтому нет смысла делать систему без этой функции.
      2. Важная. При отсутствии данной функции произойдет значительная потеря потребительской ценности, доли на рынке или прибыли либо уменьшится приток новых обслуживаемых клиентов. Если важные пункты не будут реализованы, некоторым пользователям продукт не понравится и они не будут приобретать его.
      3. Полезная. Это означает, что было бы хорошо ее иметь. Такая функция делает жизнь проще, систему привлекательнее и приятнее или приносит большую выгоду.
   3. Замечание. При использовании данного метода все идеи, которые “пережили” этап отсечения, получают, как минимум, статус “полезных”, что позволяет избежать обид со стороны их авторов.
   4. Когда участников много, одна и та же функция может быть отнесена разными участниками к различным категориям, но это не страшно. Ведущий выполняет следующее действие: умножает “критические” голоса на 9, “важные” на 3, а “полезные” на единицу и подсчитывает сумму! Это распределит результаты в пользу “критических” голосов, и каждая “критическая” потребность клиента всплывет на вершину списка.