



DESIGN THINKING

JAKUB CICHOCKI



Aktywny
Kreatywny

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



Ministry of Culture and National Heritage
Republic of Poland

Working together for a green, competitive and inclusive Europe

Agenda

1. Czym jest Design Thinking
2. Przykłady projektów
3. Design Thinking w praktyce
 - a) empatyzowanie
 - b) definiowanie problemu
 - c) generowanie pomysłów
 - d) prototypowanie
 - e) testowanie
 - f) planowanie wdrożenia
4. Podsumowanie

Design Thinking

Metoda tworzenia innowacyjnych produktów i usług w oparciu o głębokie zrozumienie problemów i potrzeb użytkowników.

Wczuwanie się w odbiorcę.

Twórcze podejście do problemów.

Odważne testowanie założeń.

Tworzenie użytecznych rozwiązań.



COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

Design Thinking

„Misja design thinking polega na przekuwaniu obserwacji w pomysły, a pomysłów w rozwiązania, które czynią życie lepszym”

(Tim Brown)

ZAŁOŻENIA DESIGN THINKING



Zespół złożony ze specjalistów różnych dziedzin.

Koncentracja na uświadomionych i głębokich (ukrytych) potrzebach użytkownika.

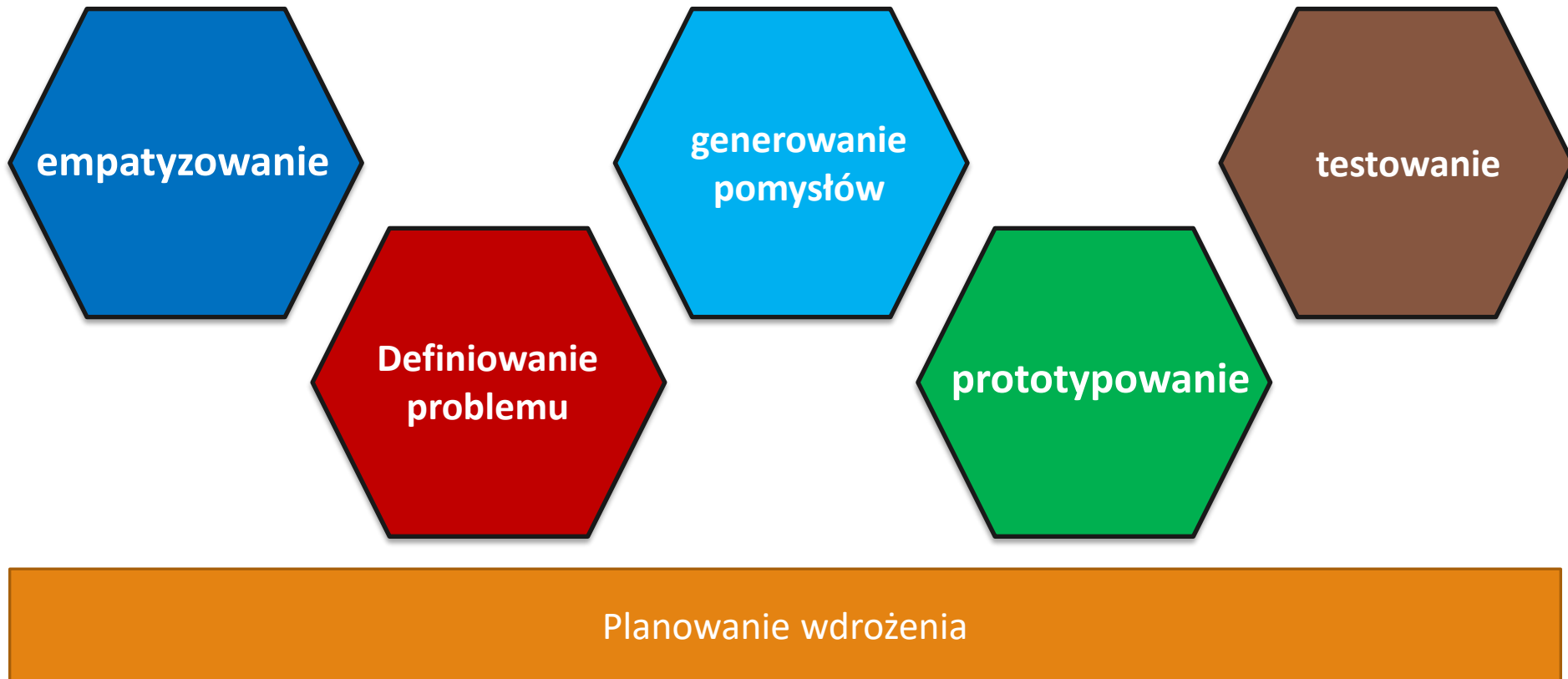
Wielokrotne testowanie rozwiązań.

Design Thinking – podstawowe zasady



- koncentracja na **użytkowniku/odbiorcy/kliencie**
- Empatia, zrozumienie
- interdyscyplinarny zespół
- otwartość
- eksperymentowanie i częste testowanie hipotez
- redefiniowanie wyzwań
- ilość rodząca jakość
- kultura popełniania błędów
- FUN!

Etapy procesu Design Thinking



Design Thinking – dobór zespołu projektowego



- interdyscyplinarny zespół
- zróżnicowany pod kątem doświadczenia i umiejętności
- osoby zaangażowane, które „chcą”
- „deep dive” – głębokie zanurzenie w temat
- nie obawiamy się pomyłek i śmieszności

Moderator w procesie Design Thinking



- zapewnia narzędzia do pracy
- dba o atmosferę w zespole projektowym
- zapewnia rozgrzewki kreatywne
- pilnuje dynamiki procesu
- czuwa nad przebiegiem procesu
- skupia uwagę zespołu projektowego na człowieku oraz celu biznesowym
- nie podsuwa pomysłów (nie jest arbitrem)

JAKIE PROBLEMY MOŻNA ROZWIĄZAĆ Z DT?



Jak moglibyśmy sprawić, żeby przestrzeń biblioteki zachęcała dzieci do nauki i zabawy?

Jak zaprojektować wiatę przystankową odporną na wandalizm i niszczenie?

Jak zwiększyć sprzedaż paliwa na stacji przy markecie?

Jak przygotować rebranding firmy kosmetycznej uwzględniający klientów zagranicznych?

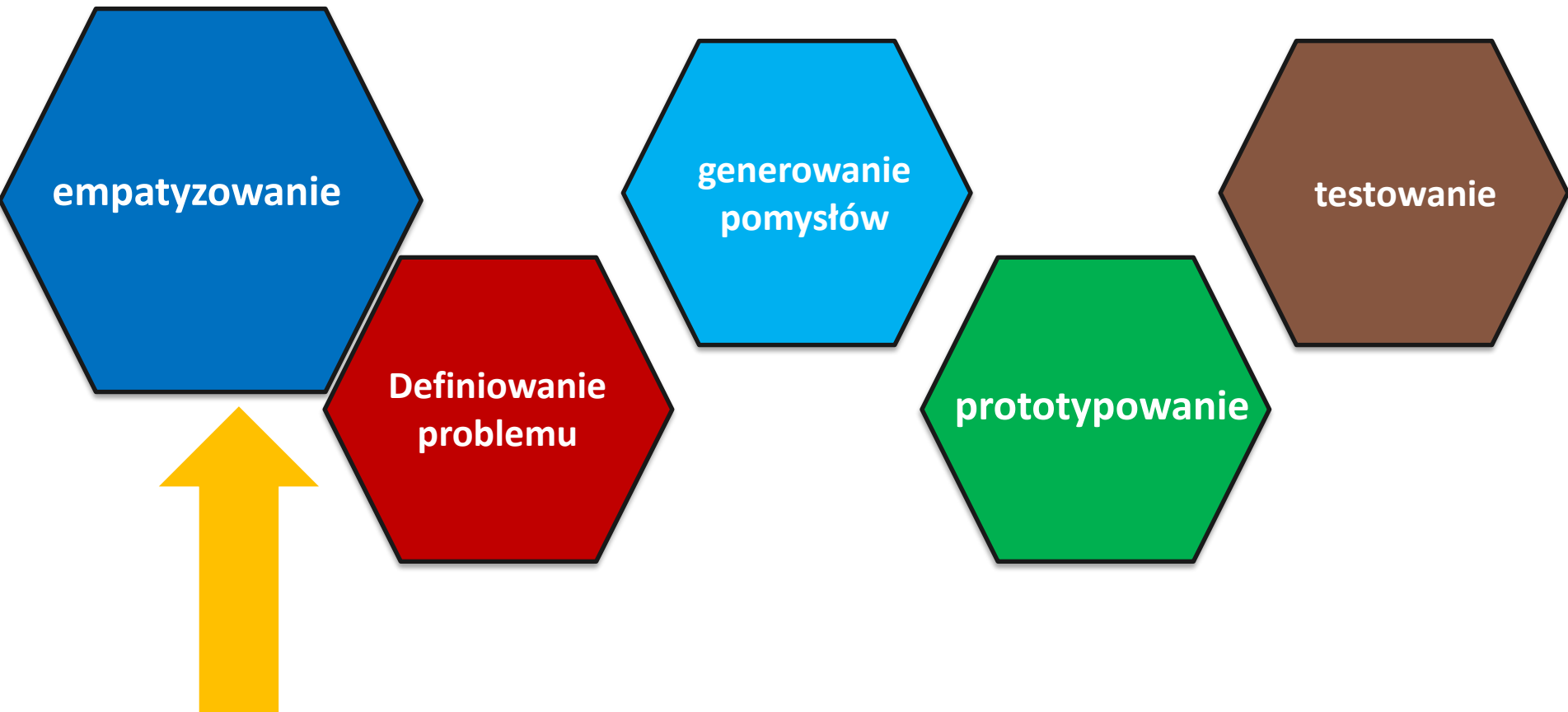
Jak moglibyśmy usprawnić obieg informacji i dokumentów, podczas realizacji projektów edukacyjnych na uczelni?

Jak skonstruować koszyk sklepowy, aby ułatwić robienie zakupów matkom z dziećmi?

Jak przygotować event dla 100 osób obejmujący prelekcje po angielsku?

Jak zaprojektować spójną markę miasta przyciągającą inwestorów?

Etapy procesu Design Thinking





COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

empatyzowanie

To moment na szerokie podejście do tematu, poszukanie informacji o użytkowniku końcowym, poprzez jego bezpośrednią interakcję, najlepiej w jego środowisku, mieszkaniu lub pracy. Prowadzone podczas tego etapu badania – wywiady, obserwacje – pomagają „wejść w buty” klienta i poznać jego sytuację. Na tym etapie każda informacja może okazać się przydatna.



COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

empatyzowanie

Stosowane metody:

- Persona – opis użytkownika
- Wywiady (w tym pogłębione)
- Obserwacja – idziemy w teren
- Mapa empatii, moodboard, sketchstorming itp.

Empatyzowanie wybór persony

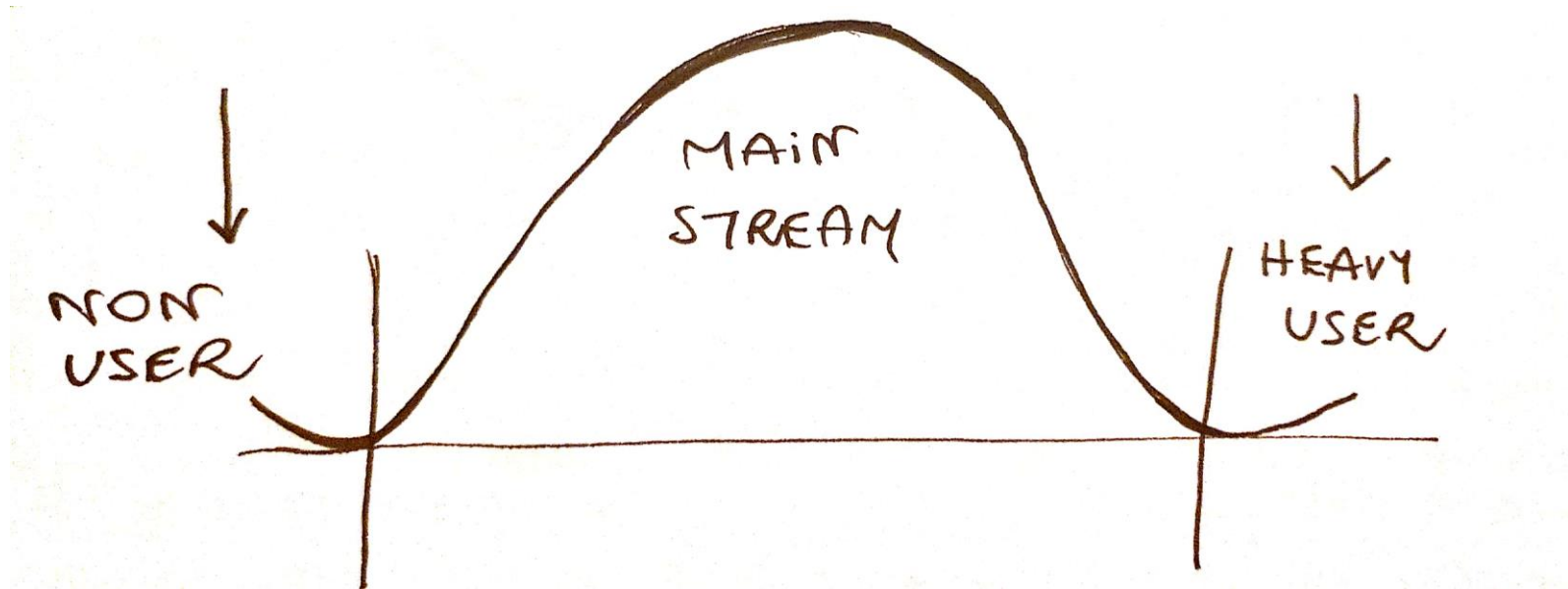


- W procesie DT wybieramy 4-15 persom
- Zróżnicowanie pod kątem wieku, płci, miejsca zamieszkania
- Opowiadamy na pytanie: kogo chcielibyśmy zbadać? Kto może być ciekawy do rozmowy na ten temat (bierzemy pod uwagę wyzwanie biznesowe)

Empatyzowanie wyborów persony



COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU



Empatyzowanie wyborów persony



- Skupiamy się na Entuzjastach (heavy user) lub hejterach (non user)
- Odrzucamy ekspertów
- Chcemy „wejść w buty” użytkownika
- Nie wkładamy słów w jego usta, nie oceniamy

WYWIAD POGŁĘBIONY



Istotą indywidualnych wywiadów pogłębionych jest interakcja.

To dzięki swobodnej rozmowie, pozyskujemy dużą ilość ważnych informacji. Opcja „twarzą w twarz” daje możliwość obserwowania reakcji pozawerbalnych.

EMPATYZOWANIE

wywiad z Personą



- Pytania otwarte (~~Czy...?~~)
- Proste, inspirujące
- Niesugerujące
- Inne obszary – nie pytamy tylko o konkretny obszar związany z wyzwaniem (jak spędzasz poranek...)
- Przygotuj scenariusz wywiadu, ale podążaj za swoją personą
- Bądź ciekawy osoby z którą rozmawiasz
- Nie bój się ciszy, zadaj pytanie i poczekaj na odpowiedź
- Słuchaj przez co najmniej 70% czasu
- Dopytuj, pogłębiaj

EMPATYZOWANIE wywiad z Personą



EMPATYZOWANIE

– wywiad z Personą

Przygotowanie pytań do wywiadu - ćwiczenie



W grupach wybieramy 4 najlepsze pytania

Zachwyty	Motywacje
Frustracje	Nawyki/zwyczaje

Empatyzowanie



Imię Persony.....

Najmniej
Spodziewane:

Zdziwienia:

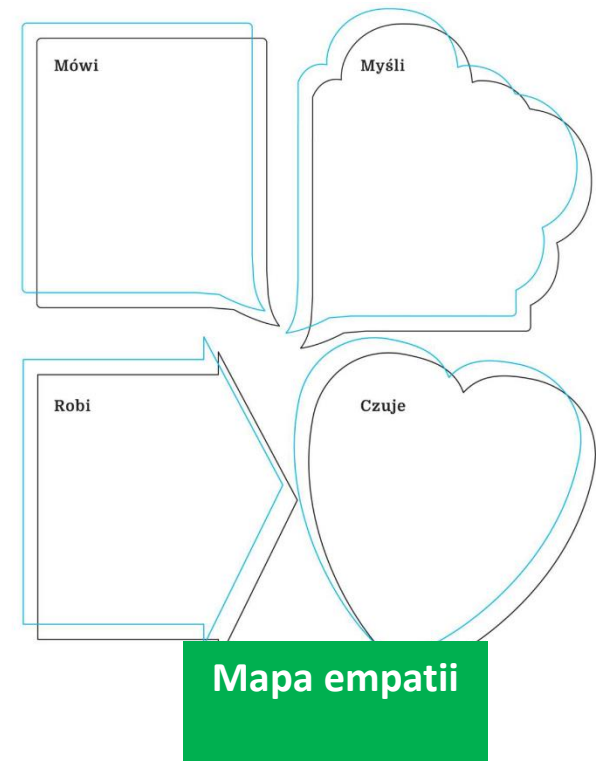
Sprzeczności:

Ciekawe:

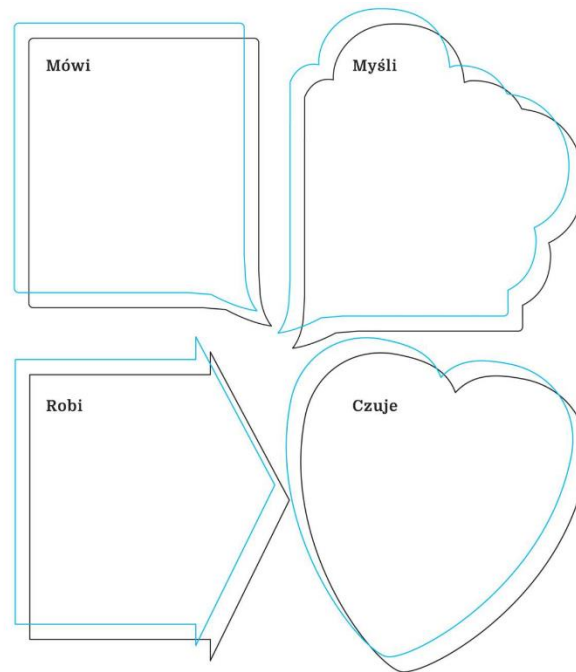
Najczęściej
poru

Cyta

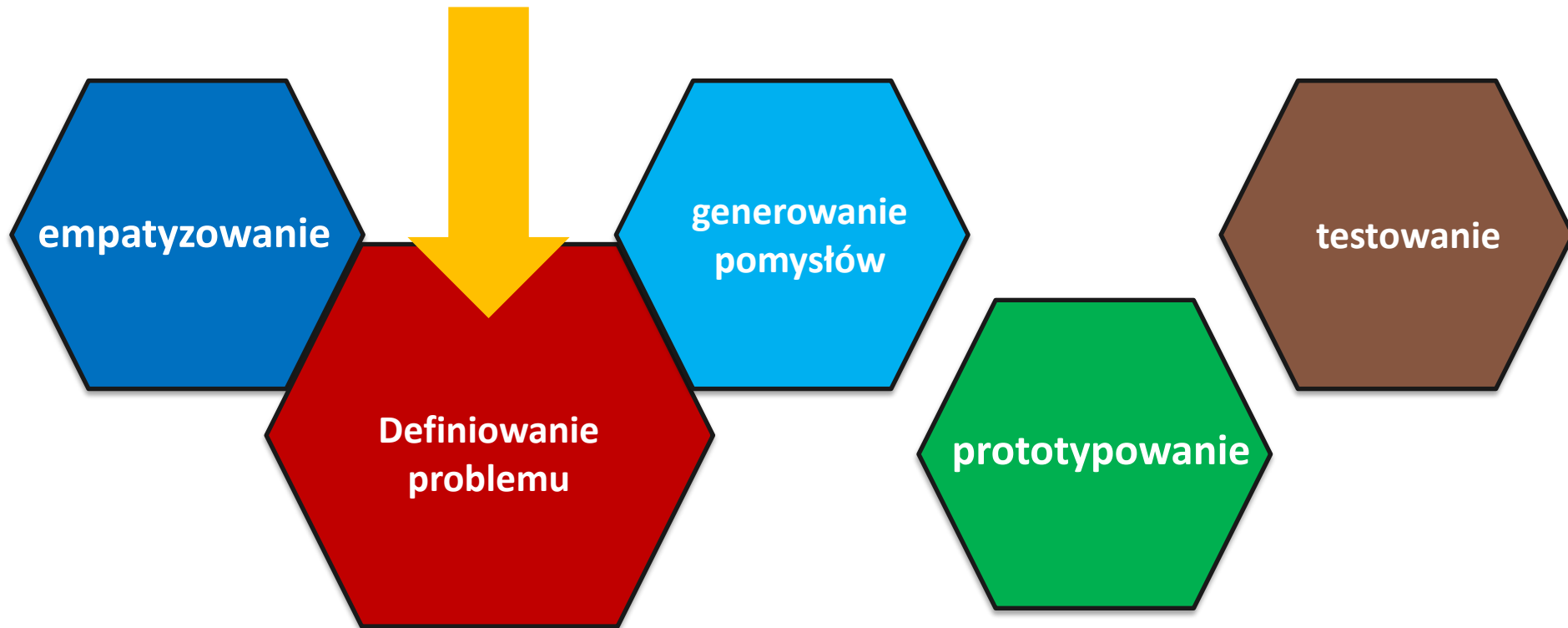
**Kluczowe
obserwacje**



MAPA EMPATI



Etapy procesu Design Thinking





COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

Definiowanie problemu

To etap, na którym wszystkie zdobyte informacje o tym, kim jest nasz użytkownik, jakie są jego największe wyzwania życiowe i codzienne problemy, czego potrzebuje w kontekście projektowanego rozwiązania, muszą zostać przeanalizowane i zawężone do jednego zdania, stanowiącego wyzwanie projektowe



COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

Definiowanie problemu

Potrzeby:

- Czego użytkownik potrzebuje?
- W czym możemy mu pomóc?
- Co mu da rozwiązanie tego problemu?
- Co mu ułatwi? Co będzie mógł dzięki temu?
- Co jest dla niego najważniejsze?
- O czym najczęściej mówi?
- Gdzie pojawiły się emocje?

Uwaga!

Wypisujemy potrzeby osoby a nie nasze rozwiązania

GENEROWANIE WYZWANIA

Najważniejsze zasady:

- wyzwanie nie może być zbyt proste
- ma dotyczyć rzeczy ważnych dla osoby
- oparte na potrzebach osoby a nie naszych wyobrażeniach
- ma być inspirujące
- chcemy się nim zająć
- wiemy jaki kryje się za nim cel i kiedy chcemy go osiągnąć
- Powinno zawierać analogię, lub cytaty osoby

GENEROWANIE WYZWANIA

Jak moglibyśmy pomóc

tak, aby

GENEROWANIE WYZWANIA

Jak moglibyśmy pomóc

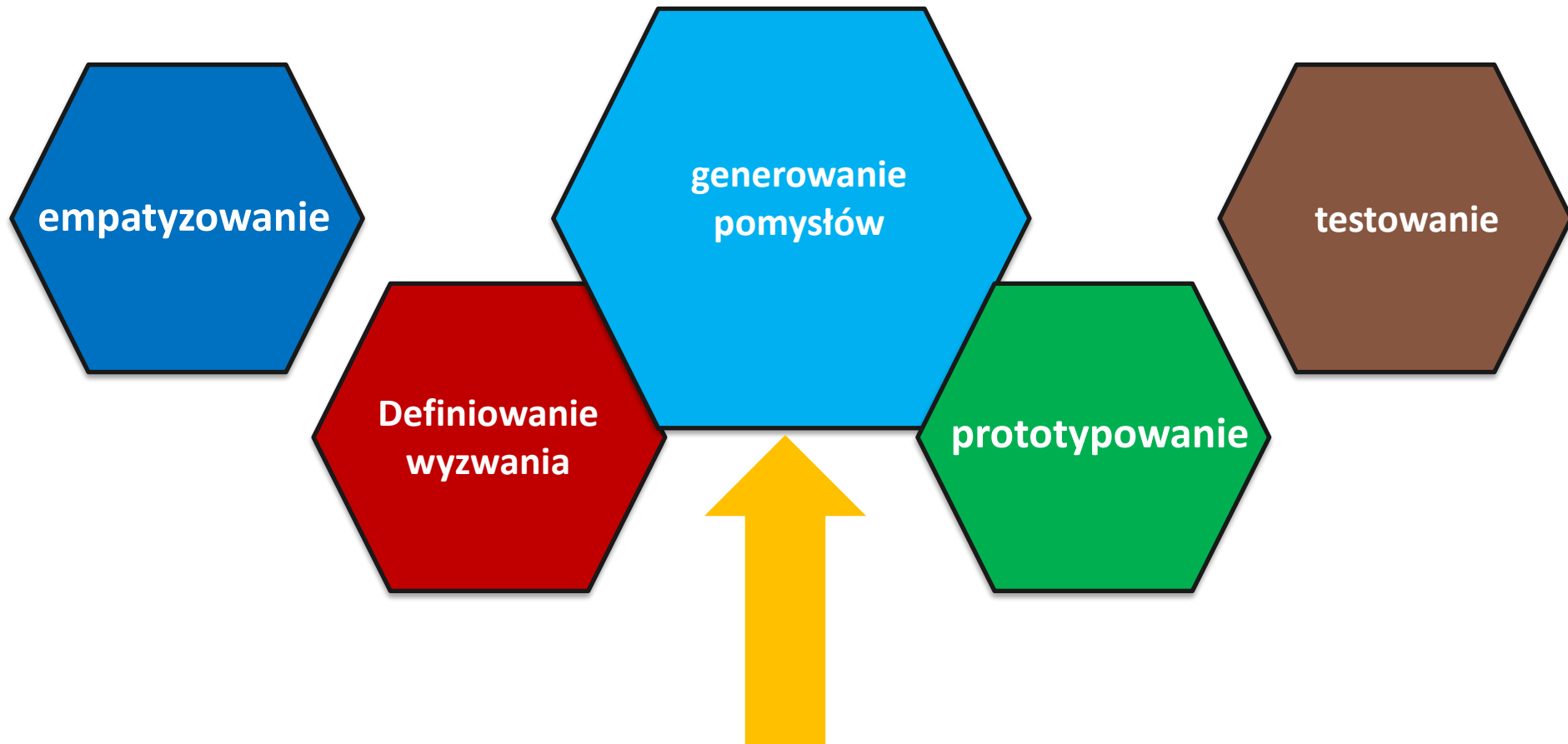
_____ (imię) _____

_____ (rozwiązać problem, zaspokoić potrzebę) _____

tak, aby _____ (korzyść/efekt WOW) _____

Przykład: Jak moglibyśmy pomóc Asi w znalezieniu ciszy i koncentracji podczas pracy z domu tak aby poczuła się jak w klasztorze Shaolin?

Etapy procesu Design Thinking





COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

generowanie pomysłów

Podczas tego etapu stosuje się wiele różnych odmian burzy mózgów i technik kreatywnych w celu generowania pomysłów stanowiących odpowiedź na zdefiniowane wcześniej wyzwanie projektowe. Efektem tego etapu jest wybór kilku projektów do prototypowania.



COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

Generowanie pomysłów

„Umysł jest jak spadochron.

Nie działa, jeśli nie jest otwarty”

Frank Zappa

Generowanie pomysłów: krok po kroku



1. Ustal zasady generowania pomysłów
2. Dobierz różnorodne metody burzy mózgów i technik kreatywnych
3. Dokonaj kategoryzacji i selekcji pomysłów
4. Wybierz pomysły do prototypowania

13 zasad skutecznego generowania pomysłów



1. Wymyślajcie na ilość a nie na jakość
2. Nie ma głupich pomysłów.
3. Wyłączcie wewnętrznych krytyków
4. Każdy członek zespołu ma równe prawo zgłaszać dowolną liczbę pomysłów.
5. Wszystkie pomysły są własnością całego zespołu.
6. Nie twórzcie idealnych pomysłów
7. Budujcie na pomysłach innych
8. Im bardziej odważne i łamiące schematy pomysły tym lepiej.
9. Nie ograniczajcie się tylko do obszaru, w którym projektujecie.
10. Nie zakochujcie się w swoich pomysłach.
11. Wszystkie pomysły zasługują na to, aby je zapisać.
12. Zadbajcie o wszystkie pomysły, które powstaną podczas burzy mózgów.
13. Generujcie pomysły na temat.

Generowanie pomysłów burza mózgów



Zasady skutecznej burzy mózgów (Alex Faickiney Osborn):

- Zasada odroczonego wartościowania
- Zasada różnorodności
- Zasada irracjonalności
- Zasada kombinacji i inspiracji



COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

Generowanie pomysłów

- zapisuj wszystkie pomysły jakie przyjdą Ci do głowy
- 1 pomysł 1 karteczka
- inspiruj się od pomysłów innych
- pisz drukowanymi literami
- wstań i ruszaj się
- pomysły nie idee! – konkret
- idziemy w ilość nie jakość
- nie oceniamy – wszystkie pomysły są dobre na tym etapie

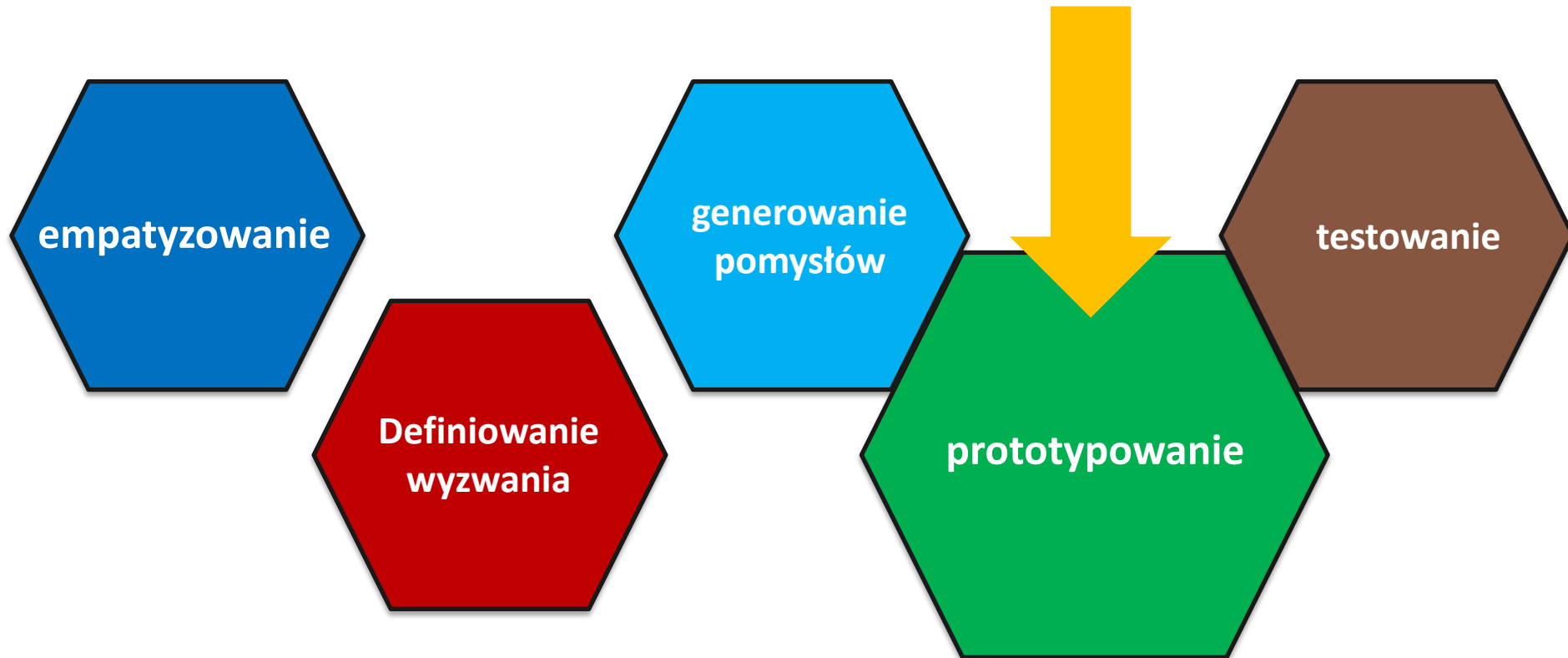


COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

Selekcja pomysłów:

W pierwszym kroku wygenerowanie jak największej liczby pomysłów, w myśl zasady ilość rodzi jakość. W drugim kroku - wybór tych, które mają największy wpływ na realizację naszego wyzwania przy możliwie najmniejszym wysiłku.

Etapy procesu Design Thinking





COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

prototypowanie

To etap w którym wybrane pomysły zamieniane są na prototypy, czyli obiekty w postaci makiet, schematów, storyboardów, które pokazują ich najważniejsze funkcjonalności i sposób w jaki mogłyby być wykorzystane przez użytkowników. Wszystko po to aby dać użytkownikowi namiastkę doświadczenia, czyli jak będzie działać rozwiązanie w konkretnej sytuacji.



COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

Zasady prototypowania

1. Przygotowane prototypy powinny mówić same za siebie
2. Prototypy powinny być interaktywne
3. Prototypy przygotowuje się szybko i tanio
4. Myśl rękami
5. Twórz z myślą o użytkowniku
6. Prezentacja
7. Nie musimy wybierać tylko realistycznych pomysłów mogą one stać się inspiracją przy kolejnej iteracji

Prototypowanie

1. Przygotowanie przestrzeni
2. Przygotowanie materiałów do prototypowania

Karta konceptu

KARTA KONCEPTU

Chwytny tytuł

Opis rozwiązania

Wartość dla klienta

Hipoteza

Co chcemy sprawdzić dodatkowo

Karta konceptu zawiera

1. Chwytny tytuł
2. Opis rozwiązania
3. Wartość dla klienta
4. Weryfikowana hipoteza
5. Co chcemy sprawdzić

Formy prototypów

1. Makieta

- Model czegoś w zmniejszonej skali, fragment obiektu imitującego autentyczny przedmiot lub budowlę, schemat kompozycji przestrzennej

2. Schemat

- Ogólny wstępny szkic lub plan czegoś, uproszczony rysunek techniczny obiektu, układu lub urządzenia

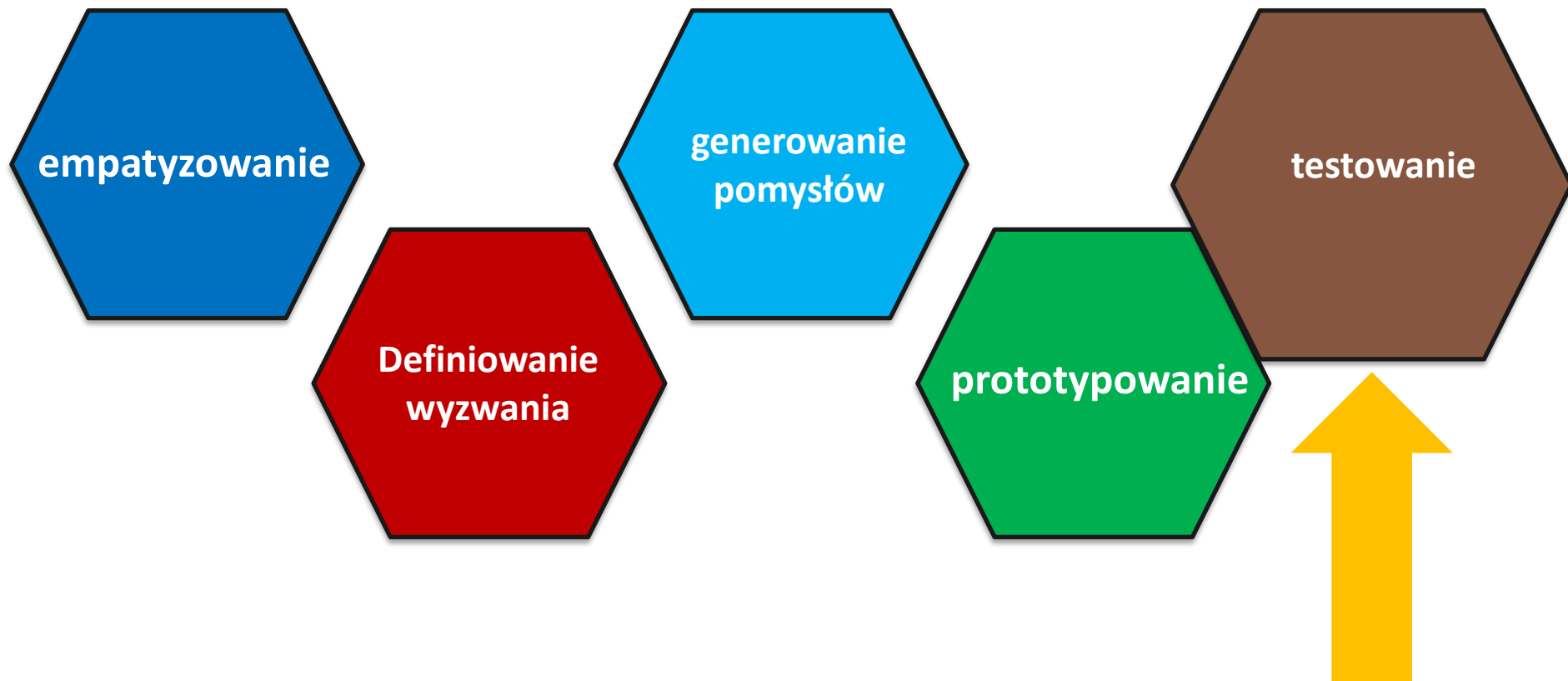
3. Storyboard

- Scenopis obrazkowy – seria obrazów i szkiców które przedstawiają sekwencję następujących po sobie czynności związanych z korzystaniem z zaproponowanego rozwiązania

4. Scenka

- Rodzaj prototypu, który polega na wcieleniu się członków zespołu w zaplanowane role, mający na celu pokazanie, opowiedzenie i zademonstrowanie sposobów wykorzystania prezentowanej usługi lub produktu.

Etapy procesu Design Thinking





COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

testowanie

Testowanie to etap zbierania informacji zwrotnej od potencjalnych użytkowników na temat użyteczności, funkcjonalności i wyglądu prototypów.

Celem jest wydobyć z powstałych prototypów tych cech i funkcjonalności rozwiązań, które będą dalej rozwijane, a wyeliminowanie tych, które nie zyskały aprobaty klienta.



COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

Metody testowania

Szybkie testy

- Zapytaj swoją babcię – zebranie szybkiego feedbacku od osoby spoza środowiska
- Test korytarzowy
- Podobało mi się... Chciałbym...

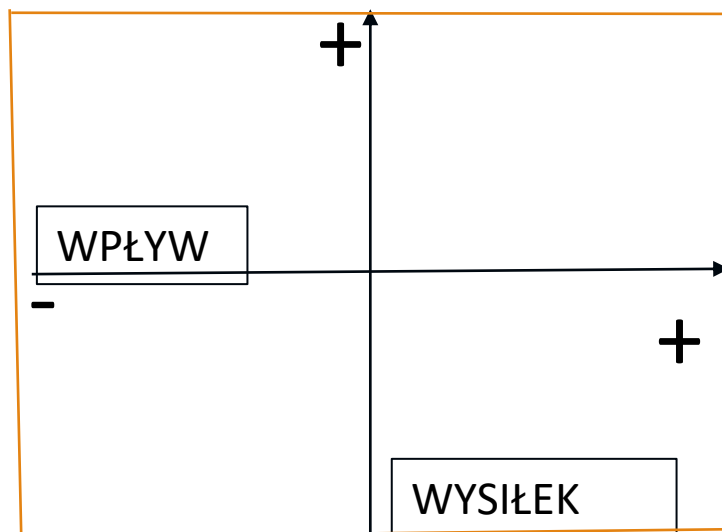
Pełne Testowanie

- Formularze
- Wywiad pogłębiony (z obserwatorem)



COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

Metody testowania



Ocena potencjału pomysły nr.....

Drogo Tanio
1-2-3-4-5-6-7-8-9-10
Nudne Wow!
1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

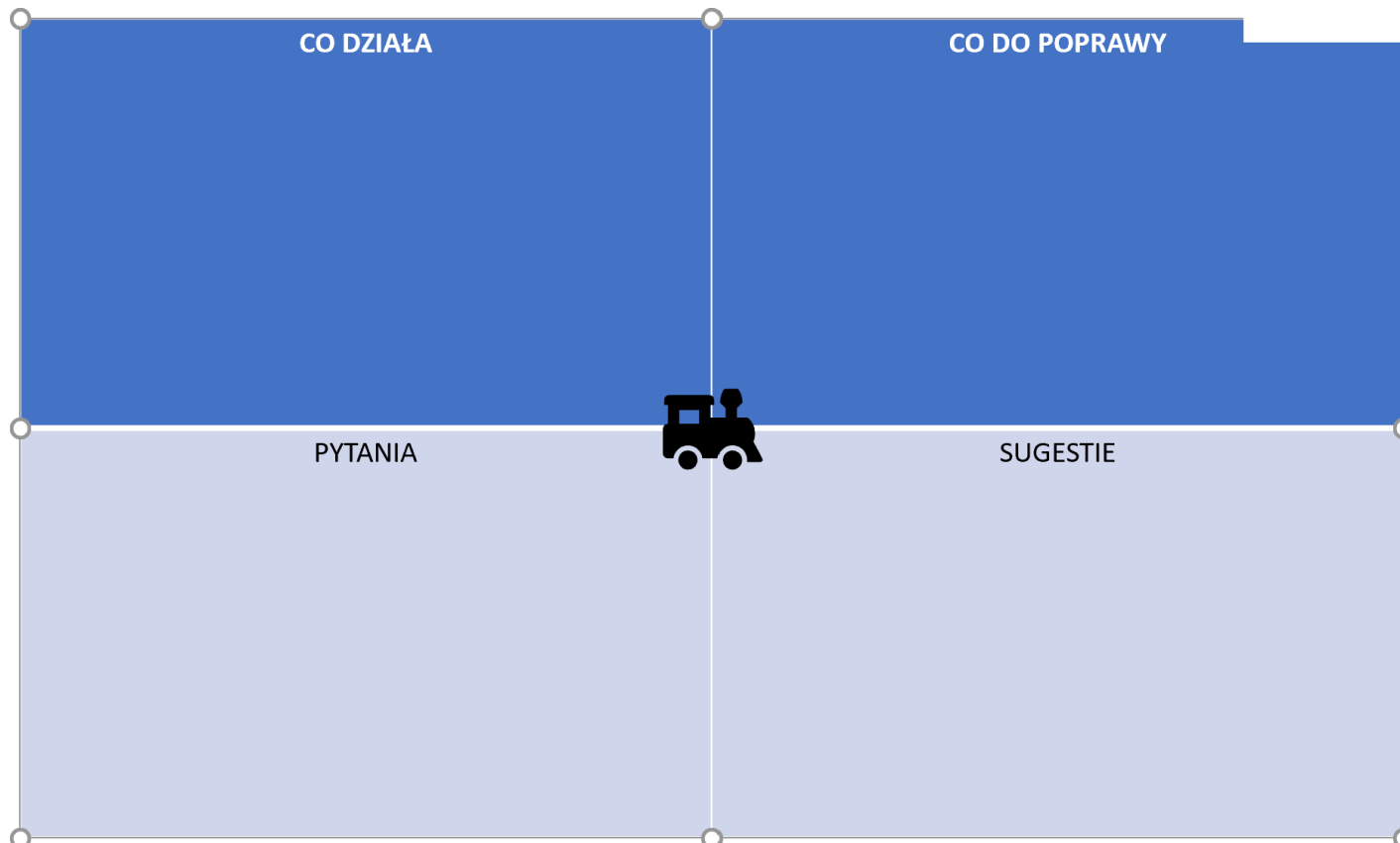
Podobało mi się bo...
Zmieniałbym...

+	-
!	?

Testowanie – zasady

1. Pytaj, słuchaj, nie obrażaj się
2. Nie przekonuj użytkownika do swoich racji
3. Zapisuj, zapamiętuj, nagrywaj
4. Udostępnij narzędzia do testowania

Karta testów



Testowanie - podsumowanie

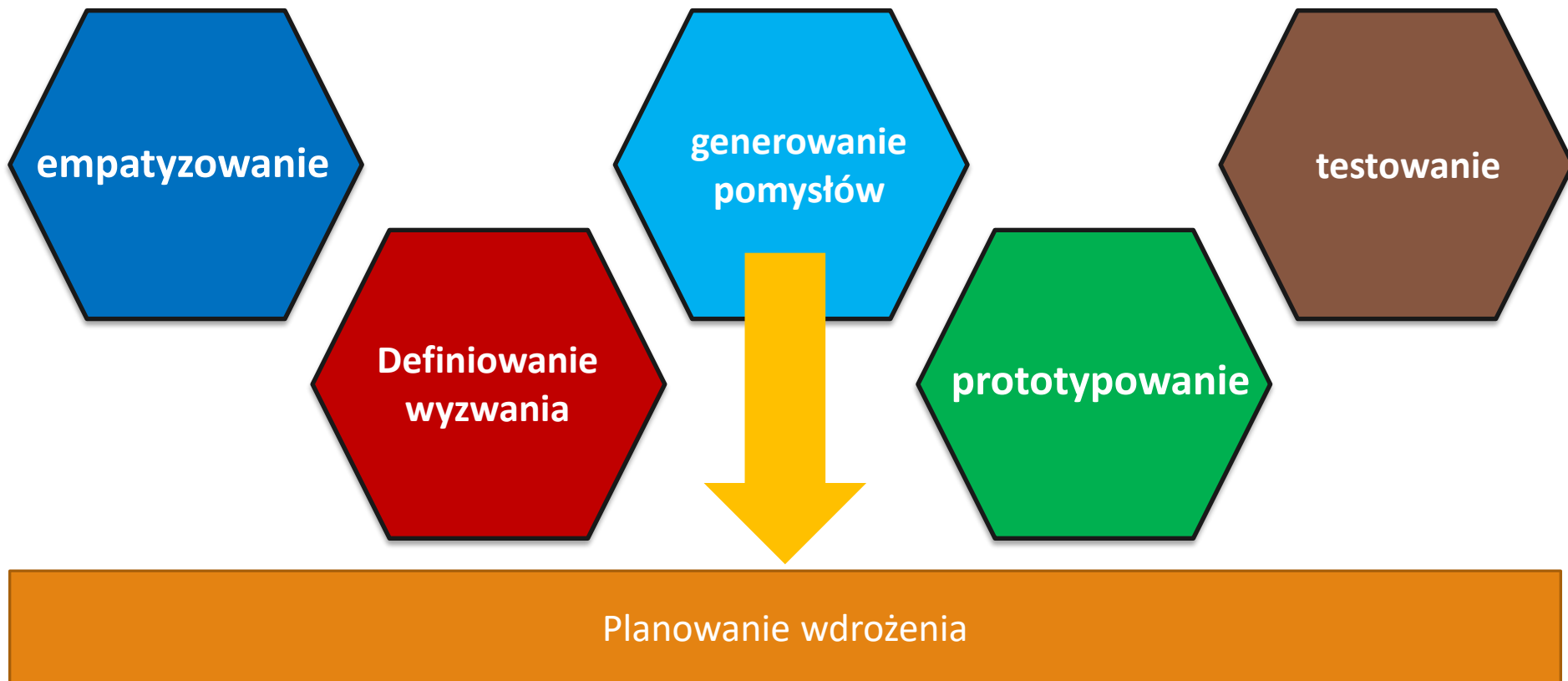
Cel:

Zebranie szybkiego feedbacku dotyczącego naszego pomysłu najpierw od uczestników warsztatów a następnie od potencjalnego użytkownika końcowego, a następnie przejście do wprowadzania go w życie lub powrót do wcześniejszych etapów (np. wprowadzanie zmian w samym prototypie).

Ważne!

- Do przeprowadzenia wywiadów wystarczy 5-6 osób,
- Podczas zbierania feedbacku ważne jest, aby tłumaczenie kontekstu sprawdzić do niezbędnego minimum, aby nie narzucać nic testerowi, pozwolić mu doświadczyć
- Z zebraniem feedbackiem wracamy i budujemy nowy prototyp

Etapy procesu Design Thinking





COLLIS
PRACOWNIA ROZWOJU

Planowanie wdrożenia

Można planować wdrażanie zgodnie z zasadami wykorzystywanymi przez najbardziej zwinne firmy w ramach metody LEAN STARTUP:

Popęłniaj błędy szybko i poprawiaj

(fail fast and iterate)

Planowanie wdrożenia

1. Przygotuj listę kluczowych kompetencji i decydentów potrzebnych do wdrożenia rozwiązania
2. Określ MVP (minimum viable product) poprzez wyeliminowanie z prototypu elementów, które nie są potrzebne klientowi (tzw. Gadżety)
3. Zorganizuj prezentację prototypów dla decydentów
4. Potwierdź kluczowe cele wdrożenia – KPI
5. Zaplanuj fazy iteracji
6. Utrzymuj prostotę rozwiązania
7. Przygotuj business case
8. Określ i potwierdź w organizacji szczegółowy plan wdrożenia

Podsumowanie

empatyzowanie

**Definiowanie
wyzwania**

**generowanie
pomysłów**

prototypowanie

testowanie

Planowanie wdrożenia

Do zobaczenia i usłyszenia:

Jakub Cichocki

tel.: 602 201 033

biuro@collis.com.pl



<https://www.linkedin.com/in/jakub-cichocki/>



<https://www.facebook.com/jakub.cichocki.75/>

