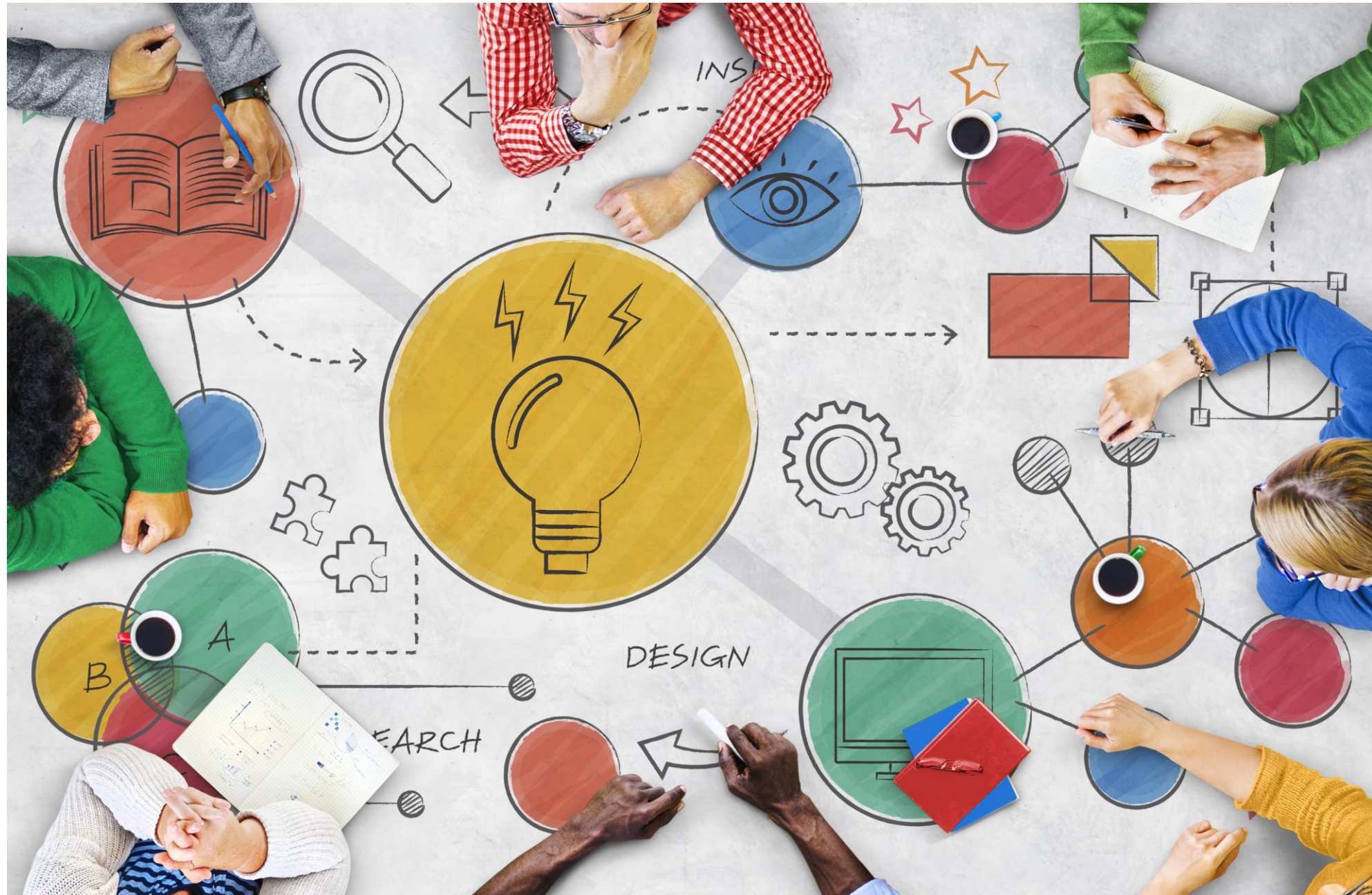


DESIGN THINKING

Ukážka nástroje

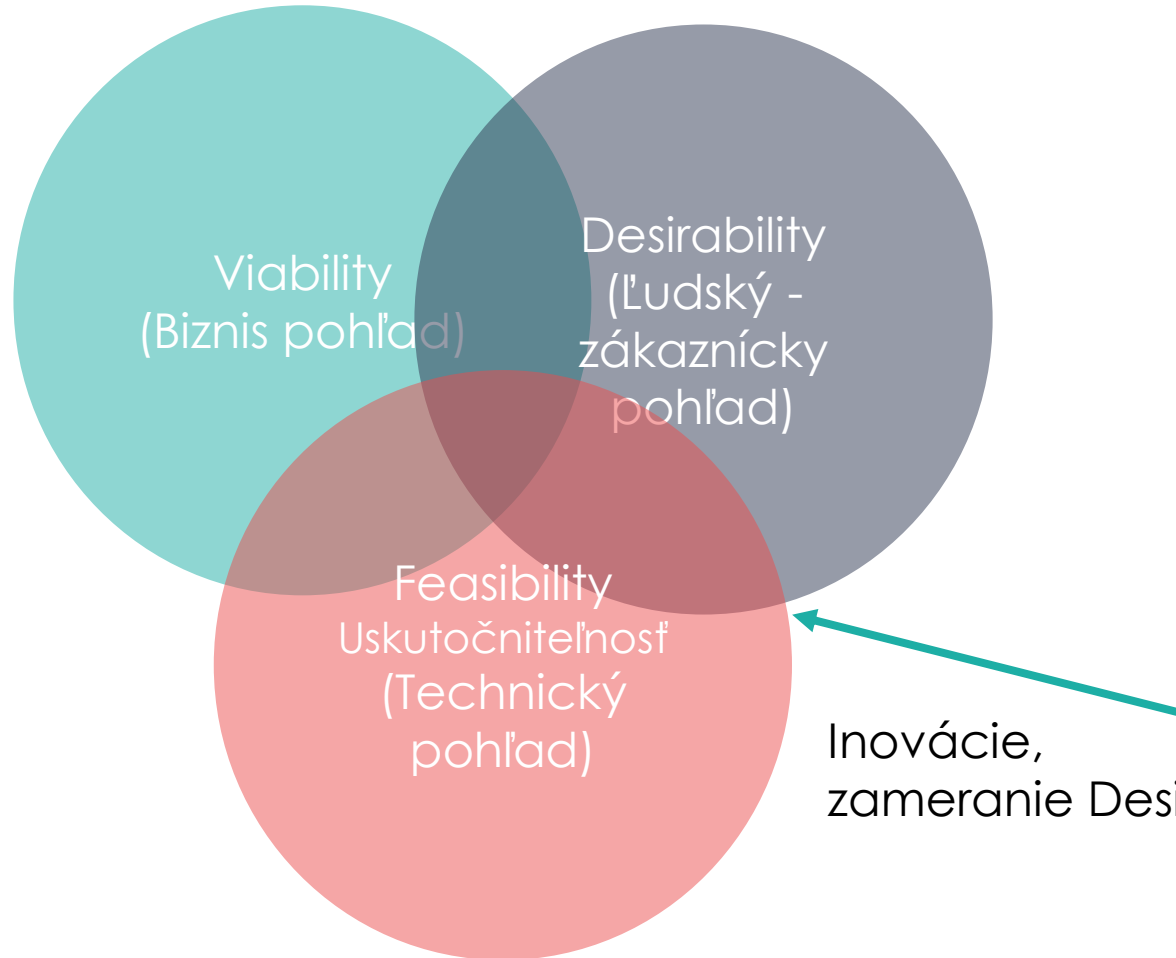
Diana Rusnáková



Čo je Design Thinking

- Komplexný **inovačný prístup** zameraný na zákazníka, ktorého cieľom je generovať a rozvíjať kreatívne podnikateľské nápady alebo celé obchodné modely a riešiť problémy.
- Použiteľný pre **rôzne druhy** podnikateľských nápadov - či už majú charakter produkt, alebo služby.

Hľadanie riešenia



Riešiteľský tím má odrážať tieto 3 pohľady a mať expertov z oblasti:

- Technológie, IT, inžinieri...
- Zákazník, zákaznícka podpora, marketing a pod.
- Biznis – procesy, podpora predaja, financie...

Základné charakteristiky



Integratívny – zjednocuje
nápad

- Spolu a sám

Orientácia na zákazníka,
užívateľa, na človeka

- „human-centered“
- Empatia



Myšlienky hmatateľné v
rannom štádiu

- Prototypovanie
- Fail fast to succeed sooner
- Zlyhajte rýchlo, aby ste uspeli skôr

Rôznorodosť účastníkov

- Interdisciplinárne
- Diverzita
- 3-8 členný tím



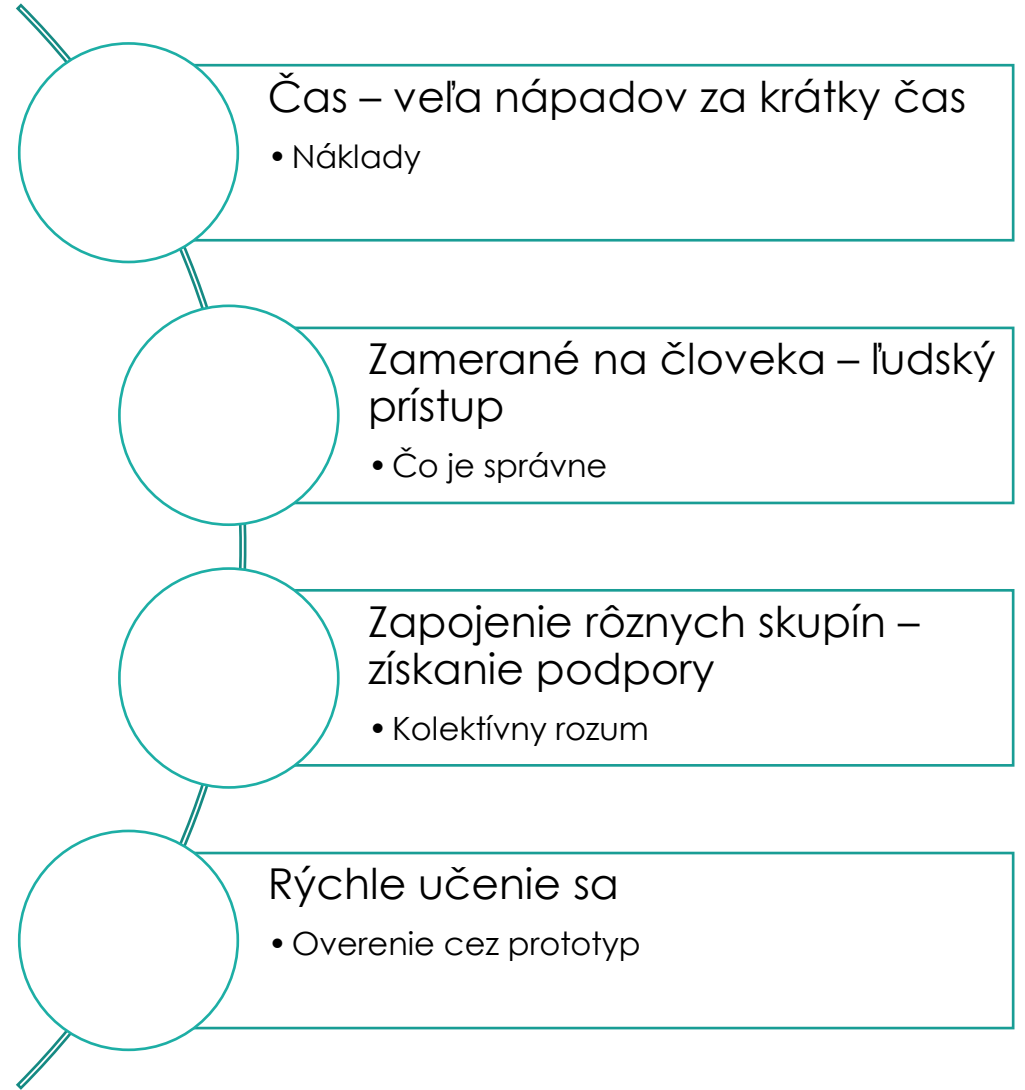
"Niektorí ľudia si myslia, že dizajn znamená, ako **veci vyzerajú.**"

Ale samozrejme, ak budete kopať hlbšie, je to tak, ako **veci fungujú.** ""

Steve Jobs

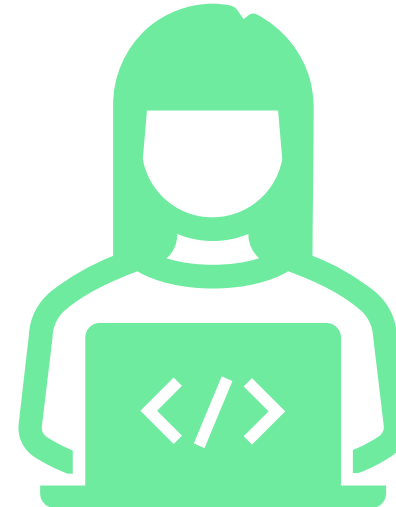
Prečo Design Thinking?

- Komplexné problémy – nemajú jednoduché riešenie
- Interdisciplinárne a multi-rezortné témy
- Existuje mnoho rôznych možností riešenia – neexistuje jedna správna cesta
- Prináša inovácie, netradičný pohľad
- Demokratická inovácia

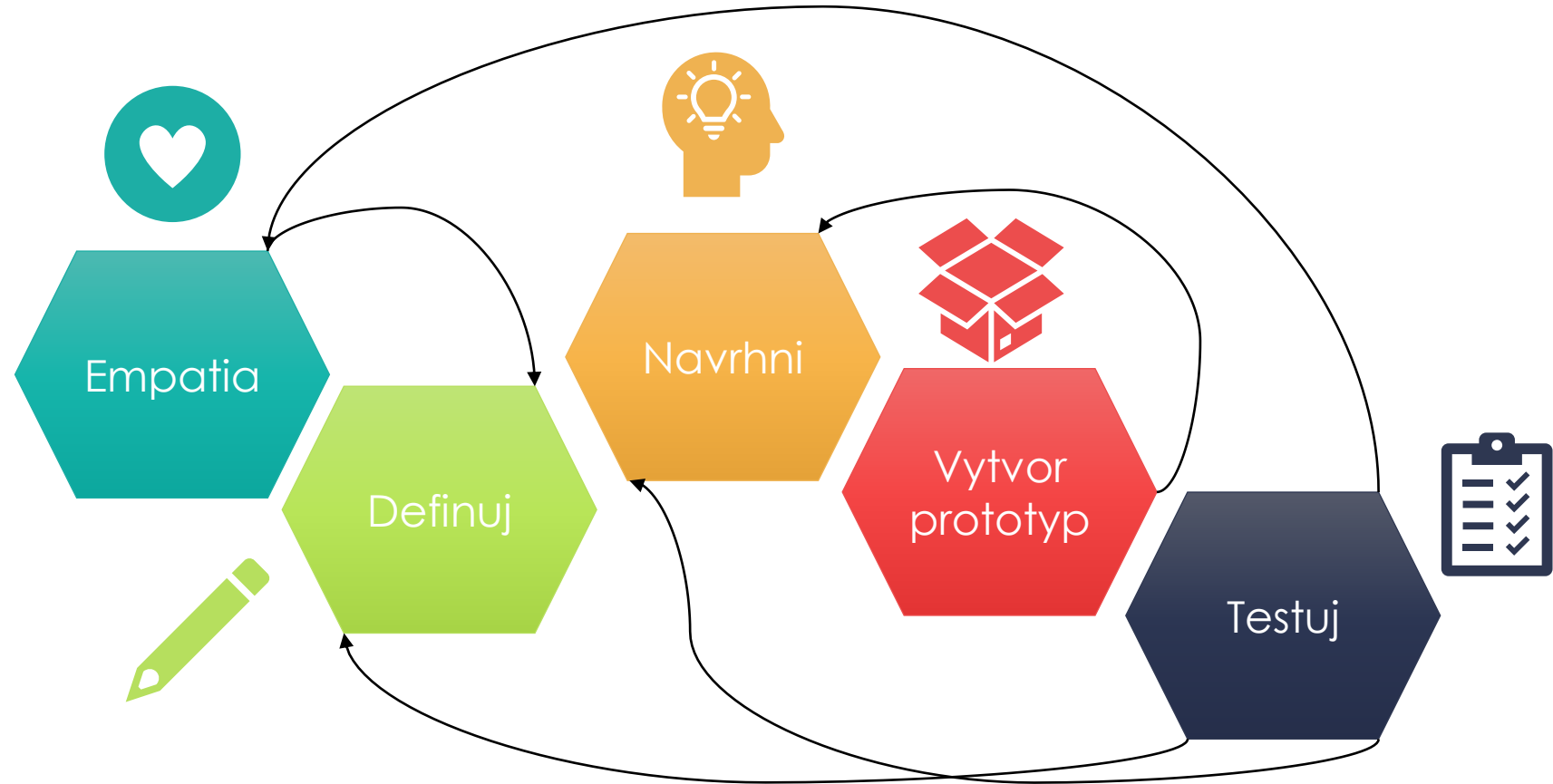


Oblasti použitia

- Digitálne produkty, aplikácie
- Webstránky
- Nové služby
- Produkty, obaly, marketingové kanály
- Stratégie
- Riešenie zákazníckych sťažností
- Sociálne a ekologické problémy
- Konflikty, obmedzené zdroje



5 Krokov



Stanford D School - Design Thinking Procesný model

Definovanie problému – „Design Brief“

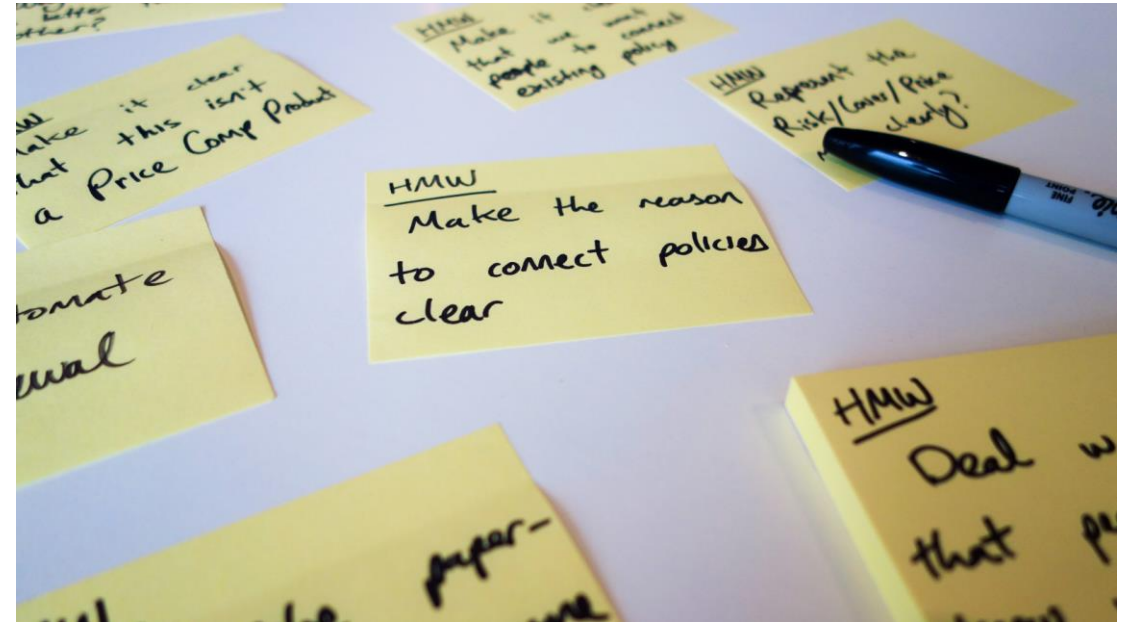
	Problém	Nie je problém	Riešenie
Kto	má problém? je problémom ovplyvnený?	nemá problém?	Môže používať riešenie?
Kde	Sa vyskytuje?	Sa nevyskytuje?	Je najlepšie miesto to vyriešiť?
Kedy	Sa objavuje? Začína? Sa zhoršuje?	Sa neobjavuje?	Je vhodné vyriešiť?
Čo	Je problém? Vieme už? Je iné?	Nie je problém?	Sa už urobilo? Nemôžeme zmeniť?
Ako	Sa prejavuje? Je vo vzťahu k iným problémom?	Sa neprejavuje?	By mohol byť problém príležitosťou?
Prečo	Je nezvyčajný?	To nie je problém všetkých?	Potrebujeme riešenie?

“Driver Statement” – popis stavu a požiadavky

Súčasná situácia	Čo sa deje teraz , v súčasnosti...	
	To vedie, to spôsobuje,... To má vplyv	
Želaná situácia	Čo by malo byť – požiadavka, želaný stav...	
	To má viesť k, účel a prínos....	

How might we... – Ako by sme...

- Pozitívne preformulujte problém na otázku Ako by sme...?
- Zmeňte problém na príležitosť
- Nastavenie mysle na riešenie problému a nie na hľadanie vinníkov



Príklad

Problém:

„V kancelárii je niekedy veľa hluku v open space a nevieme sa sústrediť na prácu.“

Príliš úzka



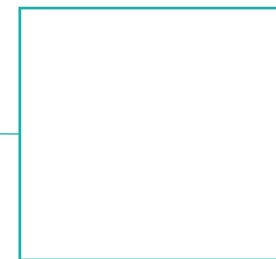
Ako by sme vytvorili viac
privátnych kancelárií
aby sa ľudia navzájom
nerušili?

Akurát

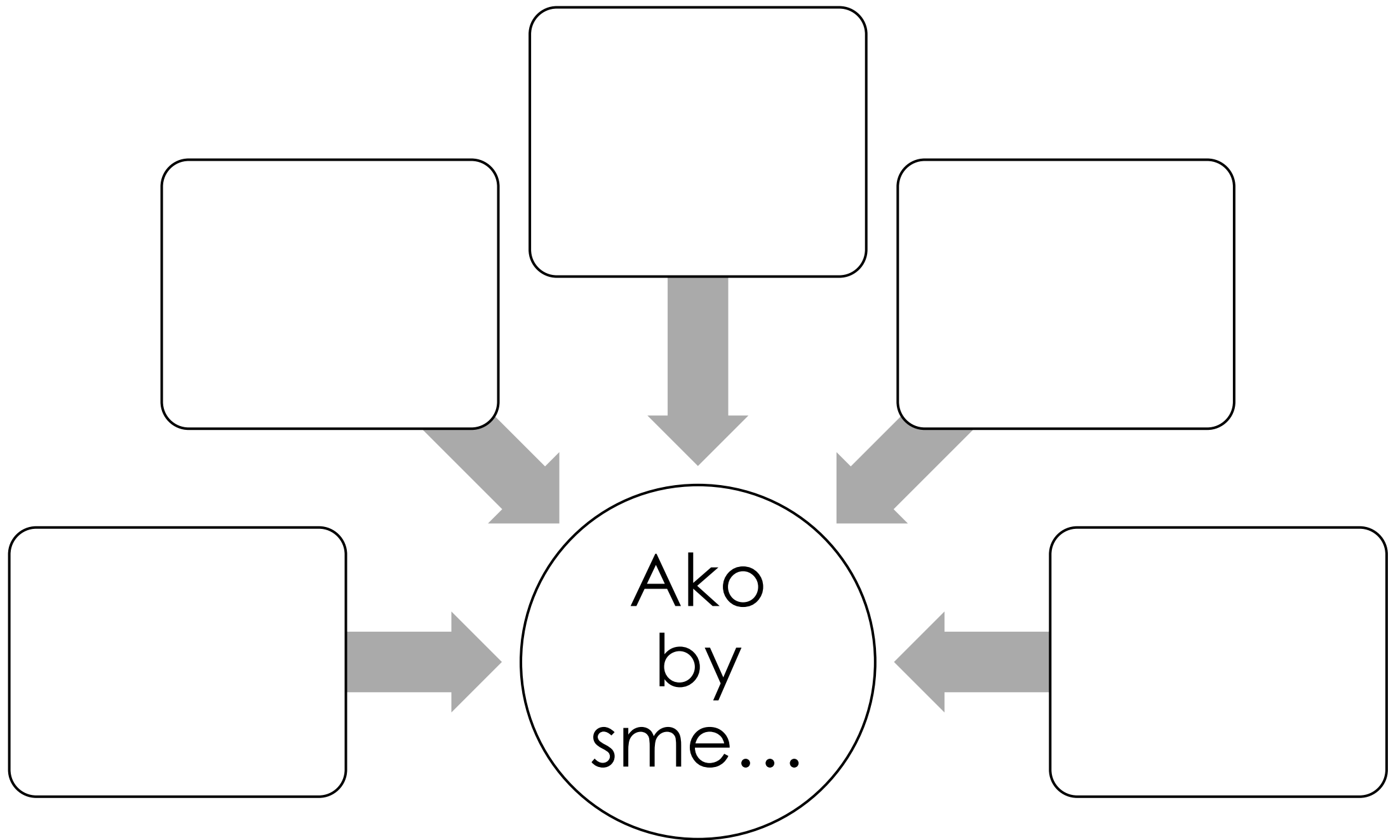


Ako by sme vytvorili priestor,
ktorý vyhovuje rôznym štýlom
práce a dá sa prispôbiť
meniacim sa potrebám?

Príliš široká



Ako by sme pomohli
zamestnancom sa lepšie
sústrediť?



Ako vytvoriť empatiu

Cieľ fázy:

- Získať nový pohľad na proces, život, starosti a radosti zákazníka, užívateľa
- Pochopiť potreby, požiadavky, želania
- Vytvoriť pochopenie – Vidieť svet ich očami

Princípy

- Mysli ako začiatočník
- Háďaj menej

Empathy Map

Zobrazuje čo používateľ:



- Hovorí



- Myslí



- Cíti

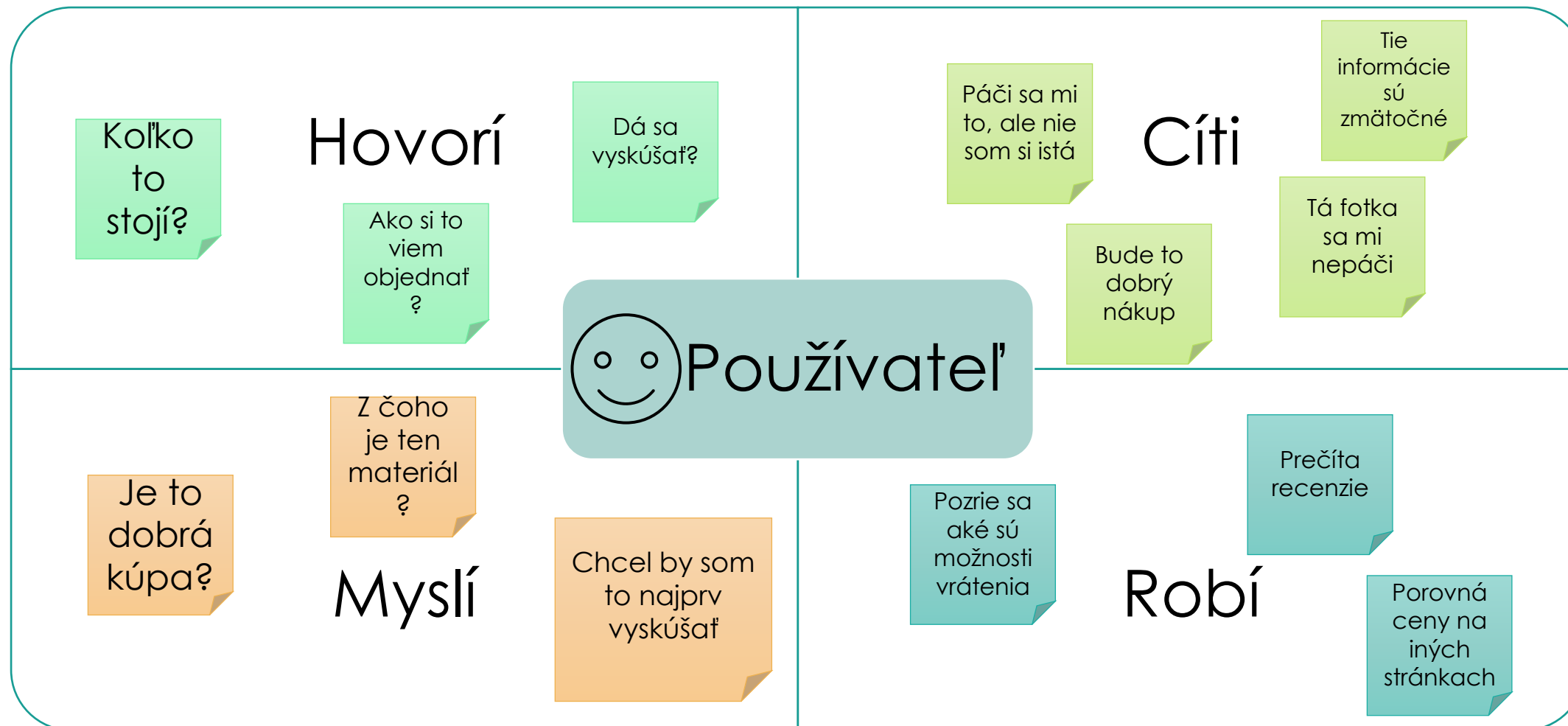


- Robí

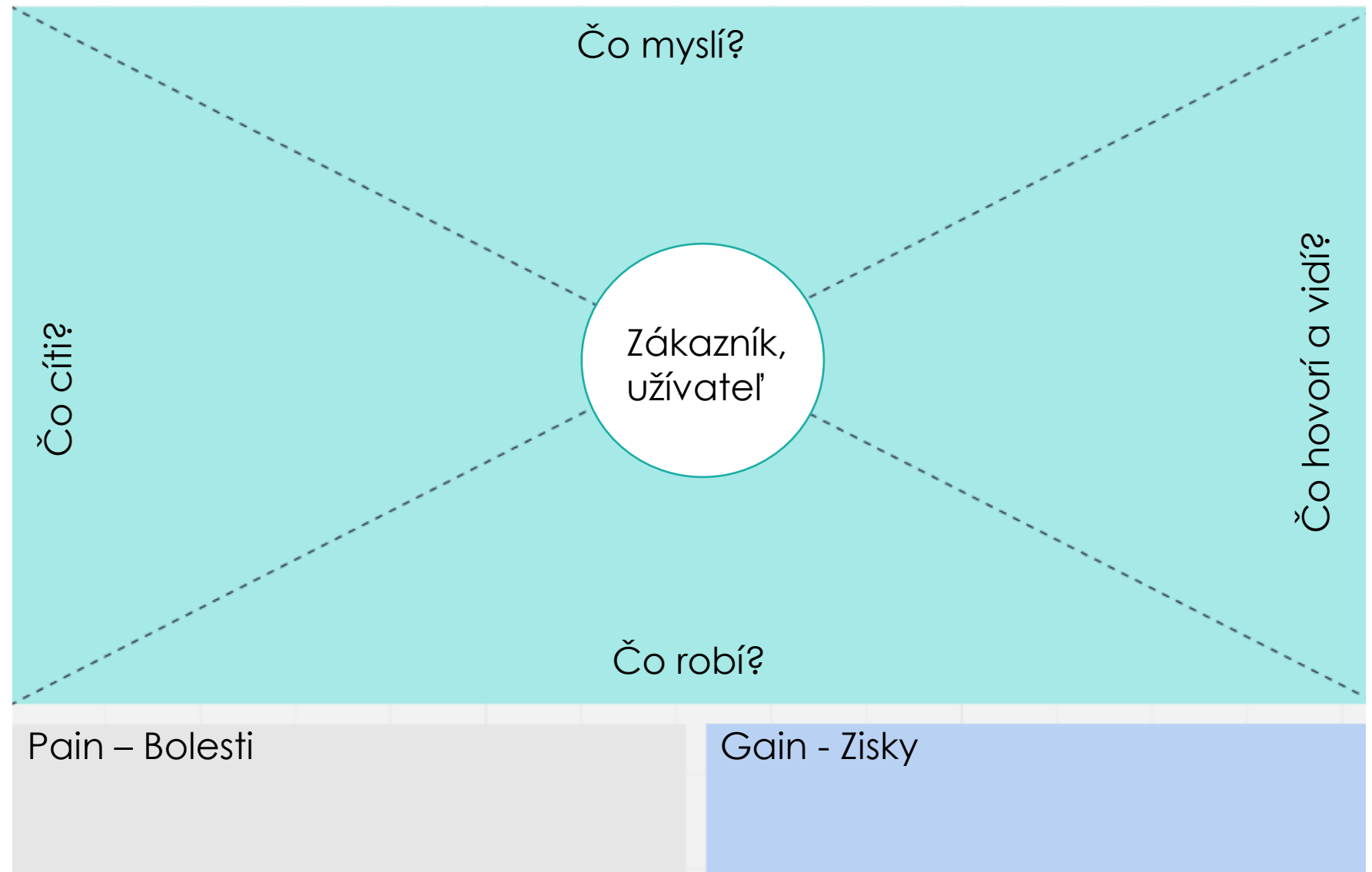
Kedy používať:

- Keď potrebujete porozumieť potrebám užívateľov a zákazníkov.
- Destiluje vaše vedomosti do jediného zdroja pravdy o používateľovi.
- Zhrnie a analyzuje kvalitatívny výskum, ako sú odpovede na prieskumy a prepisy rozhovorov.

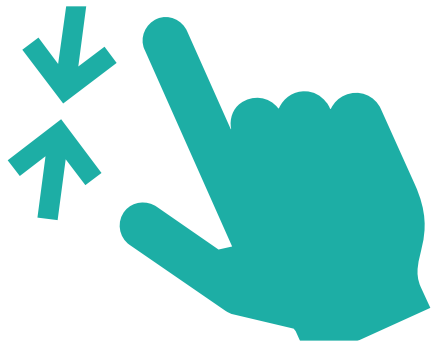
Empathy map príklad



Empathy map



Interview



Ukáž mi – požiadaj svojho zákazníka, aby ukázali ako interagujú s objektmi: produkt, systém, aplikácia, nástroje, prostredie



Nakresli – požiadajte zákazníka, aby načrtol svoju skúsenosť do jednoduchého obrázka, diagramu



5x Prečo? – Pýtajte sa hlbšie, na odpovede sa pýtajte v jednom rade prečo, aby ste porozumeli hlbším konaniam



Mysli nahlas – požiadajte zákazníka aby komentoval svoje myšlienky nahlas, aby ste odhalili aj nevysslovené.

Interview

- Identifikujte, kto je používateľ/klient/odborníci, s ktorými by sa mal viesť rozhovor. Kto sú všetci ľudia zapojení do vašej témy? Kto vám môže pomôcť poskytnúť viac informácií o tom, čo sa deje?
- Napíšte si otázky na pohovor, čo chcete zistiť, aby ste lepšie porozumeli svojej výzve.
 - Čo predpokladáte, ale nie ste si istí a potrebujete si to overiť?
 - Čo sa potrebujete o svojej výzve dozvedieť?
 - Otvorené a uzavreté otázky
 - Ako vníma výzvu klient?
 - Aké má prekážky?
 - Ako sa pri tom cíti?
 - Aké sú motivácie používateľa?

- “Povedz mi niečo o svojej skúsenosti...”
- “Aké sú najlepšie/najhoršie časti...?”
- “Môžete mi pomôcť pochopiť viac ako...?”

Otázky interview

	Interview s:
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

9 boxes – 9 krabíc

Je to technika robenia rozhovorov – interview, ktorá pomáha odhaliť problém a príležitosti.

Po dodržaní techniky a poradia sa zákazník cíti pochopený a vypočutý.

Môže sa používať na začiatku projektu alebo vo fáze testovania.

	Aký je problém? Čo sa deje?	Kto je ovplyvnený? Dopad	Vizualizácia budúceho stavu
Otvorené otázky “Povedzte mi...”, “Popíšte...”, “Čo sa potom stane?”	1	4	7
Zisťovacie otázky “Koľko...”, “Kedy...?”, “Ako veľmi ...?”, “Ako často...?”, “Kde...?”	2	5	8
Overovacie otázky “Keď som to správne pochopil...sumár čo som počul...je to správne?”	3	6	9

Otázky 9 boxes

- Vymyslíte vlastné otázky na Vašu tému, vybraný problém do všetkých 9 políčok.
- Spravte si interview v trojici – 1 sa pýta, 1 odpovedá, 1 pozoruje a dáva spätnú väzbu

	Aký je problém? Čo sa deje?	Kto je ovplyvnený? Dopad	Vizualizácia budúceho stavu
Otvorené otázky “Povedzte mi...”, “Popíšte...”, “Čo sa potom stane?”			
Zisťovacie otázky “Koľko...”, “Kedy...?”, “Ako veľmi ...?”, “Ako často...?”, “Kde...?”			
Overovacie otázky “Keď som to správne pochopil...sumár čo som počul...je to správne?”			

Zber inšpirácií - analógie

- Vyberte si miesto, kde môžete zažiť skúsenosť, ktorá je relevantná pre vašu výzvu
 - Podobné správanie, produkt, služba....
 - Podobná výzva
 - Iné odvetvia – rovnaká výzva
 - Podobné vzory správania
- Môžete použiť internet. Nájdite inšpiratívny príklad, ktorý stojí za to pozrieť sa na to so svojím tímom
- Nájdite aspoň 2 analógie, ktoré môžete navštíviť/ pozorovať pre inšpiráciu
- Čo je tam podobné?
- Ako vyriešili problém?
- V čom sú podobné? – v čom iné?

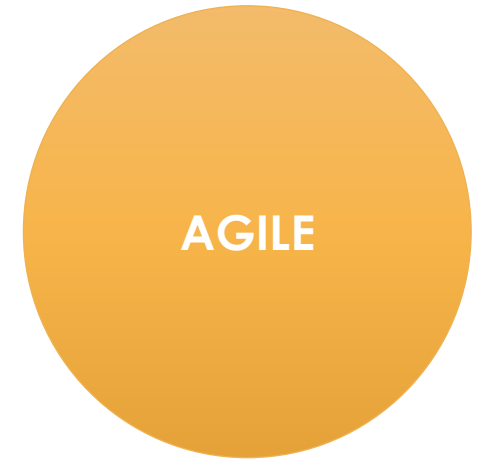
Design Thinking – Lean Start Up - Agile



Preskúmať
problém a
riešenia



Postaviť ten
správny
produkt



Dodať veci
správne a
efektívne

Kontakt

+0908 767 501

diana@dianarusnakova.sk

www.dianarusnakova.sk

Stretnime sa



E-Booky na stiahnutie



<https://dianarusnakova.sk/e-knihy>