Myślenie Projektowe - Design Thinking dla Księgarzy

Warszawa i Toruń, czerwiec 2019

Materiały z warsztatów

WEMAGINE.PL

Dofinansowanie

Szkolenie „Klaster działań pro-czytelniczych wokół lokalnej księgarni”, zostało dofinansowane ze środków MKiDN.

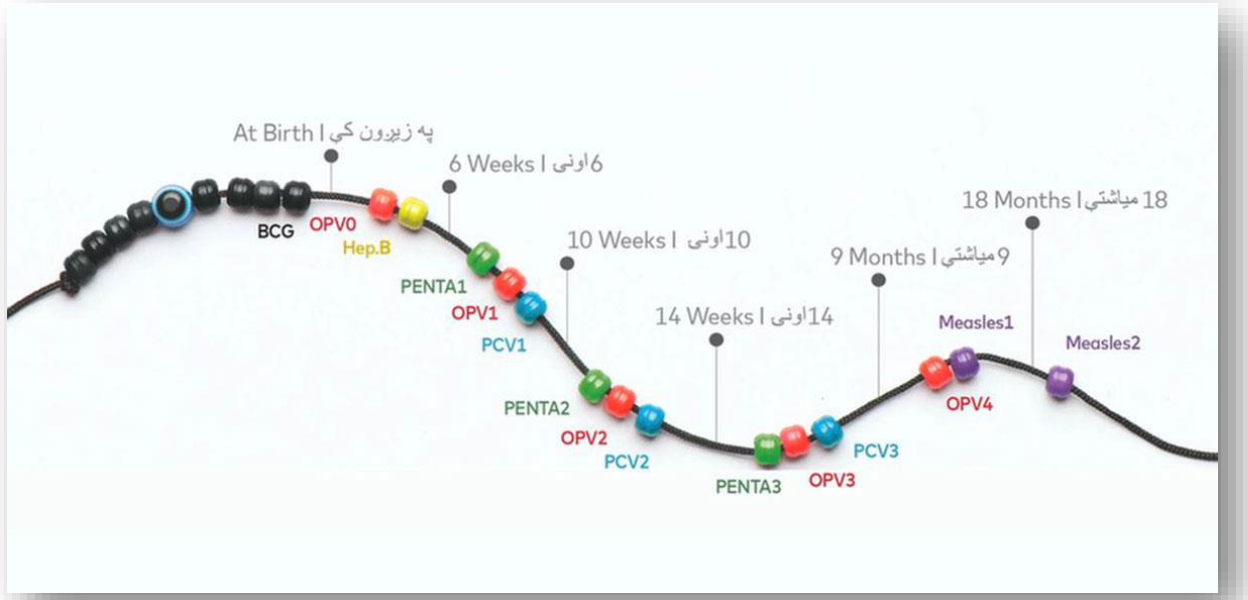
Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

POLSKA IZBA KSIĄŻKI

Czym jest Myślenie Projektowe?

Studium Przypadku Bransoletki Odporności

Jak Myślenie Projektowe pomógło przełamać bariery kulturowe i zwiększyć świadomość potrzeby szczepień najmłodszych w targanych wojną i konfliktami politycznymi Afganistanie.



Źródło: http://www.theimmunitycharm.org/

Strona kampanii: http://www.theimmunitycharm.org/
YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=eND0F3dwjQU

Myślenie projektowe to proces kreatywny...

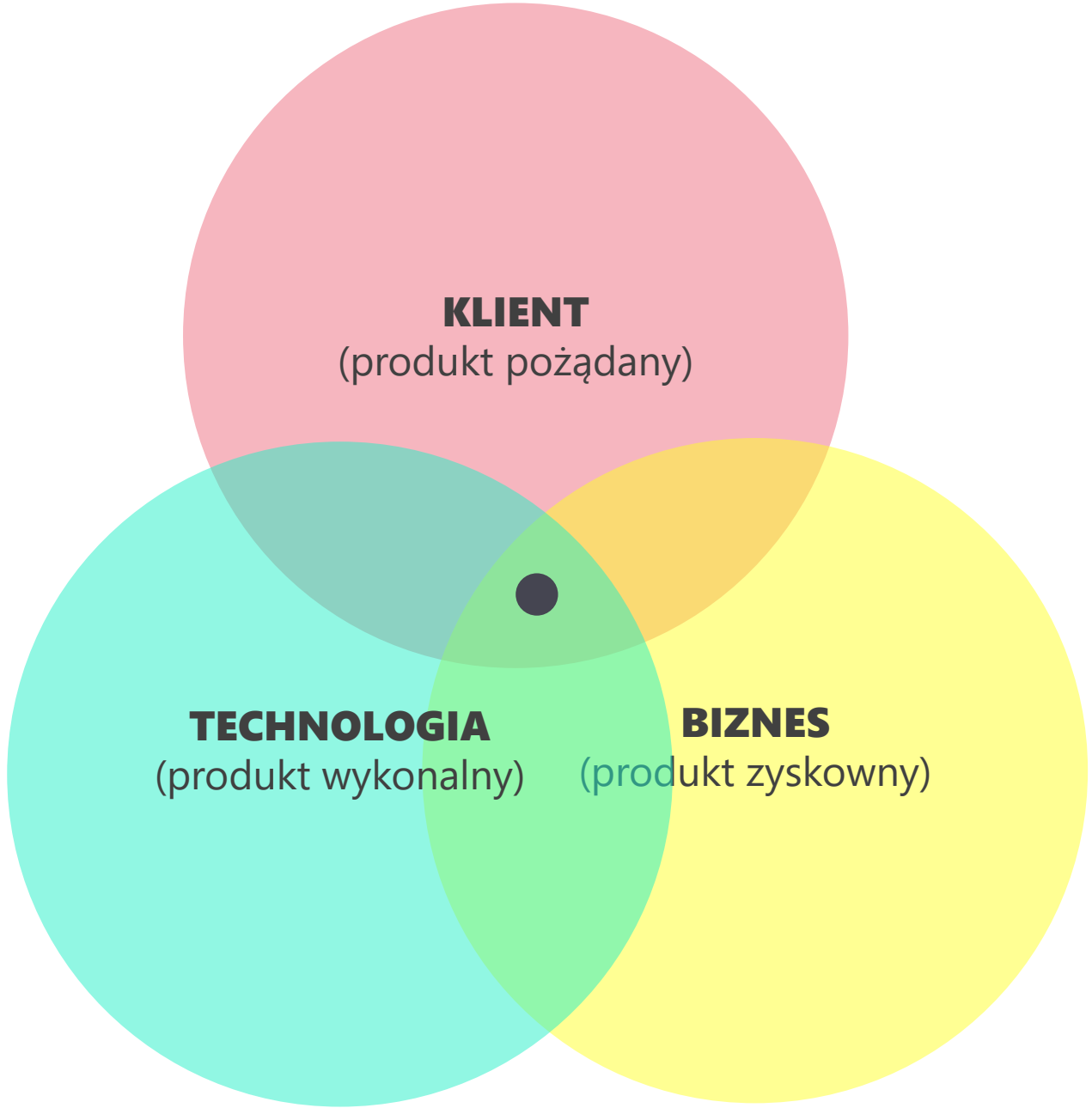
nakierowany na tworzenie **innowacji** w oparciu o odkrycie i głębokie **zrozumienie potrzeb klientów.**

Jego podstawą jest zmiana sposobu postrzegania i definiowania **problemu**, a także podejścia do tego jak można go **rozwiązać**.

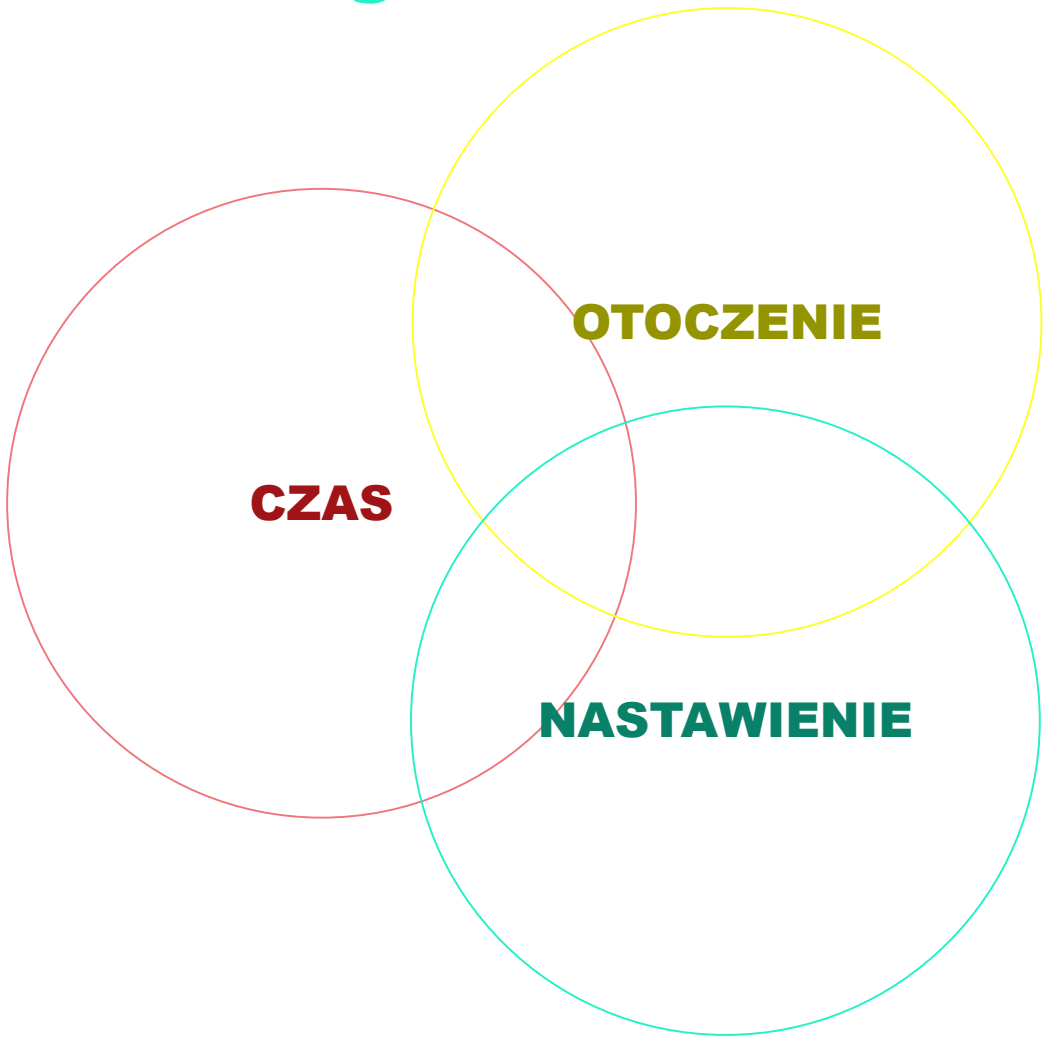
Kreatywność vs. Innowacja

Źródło:: https://www.boredpanda.com/unnecessary-inventions-solve-problems-nobody-has-matty-benedetto/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=organic;; https://www.wired.com/2014/08/the-engineer-of-the-original-apple-mouse-talks-about-his-remarkable-career/

3 perspektywy w tworzeniu innowacji



Kreatywność to NIE talent!



+

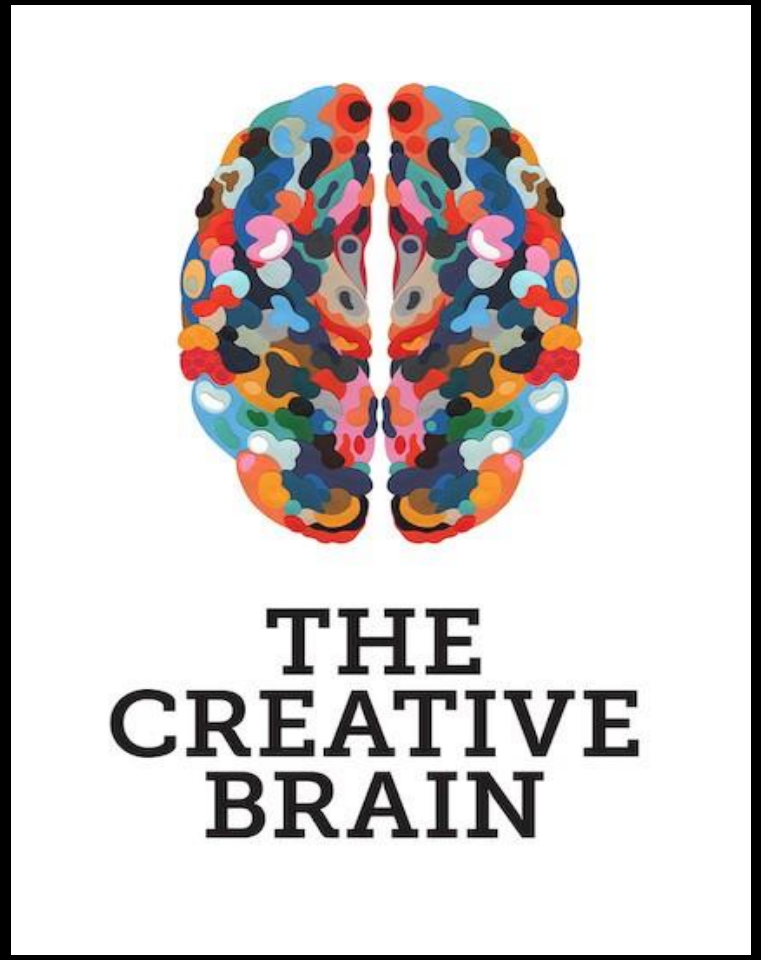
GENY
30%

John Cleese on Creativity In Management: https://youtu.be/Pb5oIIPO62g

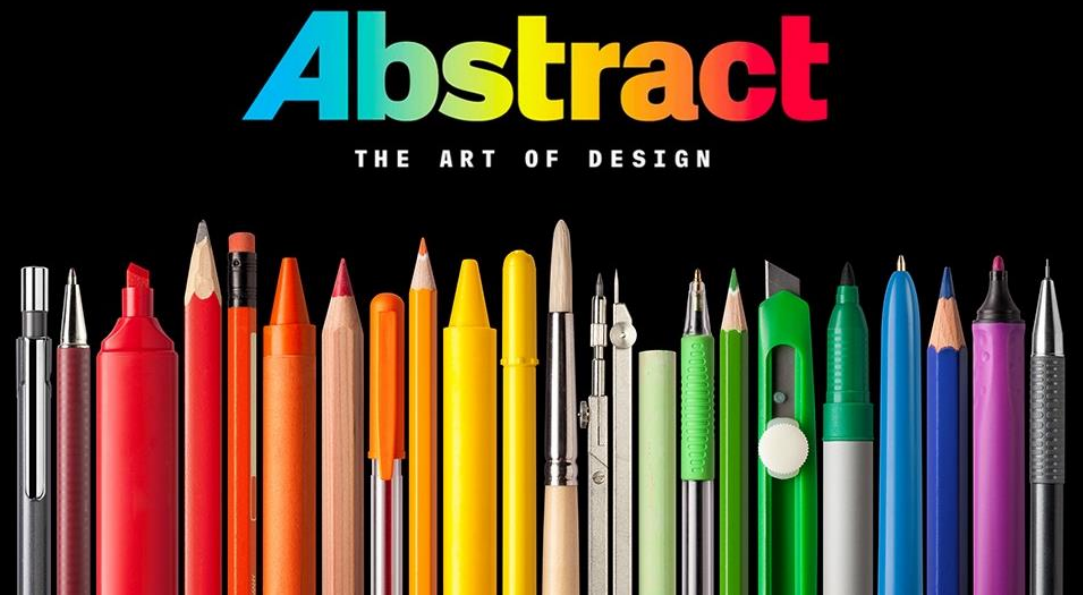
Co to oznacza?

Każdy z nas może być kreatywny!

- NARZĘDZIA
- NASTAWIENIE
- TRENING



NETFLIX



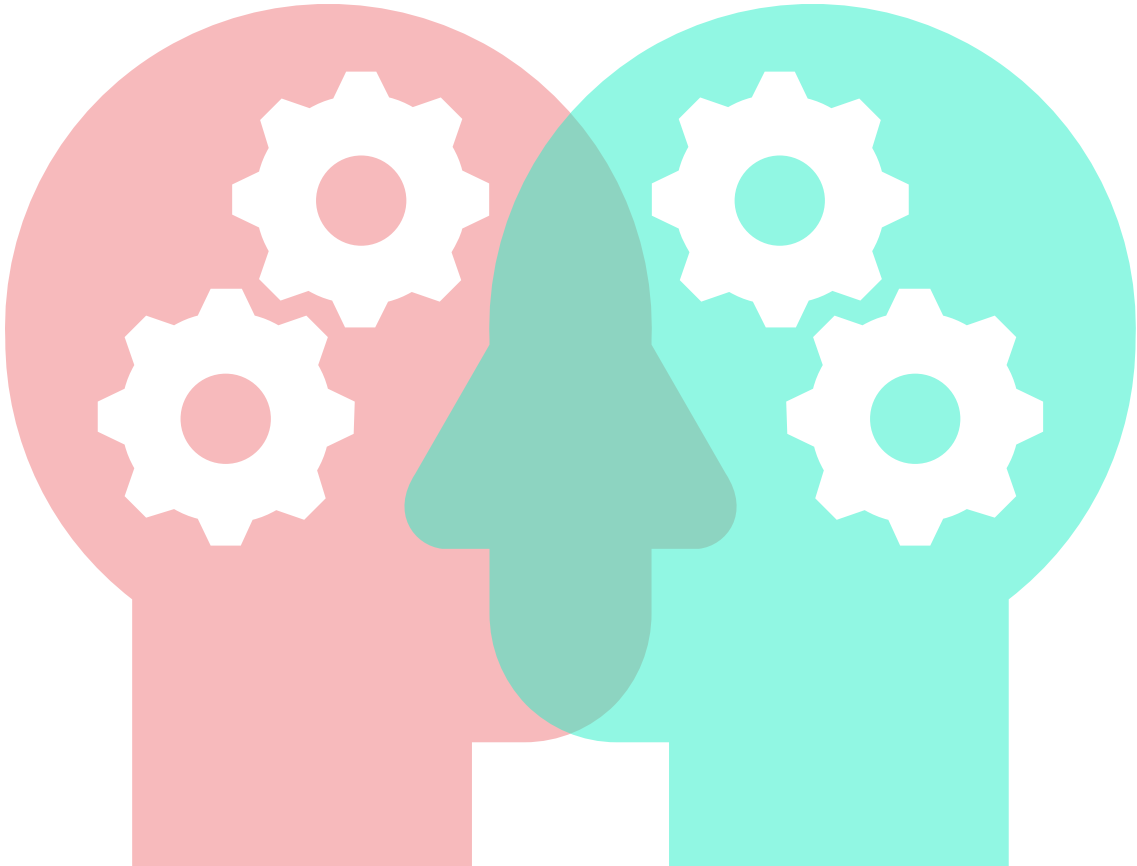
NE.PL

Myślenie projektowe to zarówno podejście, jak i sposób patrzenia na świat.

WEMAGINE.PL

Skoncentruj się na użytkowniku

Empatia i perspektywa



Pracuj zespołowo

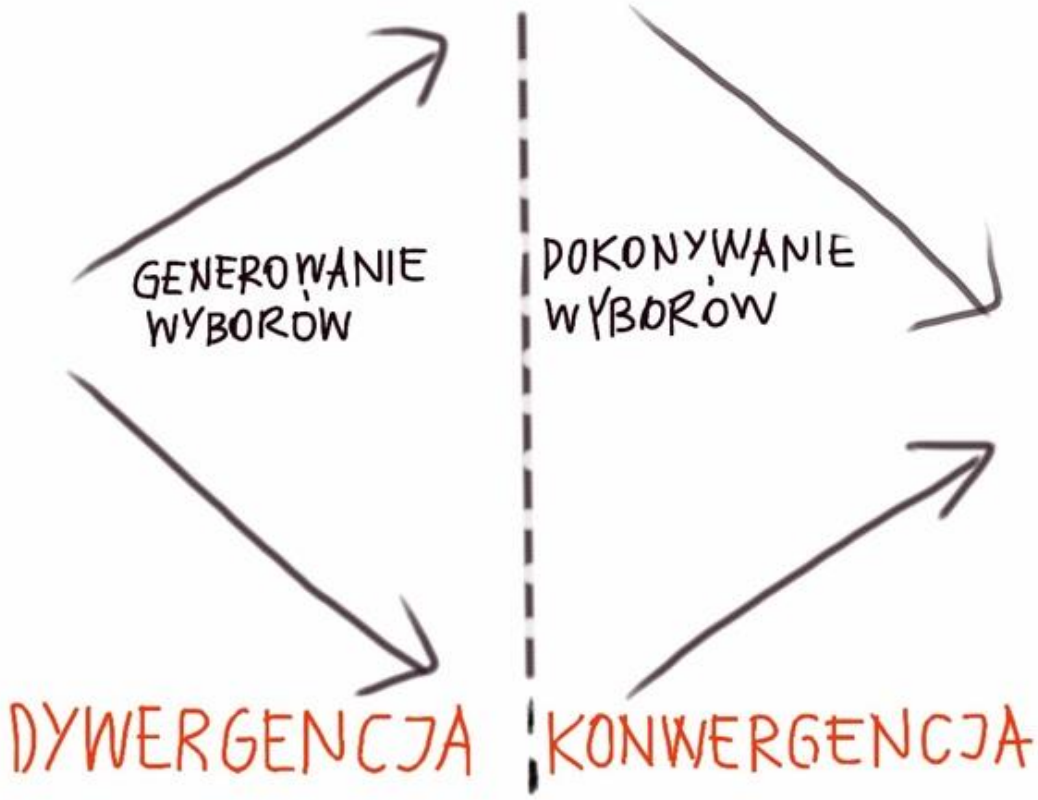
Ekstremalna współpraca

Myśl wizualnie

Nie mów. Pokaż.

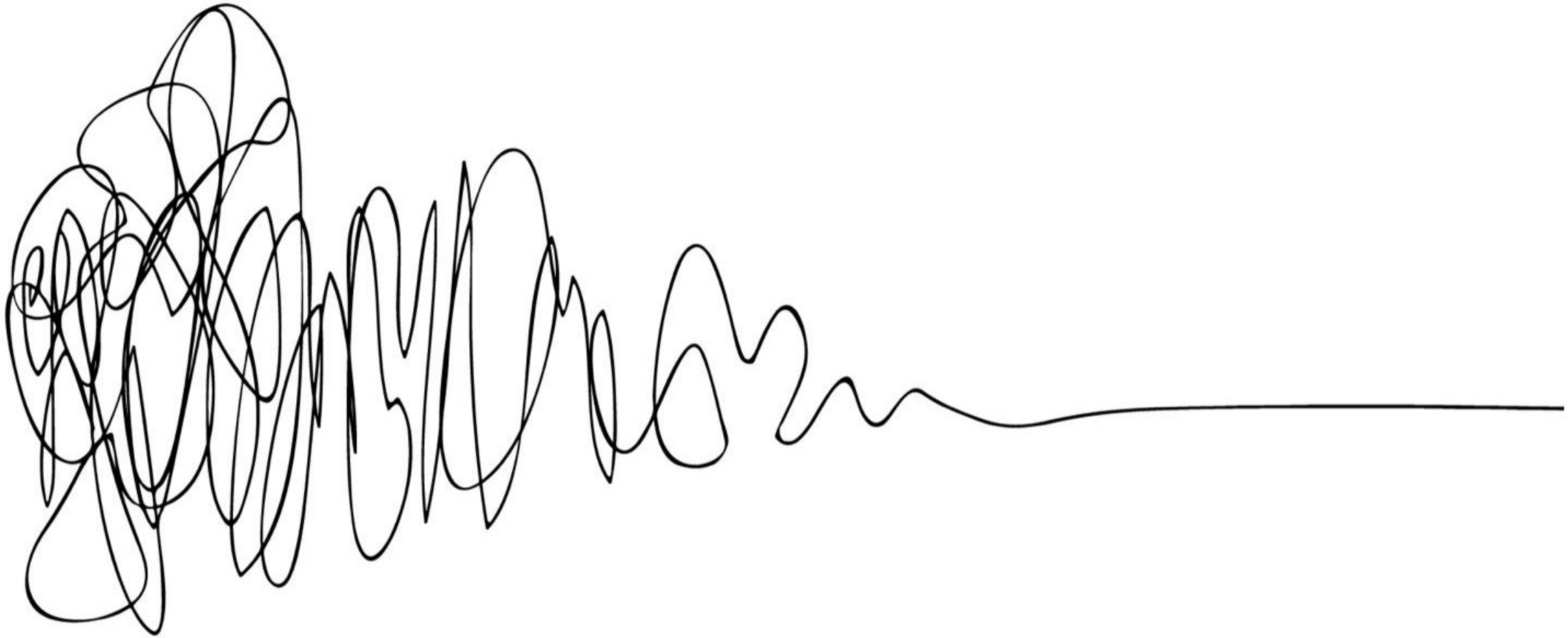
> dom

Dywergencja - konwergencja

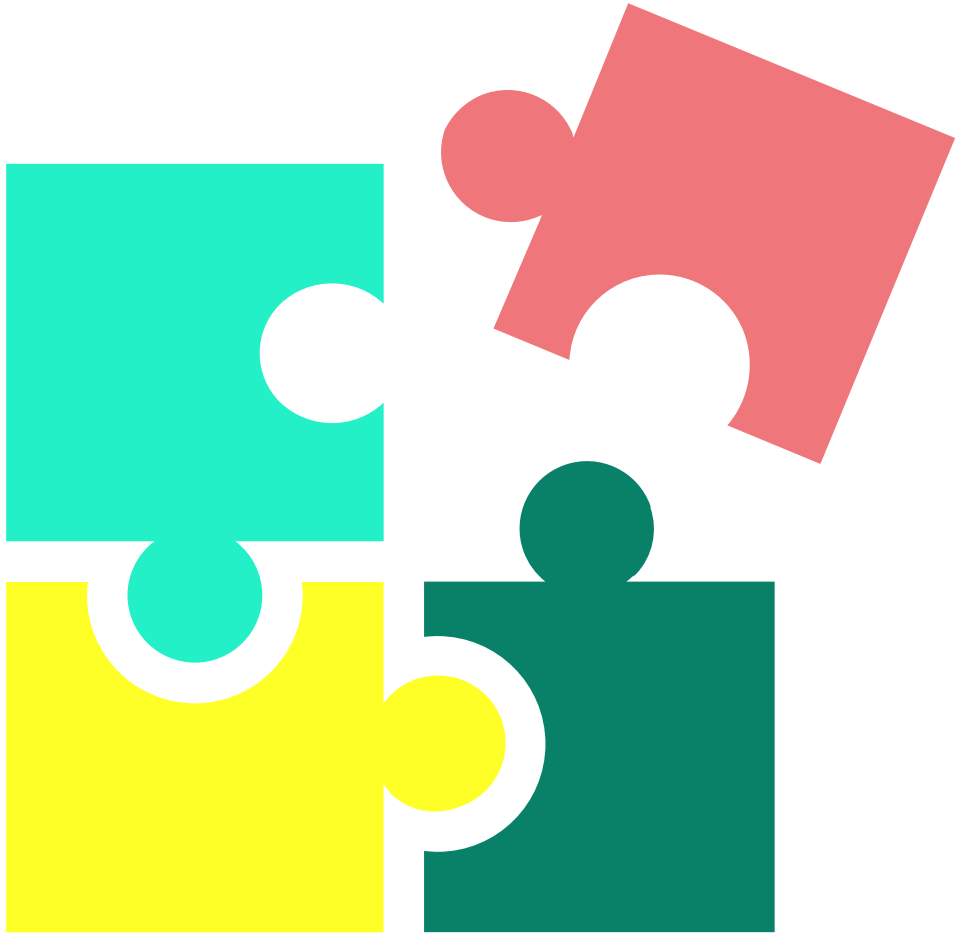


Źródło: https://pksaspkat.blogspot.com/2013/07/dobre-sowa-tim-brown-07.html

Zaakceptuj (, że to) proces

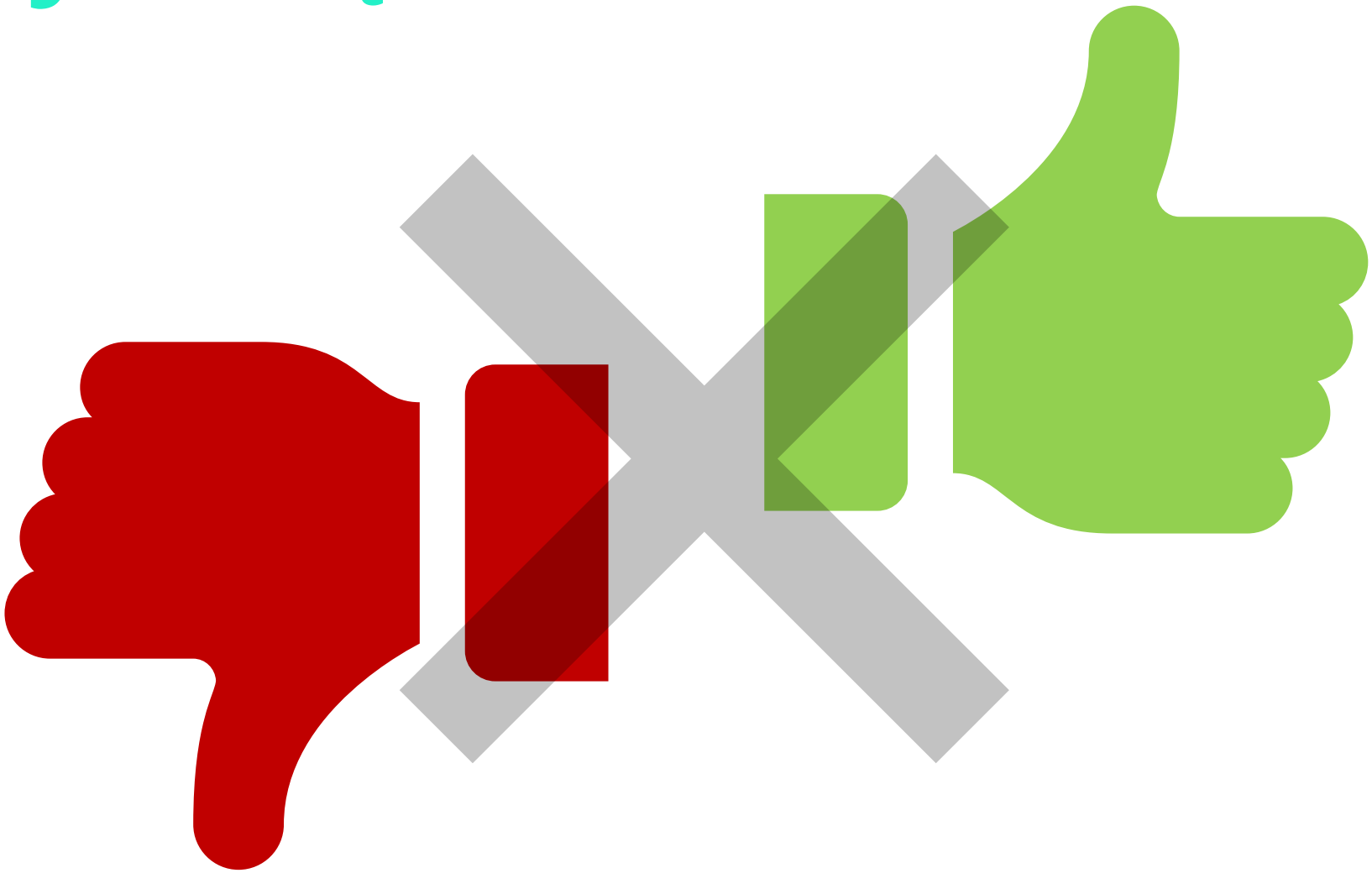


Rozwiązania, nie problemy.

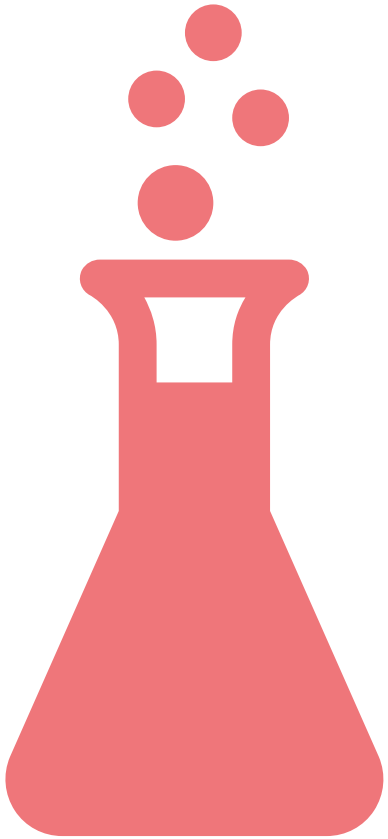


Opóźnij ocenę

Tak, i...

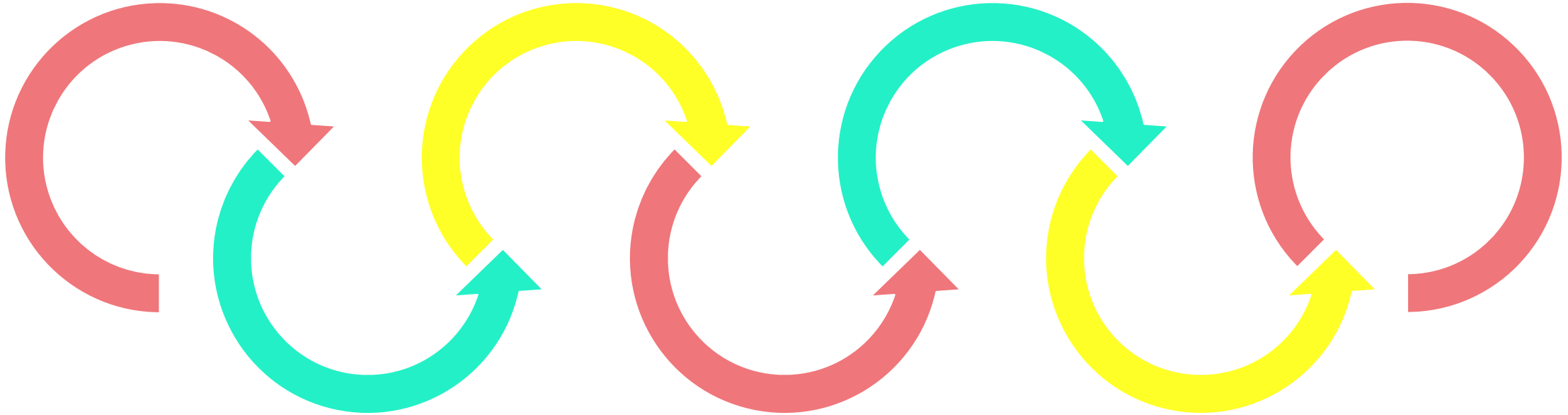


Eksperymentuj



WEMAGINE.PL

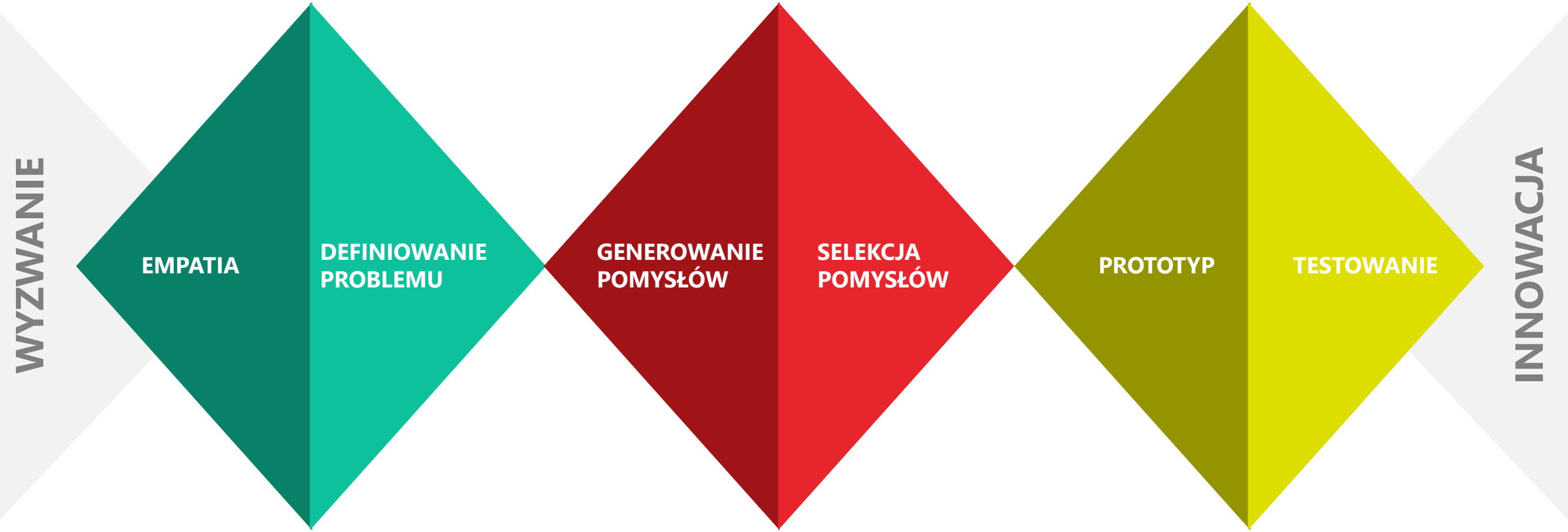
Iteracja, iteracja, iteracja...



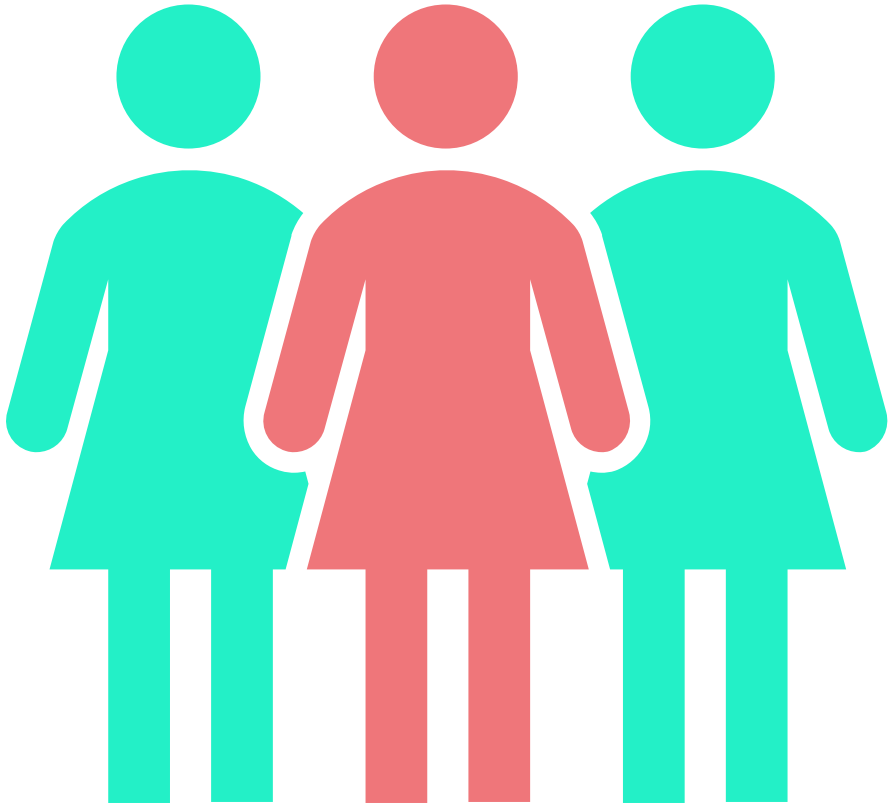
Wyzwania Księgarzy

1. Odpowiednia ekspozycja publikacji
2. Komunikacja i promocja wydarzeń
3. Komunikacja i promocja oferty
4. Dotarcie do nowych klientów
5. Utrzymanie (lojalizacja) klientów
6. Przewaga konkurencyjna nad dużymi graczami
7. Przewaga konkurencyjna nad tanimi księgarniami internetowymi
8. Dopasowanie oferty
9. Organizacja dodatkowych aktywności i wydarzeń

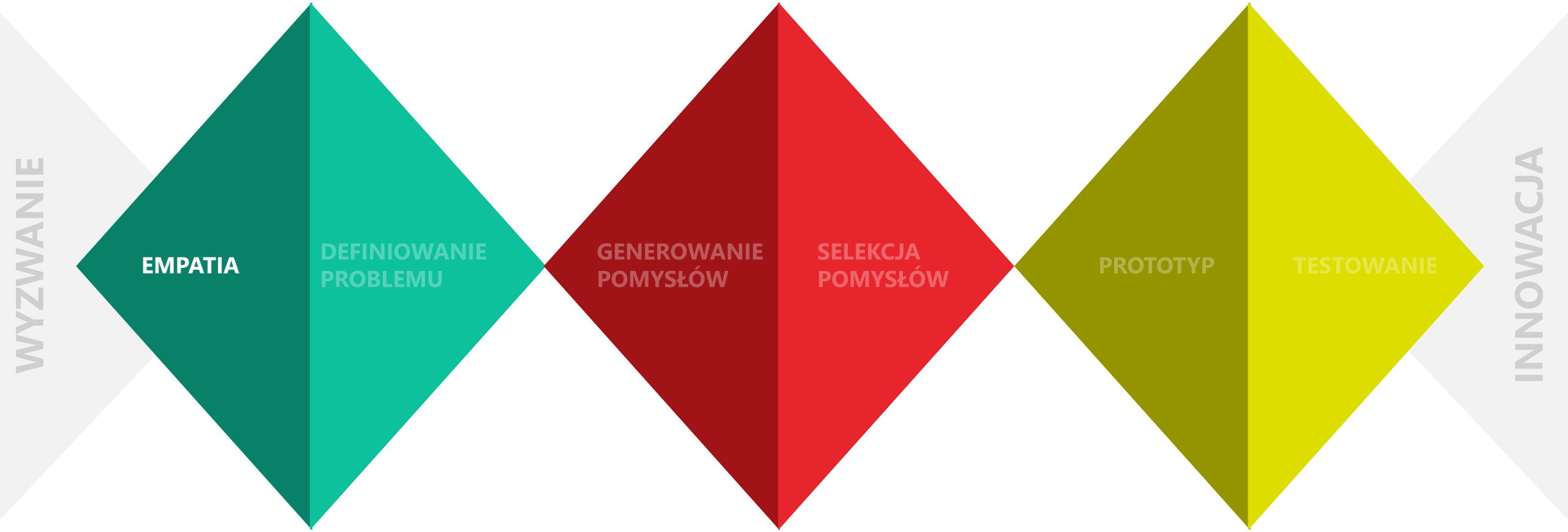
Etapy Design Thinking



Skoncentruj się na użytkowniku czyli... ?



1: Empatia


WYZWANIE
EMPATIA
DEFINIOWANIE PROBLEMU
GENEROWANIE POMYSŁÓW
SELEKCJA POMYSŁÓW
PROTOTYP
TESTOWANIE
INNOWACJA

W poszukiwaniu insightów

Insight czyli wgląd konsumencki wynika z dobrego zrozumienia osoby, która jest po drugiej stronie, czyli klienta.

Określa potrzeby lub problemy, które **niekoniecznie zostały zwerbalizowane** przez klientów, ale z pewnością ich dotykają.

Dobry insight powinien być nieoczywisty, ciekawy i seksowny. Musi być też prawdziwy i istotny z punktu widzenia klienta.

W poszukiwaniu insightów

Sheeba

Wyświetl reklamę tutaj

Insight:
Samotnej kobiecie kot zastępuje partnera i dlatego chce go traktować bardzo człowieczo, podając mu wyrafinowane jedzenie, które równie dobrze mogłaby zjeść sama.

Prudential

Wyświetl reklamę tutaj

Insight:
Mężczyźni po 30 zaczynają obserwować pierwsze oznaki starzenia i martwić się o swoje zdrowie.

Sneakers

Wyświetl reklamę tutaj

Insight:
Nie jesteś sobą, gdy jesteś głodny. Wszystko ci wtedy przeszkadza i stajesz się nieznośny dla otoczenia.

Vicks

Wyświetl reklamę tutaj

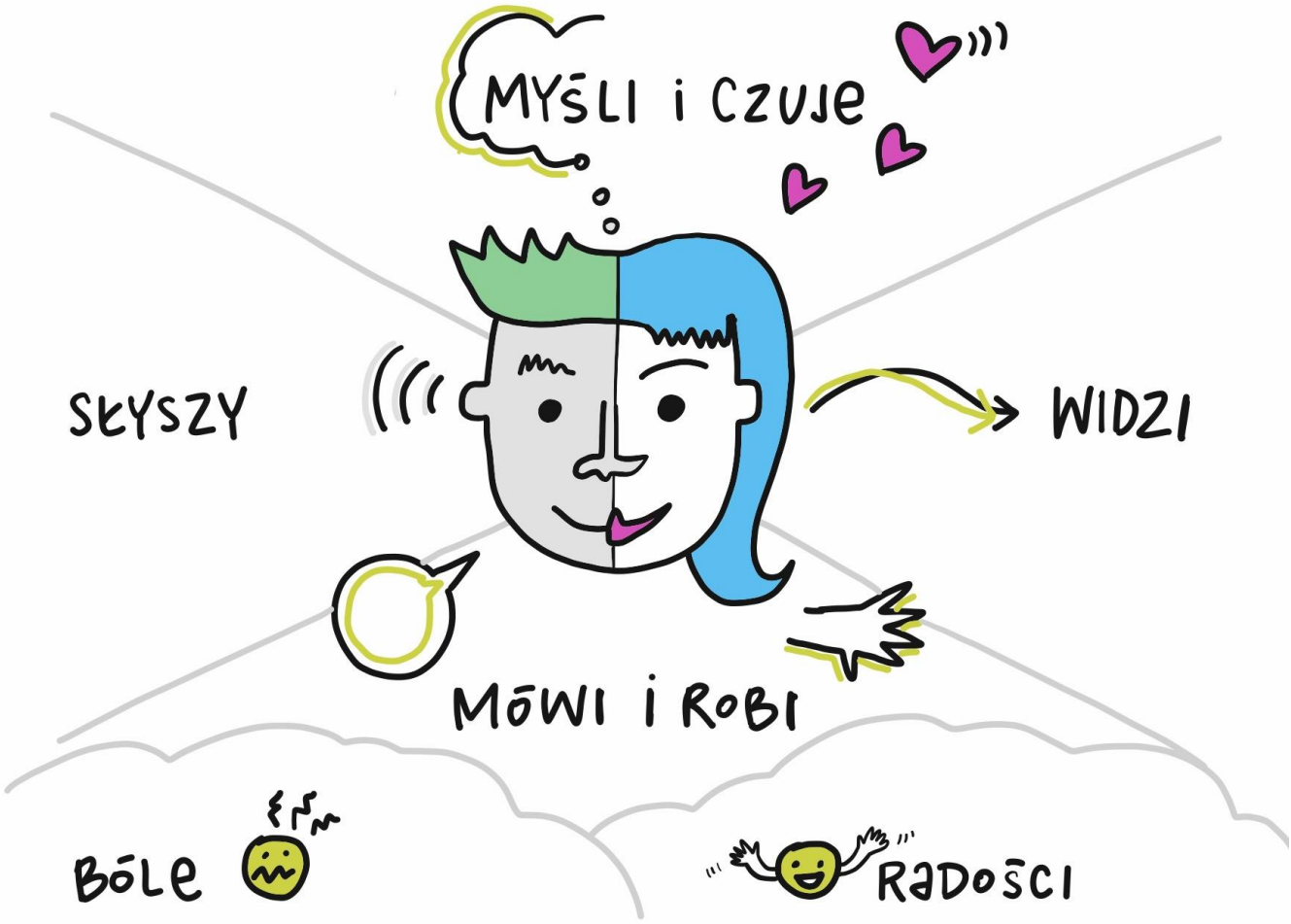
Insight:
Seniorzy chcą żyć aktywnie, realizować pasje i cieszyć się sprawnością fizyczną oraz zdrowiem również na emeryturze.

Mapa Empatii

Podczas fazy Empatii użyj szablonu Mapy Empatii jako drogowskazu na co powinieneś zwrócić uwagę.

Pamiętaj!

Fazę Emaptii przeprowadzasz pod kątem Twojego wyzwania dlatego też to co Klient myśli/czuje/słyszy/widzi powinno odnosić się do sytuacji, produktu/usługi/środowiska związanego z wyzwaniem.

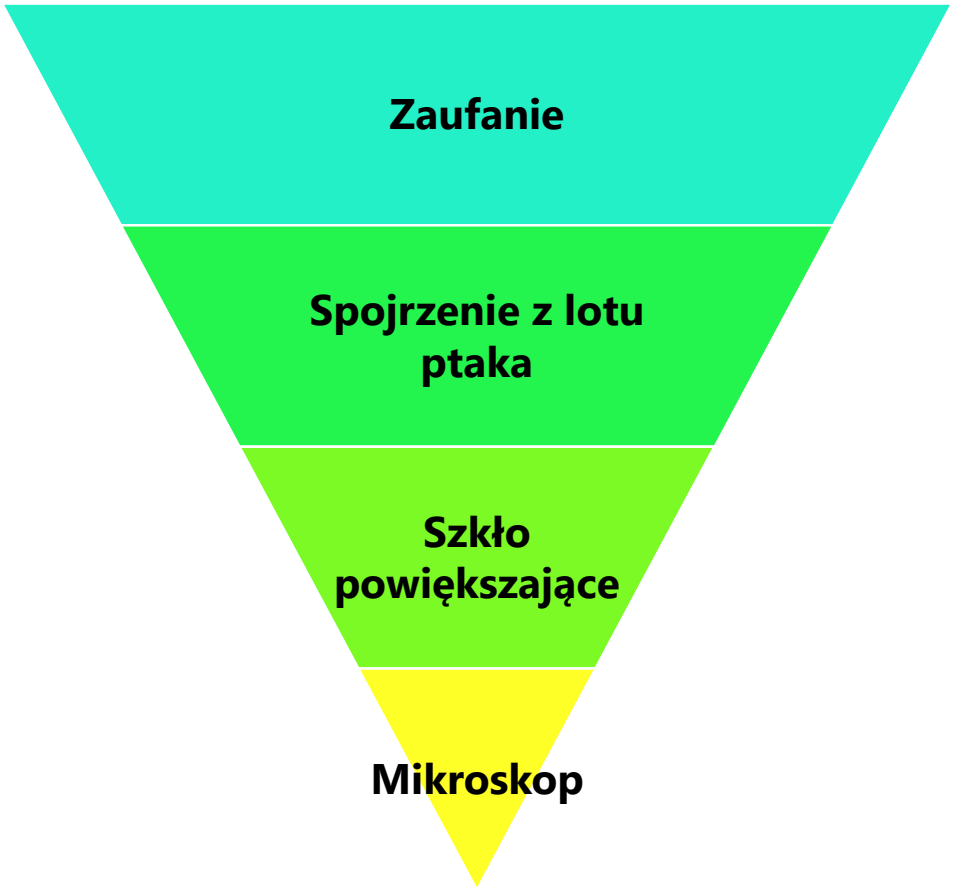


RYSUNEK: DOROTAKOSTOWSKA.PL

Techniki i metody dla etapu Empatii

- Wywiad indywidualny 1:1
- Aktywne słuchanie
- Ścieżka Klienta
- Shaddowing czyli obserwacja
- Service Safari
- Mystery Shopper
- Body Storming
- Analogiczne doświadczenia

Wywiad indywidualny - struktura



Zbudowanie zaufania i otwarcie:
- Opowiedz mi o sobie…
- Wartości etc.

Opowiedz kiedy ostatni raz….

Pytania szczegółowe:
- Opowiesz mi więcej o tym…
- Pokaż jak…

5 x dlaczego

Zasady dobrego wywiadu

- Zadawaj otwarte pytania
- Spraw, by rozmówca czuł się komfortowo
- Nie sugeruj odpowiedzi w pytaniu /Czy zrobiłbyś....?
- Zachęcaj do opowiadania historii
- Nie oceniaj, nie krytykuj, nie poprawiaj…
- Pytaj dlaczego –metoda “5 x dlaczego”
- Unikaj pojedynczych słów
- Notuj jedną obserwację na jednej karteczce

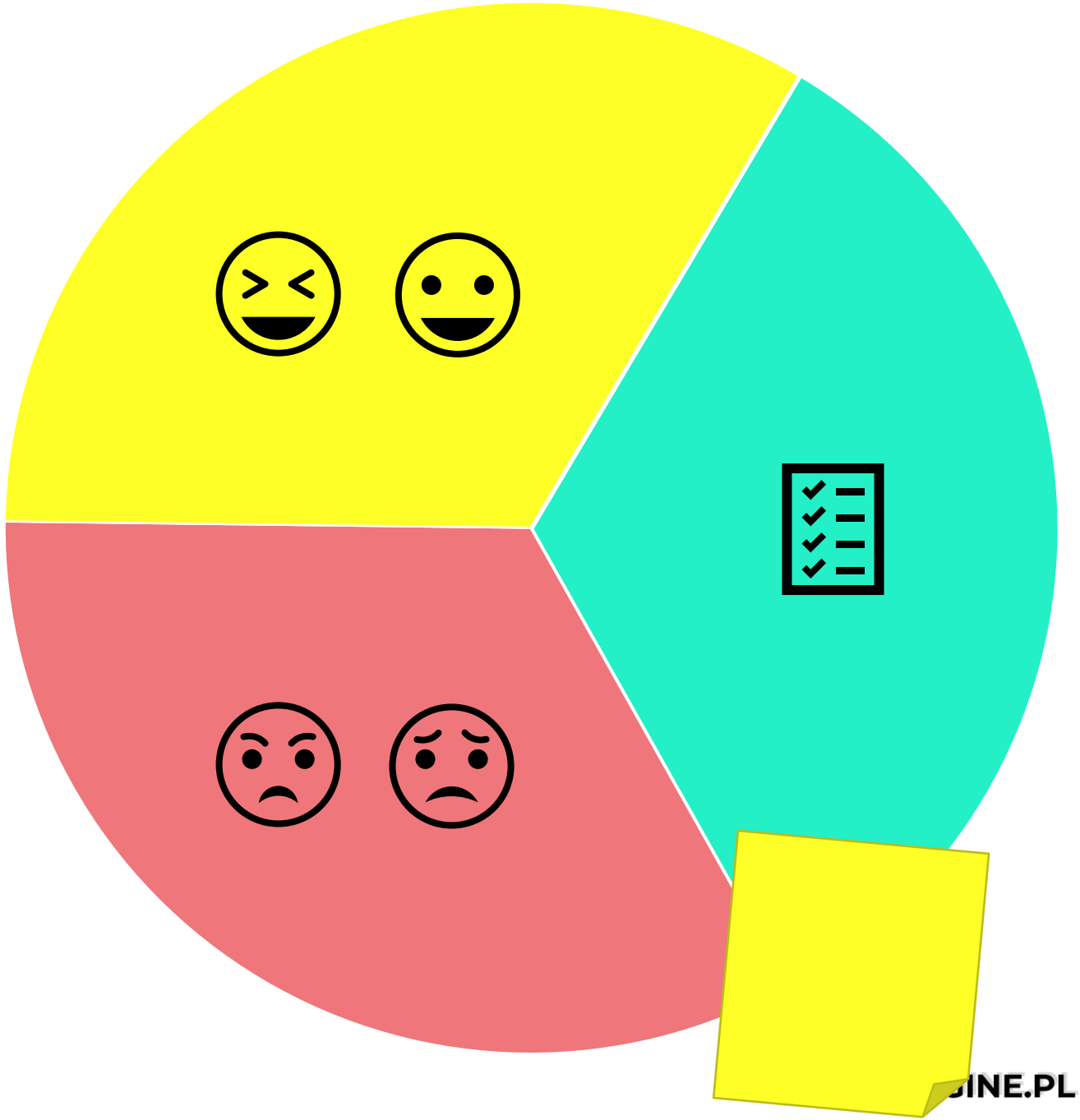
Szukaj zaskoczenia, a nie potwierdzenia hipotezy!

Profil Klienta

Czyli finalny efekt fazy Empatii

Zebrane podczas fazy Empatii informacje najlepiej uporządkować na szablonie Profil Klienta - Value Canvas.

1. **Oczekiwania, cele, zadania**
2. **Bolączki, braki, frustracje**
3. **Korzyści, radości, satysfakcje**



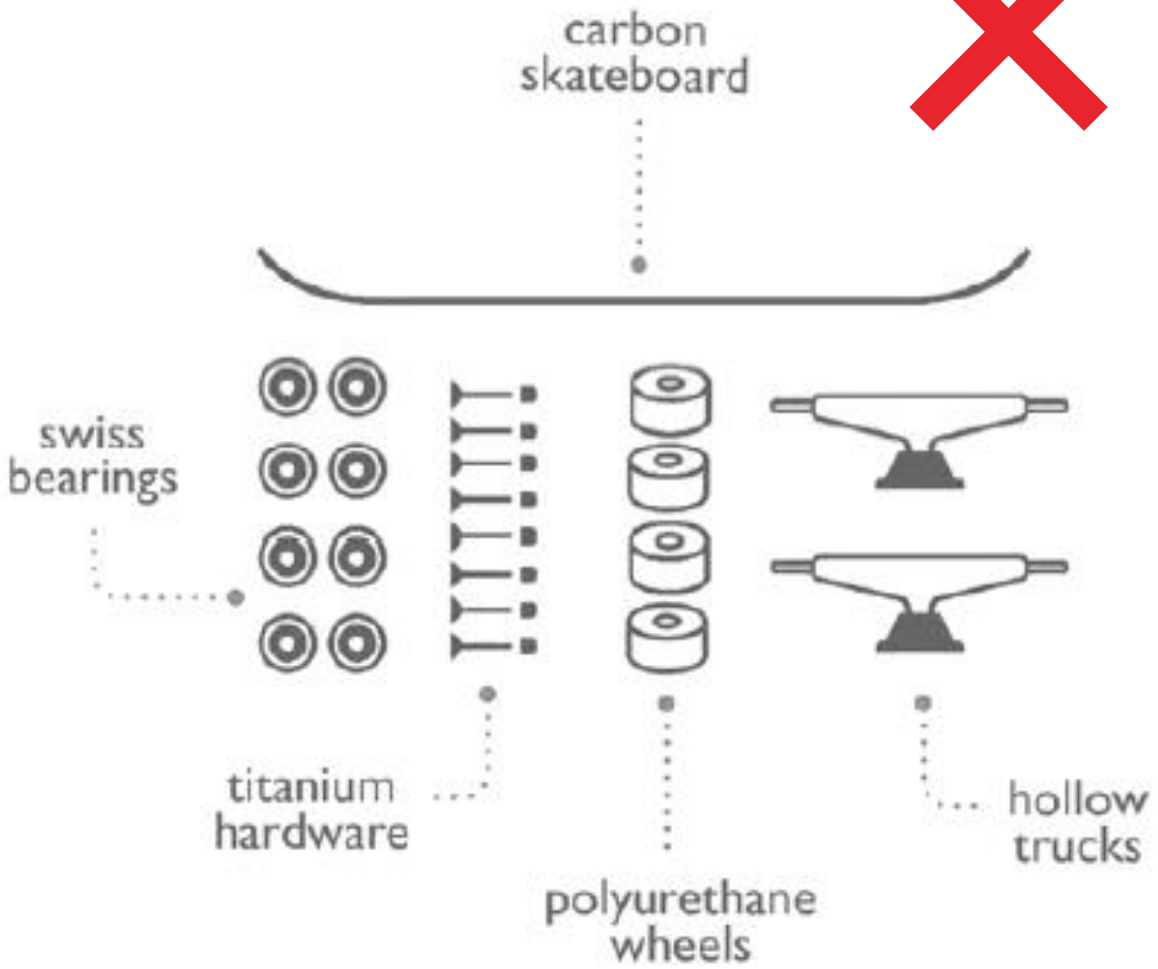
INE.PL

Przykład

Persona – Linda; Wyzwanie – „Ratowanie planety”

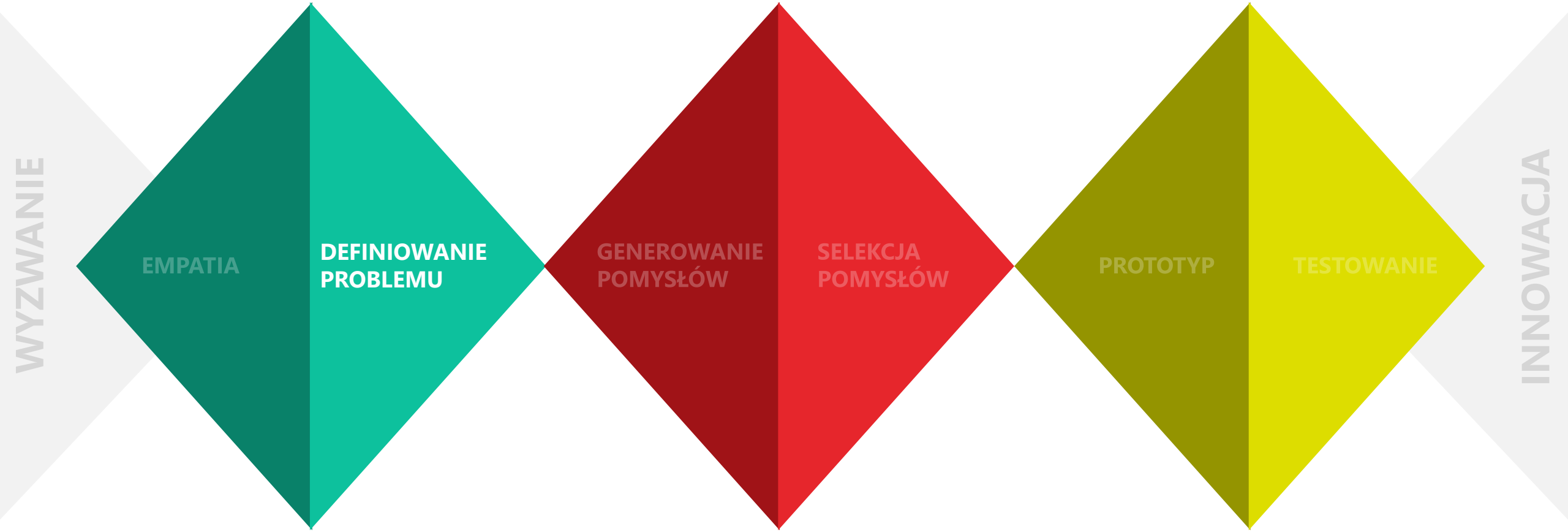
Cele	Bóle	Radości
Chce lepiej segregować śmieci	**Frustruje** ją brak janych i konkretnych inormacji dotyczących prawidłowej segregacji śmieci	**Cieszy ją** komunikacja w przestrzeni publicznej nt. środowiska, zwiększająca świadomość ludzi nt. ekologii

Co jest ważne dla klienta?



NE.PL

2: Definiowanie problemu



Jak moglibyśmy…

Czyli formułowanie problemu

1. **Jak moglibyśmy…** [*pomóc użytkownikowi/ odbiorcy usługi*] aby [*osiągnął określony cel]*?
2. Skup się na **celu**, nie na rozwiązaniu.

Jak: sugeruje, że istnieje rozwiązanie

Moglibyśmy: że możemy je znaleźć (lub nie)

Nie za szeroko, nie za wąsko...

J A K M O G L I B Y Ś M Y S P R A W I Ć A B Y L U D Z I E B Y L I S Z C Z E Ś L I W I ?

JAK DOWOZI Ć CZEKOLADOWE MUFFINY DO MIESZKEŃCÓW OKOLICY?

Dobrze czy źle?

Jak moglibyśmy pomóc ludziom jeść zdrowo?

Jak moglibyśmy zmienić biuro naszej firmy, aby sprzyjało ekologicznemu zachowaniu?

Jak moglibyśmy stworzyć aplikację, które będzie zachęcać do zdrowego jedzenia?

Jak moglibyśmy zwiększyć sprzedaż?

Jak moglibyśmy sprawić aby klient poczuł się w naszym salonie jak w domu?

Inne dobre przykłady

- Jak moglibyśmy pomóc pacjentom przechowywać bezpiecznie dane o ich zdrowiu i dzielić się nimi z lekarzem we wskazanym momencie?
- Jak moglibyśmy zainspirować nastolatki do tego aby zaczęły zdrowo się odżywiać?
- Jak moglibyśmy sprawić aby zdrowe odżywianie stało się dla nastolatek bardziej atrakcyjne?
- Jak moglibyśmy sprawić aby jedzenie, pełne składników odżywczych, było tańsze?

3: Generowanie pomysłów

Generowanie pomysłów

Zasady skutecznej burzy mózgów

- Stawiaj na ilość a nie na jakość! Im więcej pomysłów tym lepiej!
- Dziel się Twoimi pomysłami z członkami grupy projektowej, inspruj się ich pomysłami i buduj na nich nowe pomysły. Burza mózgów to praca zespołowa!
- 1 pomysł = 1 karteczka post-it
- Obraz mówi więcej niż 1000 słów. Jeśli możesz narysuj lub naszkicuj rozwiązanie.
- Jeśli zapisujesz rozwiązanie, staraj się je nazwać lub zapisać hasłowo. Użyj nie więcej niz 6 słów.
- Nie ma złych rozwiązań. Nie oceniaj pomysłow innych i nie ograniczaj się w ich generowaniu. Sky is the limit!

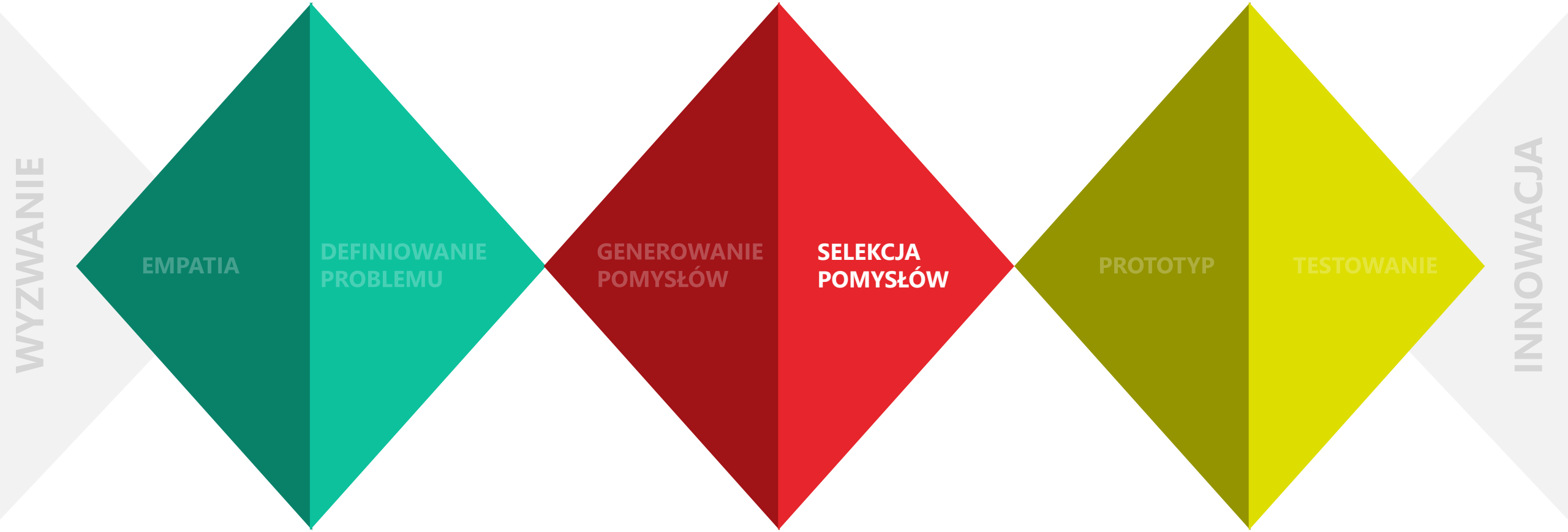
Generowanie pomysłów

Jak pobudzać kreatywność?

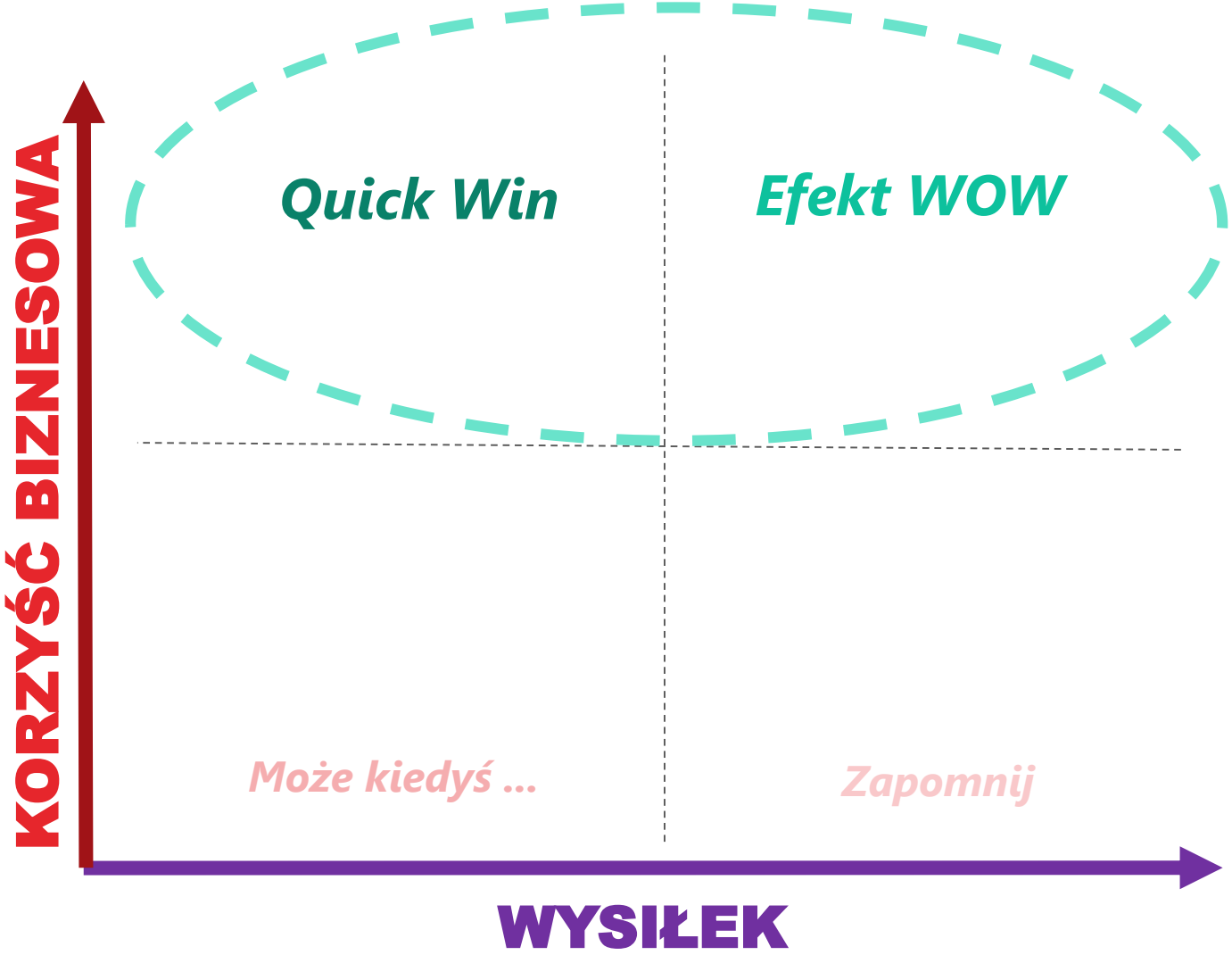
Zmień perspektywę! Jak mógłbym rozwiązać problem gdybym...

- miał do wydania milion dolarów?
- mierzył się z nim w roku 2069?
- Mógł wypracować rozwiązanie we współpracy z Amazonem/ Uberem/ Ikeą/ Disney'em/Lego/Chanel etc.? (bi-asocjacje)
- Był Stevem Jobs'em (Apple), królową Elżbietą, Indianą Johns'em?

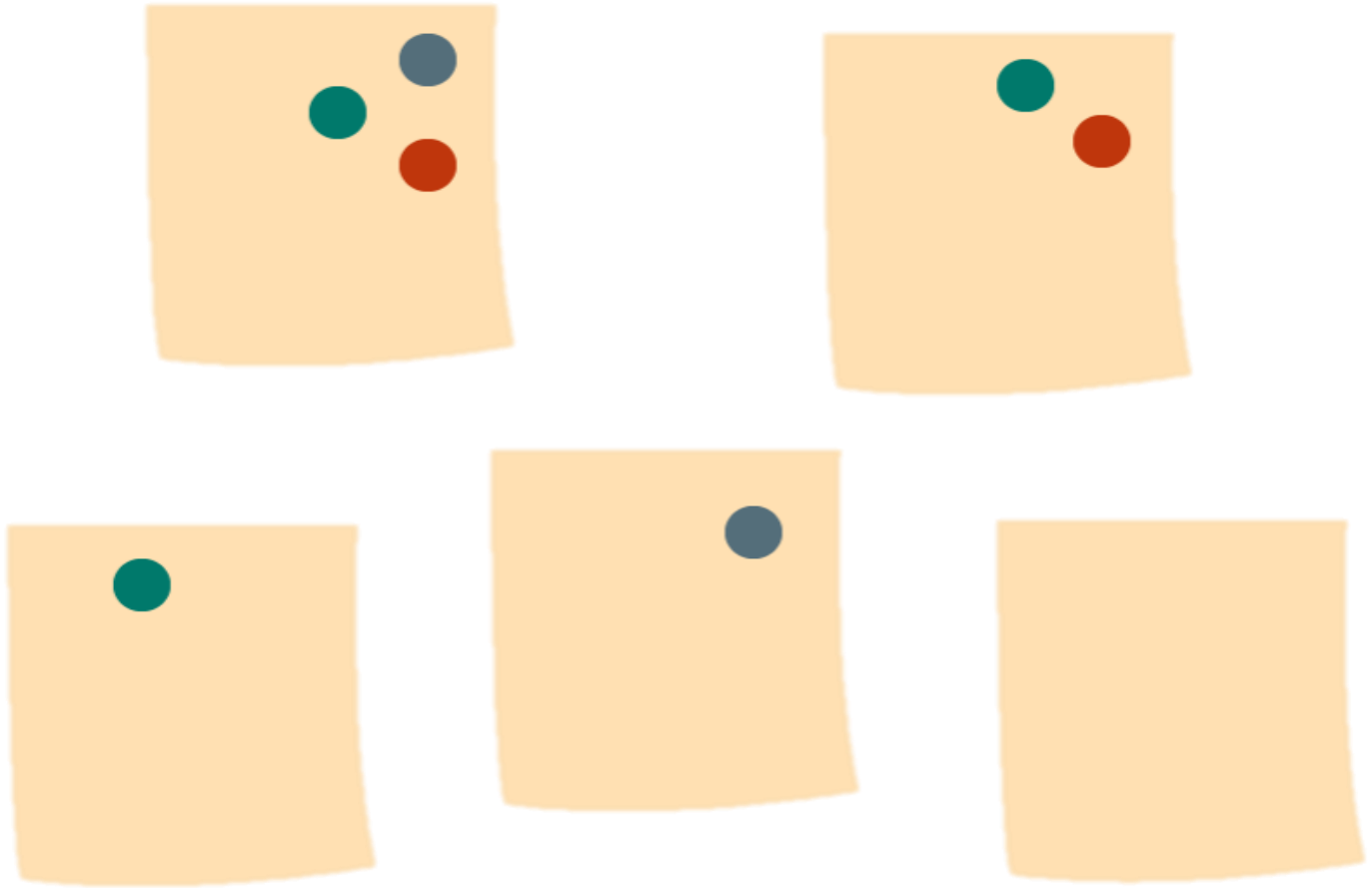
4: Selekcja pomysłów



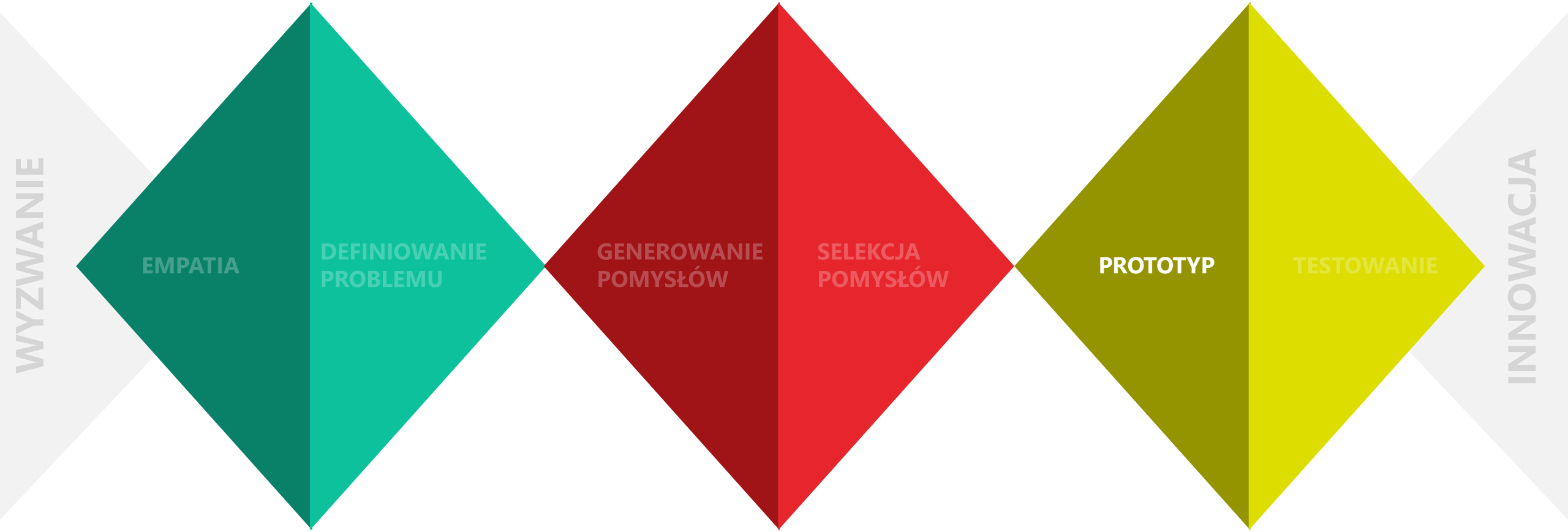
Selekcja pomysłów



Wybierzcie 1 rozwiązanie



4: Prototypowanie

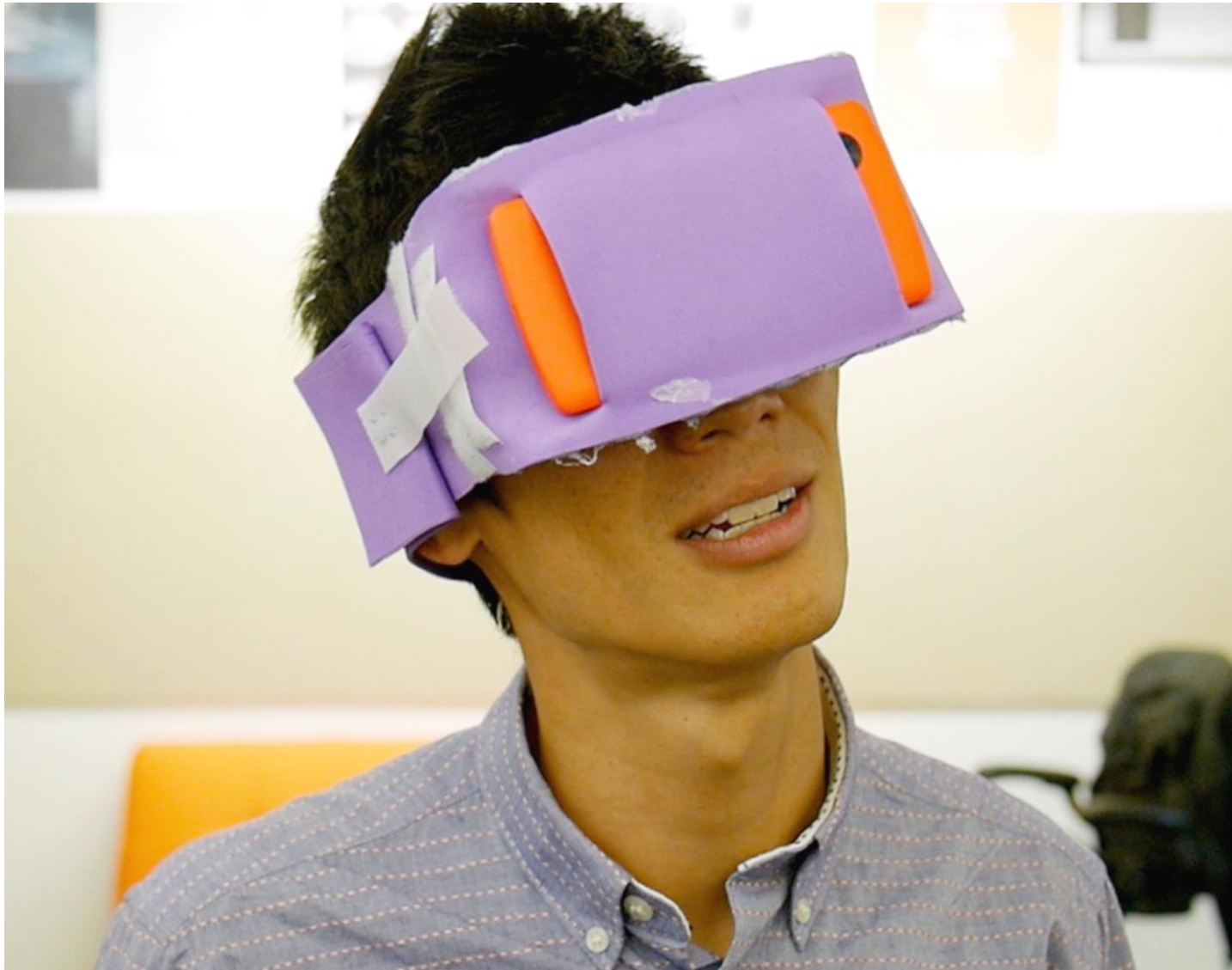


Co to jest prototyp?

Źródło:: https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/k12/wiki/55b9c/attachments/12067/Prototype%20Deck.pdf?sessionID=8cbdfc6129ceb041dbad2247ffc9d0112fd0ebce

Dlaczego budujemy prototyp?

- Przejście do działania
- Zmaterializowanie pomysłów
- Zrozumienie pomysłów
- Zmniejszenie ryzyka porażki projektu



Źródło:: https://www.lynda.com/Design-Techniques-tutorials/Design-Thinking-Prototyping/486758-2.htmld

Rodzaje prototypów

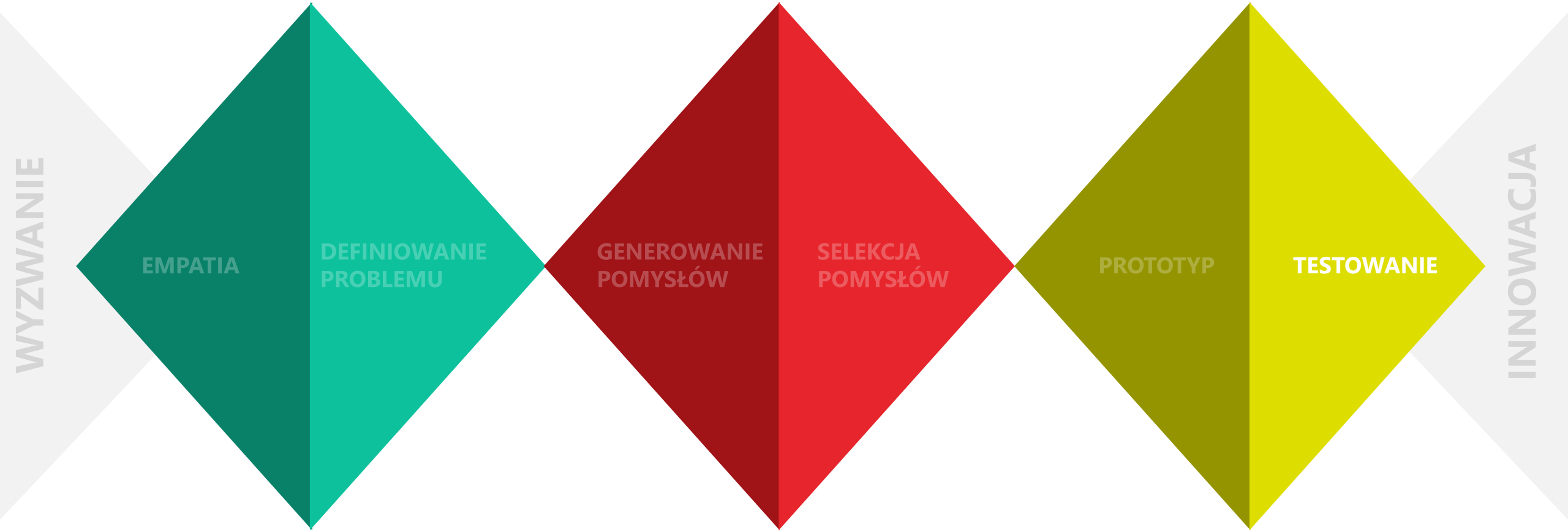
- Storyboard
- Makieta (w skali)
- Makieta – digital
- Makieta 1:1
- Scenka (role play)
- Prototyp fizyczny

Dyson

5127

Źródło:: https://www.dyson.se

6: Testowanie



Zasady efektywnego testowania

- Zastanów się co konkretnie chcesz przetestować i ustal kryteria sukcesu
- Określ jasno i konkretnie zadanie jakie postawisz przed testującym
- Zawsze zaproś do testu Klienta (personę) dla którego projektowałeś rozwiązanie
- **3 x NIE:** nie podpowiadaj, nie sugeruj, nie pomaga! Jeśli testujący nie wie co ma zrobić to oznacza ze prototyp jest do poprawy
- Zbierz infomację zwrotną

Źródła

- https://www.ideo.com/ & https://www.ideo.org/
- https://rework.withgoogle.com/
- https://dschool.stanford.edu/
- http://designthinking.pl/
- https://designthinkingforeducators.com/
- http://michalpasterski.pl/wp-content/uploads/2008/10/Mysl_tworczo_i_kreatywnie.pdf

Literatura po polsku

- http://www.biblioteki.org/poradniki/design_thinking_czyli_myslenie_projektowe_w_bibliotekach.html
- *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*. Daniel Kahneman.
- *Twórcza odwaga*. Tom Kelley.
- *Techniki kreatywności – jak wpadać na lepsze pomysły*. Dr Matthias Nollke.

Dziękujemy!

Pozostańmy w kontakcie

Anna Kapcia

anna.kapcia@wp.pl

https://www.linkedin.com/in/anna-kapcia-51718924/

Linda Majerowicz

linda.majerowicz@gmail.com

linkedin.com/in/lindamajerowicz/

WEMAGINE.PL

WEMAGINE.PL