



SCENARIUSZ III

CEL: Pierwsza faza design thinking: OKDRYWANIE I DEFINIOWANIE WYZWANIA

Krok 1 . Kim jest użytkownik (czas ok. 20 min.)

1. Trener wyjaśnia uczestnikom w jakim etapie procesu się znajdują.
2. Trener wywołuje burzę mózgów prosząc uczestników o zastanowienie się jakie mogą być najważniejsze zasady prowadzenia jakościowych wywiadów z użytkownikami. Zapisuje wszystkie pomysły na flipcharcie. Tym sposobem sprawa stan wiedzy uczestników.
3. Trener weryfikuje te elementy, które powstały podczas burzy mózgów i uzupełnia powstały materiał o nie wymienione przez uczestników najważniejsze zasady prowadzenia jakościowych wywiadów z użytkownikami:
 - *Podziękuj respondentowi za to, że zgodził się na udzielenie wywiadu.*
 - *Wyjaśnij cel wywiadu i swoją rolę.*
 - *Poinformuj jak zebrane informacje zostaną wykorzystane.*
 - *Zacznijcie od neutralnego i ogólnego tematu niezwiązanego z celem spotkania, aby zbudować relację z respondentem.*
 - *Pamiętaj aby podczas badania wiernie zapisywać wypowiedź respondenta na karteczkach post – it lub nagrywać na dyktafon. Zapisuj cytaty i szczegóły jego wypowiedzi. Rekomenduję również poproszenie współpracownika lub członka zespołu projektowego o wsparcie w postaci notowania. Dzięki temu będziesz mógł skupić się w pełni na prowadzeniu wywiadu, aktywnym słuchaniu i wnikliwemu pytaniu.*
 - *Jeśli praca z post-itami nie jest dla Ciebie wygodna, znajdź swój, najlepszy sposób na notowanie wypowiedzi.*
 - *Nie przerywaj swojemu rozmówcy. Staraj się mówić tylko w 10 % - 20 % czasu wywiadu, dając respondentowi przestrzeń do mówienia na poziomie 80% - 90% czasu wywiadu.*
 - *Zawsze po odpowiedzi swojego respondenta odczekajcie parę sekund - może będzie chciał jeszcze coś ważnego dodać. Cisza nie zawsze oznacza brak chęci odpowiedzi, czasem może oznaczać, że respondent zbiera myśli.*
 - *Nawiązuj do wypowiedzi respondenta, pogłębiając pytania.*
4. Trener wręcza uczestnikom **KARTĘ PRACY IV** gdzie znajdują się wyszczególnione i omówione przez trenera elementy. Prosi o zastanowienie się czy któryś z elementów wymaga dodatkowego omówienia oraz czy powstały nowe wymagające omówienia wątpliwości związane z badaniami jakościowymi.

Krok 2 . Badania jakościowe

1. Badania jakościowe można przeprowadzić na 2 sposoby. W zależności od możliwości trener wybiera 1 sposób i prezentuje jego założenia uczestnikom.

Sposób 1. Badania na sali (czas ok. 30 min. – 60 min.)

Trener prosi zespoły aby wytypowały 1 osobę, która wejdzie w rolę klienta i podda się badaniom jakościowym. Prosi też o to aby pozostałym członkom zespołu przydzielić rolę osoby prowadzącej wywiad oraz osoby notującej



wypowiedzi klienta. Ważne aby wszyscy członkowie zespołu mieli przydzieloną rolę. Uwaga! Zarówno osób notujących jak i prowadzących wywiad może być więcej niż 1.

Trener prosi aby osoby wytypowane do roli klienta przesiadły się do innych zespołów zgodnie z ruchem wskazówek zegara. Informuje o czasie jaki daje na przeprowadzenie wywiadu z klientem. Rekomenduje się danie nie mniej niż. 15 min. i nie więcej niż 30 min. na 1 wywiad. Po upływie określonego czasu, trener prosi aby klient przesiedli się zgodnie z ruchem wskazówek zegara do kolejnego zespołu. Powtarza proces, aż klient nie wróci do swojego zespołu.

Osoby notujące powinny zapisywać wszystkie informacje od klienta na karteczkach post-it, tak aby 1 informacja była zapisana na 1 karteczce post-it.

Sposób 2. Badania terenowe (czas 60 min.)

Trener prosi zespoły aby podzieliły się rolami: 1 – 2 osoby do roli prowadzących wywiad oraz reszta do osób notujących wypowiedzi klienta. Jeśli zespół liczy, aż 6 osób dzieli go na 2 podzespoły. Ważne aby wszyscy członkowie zespołu mieli przydzieloną rolę. Prosi aby zespoły udały się na ulice i przeprowadziły min. 4 wywiady z potencjalnymi klientami.

Osoby notujące powinny zapisywać wszystkie informacje od klienta na karteczkach post-it, tak aby 1 informacja była zapisana na 1 karteczce post-it.

Krok 3. Omówienie (czas ok. 10 min.)

Trener prosi o odpowiedź na pytania:

- Jak uczestnicy czuli się w swoich rolach?
- Co im pomagało pełnić tą rolę?
- Co im przeszkadzało pełnić tą rolę?
- Gdyby mogli przeprowadzić wywiady jeszcze raz, co by zmienili, a co zachowali?

Krok 4. Definiowanie wyzwania (30 min.)

1. Trener wręcza uczestnikom **Kartę Pracy V**. Prosi aby uczestnicy zweryfikowali hipotezy i podkreślili te, które zostały potwierdzone podczas wywiadów i wykreślili te którym klienci zaprzeczyli. Prosi również aby zaznaczyli te hipotezy, które jeszcze nie zostały zweryfikowane.
2. Trener wyjaśnia czym jest Mapa Empatii.

Narzędzie, które widzicie w drugiej części pierwszej sekcji makiety to MAPA EMPATII, która ma umożliwić zaznajomienie się z informacjami, które uzyskaliśmy od użytkownika (próbujemy poznać użytkownika tak jak swojego najlepszego przyjaciela) oraz zastanowić się nad jego prawdziwymi motywacjami (racjonalne/emocjonalne).

3. Trener prosi o posegregowanie informacji zdobytych podczas wywiadów zgodnie z szablonem opisanym na **Karcie Pracy V w zadaniu V.B**. Jeśli uczestnicy zapisywali odpowiedzi na karteczkach post-it posi o powyklejanie mapy empatii nimi. Wspiera uczestników w sytuacji kiedy nie wiedzą do jakiego pola zakwalifikować informacje z wywiadów.

Krok 3. Omówienie (czas ok. 10 min.)

Trener weryfikuje powstałe mapy empatii i poprawia ewentualne błędy. Pyta o wnioski końcowe po tym ćwiczeniu uczestników.