



SCENARIUSZ I

CEL: Wstęp do procesu design thinking

Krok 1 . Wprowadzenie do tematu design thinking (czas. ok 10 min.)

1. Trener prezentuje informacje dotyczące procesu design thinking.

Peter Drucker powiedział, że jedyną pewną rzeczą w naszym życiu jest zmiana. Codziennie obserwujemy zmiany, głównie technologiczne. Te powodują, że zmieniamy się my jako konsumenci/użytkownicy – mamy inne oczekiwania/potrzeby. Nasze nastawienie powoduje, że powstają nowe modele biznesowe, które próbują je uwzględnić.

Dzieje się tak ponieważ, jak powiedział Albet Einstein – „Szaleństwem jest robić nowe rzeczy w stary sposób i oczekiwać nowych rezultatów”.

Tu kilka przykładów „nowych rzeczy zaprojektowanych w nowy sposób” – dostosowujących się do wciąż zmieniających się oczekiwań użytkowników – AirB&B/UBER/INPOST.

Design thinking jest właśnie takim nowym sposobem, który pozwala prowadzić projekty w nowy sposób. Daje możliwość pogodzenia skutków zmian technologicznych, zmian w zachowaniach klientów i tłumaczyć je na nowe modele biznesowe, które mają dostarczać rozwiązania wykorzystujące wiedzę o klientach (HUMAN CENTERED APPROACH).

Design thinking to metodyka nazwana w latach 70-ubiegłego stulecia w USA, która początkowo miała przyspieszać transfer technologii z uczelni do biznesu. Szybko jednak okazało się, że jest na tyle uniwersalna i intuicyjna, że można wykorzystać ją wszędzie tam, gdzie mamy do czynienia z ludźmi i ich potrzebami.

Design thinking to proces składający się z 5 etapów (odkrywanie, definiowanie wyzwania, tworzenie rozwiązania, prototypowanie i testowanie, plan wdrożenia).

Jest to proces pozwalający zamieniać problemy na wyzwania i rozwiązywać je w zupełnie inny sposób niż rozbiliśmy to dotychczas (w zróżnicowanych zespołach i z koncentracją na potrzebach użytkowników) oraz wspierający proces projektowania innowacyjnych produktów, usług lub doświadczeń klientów.

Największe zalety procesu design thinking:

1. User experience
2. Team work
3. Szybki efekt
4. Testy
5. Minimalne ryzyko

Decydując się na zmianę podejścia do tworzenia nowych rozwiązań, musimy zadać pierwsze z kluczowych pytań – kto jest naszym użytkownikiem/dla kogo projektujemy? pamiętając przy tym, że to użytkownik jest najlepszym ekspertem od swoich potrzeb. Aby zatem w pełni wykorzystać dobrodziejstwo design thinking należy skoncentrować się na potrzebach użytkowników (osób, dla których projektujemy), nie zakładać, że ich znamy, ale spróbować „nauczyć się” ich od nowa.



Krok 2 . Zapoznanie uczestników materiałami i celem warsztatów (czas ok. 10 min.)

1. Trener wyjaśnia jak uczestnicy będą pracować. W znalezieniu skutecznych rozwiązań pomoże nam proces design thinking, który został ujęty w 10 kartach pracy. Proces poprowadzi Was krok po kroku od etapu poznawania użytkowników poprzez syntezę informacji, definiowanie wyzwań, generowanie pomysłów, aż po budowanie i testowanie rozwiązań.
2. Trener dzieli uczestników na zespoły min. 3 a max. 6 osobowe. Jeśli to możliwe zapewnia interdyscyplinarność zespołów.

Krok 3. Rozpoczęcie 1 fazy design thinking – ODKRYWANIE (czas ok. 50 min.)

1. Trener prezentuje informacje dotyczące pierwszego etapu procesu design thinking: ODKRYWANIE i wręcza uczestnikom **KARTĘ PRACY I**.
2. Trener prosi o zaproponowanie kilku wyzwań przez uczestników oraz robi głosowanie na najlepsze wyzwanie.
3. Trener wyjaśnia na czym polega praca z hipotezą i prosi uczestników o wypisanie w zespołach min. 6 hipotez jakie mają względem wybranego wyzwania / problemu.

Krok 4. Omówienie (czas ok. 20 min.)

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