

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ **(design thinking)** **ПРИ ПОДГОТОВКЕ К КОНКУРСУ** **WORLDSKILLS**

Что такое дизайн-мышление?



Дизайн-мышление – это **человекоцентрированный** подход к созданию инновационных решений.

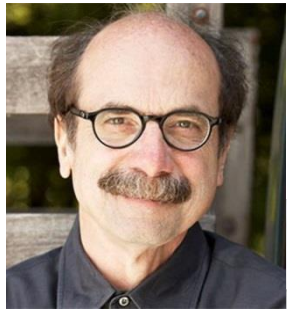
Это **метод создания продуктов и услуг**, ориентированных на человека. Проникновение в опыт пользователя, всесторонний подход к определению его проблем и фокусировка на персональных сценариях поведения клиента.

Дизайн-мышление позволяет:

- Найти **свежие решения** для трудновыполнимых задач
- Улучшить **методы решения** многих проблем
- Раскрыть **творческие способности**, выработав правильную настройку и изучив новые навыки
- Формировать культуру творчества, необходимую для **поддержания новаторства**



Как появилось дизайн-мышление?



Идею дизайн-мышления сформулировал Герберт Саймон в 1969 году в книге «Науки об искусственном». Позднее идею развил Дэвид Келли, профессор Стэнфордского университета, сооснователь компании IDEO.

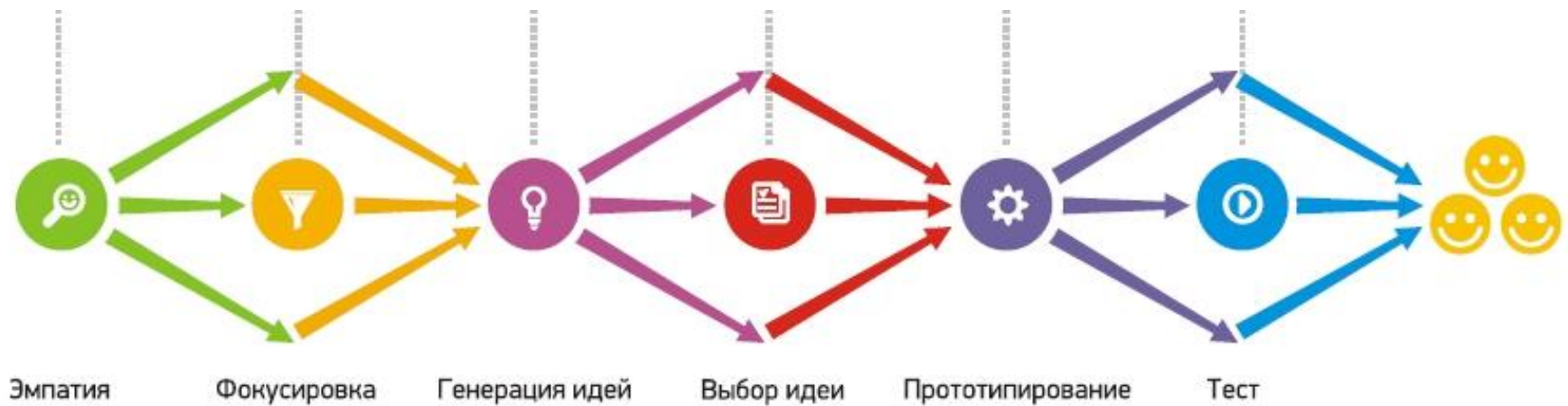
Главные принципы дизайн-мышления

- Перед тем как приступить к выработке потенциальных решений, необходимо **понять потребности пользователя**, для которого решение создается;
- Потенциальные идеи следует **тестировать, создавая быстрые прототипы**, чтобы проверить точность понимания потребностей пользователя.



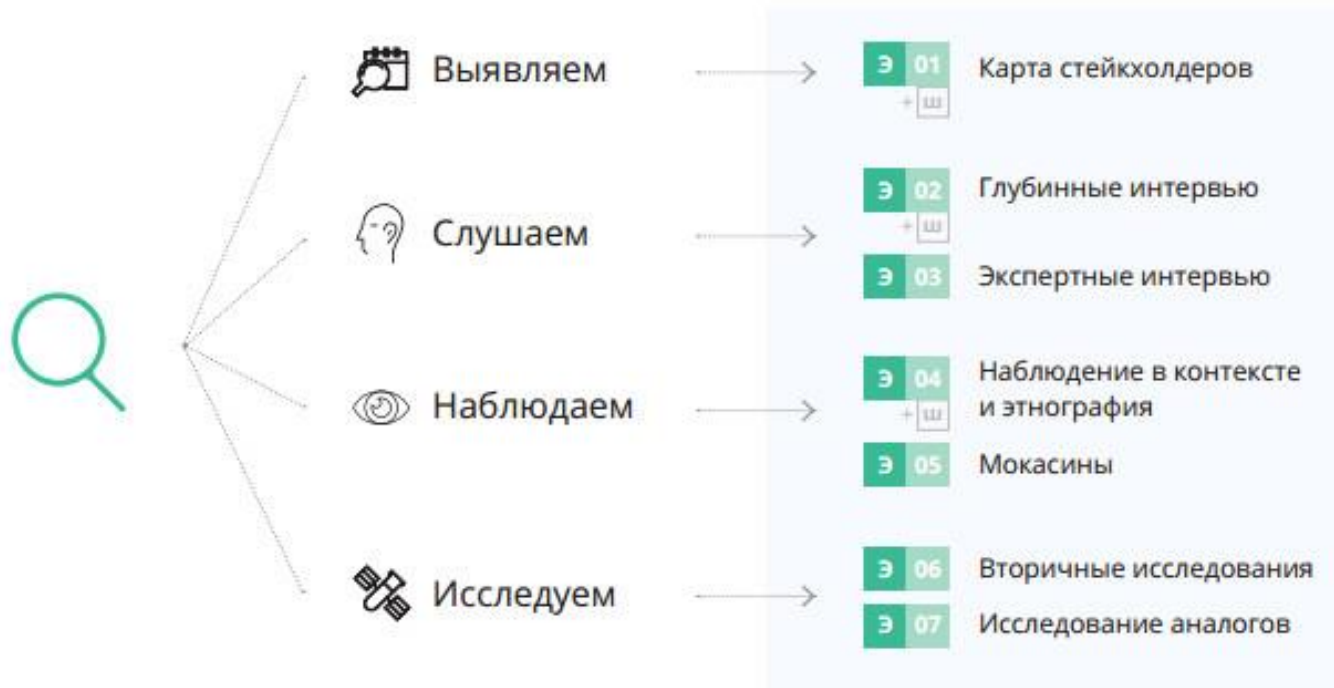
Этапы дизайн-мышления

по версии лаборатории Wonderfull, URL: www.lab-w.com



1 этап. Эмпатия

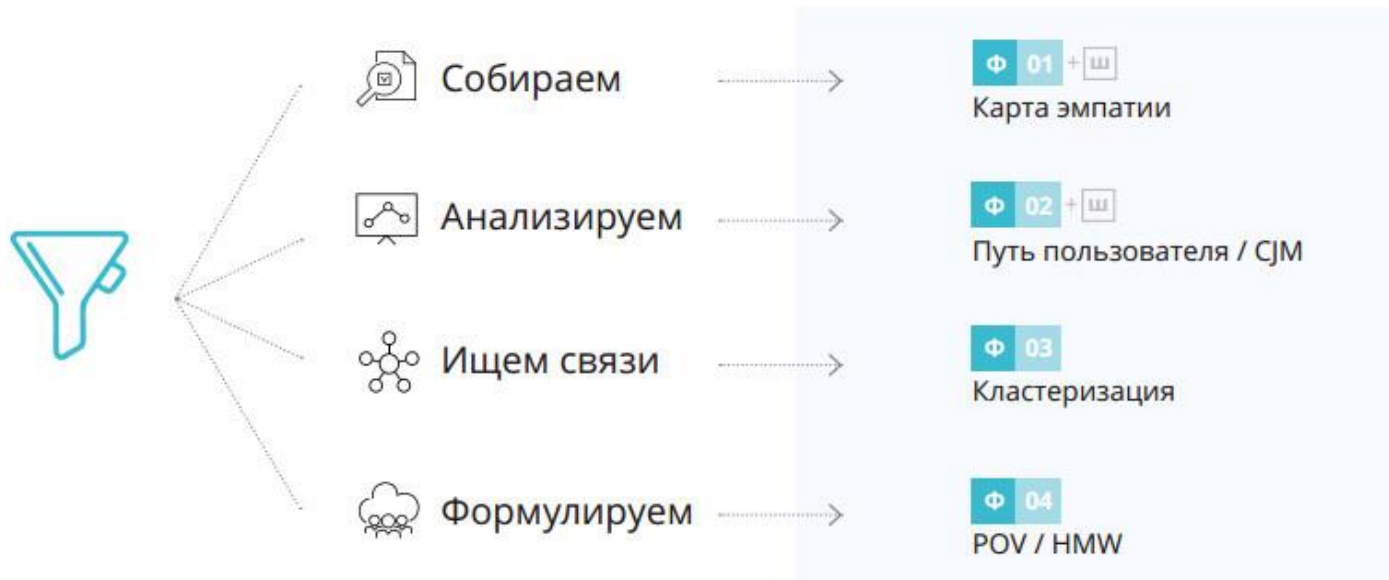
Первый «исследовательский» этап проникновения в опыт человека связан с проявлением эмпатии к его поступкам и действиям. На этом этапе нам важно понять мотивацию и причины поведения людей.



Эмпатия — это проявление сопереживания по отношению к другому человеку, способность понять его чувства и представить себя на его месте.

2 этап. Фокусировка

На этом этапе команда проекта собирает наблюдения по итогам исследований и объединяет их в шаблоны для групповой работы.



Инсайт — ценная находка в процессе исследований. Обычно инсайтом называют осознание истинного смысла цитаты пользователя или понимание проблемы, а также того, в чем ее суть; инсайтом также называют обнаруженную новую возможность для продукта или сервиса, выявленную в процессе наблюдений за пользователем.

3 этап. Генерация идей

На этом этапе команда проекта обращается к проблемам, инсайтам и точкам зрения предыдущего этапа, которые могут лечь в основу проектирования новых решений для пользователей



Работаем
в команде



Предлагаем
решения



Вдохновляем



Г 01

Мозговой штурм

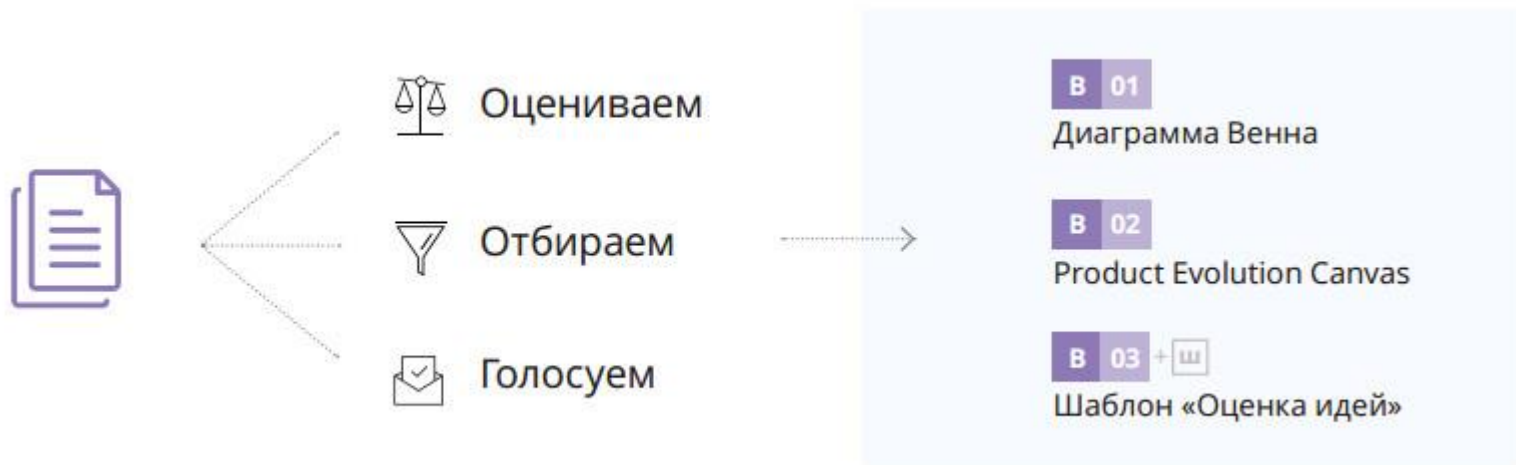
Г 02

Игра: «Playing The Future:
A Trend Watching Game»

Идея всегда отвечает на конкретную проблему или боль пользователя (а также имеющуюся на рынке возможность), и связана с ней «Измеряемой характеристикой действия» (качественной или количественной).

4 этап. Выбор идей

На этом этапе происходит отбор лучших идей с точки зрения полезности для человека, ценности для бизнеса и технической реализуемости



Выносите ваши наработки вовне — на суд специалистов, экспертов, директоров компании, которые могут содержательно оценить жизнеспособность созданных идей с точки зрения финансов, технологий, логистики и организации.

Диаграмма Венна
«Устойчивые решения»

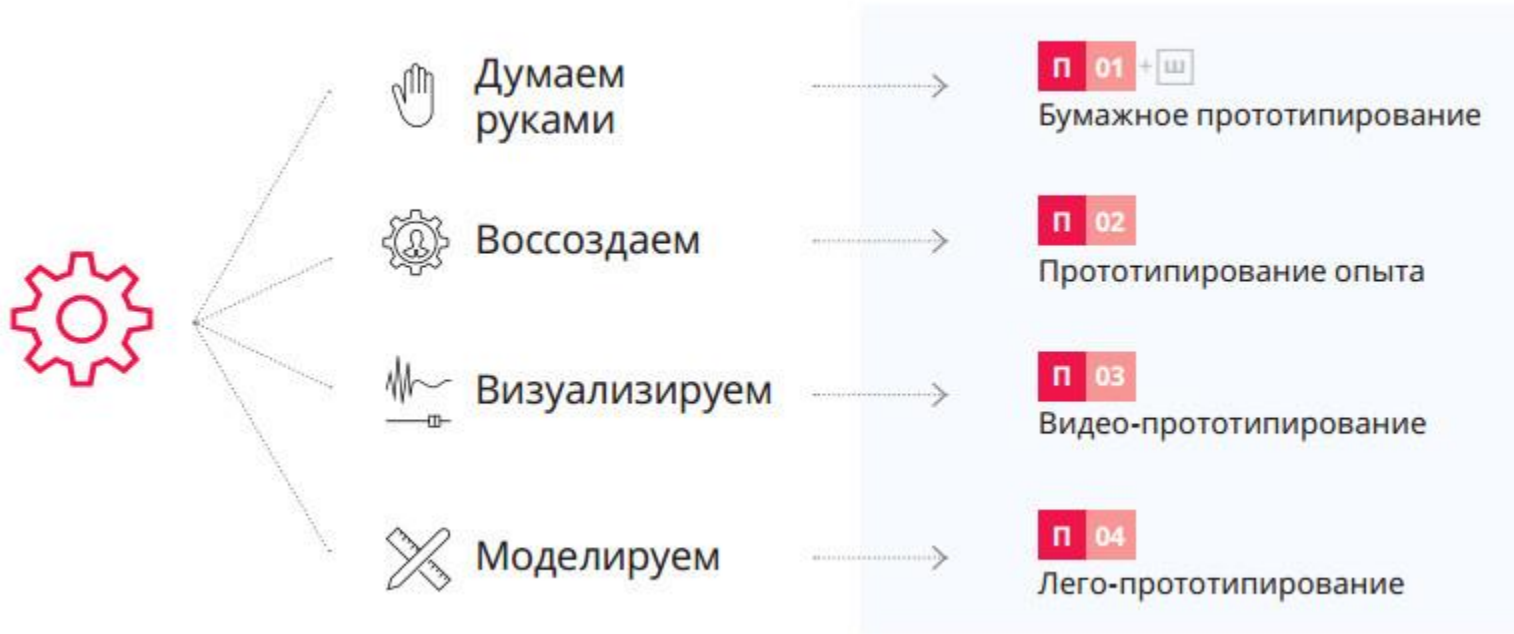


Продукт / Сервис

Впервые диаграмма из трех пересекающихся подмножеств появилась в работах английского логика Джона Венна, который опубликовал ее в книге «Символическая логика» в 1881 году.

5 этап. Прототипирование

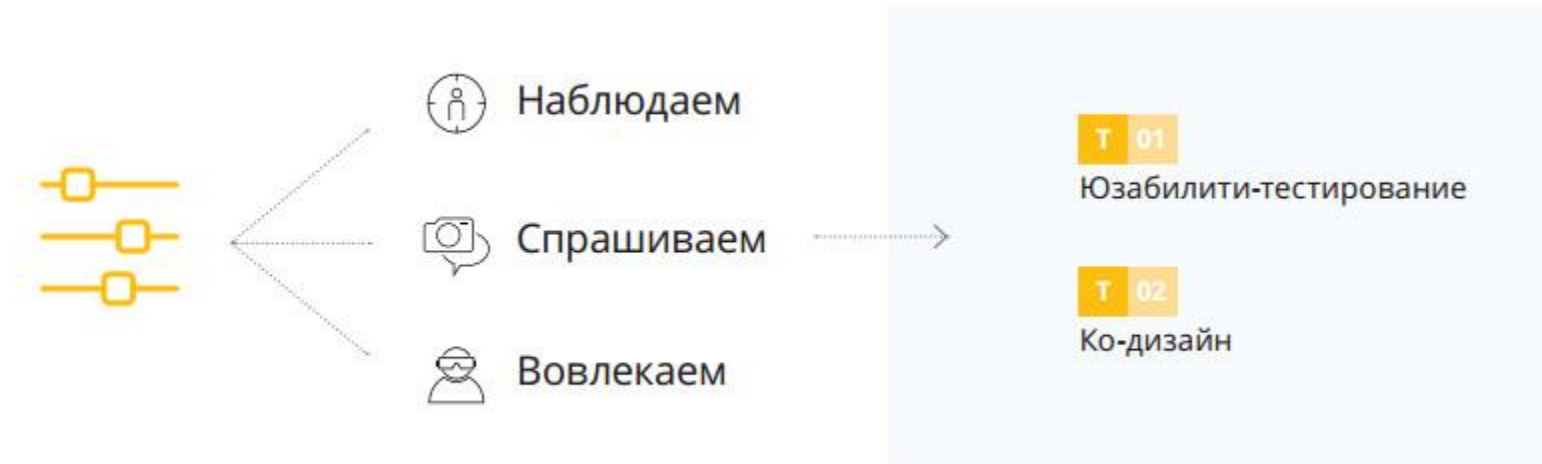
На этом этапе создаются макеты самых перспективных идей, которые далее можно будет проверить через простые и быстрые тесты с пользователями



Прототип — это макет решения, который можно собрать из подручных средств. Правило этапа прототипирования: создайте 1 прототип за 1 минуту и стоимостью в 1 рубль. Немедленно отправляйтесь в поля тестировать его с пользователями!

6 этап. Тестирование

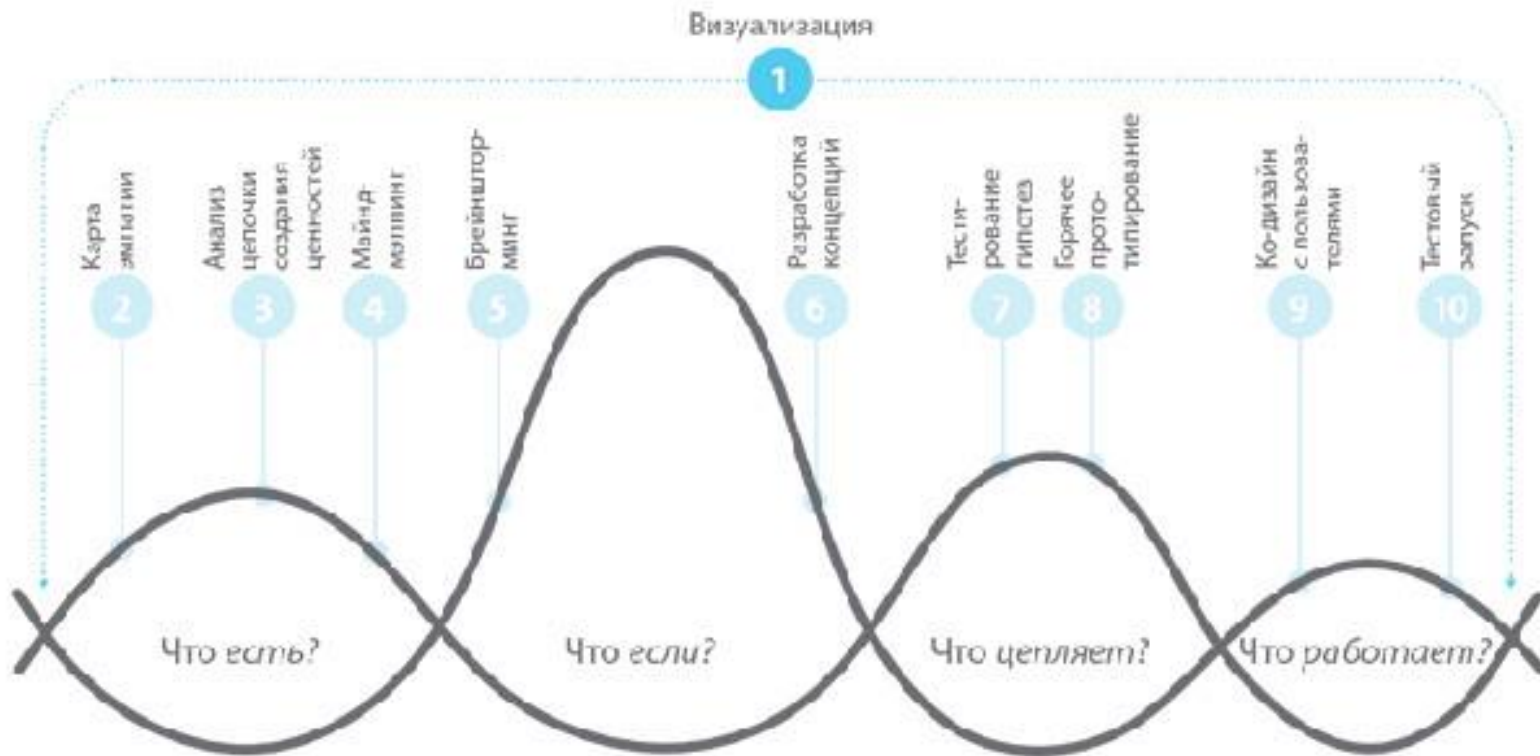
Этап ошибок и новых знаний. На этом этапе команда должна узнать о том, что большинство представленных пользователю гипотез неработоспособны и совершить итерацию — составить список улучшений, а также разработать новые, более эффективные и полезные решения!

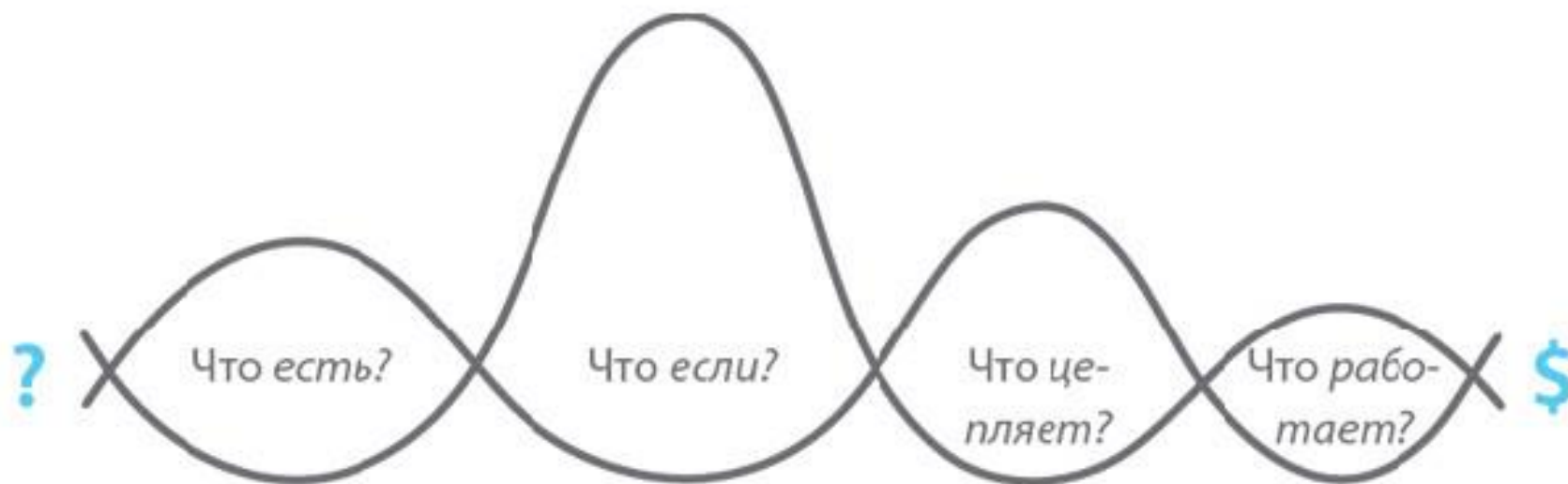


Можно многое узнать с помощью очень простого прототипа. Если одно изображение стоит тысячи слов, то один прототип стоит тысячи изображений!

Четыре вопроса, десять инструментов ДМ

по книге Жанны Лидтка и Тима Огилви «Думай как дизайнер», 2011





Дизайн-мышление используется для работы с четырьмя базовыми вопросами: На стадии **«Что есть?»** мы исследуем существующую реальность. **«Что если?»** — представляем новое будущее. **«Что цепляет?»** — делаем определенный выбор. **«Что работает?»** — оказываемся на рынке. Каждый из вопросов охватывает более или менее широкий спектр действительности.

6. **Разработка концепций:** сбор инновационных элементов в связанное альтернативное решение, которое можно исследовать и оценить.
7. **Тестирование гипотез:** выделение и тестирование ключевых гипотез, которые приведут к успеху или провалу концепции.
8. **Горячее прототипирование:** воплощение новой концепции в осязаемой форме для исследования, тестирования и улучшения.
9. **Ко-дизайн с пользователями:** привлечение пользователей к участию в создании решения, которое будет лучше всего соответствовать их потребностям.
10. **Тестовый запуск:** подготовка доступного эксперимента, который позволяет пользователям применять новое решение в течение длительного периода; таким образом ключевые гипотезы проверяются данными рынка.



Имейте мужество ТВОРИТЬ

