

Design Thinking

Metodologia Design Thinking służy do tworzenia innowacyjnych rozwiązań. Powstała ona na Uniwersytecie Stanforda 30 lat temu. Jednym z najważniejszych elementów metodologii jest poznanie potrzeb docelowego odbiorcy.

W procesie Design Thinking dużo jest generowania pomysłów, prototypowania i eksperymentowania. Wszystkie te działania realizowane są po to aby na końcu procesu powstały innowacyjne i jednocześnie konkretne rozwiązania. Rozwiązania te muszą spełniać trzy kryteria:

- Muszą być ekonomicznie uzasadnione
- Muszą być pożądane przez użytkowników
- Muszą być wykonalne

Szkolenie dedykowane jest zarówno dla menedżerów jak i pracowników którzy chcą poznać metodologię Design Thinking w praktyce.



Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

Wykorzystywać narzędzia stosowane w metodzie design thinking

Rozwiązywać problemy

Tworzyć innowacyjne rozwiązania

Cena:

1900 pln netto / 2 dni / os.

I. Jak poprowadzić rozgrzewkę twórczą?

Podstawy psychologii twórczości – przełamywanie schematów i pokonywanie ograniczeń podczas pracy z grupą. Techniki zwiększania efektywności sesji kreatywnej Rola i zadania moderatora Design Thinking w prowadzeniu procesu i grupy uczestników

II. Etap empatii w procesie DT

Ćwiczenia praktyczne: jak sprawić, żeby uczestnicy sesji kreatywnej weszli w perspektywę użytkowników projektowanego rozwiązania?

Rynek – przykłady porażek produktów i usług zaprojektowanych bez badania potrzeb i oczekiwań użytkownika

Narzędzia jakościowe / ilościowe badania potrzeb i oczekiwań

Studium przypadku: tworzenie persony i ścieżki doświadczeń użytkownika w kontekście realnego produktu

III. Style kreatywnego myślenia w zespole

Style kreatywnego myślenia – praca z zespołami jednorodnymi lub zróżnicowanymi pod względem stylu

Kwestionariusz psychometryczny – jak wykorzystać jego wyniki w zespole/w procesie projektowania?

Ćwiczenia praktyczne prowadzenia grupy: sposoby dbania o efektywność sesji. Metody precyzyjnego określania efektu w procesie design thinking

IV. IV. Jak przeprowadzić efektywną sesję generowania pomysłów

Fakty i mity o burzy mózgów – jaką metodę wybrać do pracy z grupą?

Praca z grupami z oporami przed wyjściem ze schematu i z grupami gubiącymi sprzed oczu finalny cel sesji. Metody „rozkręcania” grupy i skupiania jej na celu

O czym warto pamiętać prowadząc sesję kreatywną – praktyczne wskazówki (tips & tricks).

V. Moderowanie selekcji i wstępnej oceny pomysłów

W jaki sposób oceniać pomysły, żeby nie stracić tych oryginalnych, z potencjałem

Optymalizacja procesu selekcji pomysłów -> przejście od luźnej inspiracji do konkretnego rozwiązania

Jakie zachowania modelować w zespole podczas moderowania sesji na etapie selekcji pomysłów?

VII. Przeprowadzanie grupy przez proces oceny i rozwoju pomysłów

Na którym etapie procesu kreatywnego wprowadzać kryteria biznesowe do oceny koncepcji?

Od pomysłu do rozwiązania – jak facylitować proces rozwijania i precyzowania pomysłu, by skończyć proces z nowym, oryginalnym pomysłem możliwym do wdrożenia w realiach organizacji?

Narzędzia zwiększania jakości, oryginalności i realności wdrożenia innowacyjnych pomysłów. Podstawy lean start-up i eksperymentowania z pomysłami.

VIII. Testowanie projektowanych rozwiązań

Rodzaje prototypów i założenia etapu prototypowania

Dobieranie techniki prototypowania do rodzaju projektowanego rozwiązania – narzędzia ilościowe i jakościowe testowania potencjału pomysłu

Konstruowanie prototypów i przeprowadzenie pierwszej serii testów

Studium przypadku: prototypowanie rozwiązań. O czym pamiętać w czasie testowania prototypu z użytkownikiem? Narzędzia: scenariusz testów.

IX. Innowacja jako projekt do realizacji – techniki i narzędzia zarządzania projektami / zadaniami wspierające w procesie wdrożenia (GTD, cykl PDCA, agile PM)

Podstawy lean start-up jako narzędzie pomocne w procesie wdrażania rozwiązania obciążonego wysokim ryzykiem

Studium przypadku: standaryzowanie i monitorowanie wdrożenia rozwiązania.

Wykorzystanie eksperymentów w procesie testowania hipotezy wartości.

