

↓ Проект и проектная деятельность

Дизайн-мышление



PEAKTOP

www.reactor.su

↓ Основа

Дизайн мышление — это подход к проектированию инновационных решений, ориентированный на человека. Он основан на инструментах, применяемых дизайнерами, и используется с целью интегрирования потребностей людей, потребностей бизнеса и технологических возможностей

Авторы идеи и создатели бренда:

- Дэвид Келли
- Тим Браун
- Бердnard Рос
- Хассо Платтнер



↓ Ключевые идеи

- Дизайн должен быть ориентирован на человека, он включает технологии и экономику, но начинается с реальных или потенциальных нужд человека, с его «боли» и неудовлетворенностей. Боль — повод улучшить продукт или создать новый
- В центре проекта - пользовательский запрос, только потом возможности технической реализации и экономические возможности
- Обучение через созидание
- Разработка прототипов ускоряет инновации
- Потребление – не конечная цель, важно широкое участие разных людей, нужен сдвиг от пассивных отношений между потребителем и производителем к активному вовлечению каждого в деятельность, которая продуктивна и прибыльна
- Нематериальные вещи (ценности, отношения, системы взаимного участия) – важнее физических вещей и денег



↓ 7 принципов



- **Фокусируйтесь на ценностях.**

Проявляйте эмпатию к людям, для которых делается проект, разрабатывается дизайн. Обратная связь от пользователей является основой качественного дизайна

- **Скажите «ДА» эксперименту**

Прототипирование — это не просто проверка идеи, это способ размышления и обучения

- **Меньше слов – больше дела**

Стремитесь больше делать, а не только размышлять и обсуждать

- **Показывайте, а не рассказывайте**

Доносите свое видение другим людям с помощью иллюстраций и историй

- **Оттачивайте точность**

Формулируйте проблему и решение так, чтобы было всем понятно

- **Помните о процессе**

Знайте на каком этапе дизайн-процесса находитесь, с какими методами работаете на этом этапе, и к чему должны прийти

- **Общее взаимодействие**

Собирайте вместе людей-инноваторов из разных областей и с разными точками зрения. И пусть родится общее прорывное решение



↓ Кейсы

- Во времена больших перемен нужны новые решения, так как все существующие решения устарели
- Дизайн-мышление позволяет по-новому подходить к решению проблем: вместо возвращения к традиционному, «сходящемуся» подходу, когда при выборе опора идет на лучшее из имеющегося, происходит обращение к «расходящемуся» подходу, когда происходит изучение новых вариантов, решений, идей, которые не существовали ранее



Apple Inc.



HARVARD
UNIVERSITY



STANFORD
UNIVERSITY



Massachusetts
Institute of
Technology

↓ Кейсы



Проведение большого числа глубинных интервью для понимания, что нужно пользователю, изменения сайта и разработки приложения



Использование пользовательского опыта и техник дизайн-мышления для проектирования нового рабочего пространства, которое сможет поддержать культуру инноваций в компании



Построение жизненных и деловых сценариев для работы над сайтом компании, предложениями для пользователей и тарифами



↓ Примеры использования



Использование дизайн-мышления для адаптации томографа к потребностям детей. В нью-йоркской детской больнице Morgan Stanley превратили обычный зал компьютерной томографии в настоящий пиратский корабль. Такое оформление кабинета заметно уменьшает тревожность пациентов, и, вместо серьезной процедуры, они как будто отправляются в «сказочное путешествие». Медсестры говорят, что дети больше не боятся томографии и часто даже просят побыстрее ее начать, чтобы можно было поиграть



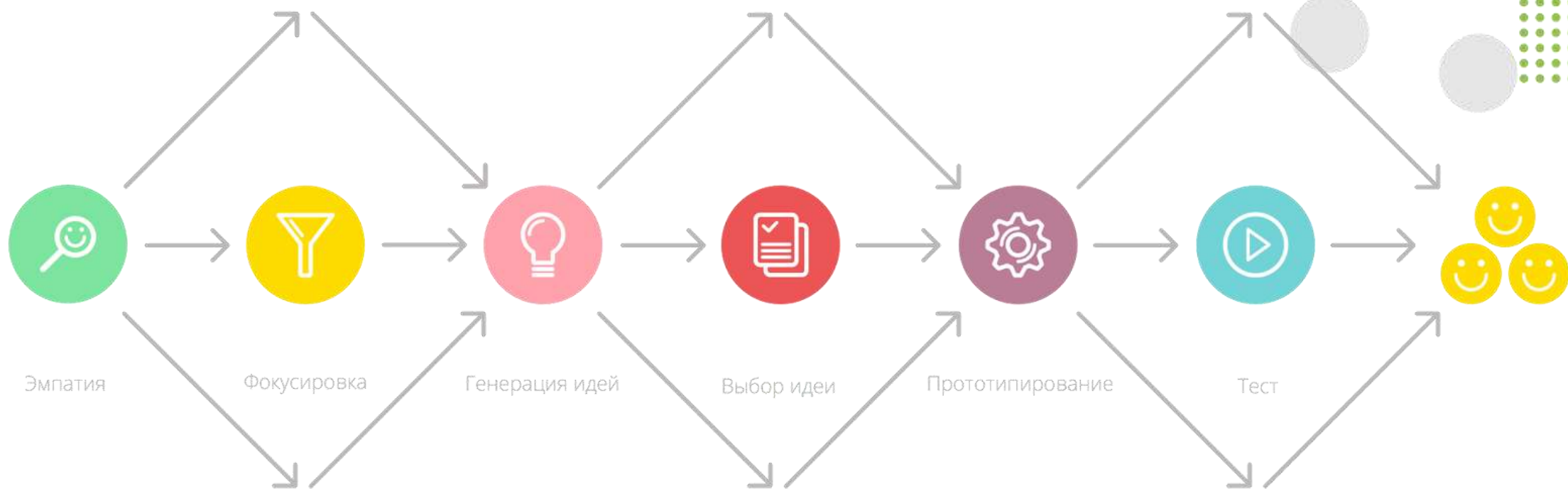
↓ Примеры использования



Сэм Фарбер увидел, как его больная артритом жена с трудом справляется с чисткой картофеля, и проникся к ней сочувствием. Из этого родилась легендарная серия кухонных аксессуаров OXO Good Grips. Их инновационный мягкий дизайн уже стал привычным. Поставить себя на место другого — зачастую означает не просто проявить сочувствие, но и сделать первый шаг к решению проблемы



↓ Этапы и стадии



↓ Этапы и стадии

Лайнус Полинг

«Чтобы найти хорошую идею, прежде всего нужно много идей»

Дивергентная стадия (лат. *divergere* — расходиться) — поиск множества решений одной и той же проблемы

Конвергентная стадия (лат. *convergere* — сходиться) — исключение вариантов, совершение выбора

Уильям Фолкнер

«Сложнее всего убивать своих любимых героев»



Диаграмма двойного алмаза (4D)

↓ Эмпатия

Эмпатия – основа дизайна, ориентированного на человека. Проект решает не собственные проблемы его создателей, а проблемы других людей

Чтобы создать хороший проект, нужно проникнуться к человеку сопереживанием и понять, что важно именно для него

Основные способы:

- Наблюдение
- Вовлечение
- Погружение

Основные инструменты:

- Интервью
- Новичок
- Экстремальные пользователи
- Что? Как? Почему?



↓ Эмпатия



Ситуация



Пространство



Контекст, в котором
находятся люди



Фото-, видеоэтнография



Наблюдения



Глубинные интервью



Один день из жизни



Вторичные исследования



↓ Экстремальный пользователь

В процессе разработки проекта люди обычно сосредотачиваются на одной целевой аудитории. И это правильно. Но иногда полезно сместить акценты и посмотреть на других людей. Метод экстремальных пользователей предлагает подумать о решениях для людей нетипичных, например, главы мафии или агента спецслужб под прикрытием. Это развивает способность к дивергентному мышлению: пользователь перестает быть знакомым, и мы знакомимся с более широким кругом эмоций и практик.



↓ Фокусировка

Переходный этап.
Стадия анализа и синтеза всех находок этапа эмпатии, обработка всего услышанного и увиденного для понимания общей картины

«Распаковка» информации, визуальное представление данных. Формирование инсайтов и понимание потребности пользователей

Основные способы:

- POV – point-of-view, видение ситуации
- Кластеризация
- Визуализация

Основные инструменты:

- Карта эмпатии
- Путь пользователя
- Портрет персоны
- Матрица 2*2

↓ Фокусировка



Групповая работа



Стена для меппинга



Классеризация



Цитаты



Персона-модель



Мэппинг



Визуализация



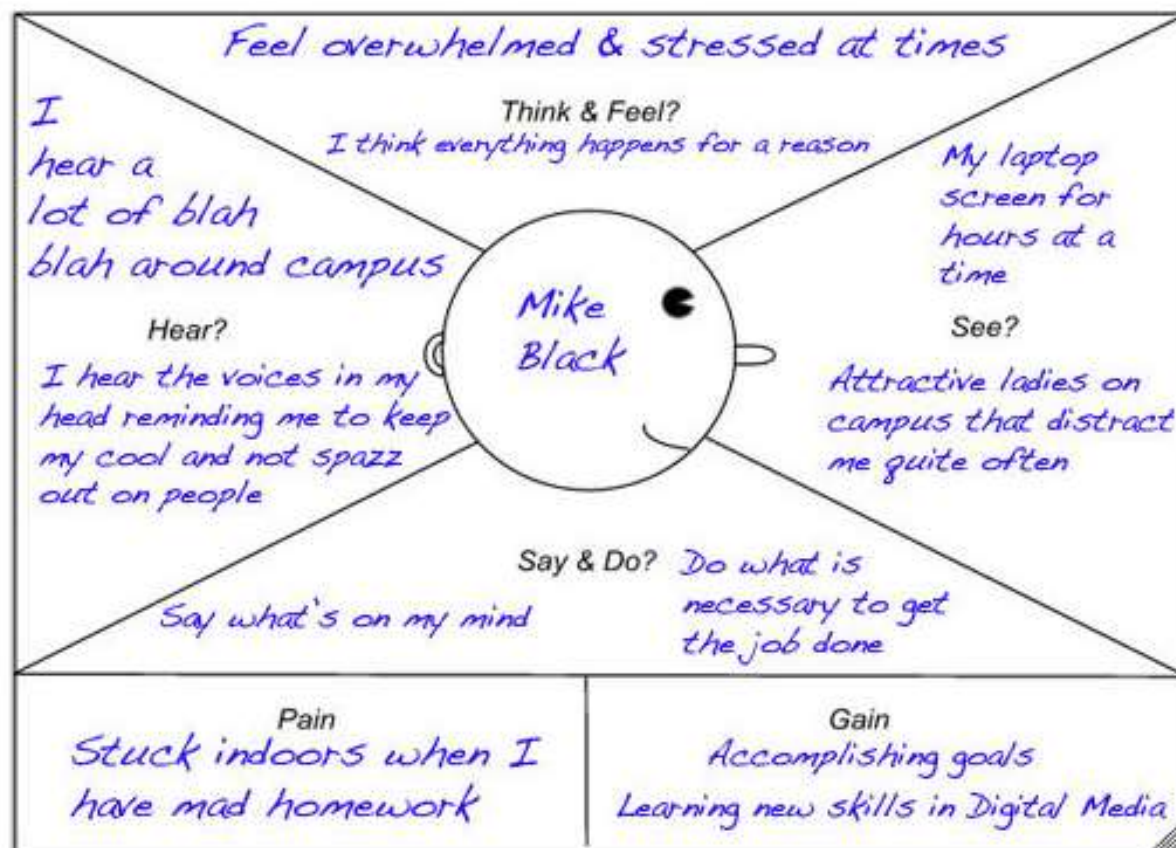
↓ Карта эмпатии



↓ Карта эмпатии: основные блоки

Название блока	Вопросы для обсуждения	Источники информации
Условный пользователь: имя и фото	Как зовут вашего пользователя (клиента, потребителя)? Как выглядит ваш пользователь?	Социальные сети, фотобанки
Что слышит?	Что говорят в окружении пользователя о проблеме? Какие варианты решения проблемы обсуждаются? Из каких медиаканалов и других источников пользователь получает информацию?	Социальные сети, профильные и специализированные форумы, закрытые профессиональные сообщества, комментарии под публикациями
О чем думает и что чувствует?	Что волнует вашего пользователя? Как он описывает проблему? Какие решения нравятся или не нравятся пользователю?	Форумы, социальные сети, сообщества
Что видит?	С какими решениями проблемы сталкивался пользователь? Сталкивается ли он с другими решениями, кроме вашего? В каком виде представлена информация об альтернативных решениях?	Сайты, рекламные материалы конкурентов, информация об аналогах, статьи и обзоры, профильные СМИ
Что говорит и делает?	Как пользователь ищет решение проблемы? Какие действия предпринимает для ее решения? Что говорит о решении? Какой информацией делится публично?	Социальные сети, профессиональные сообщества, комментарии, критика
Боли	Что волнует пользователя? Чего он боится или опасается? Какие риски берет на себя? Что мешает ему использовать имеющееся решение?	Социальные сети, профессиональные сообщества, профильные СМИ. Резюме по блоку «О чем думает и чувствует?»
Ценности	Что нужно пользователю, чтобы избавиться от проблемы? Какие ценности близки? Каким критериям должно соответствовать решение? За что готов платить пользователь?	Социальные сети

A decorative graphic consisting of several green and grey circles of varying sizes scattered across the bottom right corner of the page.



- Ватман, доска для записей + стикеры
- Лист бумаги + карандаш
- Онлайн-программа: <https://miro.com/templates/empathy-map>



↓ Создание портрета персоны

- Сбор и обобщение информации о пользователе
- Анализ паттернов поведения
- Создание Персон
- Проработка сценариев взаимодействия

SOFIA PEREZ

"The Single Mother"



"I feel like there should be an easy way to get a loan for first time home buyers."

Protective

Hardworking

Money Saver

Bio

Sofia works as a supervisor at a call center. She is recently divorced and has two young children who are both in grade school all day. She only has a high school education but has been able to successfully grow in her career, mostly due to her strong work ethic. She is happy and loved by her neighbors. In spite of her lack secondary education, she has been able to save a sizable amount of money and is looking to purchase a new home in the next 12 months.

Average Day

- Awake at 7AM
- Gets kids to school
- Spends day at work
- Picks kids up from after school babysitter
- Runs errands
- Makes dinner for family
- Plays with kids and then puts them to bed

Brand Affinities


TARGET


Coke


AMERICAN EAGLE
OUTFITTERS

Age 32

Occupation Call Center Supervisor

Education High School

Status Single

Location Orlando, Florida

Motivations

- Happiness
- Saving Money
- Career
- Children
- Stability
- Social

Goals

- Looking to buy a home now
- Get a promotions at her job
- Find a good neighborhood for kids

Frustrations

- Navigating the logistics of her kids
- Finding the right neighborhood
- Her boss is challenging to work with



↓ Создание портрета персоны

- Биография
- Фотографии
- Место жительства
- Возраст
- Образование
- История работы
- Мотивация
- Интересы
- Обычный день
- Навыки
- Отношения
- Окружение
- Хобби
- Страхи и тревоги
- Надежды и мечты
- Вызовы
- Поведение онлайн
- Предпочтения
- Бренды и продукты
- Источники новостей

JOHN DALEY



"I feel like there should be an easy way to get a loan for first time home buyers."

"The Recent Graduate"

Ambitious **Friendly** **Smart**

Age 26
Occupation Engineer
Education Bachelors Degree
Status Married
Location Denver, Colorado

Bio
John just finished studying at the university. He graduated with a bachelors degree in engineering and landed his first job out of school. He recently married his college sweetheart and they are looking at buying their first home. He comes from a strong middle class family and has a pretty good handle on money management. In the next couple years, he and his wife plan to start having children and want to find a home in a neighborhood where they can raise their children.

Average Day

- Awake at 6AM
- Goes to the gym
- Eats a healthy breakfast
- Spends day at work
- Coaches youth soccer in the evenings
- Watches a movie with his wife before bed

Brand Affinities

STARBUCKS COFFEE Apple TREK

Motivations

- Security
- Money
- Happiness
- Social
- Career Growth
- Fear of Loss

Goals

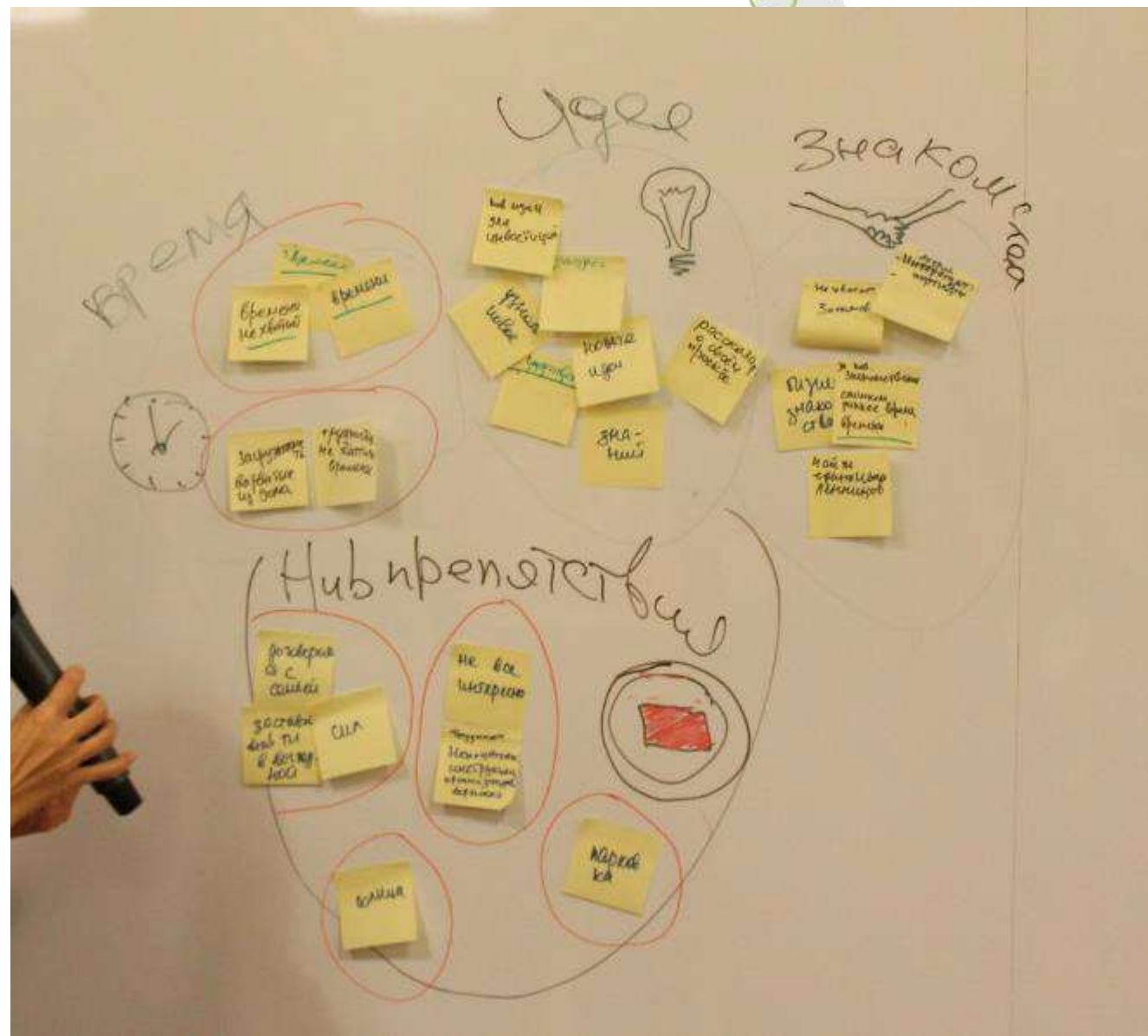
- Start saving to buy a house
- Start a family in the next couple years
- Get a promotions at his job

Frustrations

- Trying to pay off his student loans
- His wife is still finishing school which makes it hard to save money
- Current bank has bad customer service

↓ Кластеризация

- Заполните пространство стикерами
- Ищите связи и общие признаки
- Быстро создавайте группы
- Переносите идеи в отдельную группу
- Держите исследовательскую информацию перед глазами



↓ Точка Зрения / Point of View(POV)

- На что вы обратили внимание, когда разговаривали с людьми и наблюдали за ними?
- Какие шаблоны появляются, когда вы смотрите на набор полученных знаний?
- Если вы заметили что-либо интересное, спросите себя (и вашу команду), почему это интересно?
- Почему у какого-либо человека было именно такое поведение?
- Какая связь между этим человеком и более широким контекстом?
- Как вы можете помочь человеку сделать что-то?



Фото: [flickr.com/wonderfull-lab](https://www.flickr.com/photos/wonderfull-lab/)

↓ Точка Зрения / Point of View(POV)

Как мы можем помочь

.....
имя/образ человека, который больше всего соответствует выбранной
потребности + основные характеристики кратко

.....
потребность, выраженная глаголом

Потому что / каким образом

?

.....
инсайт

↓ Точка Зрения / Point of View(POV)



Пример

Как мы можем помочь

Елене

PURPOSE

LIFE-CYCLE

.....
имя/образ человека, который больше всего
соответствует выбранной потребности + основные
характеристики кратко

Сделать подарок другу

.....
Потребность, выраженная глаголом

каким образом

в один клик

?

.....
инсайт



↓ Точка Зрения / Point of View(POV)

- Фокусирует внимание на проблеме
- Вдохновляет команду
- Создает критерии оценки разных идей
- Помогает команде принимать решения независимо и параллельно
- Захватывает сердца и умы людей, с которыми вы встречаетесь
- Помогает разрабатывать конкретные концепции, избегая абстрактных (как спаси все человечество)



↓ Генерация идей

Цель - придумать огромное количество самых разных идей для решения задачи, на основе которых потом будут создаваться и тестироваться прототипы

- Исключить критику
- Создать позитивную атмосферу.
- Расслабьтесь, дружите, поддерживайте друг друга

Основные способы:

- Разминка
- Мозговой штурм
- Отбор идей

Основные методы:

- «Да и....»
- Ограничения

↓ Генерация идей



Групповая работа



Подходящее
помещение



Нет критики



Позитив



Разнопрофильные
игроки



Запись идей



Принцип «да и ...»

↓ Выбор идеи

Цель – отобрать наиболее перспективные для реализации идеи. Отбирайте идеи, которые нравятся, вдохновляют или интригуют команду

- Установка критериев отбора
- Критерии позволяют не потерять инновационный потенциал, накопленный в режиме генерации идей

Основные принципы:

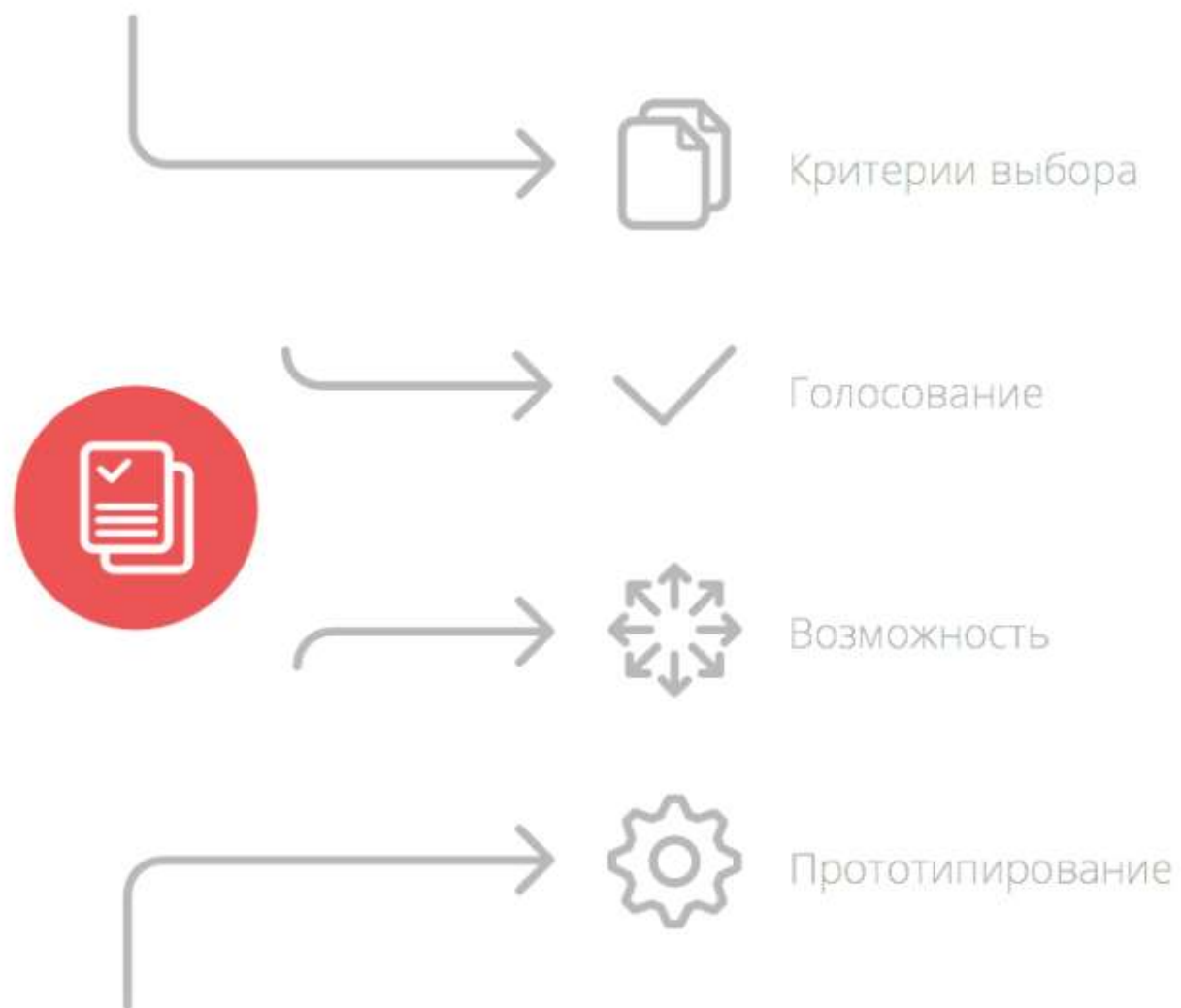
- Не спешите сузиться в процессе отбора
- Не переживайте за реализуемость идей

Основные способы:

- Голосование
- 4 категории
- Бинго



↓ Выбор идеи



↓ Прототипирование

Воплощение идеи в реальном мире. Цель - быстро протестировать идеи и получить обратную связь

Прототип:

- стена в стикерах
- игровая сцена
- Пространство
- Объект
- Интерфейс или
- Сценарий поведения

Основные задачи:

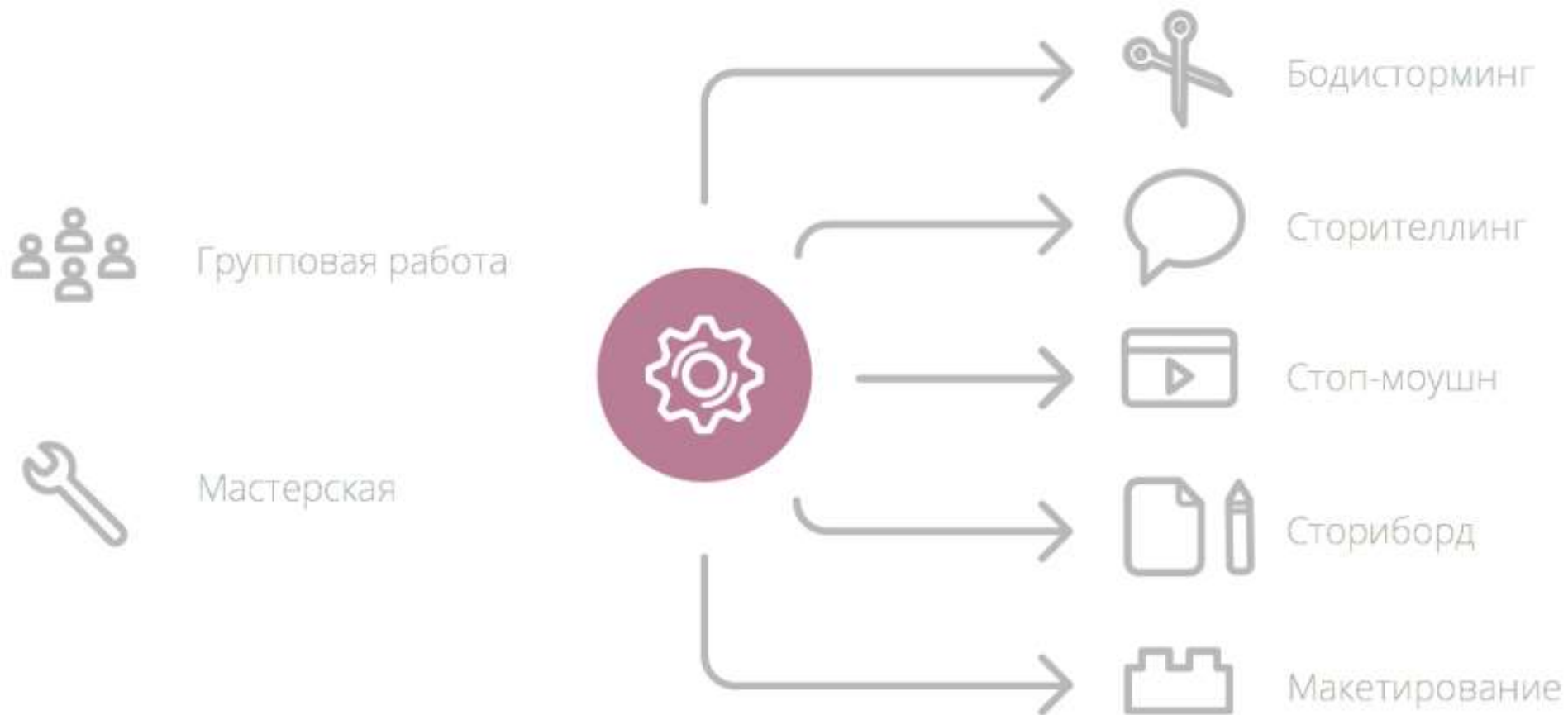
- Узнать новое
- Устранить разногласия
- Сделать быструю и дешевую ошибку, которую легко устранить

Основные способы:

- Бодисторминг
- Прототип решения
- Определение переменных
- Истории
- Видео



↓ Прототипирование



↓ Прототипирование



- **Сторителлинг**

Презентация идеи в виде рассказа, более человечную



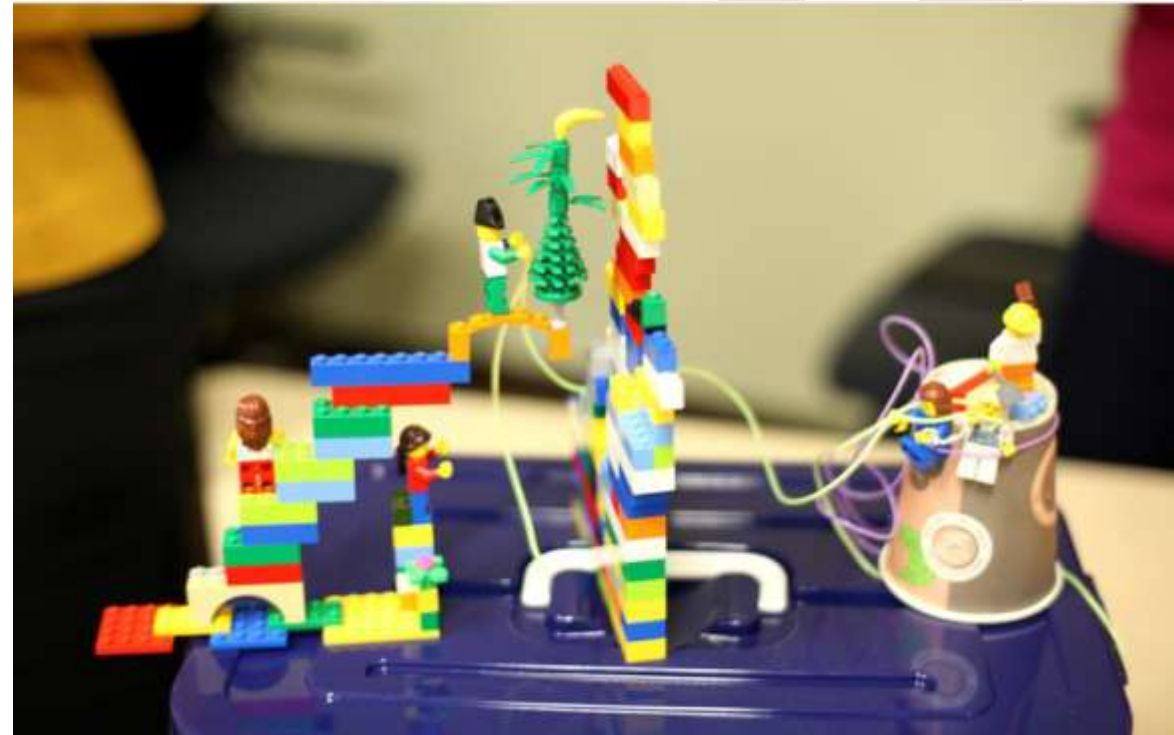
- **Макеты из картона и бумаги**

Полезный инструмент, благодаря которому можно создавать интерфейсы, интерьеры. Позволяет создавать много решений быстро и очень дешево

↓ Прототипирование



- **Сториборд**
Покадровый сценарий использования будущего продукта



- **Lego**
Проектирование с помощью конструктора

↓ Прототипирование



● Стоп-моушн

Если продукт еще не существует, то можно снять ролик, чтобы передать атмосферу, условия, в которых он будет работать



● Бодисторминг

Изображение сервиса с помощью людей. Например, придумали сервис для путешественников, который подстраивается под запросы пользователя и находит интересные события в разных частях света. Разыгрывается сценка: один человек изображает систему, второй — пользователя. → Очень классно работает.

↓ Тестирование

Цель - улучшить решение задачи перед разработкой MVP (minimal value product), выпуском первой версии и проведение более сложного тестирования

Основные задачи:

- Улучшить прототип и решение
- Лучше узнать пользователей
- Проверить и улучшить POV

Тестирование прототипов обычно проводится многократно, итеративно, и в реальных условиях

Основные методы:

- Тестирование с пользователем
- Сетка обратной связи
- Обратная связь в команде

↓ Тестирование



Взаимодействие
с пользователем



Общение с
пользователем



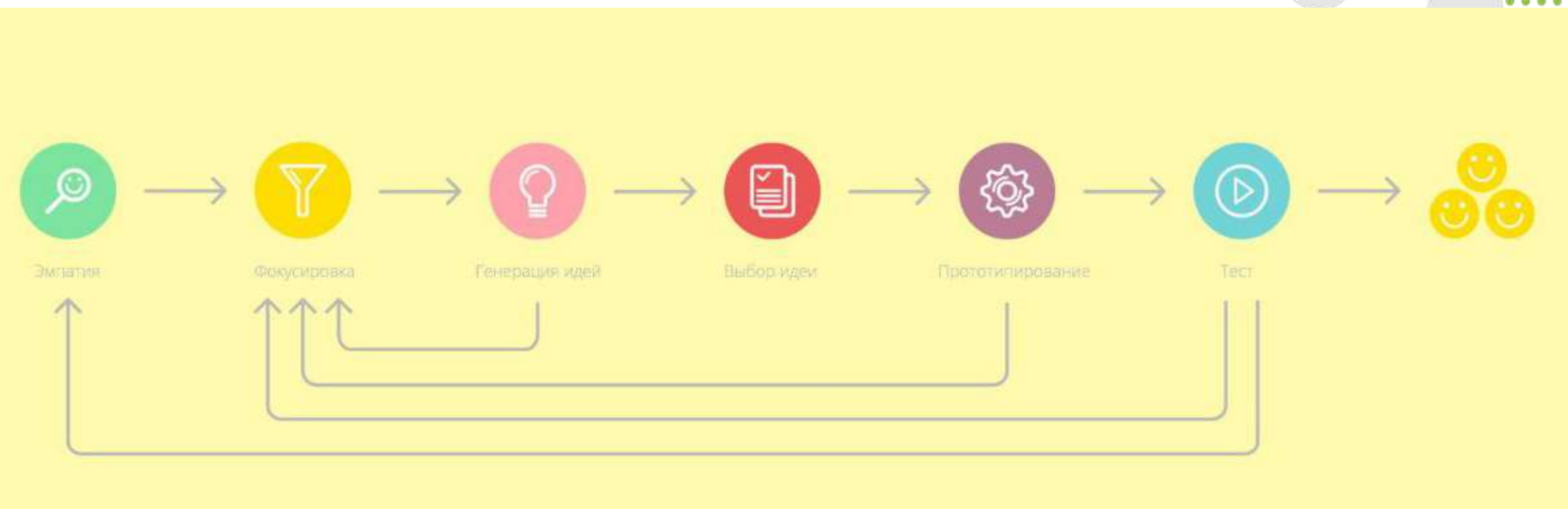
Фиксация на видео



« Быстро ошибаться »



↓ Дизайн-мышление



PEAKTOP



www.reactor.su

vk.com/reactor.project

www.facebook.com/reactor.project