

Е.В. Васильева

ДИЗАЙН- МЫШЛЕНИЕ: немного о подходе и много об инструментах развития креативного мышления, изучения клиентских запросов и создания идей

*(Как понять клиентов и создать полезный опыт
в экономике впечатлений?)*

Учебное пособие

RU
science
RUS-SCIENCE.RU

Оглавление

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ: О ПОДХОДЕ	13
Дизайн-мышление – это методика создания инноваций	16
Этапы процесса Дизайн-мышления	18
Метод «Разминка»	20
1. Разминка «Зеркальные нейроны, телепатия и эмпатия»	20
ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИЙ НА ОСНОВЕ ТЕХНИК ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ.....	22
1 шаг «Эмпатия»	22
2 шаг «Фокусировка» или Point-of-View (POV)	22
3 шаг «Генерация».....	23
4 шаг «Выбор».....	23
5 шаг «Прототип».....	24
6 шаг «Тестирование»	24
7 шаг. Презентация идеи.....	24
1 ШАГ «ЭМПАТИЯ»	26
Модификация карты заинтересованных сторон (Stakeholder Map)	28
Вторичные исследования.....	31
Включенное наблюдение (муха на стене, тень, анализ личных вещей, мокасины).....	31
Муха на стене.....	31
Метод включенного наблюдения «Мокасины»	32
Метод «Анализ личных вещей».....	33
Глубинные интервью, фиксация и изучение контекста, цитаты	35
Лестница вопросов: «Пять почему и как сделать?»	35
Метод Elito	38
Сетка различия	40
Карта эмпатии (Empathy Map)	40
Персона-модель, собирательный персонаж	45
Метод Пиноккио	47
Шаблон для оформления идей с помощью метода «Пиноккио»	49
Модель PEDPL – модификация PEP (анализ опыта пользователя)	52
Customer Journey Map (CJM) – карта пользовательского пути.....	56
2 ШАГ «ФОКУСИРОВКА» ИЛИ POINT-OF-VIEW (POV).....	59
2. Разминка «Сочетать несочетаемое»	59

POV-вопрос и постановка задачи.....	60
Модификация формулировки проблемы (POV-вопрос и собирательный персонаж)	60
3 ШАГ «ГЕНЕРАЦИЯ»	63
3. Разминка – Самолетик идей.....	63
Ограничение времени	65
Ограничение масштаба	65
Направляющие вопросы	65
«Да и...» / «Yes and...»	65
Метод личных идей: SIL, KJ	66
Диаграммы сродства Affinity Maps.....	68
Нелепые идеи как триггеры прорывных	70
Метод случайного стимула	71
SCAMPER	72
Смысловые облака	77
Метод «Плохих и хороших идей»	79
Мировое кафе / World café	80
4 ШАГ «ВЫБОР»	82
4. Разминка «Анаграмма творчества»	82
Наполнение и группировка идей	83
Матрица оценки усилий и эффекта.....	83
Выбор идеи: диаграмма Венна «Устойчивые решения».....	85
Метод «Шесть шляп мышления»	86
Шаблон для применения метода «6 шляп мышления»	87
Ассоциативные карты.....	88
Модель Джона Уитмора	88
Модель достижимости инновации – модификация модели Джона Уитмора	89
Associative maps, Mind Map	91
Диаграмма причин и результатов Fishbone Diagram	93
5 ШАГ «ПРОТОТИП»	95
5. Разминка – «Неведомая зверушка».....	95
Бумажный прототип, бизнес-оригами	96
Конструктор Lego Serious Play (LSP).....	97
Storytelling	98
Bodystorming	98
Storybord	99
Stop Motion.....	102
Доски-изображений (Коллаж, Moodboard / Collage).....	102
6 ШАГ «ТЕСТИРОВАНИЕ».....	103
6. Разминка «Человек-фотоаппарат»	103
A/B-тестирование (A/B testing, Split testing)	104

Практическое и оценочное исследование.....	104
Матрица положительного и отрицательного клиентского опыта.....	105
Тестирование с пользователем.....	106
Метод «Волшебник из страны ОЗ»	108
Метод триад (шаблон для фиксирования результатов)	108
7 ШАГ – ПРЕЗЕНТАЦИЯ ИДЕИ	111
7. Разминка «Сценка»	111
Пример анализа проблемы «как изменить опыт взаимодействия с аэропортом» с помощью инструментов дизайн-мышления.....	114
Философия создания прорывной идеи:.....	115
Итерационность процессов и рефлексия	116
КЕЙСЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ СКРЫТЫХ КЛИЕНТСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ (БОЛЕЙ) НА ОСНОВЕ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ .118	
Кейс 1. Будильник или как разбудить студента и не разбудить соседей, если ему очень нужно проснуться, но ОЧЕНЬ хочется спать.....	122
1. Составить Персону-модель и Пов-формулу проблемы	122
2.Составить пользовательские пути для нескольких жизненных ситуаций.....	122
3. Матрица положительного и отрицательного клиентского опыта	123
4. Применить метод «6 шляп мышления» для генерации решения	123
5. Мозговой штурм и Ассоциативные карты.....	124
6. Тестировать идею с помощью метода «Тестирование с пользователем»	124
7. Презентовать идею с помощью Метода Ролевое разыгрывание решений / Bodystorming.....	125
Кейс 2 – Как мотивировать студента прийти на вечернюю пару?	126
1. Применить Метод «Как мы можем ...?».....	126
2. Построить карту заинтересованных сторон (Stakeholder Map)	126
3. Генерация идей с помощью SCAMPER.....	127
4. Карта Customer journey map (CJM).....	128
5. Матрицы положительного и отрицательного клиентского опыта.....	129
6. Тестировать идею с помощью метода «Волшебник из страны ОЗ»	130

7. Презентовать идею с помощью метода истории / Storytelling	130
Кейс 3 – Как помочь первокурснику без опыта быстро пообедать во время перемены в «час пик»?.....	131
1. Провести глубинные интервью, используя метод триад и фото.....	131
Метод триад	131
Инструменты опроса	132
2. Применить метод «Муха на стене» и/ или Видеоэтнография	132
Видеоэтнография, мобильная этнография или техника «Жизнь сквозь камеру»	133
3. Составить Customer Journey Map (Пользовательский путь).....	133
4. Генерация идей с помощью POV-формулы, персон-модель и цитат	134
5. Выбрать идею на основе Диаграммы Венна «Устойчивые решения»	134
6. Тестировать идею с помощью метода «Включенное наблюдение» и Метода триад	135
Метода триад	135
7. Презентовать идею с помощью метода «Волшебник из страны ОЗ»	135
Кейс 4 – Как сделать лекции полезными и нескучными?.....	136
1. При обсуждении идей применить Метод SCAMPER в модификации решений.....	136
2. Провести Глубинные интервью, используя «Пять почему и как сделать?» для проверки гипотез	136
8. Пять почему и как?	137
Инструменты опроса	137
3. Матрица положительного и отрицательного клиентского опыта.....	138
4. Применить метод «Муха на стене» и/или Видеоэтнография и контекст	138
9. Видеоэтнография, мобильная этнография или техника «Жизнь сквозь камеру»	138
10. Контекст	138
5. Применить метод «Анализ личных вещей», чтобы понять персонажа	139
При обсуждении идей применить Доски-изображений (Коллаж / Collage)	139

6. Тестировать идею с помощью метода «Включенное наблюдение»	139
7. Презентовать идею с помощью Метода Серия иллюстраций (storybord) и Ролевое разыгрывание решений.....	139
Кейс 5 – Как помочь с выбором профессии школьнику?.....	140
1. Применить «Пиноккио», чтобы понять персонажа	140
2. Построить карту заинтересованных сторон	140
3. Генерация идей на основе SCAMPER	141
4. Составить Сетку различия	141
5. Построить «матрицу оценки»	142
6. Тестировать идею с помощью метода «Истории» / Storytelling	142
7. Презентовать идею с помощью Метода иллюстраций, storybord	142
Кейс 6 – Как мотивировать школьников читать?.....	143
1. Применить «Пиноккио», чтобы понять персонажа	143
2. Применить Технику личных идей	143
3. Построить POV-формулу	144
4. Составить Диаграмму причин и результатов, Fishbone Diagram	144
5. Тестировать идею с помощью метода «Включенное наблюдение»	145
6. Тестировать идею с помощью Метода триад	145
7. Презентовать идею с помощью Метода Серия иллюстраций (storybord).....	145
Кейс 7 – Как сделать занятия полезными и нескучными?	146
1. Построить карту заинтересованных сторон	146
2. SCAMPER – фокусировка на проблеме.....	146
3. Провести Глубинные интервью, используя Лестницу вопросов: «Пять почему и как сделать?» для проверки гипотез.....	147
Инструменты опроса	148
4. Построить Empathy Map по результатам интервью	148
5. Составить Диаграмму причин и результатов Fishbone Diagram	148
6. Тестировать идею с помощью Метода триад	149
7. Презентовать идею с помощью серия иллюстраций (storybord)	149
Кейс 8 – Как сделать жизнь человека с ограниченными возможностями здоровья комфортной в доме, городе, на транспорте	150

1. Применить метод «Мокасины», чтобы понять проблему.....	150
2. Применить технику личных идей.....	150
3. «Матрица оценки»	151
4. Для визуального представления идеи постройте Ассоциативные карты / Associative maps, Mind map.....	152
5. Построить Прототип	152
6. Тестирование идею с помощью метода «Волшебник из страны ОЗ» или «Тестирование с пользователем»	152
7. Презентовать идею с помощью Метода Ролевое разыгрывание решений / Bodystorming	153
Кейс 9 – Как сделать жизнь пенсионера комфортной в доме и городе	154
1. Применить метод «тень», чтобы понять проблему	154
2. Для визуального представления идеи постройте Ассоциативные карты / Associative maps, Mind map.....	154
3. Применить метод опыта пользователя (PEDPL) для генерации идей во время мозгового штурма	155
4. Провести оценку идей с помощью диаграммы Венна «Устойчивые решения»	155
5. Построить Прототип с помощью бизнес-оригами.....	156
6. Тестировать идею с помощью метода «Тестирование с пользователем».....	156
7. Презентовать идею с помощью Метода Ролевое разыгрывание решений / Bodystorming.....	157
Кейс 10 – Как сделать жизнь маленького роста комфортной в доме и городе	158
1. Постройте карту заинтересованных сторон	158
2. Применить Технику личных идей	158
3. Диаграмма сродства / Affinity Maps	159
4. Модель достижимости инноваций.....	159
5. Построить Прототип с помощью бизнес-оригами.....	160
6. Тестировать идею с помощью метода «Тестирование с пользователем».....	161
7. Презентовать: Storytelling и ролевое разыгрывание	161
Кейс 11 – Как применять технологию дополненной реальности в образовании?	163
1. Построить карту заинтересованных сторон	163
2. Применить Технику личных идей	163
3. Применить модель PEDPL.....	164
4. Применить метод «Пиноккио», чтобы оживить идею	165
5. Применить технику 6 шляп для оценки идеи:	165

6. Построить прототип и протестировать с помощью метода «Волшебник из страны ОЗ» и метода «Тестирование с пользователем».....	166
7. Презентовать идею с помощью Storytelling и ролевое разыгрывание.....	166
Кейс 12 – Как технологические инновации могут изменить образовательную среду университета – создать прототип учебного класса будущего?.....	167
1. Постройте Карту заинтересованных сторон (Stakeholder Map)	167
2. Постройте Customer Journey Map (Пользовательский путь).....	167
3. Фокусировка – POV-формула	167
4. Генерация идей – SCAMPER.....	168
5. Оценка и выбор лучшей идеи.....	169
6. Прототип идеи с помощью метода «Волшебник из страны ОЗ» и Тестирование с пользователем.....	169
7. Презентовать идею: с помощью Матрица оценки «Усилия-Эффекты»	170
Кейс 13 – Как сохранить баланс между учебой, работой и отдыхом?	171
1. Провести интервью с интервью: «Лестница вопросов: 5 почему и как?»	171
2. Матрица положительного и отрицательного клиентского опыта и Смысловые облака.....	171
3. Исследовать проблему на возможность решения с помощью SCAMPER	172
4. Сделать анализ для всех 3 сторон жизни – учеба, работа, отдых с помощью Матрицы оценки «Усилия-эфффекты».....	172
5. Выдвижение гипотез и вариантов возможных решений проблем с помощью техники личных идей и метода группировки идей.....	173
6. «Мокасины»	174
7. Презентация: Storytelling и ролевое разыгрывание.....	175
ШАБЛОНЫ ДЛЯ ДИЗАЙН-ИССЛЕДОВАНИЯ.....	176
Эмпатия, Выбор: Карта заинтересованных сторон (Stakeholder Map)	176
Эмпатия: Подготовительный лист для проведения интервью или наблюдения.....	177
Эмпатия, Фокусировка: Интервью: «Лестница вопросов: 5 почему и как?»	178

Эмпатия, Генерация: Пользовательский путь (Customer Journey Map)	179
Карта эмпатии	180
Эмпатия, Генерация: Анализ опыта взаимодействия потребителя с продуктами для решения проблемы (PEDPL).....	181
Эмпатия, Генерация: Анализ опыта взаимодействия участника с процессом (PEDPL).....	182
Фокусировка: Формулировка проблемы (Point-of-View, POV) - «Как мы можем ...? Оказывается, ему нужно...»	183
Фокусировка, Генерация: SCAMPER	184
Эмпатия, Выбор: Матрица положительного и отрицательного клиентского опыта	185
Эмпатия, Генерация: Метод Пиноккио.....	186
Генерация, Выбор: техника 6 шляп.....	187
Генерация: Техника личных идей.....	189
Эмпатия, Генерация, Тестирование: Метод триад.....	190
Выбор: Группировка и наполнение	191
Выбор: Матрица оценки «Усилия-Эффекты»	192
Выбор: Диаграмма Венна «Устойчивые решения»	193
Выбор: Модель достижимости инноваций (модификация модели Джона Уитмора)	194
Генерация, Выбор: Ассоциативная карта Fishbone Diagram	195
Генерация, Выбор: Ассоциативная карта Mind Map	196
Тестирование с пользователем.....	197
Презентация: Storytelling и ролевое разыгрывание.....	198
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	199
Литература	201