

Design thinking w praktyce biznesowej

Podejście odnoszące się do procesów poznawczych, strategicznych i praktycznych, dzięki którym koncepcje projektowe są opracowywane przez ich twórców i/lub zespoły projektowe. Celem tej metody jest rozwiązywanie problemów, stworzenie nowych, innowacyjnych produktów, usług lub procesów poprzez określenie prawdziwych potrzeb konkretnego odbiorcy.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie dla kadry średniego i wyższego szczebla.



Korzyści

Po ukończeniu zajęć uczestnik:

- Potrafi zastosować podejście design thinking do rozwiązywania wybranych problemów biznesowych np. projektowania rozwiązań/ produktów/ usług.
- Wie jak poprowadzić efektywną sesję design thinking wykorzystując przy tym odpowiednie techniki i narzędzia wspierające twórczy proces.
- Potrafi zastosować metodę design thinking w różnych obszarach biznesu, np.: marketing, zarządzanie, tworzenie nowych produktów.

Każdy z modułów poświęconych metodzie design thinking podzielony został na dwie części. W pierwszej z nich uczestnicy poznają narzędzia i zasady niezbędne do przeprowadzenia danego kroku design thinking. W drugiej części, wykorzystują poznane narzędzia do analizy konkretnego problemu biznesowego. Problem ten, nie jest znany uczestnikom przed szkoleniem, poznają go dopiero w dniu rozpoczęcia szkolenia. Na zakończenie zajęć, wypracowane przez słuchaczy rozwiązania porównywane są do tych, które zostały wdrożone przez firmę, która wcześniej borykała się z analizowanym problemem.



Program szkolenia

1. Myślenie twórcze i design thinking
 - Czym jest design thinking?
 - Kluczowe kroki metody design thinking.
 - Zastosowanie design thinking.
 - Elementy psychologii twórczości – kiedy myślimy twórczo, jakie są warunki myślenia twórczego?
 - Co zabija twórczość? – inhibitory procesu twórczego.
2. Design thinking – krok 1 – empatyzacja
 - Jak wejść w skórę odbiorcy?
 - Jakie dane analizować?
 - Narzędzia empatyzowania:
 - persony
 - mapa empatii
 - badania społeczne: od etnografii po narzędzia ilościowe
 - Praktyczne wykorzystanie narzędzi podczas analizy realnego problemu biznesowego.
3. Design thinking – krok 2 – definiowanie problemu
 - Jak rozpoznać czy problem jest właściwie zdefiniowany?
 - Dobrze i źle zdefiniowane problemy.
 - Narzędzia wspierające definiowanie problemów np. 5 Why, diagram Ishikawy.
 - Praktyczne wykorzystanie narzędzi w trakcie definiowania realnego problemu biznesowego.
4. Design thinking – krok 3 – generowanie rozwiązań i pomysłów
 - Zasady twórczego generowania pomysłów.
 - Narzędzia twórczego myślenia wspierające generowanie pomysłów: od udoskonalonej burzy mózgów po superpozycje.
 - Czynniki hamujące generowanie pomysłów.
 - Praktyczne wykorzystanie narzędzi podczas generowania pomysłów dla realnego problemu biznesowego.
5. Design thinking – krok 4 – prototypowanie
 - Dlaczego prototypy są tak ważne?
 - Narzędzia budowania prototypów dla usług i produktów: od młotka i desek po oprogramowanie do prototypowania aplikacji mobilnych.
 - Praktyczne wykorzystanie narzędzi prototypowania dla realnego problemu biznesowego.
6. Design thinking – krok 5 – testowanie
 - Dlaczego warto testować?
 - Definiowane kryteriów jakie powinny być spełnione podczas testów.
 - Środowisko testowania.
 - Narzędzia testowania: od analiz eksperckich po badania z użytkownikami i testy statystyczne.
 - Praktyczne wykorzystanie narzędzi testowania dla realnego problemu biznesowego.



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

.



Czas trwania

2 dni / 12 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski