kod szkolenia: HR-KK-T-DT / DesignThinking

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