



Design Thinking – efektywny proces projektowania rozwiązań dla Klientów.





OPISZ SZKOLENIA

Design Thinking to sposób pracy oparty na myśleniu projektowym, którego celem jest rozwiązywanie skomplikowanych problemów czy radzenie sobie z pojawiającymi się wyzwaniami. Bazuje na kreatywnym i innowacyjnym podejściu do tematu, którego głównym założeniem jest skupienie się na potrzebach tzw. użytkowników końcowych. Design Thinking wykorzystuje wiele narzędzi kreatywnego myślenia, analizy i diagnozy klientów czy tworzenia prototypów i prowadzenia testów. Z powodzeniem może być wykorzystywany przez wszystkie typy organizacji, które chcą wspierać kulturę innowacji i koncentrować się w swojej pracy na szukaniu rozwiązań.

Szkolenie obejmuje podstawowe zagadnienia z procesu Design Thinking wraz z kilkunastoma narzędziami wykorzystywanymi w ramach tego procesu.

Osią całego szkolenia będzie autorska gra symulacyjna „Grand Hotel”, która oparta jest na procesie Design Thinking. Gracze wcielą się w rolę projektantów innowacyjnego hotelu w całości opartego na potrzebach przyszłych klientów. Narracja gry będzie połączeniem fabuł między innymi z takich filmów, jak *Grand Budapest Hotel* i *Ocean's Thirteen*. Gra ma charakter zespołowy (każdy zespół będzie posiadał kilku członków). Jest to też gra kooperacyjna, a nie rywalizacyjna. Zatem zadaniem graczy będzie współpraca dla wspólnego celu. Dzięki temu w bezpiecznych warunkach szkoleniowych uczestnicy będą mogli od razu przećwiczyć nowo poznane techniki i narzędzia Design Thinking.

Wybrane metody pracy podczas szkolenia to:

- Autorska gra szkoleniowa „Grand Hotel”
- Praca grupowa
- Case study
- Dyskusja moderowana
- Ćwiczenia indywidualne
- Burza mózgów
- Facylitacja



CEL SZKOLENIA

- Pozyskanie przez uczestników wiedzy w zakresie głównych założeń procesu Design Thinking.
- Poznanie i przećwiczenie narzędzi wspierających projektowanie efektywnych rozwiązań dla klientów.
- Rozwój sposobów myślenia projektantów, który skupia się na innowacyjności i użyteczności rozwiązań dla klientów i użytkowników końcowych.



KORZYŚCI ZE SZKOLENIA

- Poznanie pięciu etapów procesu Design Thinking.
- Poznanie i w praktyczny sposób przećwiczenie kilkunastu narzędzi Design Thinking, z których uczestnicy będą mogli skorzystać od razu po szkoleniu.
- Zrozumienie znaczenia empatyzacji w procesie tworzenia usług i produktów dla klientów.
- Podniesienie swoich kompetencji z zakresu badania potrzeb i oczekiwań klientów w tym prowadzenia wywiadów.
- Zdobycie wiedzy na temat sposobów generowania pomysłów i ich selekcji oraz technik pracy kreatywnej pomocnej w codziennej pracy projektowej.





GRUPA DOCELOWA

- Liderzy zespołów projektowych
- Specjaliści odpowiedzialni za rozwój usług i produktów
- Osoby pracujące w działach obsługi klienta, B&R czy jakości
- Zewnętrzni trenerzy i konsultanci wspierający organizacje w rozwoju usług i produktów
- Wszyscy zainteresowani kulturą innowacji



CZAS TRWANIA SZKOLENIA

- 2 dni szkoleniowe
- Standardowe godziny szkolenia 9.00 – 17.00



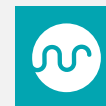
AGENDA SZKOLENIA

MODUŁ 1 – DESIGN THINKING

- Podstawowe informacje o procesie Design Thinking
- Obszary zastosowań – wybrane case studies
- Wady i zalety wykorzystania

MODUŁ 2 – FAZA I - EMPATYZACJA

- Poznanie użytkownika końcowego
- Cele fazy Empatyzacji
- Narzędzia Empatyzacji: Karta wywiadu, Mapa empatii, Persona, Ścieżka doświadczeń Klienta, Mapa interesariuszy
- Gra szkoleniowa „Grand Hotel” – Empatyzacja
Praktykowanie nowo poznanej wiedzy i narzędzi z fazy Empatyzacji w ramach przygotowanego scenariusza gry szkoleniowej. Zadaniem uczestników będzie poznanie potrzeb klientów.
- Omówienie pierwszej części gry według modelu DATA





AGENDA SZKOLENIA

MODUŁ 3 – FAZA II – DEFINIOWANIE PROBLEMU

- Wyzwanie projektowe
 - Cele fazy Definiowanie problemu
 - Narzędzie do definiowania problemu: Wyzwanie projektowe
- Gra szkoleniowa „Grand Hotel” – Definiowanie problemu
 - Celem graczy będzie zaprojektowania wyzwania projektowego na podstawie przeprowadzonych we wcześniejszej fazie badań i analiz
- Omówienie drugiej części gry według

MODUŁ 4 – FAZA III – GENEROWANIE POMYSŁÓW

- Ideatyżacja
 - Cele fazy Generowania pomysłów
 - Narzędzia Generowania pomysłów: Techniki pracy kreatywnej, Techniki selekcji pomysłów, Story board, Metoda Kurta Vonneguta
- Gra szkoleniowa „Grand Hotel” – Generowanie pomysłów
 - W tej części gry zadaniem graczy będzie wygenerowanie, jak największej liczby pomysłów rozwiązania problemów klientów, a następnie dokonanie selekcji tych najlepszych.
- Omówienie trzeciej części gry według modelu DATA

MODUŁ 5 – FAZA IV – PROTOTYPOWANIE

- Budowanie prototypu
 - Cele fazy Prototypowania
 - Narzędzie pomocne podczas prototypowania: Karta prototypu
- Gra szkoleniowa „Grand Hotel” – Prototypowanie
 - Gracze będą budować prototyp rozwiązania dla klientów zgodnie z ideą Design Thinking. Wykorzystają w tym celu dostarczone przez trenera materiały.
- Omówienie czwartej części gry według modelu DATA

MODUŁ 6 – FAZA V – TESTOWANIE

- Testy prototypów
 - Cele fazy Testowania
 - Narzędzie pomocne podczas testowania: Scenariusz testów
- Gra szkoleniowa „Grand Hotel” – Testowanie
 - Gracze w ostatniej już fazie gry (jak i procesu Design Thinking) przeprowadzą wraz z użytkownikami końcowymi testy przygotowanych prototypów.
- Omówienie ostatniej części gry według modelu DATA

