

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.



Przeznaczenie szkolenia

Szkolenie dla kadry średniego i wyższego szczebla.



Korzyści wynikające z ukończenia szkolenia

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.



Oczekiwane przygotowanie słuchaczy



Język szkolenia

Szkolenie: polski

Materiały: polski



Czas trwania

2 dni / 12 godzin

Agenda 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.