



**Włączanie do głównego nurtu innowacji sprzyjających
włączeniu społecznemu i przedsiębiorczości
społecznej w szkolnictwie wyższym**

2022-1-PL01-KA220-HED-000089820

Kurs InnoSocial w zakresie innowacji sprzyjających włączeniu społecznemu i przedsiębiorczości społecznej

Moduł 2. Projektowanie inkluzywnych innowacji w celu rozwiązywania wyzwań społecznych

Dofinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji. Unia Europejska ani Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji nie ponoszą za nie odpowiedzialności.



**Co-funded by
the European Union**

Konsorcjum projektu



Treść prezentacji

Rozdział 2.1

Proces innowacji
społecznych

Rozdział 2.2

Myślenie projektowe zorientowane na
człowieka dla innowacji sprzyjających
włączeniu społecznemu

Rozdział 2.3

Metody i techniki myślenia
projektowego

Rozdział 2.4

Studium przypadku



Najważniejsze symbole



**Definicja / podstawy
teoretyczne**



**Działania dydaktyczne/
edukacyjne**



Wskazówki



Materiały wideo



**Dodatkowe zasoby /
dalsza lektura**



**Studia przypadków /
dobre praktyki**



Efekty uczenia się

Moduł II:		
Rozdziały 1-4:		
WIEDZA	UMIEJĘTNOŚCI	POSTAWY
Uczestnik szkolenia będzie w stanie: • zrozumieć strukturę procesu innowacji i opisać jego etapy; • zidentyfikować specyfikę "myślenia projektowego" i "projektowania skoncentrowanego na człowieku" jako ram sprzyjających innowacjom społecznym i integracyjnym; • odnosić różne metody i techniki kreatywności/innowacji do różnych etapów procesu myślenia projektowego.	Uczestnik szkolenia będzie w stanie: • wykorzystać podejście "myślenia projektowego" do sprostania wyzwaniom społecznym i środowiskowym; • stosować techniki kreatywności/innowacyjności w celu zaprojektowania innowacyjnego rozwiązania problemu społecznego i/lub środowiskowego.	Uczestnik szkolenia będzie w stanie: • wykazać się kreatywnością w procesie innowacji.

Rozdział 2.1 Proces innowacji społecznych

Innowacje społeczne i innowacje sprzyjające włączeniu społecznemu



Innowacje społeczne odnoszą się do innowacyjnych działań i usług, których celem jest zaspokojenie potrzeb społecznych.

Innowacje sprzyjające włączeniu społecznemu, innowacje sprzyjające włączeniu społecznemu, jako forma innowacji społecznych, są szczególnie ukierunkowane na populacje wykluczone, niedostatecznie wspierane lub reprezentowane, takie jak młodzież, kobiety, osoby starsze, osoby niepełnosprawne, migranci, uchodźcy i grupy o niskich dochodach.

Innowacje sprzyjające włączeniu społecznemu mają na celu poprawę jakości życia tych grup przy zachowaniu niskich kosztów.

Wiąże się to z zaspokajaniem potrzeb społecznych tych grup i aktywnym angażowaniem ich w proces innowacji (Goel, 2011).



Proces tworzenia innowacji społecznych

Etap 1

Identyfikacja potrzeb i
definiowanie problemu

Etap 2

Identyfikacja potencjalnych
rozwiązań i wybór najbardziej
obiecującego z nich

Etap 3

Projektowanie i testowanie
obiecujących rozwiązań

Etap 4

Wdrażanie i ocena rozwiązań

Etap 5

Zwiększanie skali i
rozpowszechnianie innowacji

Proces tworzenia innowacji społecznych: Etap 1

Etap 1

Identyfikacja potrzeb i
definiowanie problemu

- 1. Zrozumienie potrzeb społecznych lub środowiskowych:** poprzez analizę priorytetów polityki poszczególnych państw w zakresie rozwoju, kwestii poruszanych przez ruchy społeczne i organizacje wolontariackie oraz wyzwań stojących przed indywidualnymi osobami.
- 2. Zapewnienie wizji przyszłości, w której potrzeby są spełnione:** podkreślenie rozbieżności między obecną rzeczywistością a przewidywaną przyszłością.
- 3. Identyfikacja problemu:** sformułowanie precyzyjnych celów (stwierdzeń dotyczących problemu) i przekształcenie ich w ukierunkowane pytanie.

Przykłady metod i technik: "Obserwacja Co? Jak? Dlaczego" i " Wczuwanie się poprzez wywiady" do analizy potrzeb; "Punkt widzenia Madlib i Want Ad" oraz "Lista kontrolna krytycznego czytania" do przedstawienia wizji i zidentyfikowania problemu.

Proces tworzenia innowacji społecznych: Etap 2

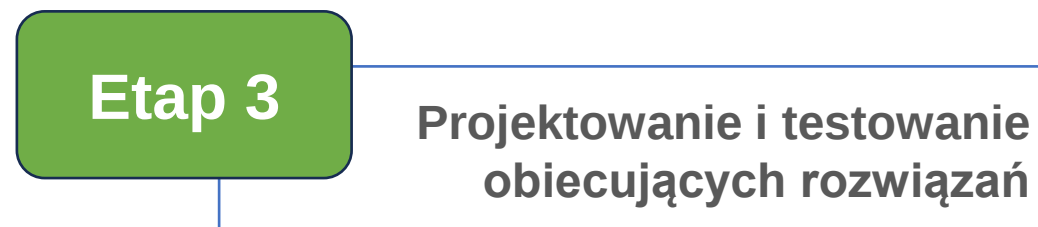
Etap 2

Identyfikacja potencjalnych rozwiązań i wybór najbardziej obiecującego z nich

1. Problemy społeczne i środowiskowe (np. ubóstwo, edukacja, zmiany klimatu) są złożone. Ich rozwiązywanie wymaga **tworzenia złożonych, multidyscyplinarnych rozwiązań** (Becker & Smith, 2018).
2. Znalezienie rozwiązań oznacza zaangażowanie się w **intensywny proces generowania pomysłów**, który powinien być przeprowadzany w zespole złożonym z wielu interesariuszy / multidyscyplinarnym.
3. Proces generowania pomysłów powinien **koncentrować się na pojedynczym problemie** (pytaniu) w danym czasie i zapewniać wystarczającą ilość czasu na opracowanie pomysłów.
4. **Wygenerowane pomysły powinny zostać ocenione** w celu wybrania najbardziej obiecującego, który przejdzie do następnego etapu.

Przykłady metod i technik: “Jak możemy?”, “Burza mózgów”, “Bodystorming - Symulacja odgrywania ról”.

Proces tworzenia innowacji społecznych: Etap 3



1. Prototyp definiuje się jako system opracowany w celu empirycznego przetestowania innowacji (Lai & Locatelli, 2020). Prototypy służą do uzyskania informacji zwrotnych od potencjalnych użytkowników przed przejściem innowacji do etapu wdrożenia.

2. Formy: prototyp może być fizyczny lub cyfrowy, o niskiej lub wysokiej wierności, reprezentować rzeczywisty obiekt lub być przedstawiony jako diagram, schemat, model 2D, 3D lub wielowymiarowy, w zależności od celu innowacji (Houde & Hill, 1997).

3. Testowanie: prototyp powinien zostać zaprezentowany docelowym użytkownikom innowacji, zespołowi go opracowującemu oraz organizacjom interesariuszy wspierającym jego rozwój.

Przykłady metod i technik: “Prototypowanie do testowania”, “Siatka rejestracji informacji zwrotnych”.



Proces tworzenia innowacji społecznych: Etap 4

Etap 4

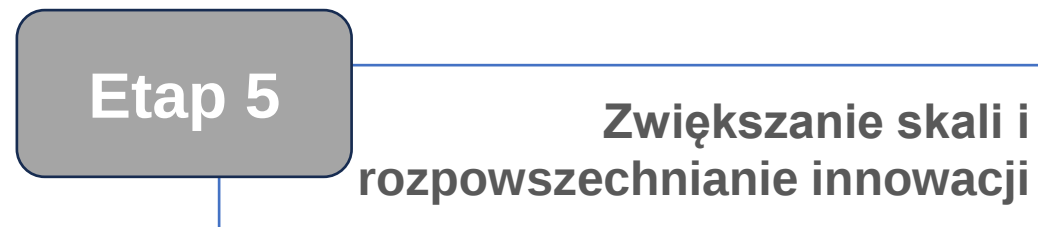
Wdrażanie i ocena rozwiązań

- 1. Wdrażanie innowacji** koncentruje się na włączeniu rozwiązania do docelowej społeczności lub systemu. Ważne jest, aby współpracować z różnymi grupami interesariuszy w celu pomyślnego wdrożenia innowacji.
- 2.** Po etapie wdrażania następuje **systematyczna ewaluacja** w celu oceny skuteczności innowacji społecznych. Obejmuje ona zbieranie informacji zwrotnych od interesariuszy, zestawianie wyników z celami i ewentualne odpowiednie dostosowywanie rozwiązania.

Przykłady metod i technik: Analiza PESTLE oraz Społecznościowy Model Biznesowy Canvas może pomóc w planowaniu wdrażania innowacji.



Proces tworzenia innowacji społecznych: Etap 5



1. Skalowanie innowacji: ułatwianie przyjęcia innowacji przez inne społeczności lub regiony.

2. Strategie skalowania innowacji (Dees, Anderson & Wei-Skillern, 2004):

- Rozpowszechnianie - szerzenie informacji wśród chcących wprowadzić innowację do społeczności.
- Powiązanie - budowanie formalnej relacji między dwiema lub więcej stronami w oparciu o umowę o byciu częścią sieci afiliacyjnej.
- Rozgałęzianie (branching) - tworzenie lokalnych biur przez jedną nadrzędną organizację..

3. Strategie skalowania innowacji (Mulgan, 2006)

- Wzrost organiczny - naturalna ekspansja organizacji, która wprowadziła innowację, na inne regiony (branching).
- Współpraca z istniejącymi organizacjami, które mogą wspierać skalowanie.
- Zabieganie o pomoc instytucji rządowych udzielających granty wspierające innowacje społeczne

Charakterystyka

Metody

Etap 1

Zrozumienie pilnych wyzwań społecznych i środowiskowych

Obserwacja, zaangażowanie interesariuszy, empatia, identyfikacja przyczyn źródłowych problemu

Etap 2

Generowanie i ocena pomysłów na sprostanie zidentyfikowanym wyzwaniom

Kreatywne myślenie, wspólne rozwiązywanie problemów, integracja różnych perspektyw, ocena oparta na kryteriach

Etap 3

Tworzenie i testowanie prototypów, zbieranie informacji zwrotnych, udoskonalanie innowacyjnego rozwiązania

Szkice i diagramy, storyboardy, prototypy z klocków Lego, odgrywanie ról, modele fizyczne lub prototypy tworzone przez użytkowników.

Etap 4

Włączenie rozwiązania do docelowej społeczności lub systemu i ocena jego skuteczności.

Uruchomienie rozwiązania, współpraca z interesariuszami, zbieranie i analizowanie opinii użytkowników i interesariuszy

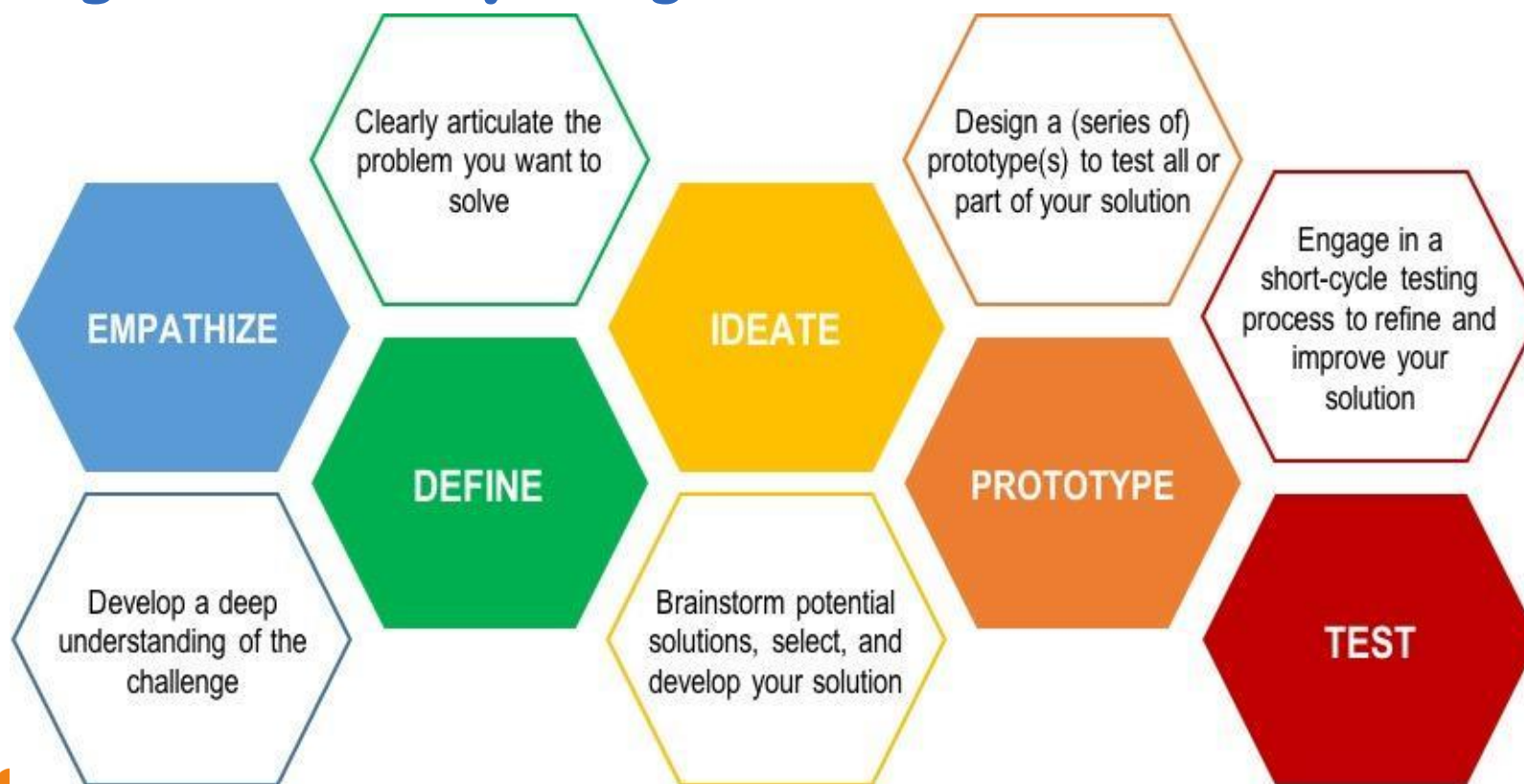
Etap 5

Skalowanie innowacyjnego rozwiązania w celu wywarcia wpływu na inne społeczności i regiony

Współpraca zainteresowanych stron, podnoszenie świadomości, promocja, zwiększanie dostępności, poprawa dystrybucji

Rozdział 2.2 Myślenie projektowe zorientowane na człowieka dla innowacji sprzyjających włączeniu społecznemu

Myślenie projektowe



Źródło: Design Thinking (<https://design-thinking.in/honeycomb%2Fdouble-diamond>)

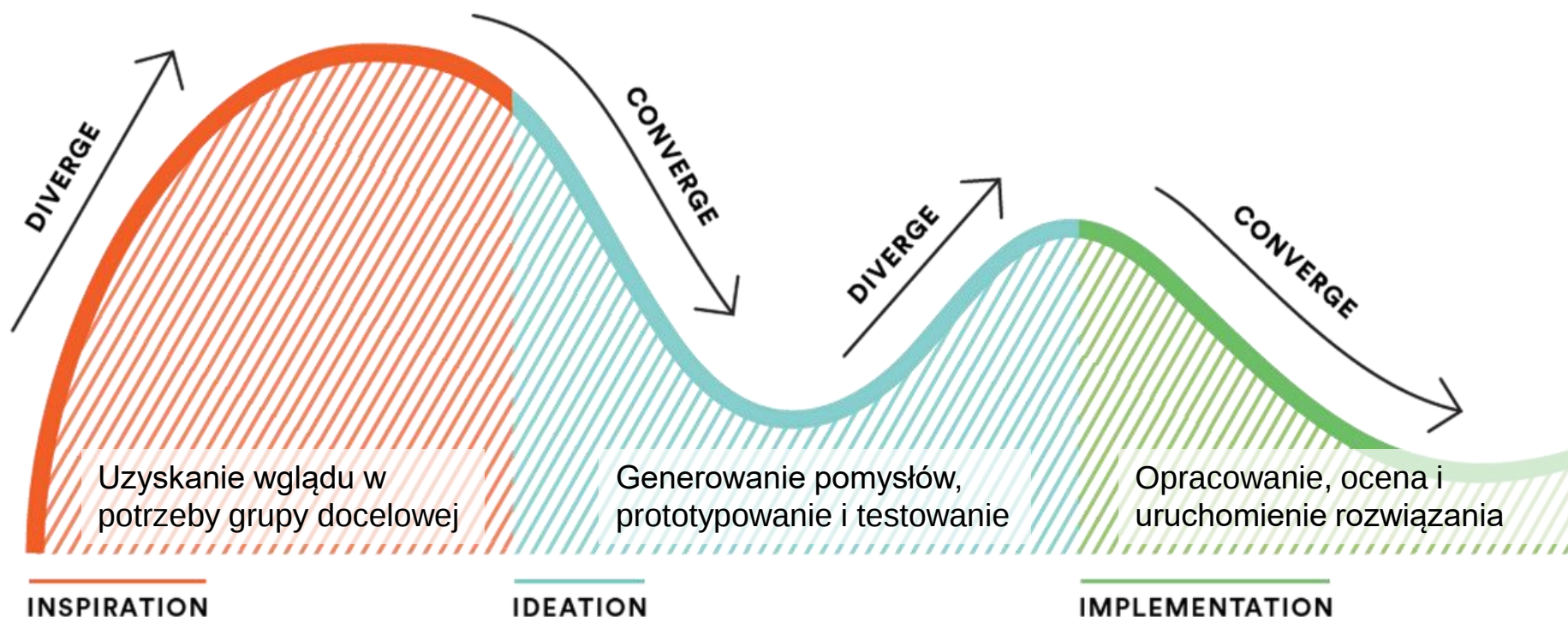


Model myślenia projektowego został opracowany przez d.school w Stanford.

Składa się z **pięciu powtarzających się (nieliniowych) kroków**, co oznacza, że można przejść z etapu PROTOTYPE z powrotem do etapu DEFINE i odwrotnie.

Jest **skoncentrowany na użytkownika**, preferuje wielokrotne prototypowanie i zaangażowanie użytkowników w testowanie.

Projektowanie skoncentrowane na człowieku



Model projektowania skoncentrowanego na człowieku został opracowany przez IDEO.org.

Jego celem jest rozwiązywanie złożonych problemów poprzez **włączenie ludzkiej perspektywy** w całym procesie rozwiązywania problemów.

Składa się z **trzech faz**. Zaangażowanie osób doświadczających problemu jest kluczowe w każdej fazie.

Źródło: IDEO.org design studio (<https://www.ideo.org/>)

Proces powtarzalny, który prowadzi do opracowania innowacyjnego rozwiązania, które zostanie przyjęte przez docelowych użytkowników.

Pięcioetapowy proces obejmujący: empatię, definiowanie problemu, tworzenie pomysłów, prototypowanie i testowanie rozwiązań.

Proces skoncentrowany na rozwiązaniach, wykorzystywany do złożonych problemów poprzez czerpanie korzyści z różnych perspektyw.

Proces skoncentrowany na eksperymentowaniu i generowaniu dużej liczby innowacyjnych pomysłów.

Proces wprowadzający perspektywę kreatywności w rozwoju innowacyjnych rozwiązań problemów społecznych.

Narzędzie do myślenia, które powinno być stosowane wraz z myśleniem projektowym w celu stworzenia długoterminowego wpływu na docelowych użytkowników.

Trzyetapowy proces obejmujący: 1) Inspirację, 2) Pomysł i 3) Wdrożenie.

Proces promujący kulturę dzielenia się wiedzą i współpracy wewnątrz i na zewnątrz organizacji (w tym Open Innovation).

Proces skoncentrowany na rozwiązaniu, które spełnia lub przekracza oczekiwania docelowych użytkowników.

Proces skupiający się na poprawie użyteczności i doświadczenia użytkownika danego produktu lub usługi..

Źródło: Carey, Ch. & Domboka, T. (2020)

Myślenie projektowe vs. Projektowanie skoncentrowane na człowieku

Myślenie projektowe: główną zasadą jest to, że interdyscyplinarne zespoły są w stanie tworzyć wyjątkowe innowacje.

Projektowanie skoncentrowane na człowieku: głównym celem jest włączenie perspektywy użytkownika w cały proces innowacji.

Obie ramy są istotne dla innowacji sprzyjających włączeniu społecznemu, ponieważ kładą głęboki nacisk na empatię z użytkownikami końcowymi (tj. z grupami wykluczonymi i wrażliwymi w przypadku innowacji sprzyjających włączeniu społecznemu), zrozumienie ich potrzeb i wielokrotne angażowanie ich w proces projektowania na różnych poziomach (Heeks, 2013):

Poziom intencji

Zaspokajanie potrzeb wykluczonych grup

Poziom konsumpcji

Wspieranie absorpcji innowacji przez wykluczone grupy

Poziom procesu

Umożliwienie udziału wykluczonych grup w procesie innowacji

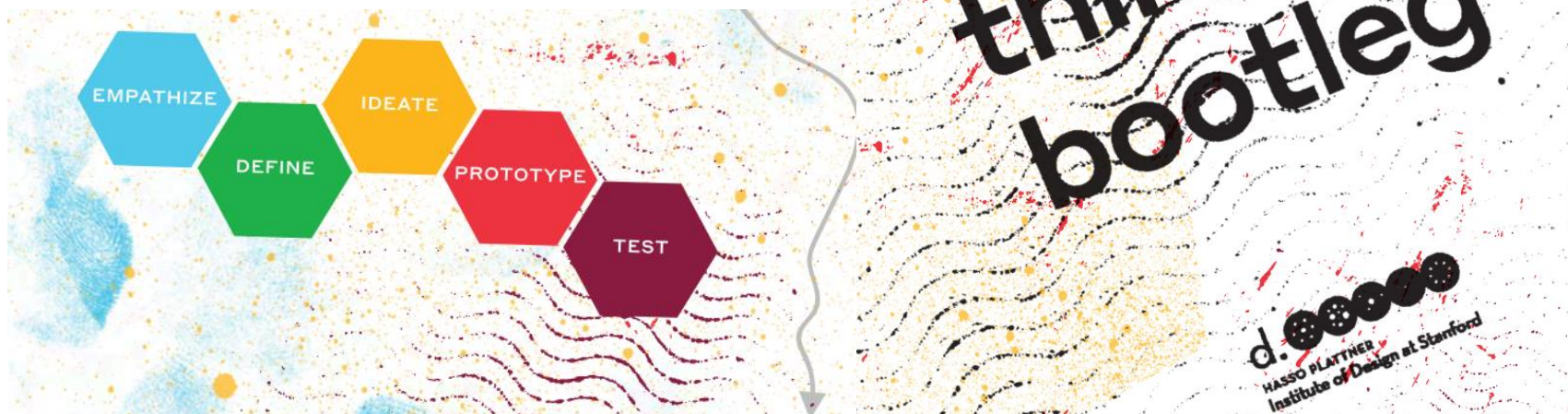
Poziom wpływu

Zapewnienie wpływu na odbiorców poprzez upowszechnianie innowacji

Rozdział 2.3 Metody i techniki myślenia projektowego

Techniki myślenia projektowego

Różne metody i techniki mogą być stosowane na różnych etapach procesu myślenia projektowego. Przedstawione tutaj techniki zostały zaczerpnięte z **Bootcamp Bootleg d.school** – otwartego zestawu narzędzi, którego celem jest ułatwienie praktyki myślenia projektowego.



Techniki analizowania potrzeb

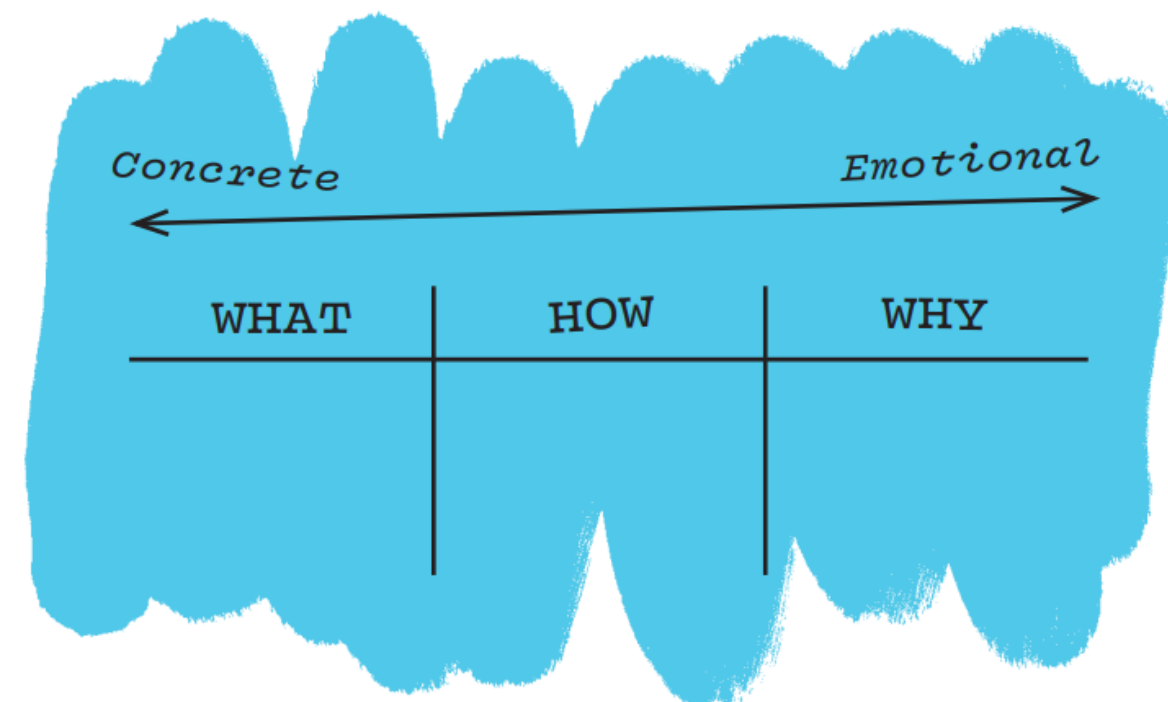
CO? JAK? I DLACZEGO?

Technika ta pomaga osiągnąć głębszy poziom obserwacji. Ułatwia przejście od formalnych obserwacji konkretnej sytuacji do leżących u jej podstaw abstrakcyjnych emocji i motywacji. Jest to szczególnie przydatne podczas badania zdjęć zrobionych podczas pracy w terenie.



Wskazówki wdrożeniowe:

- Obserwować CO ludzie robią (działania)
- Zrozumieć JAK to robią (sposób)
- Wnioskować, DLACZEGO to robią (motywacje i emocje)



concrete

emotional

WHAT (what are they doing in the photo?)	HOW (how are they doing it?)	WHY (why are they doing it this way? Take a guess!)
-little girl picking root vegetables	-she's smiling, even though it looks bigger than her, it looks fun	-somehow it's been made into a game...gardening is fun...getting messy is fun to her?
		

Techniki analizowania potrzeb

WYWIAD W ZAKRESIE EMPATII

Technika ta pozwala na zrozumienie myśli, emocji i motywacji danej osoby w celu określenia, w jaki sposób wprowadzać dla niej innowacje. Poprzez zrozumienie decyzji i działań podejmowanych przez daną osobę, możliwe jest zidentyfikowanie jej potrzeb i dostosowanie projektów tak, aby je spełnić.



Wskazówki wdrożeniowe:

- Sporządź listę pytań i określ strukturę rozmowy kwalifikacyjnej.
- Przewiduj więcej pytań typu "DLACZEGO" i "JAK SIĘ CZUJESZ".
- Zachęcaj rozmówców do opowiadania historii

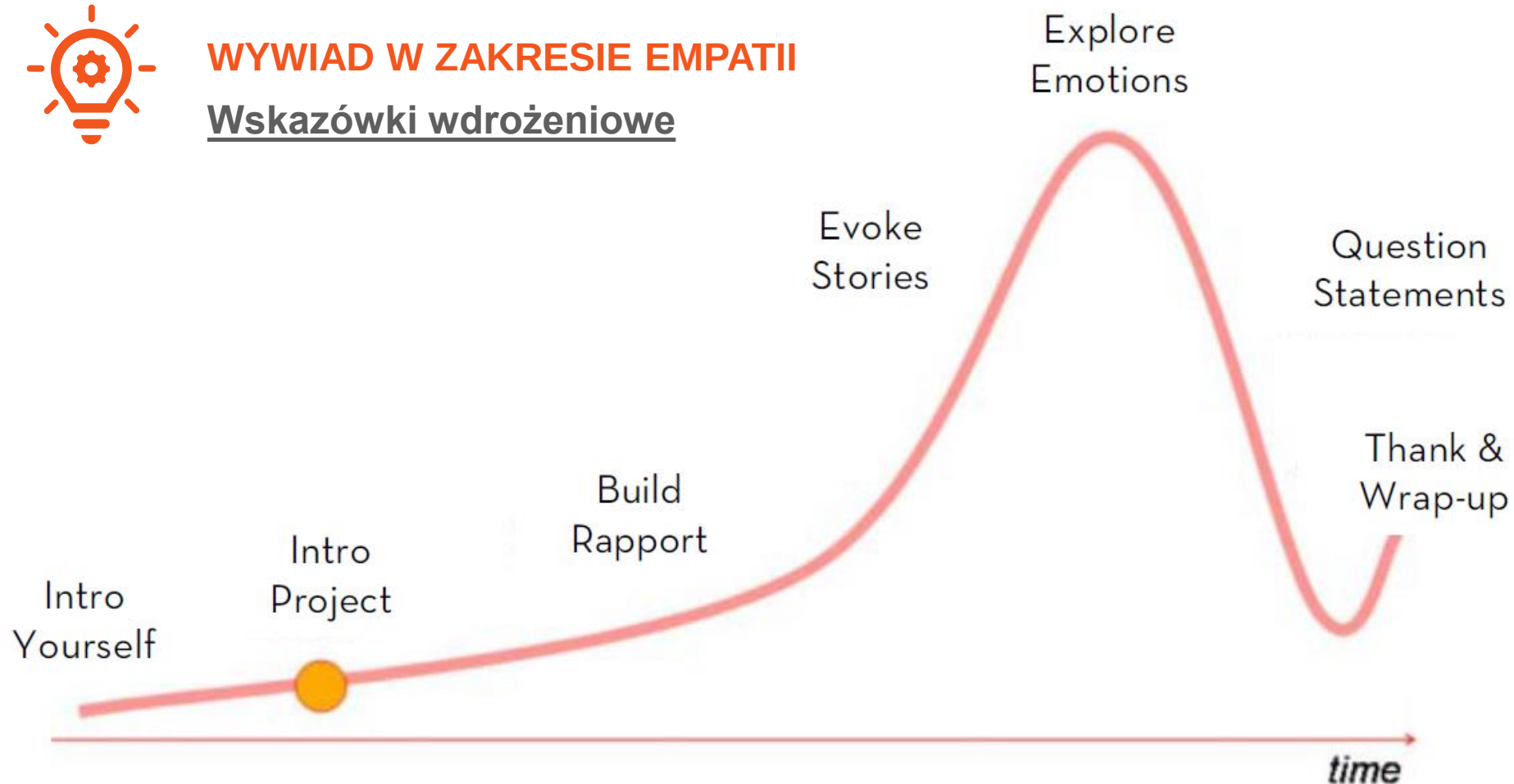


Patrick Beaudouin



WYWIAD W ZAKRESIE EMPATII

Wskazówki wdrożeniowe



Techniki definiowania problemu

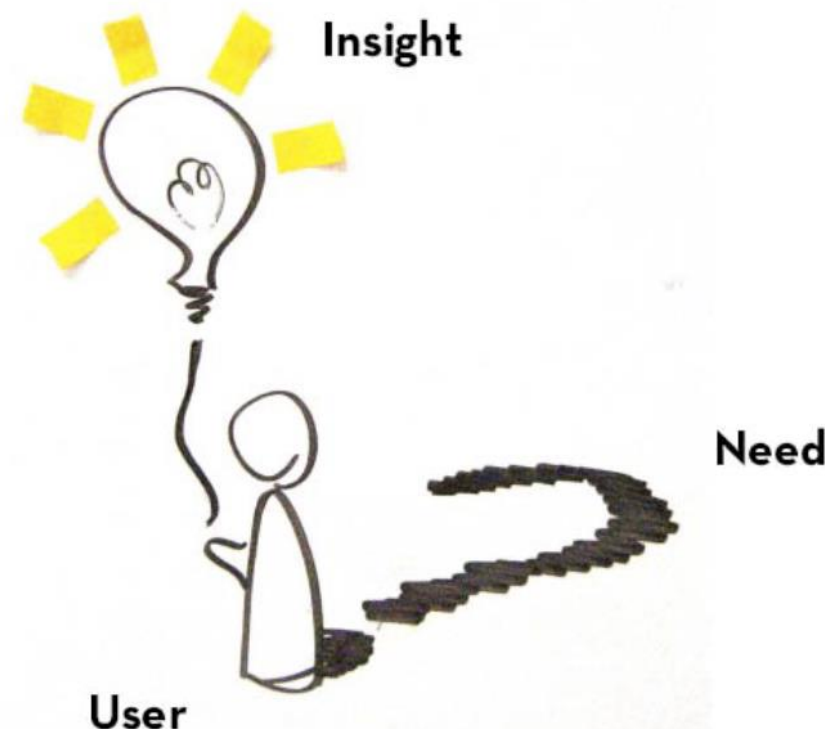
PUNKT WIDZENIA [POINT-OF-VIEW] MADLIB

Technika ta pomaga w opracowaniu możliwego do podjęcia problemu. Dobrze zdefiniowany punkt widzenia umożliwia skupienie się na tworzeniu pomysłów poprzez formułowanie pytań Jak możemy? (How-Might-We - HMW). Punkt widzenia obejmuje określoną wizję projektu.



Wskazówki wdrożeniowe:

- Użyj szablonu:
[UŻYTKOWNIK] potrzebuje [POTRZEBY UŻYTKOWNIKA] ponieważ [ZASKAKUJĄCE SPOSTRZEŻENIE].
- Eksperymentuj z różnymi kombinacjami zmiennych.
- Wyrażaj potrzeby za pomocą czasowników
- Upewnij się, że spostrzeżenia reprezentują zsyntetyzowane określenie problemu sprzyjające zaprojektowaniu rozwiązania.



POINT-OF-VIEW MADLIB: przykłady



[UŻYTKOWNIK] potrzebuje [POTRZEBY UŻYTKOWNIKA] ponieważ [ZASKAKUJĄCE SPOSTRZEŻENIE].

Nastolatka potrzebuje bardziej pożywnego jedzenia, ponieważ witaminy są niezbędne dla dobrego zdrowia.

Rzeczowy, ale
nie porywający



Nastolatka doświadczająca izolacji społecznej potrzebuje poczucia akceptacji społecznej przy jednoczesnym spożywaniu zdrowej żywności, ponieważ w jej społeczności ryzyko społeczne przewyższa ryzyko zdrowotne.

Bardziej
intrygujące i
użyteczne

Techniki definiowania problemu

PUNKT WIDZENIA [POINT-OF-VIEW] WANT AD

Technika ta jest powiązana z Punktem widzenia MADLIB. Pomaga skutecznie komunikować zsyntetyzowane wyszukiwanie potrzeb w angażujący sposób. Format ten podkreśla konkretnego użytkownika i jego główne cechy.



Wskazówki wdrożeniowe:

- Uwzględnij użytkownika, jego potrzeby i swoje spostrzeżenia w formacie Want Ad.
- Poeksperymentuj z tą strukturą

Opisowa charakterystyka użytkownika + szukanie niejednoznacznej metody zaspokojenia domniemanej potrzeby + dodatkowy akcent w uchwyceniu Twoich ustaleń.



POINT-OF-VIEW Want Ad: przykłady



Opisowa charakterystyka użytkownika + szukanie
niejednoznacznej metody zaspokojenia domniemanej potrzeby
+ dodatkowy akcent w uchwyceniu Twoich ustaleń

Przykład: Żądny przygód smakosz poszukuje tętniącej życiem społeczności kulinarnej, pasjonującej się zrównoważonymi praktykami żywieniowymi. Towarzysze powinni chętnie wymieniać się przepisami, uczestniczyć w festiwalach żywności i dyskutować o zaletach rolnictwa ekologicznego i konwencjonalnego. Wymagane zamiłowanie do spontanicznych przyjęć i nocnych przygód z jedzeniem!



Techniki definiowania problemu

CRITICAL READING CHECKLIST (LISTA KONTROLNA KRYTYCZNEGO CZYTANIA)

Checklista służy do oceny, czy zespół z powodzeniem osiągnął znaczący i wyraźny punkt widzenia (POV). Ta checklista służy do sprawdzenia, czy POV jest uzasadniony, spostrzegawczy, wykonalny, wyróżniający się, skoncentrowany, znaczący i angażujący.



Wskazówki wdrożeniowe:

Zadaj cztery podstawowe pytania:

- Jaki jest cel? (Jaką perspektywę przyjmuje Twój zespół?)
- Kto tak twierdzi? (Jak ważny jest POV twojego zespołu?)
- Co nowego? (Jaki unikalny wkład oferuje twój POV?)
- Kogo to obchodzi? (Dlaczego twój punkt widzenia ma znaczenie?)

Critical Reading Checklist

- 1.) What's the point?
- 2.) Who says?
- 3.) What's new?
- 4.) Who cares?

Critical reading checklist: pytania pomocnicze i wskazówki



Jaki jest cel?

- W jaki sposób Twój zespół kształtuje swój POV?
- Czy koncentruje się na użytkowniku, kieruje się potrzebami i jest wspierany przez spostrzeżenia?

Kto tak twierdzi?

- Czy Twoje stanowisko jest zgodne z ustaleniami użytkowników?
- Czy jest to skondensowana wersja ustaleń mających zastosowanie poza pojedynczym wywiadem?

Co nowego?

- Czy zaprezentowałeś swoje wyniki w innowacyjny sposób?
- Czy są one umiejscowione w kontekście użytkownika?
- Jeśli POV nie jest nowatorski, rozważ jego doszczegółowienie.

Kogo to obchodzi?

- Twój zespół powinien być entuzjastycznie nastawiony do tego POV!
- Czy to przedsięwzięcie się opłaca? Jeśli nie, sprawdź dlaczego.
- Zmień treść lub sformułuj ją tak, aby była właściwa.

Techniki generowania i wyboru pomysłów

Pytania “HOW MIGHT WE” (Jak możemy?)

Technika ta służy jako katalizator sesji burzy mózgów, wynikających z oświadczenia POV, zasad projektowania lub spostrzeżeń. Pytania powinny zapewniać równowagę między szerokim zakresem a szczegółowością, zachęcając do szerokiej gamy rozwiązań, jednocześnie zachęcając zespół do generowania unikalnych pomysłów.



Wskazówki wdrożeniowe:

- Zaczynaj od wykorzystania swojego POV, spostrzeżeń lub stwierdzenia problemu, aby sformułować zwięzłe, wykonalne pytania HMW.
- Przed przystąpieniem do burzy mózgów nad rozwiązaniami warto przeprowadzić burzę mózgów nad tymi pytaniami.
- Przykład znajduje się na następnym slajdzie.



HOW MIGHT WE...?

How might we...: przykłady



Wyzwanie: Lepsze doświadczenia naziemne na pobliskim międzynarodowym lotnisku
POV: Zmęczona matka trójki dzieci, pędząca przez lotnisko tylko po to, by czekać godzinami przy bramce, musi zabawiać swoje żywiołowe dzieci, ponieważ „irytujące małe bachory” tylko irytują i tak już sfrustrowanych współpasażerów.

- Wzmocnij dobro: Jak możemy wykorzystać energię dzieci do zabawiania współpasażerów?
- Usuń złe: Jak możemy oddzielić dzieci od współpasażerów?
- Zbadaj przeciwne rozwiązanie: Jak możemy przekształcić oczekiwanie w najbardziej ekscytującą część podróży?
- Zakwestionuj założenie: Jak możemy całkowicie wyeliminować czas oczekiwania na lotnisku?
- Użyj przymiotników: Jak możemy sprawić, że pośpiech będzie odświeżający zamiast męczący?
- Zidentyfikuj nieoczekiwane zasoby: Jak możemy wykorzystać wolny czas współpasażerów do pomocy w opiece nad dziećmi?
- Stwórz analogię z potrzeby lub kontekstu: Jak sprawić, by lotnisko przypominało spa? A może plac zabaw?
- Graj przeciwko wyzwaniu: Jak możemy sprawić, że lotnisko będzie miejscem, na które dzieci czekają z niecierpliwością?
- Zmień status quo: Jak możemy zmniejszyć irytację powodowaną przez bawiące się, głośne dzieci?
- Podziel POV na części: Jak możemy zabawić dzieci? Jak możemy spowolnić mamę? Jak możemy złagodzić frustrację opóźnionych pasażerów?

Techniki generowania pomysłów

BURZA MÓZGÓW

Burza mózgów ma na celu wykorzystanie zbiorowego myślenia grupy poprzez wzajemne zaangażowanie, słuchanie i opieranie się na innych pomysłach. Przeprowadzenie burzy mózgów tworzy wyraźny segment czasu, w którym celowo **włączasz twórczą część mózgu** i **wyłączasz część oceniającą**. Burza mózgów może być wykorzystywana w całym procesie projektowania: do planowania pracy opartej na empatii, do oceny produktów i usług oraz do wymyślania rozwiązań projektowych.

Wskazówki wdrożeniowe:



- **Czas:** 15-20 min
- **Środowisko:** wygodne, z dużą ilością pionowej przestrzeni do pisania lub przyklejania karteczek samoprzylepnych
- **Proces:** zapisz dowolny pomysł, bez oceniania
- **Ułatwienia:** ustal zasady; jeśli proces zwalnia, dokonaj pewnych korekt, np. dodaj ograniczenia, które mogą pobudzić pomysły (np. "Jak zaprojektowałbyś to przy użyciu technologii sprzed 50 lat").



One Conversation at a Time

Encourage wild ideas

Go for Quantity

Be Visual

Headline!

Stay on Topic

Build on the Ideas of Others

Defer Judgement -
NO Blocking

Techniki generowania pomysłów

BODYSTORMING - Symulacja odgrywania ról

Bodystorming integruje pracę empatyczną, generowanie pomysłów i prototypowanie poprzez fizyczne doświadczanie sytuacji w celu pobudzenia nowych pomysłów. Metoda ta obejmuje tworzenie wciągających doświadczeń i testowanie ich fizycznie, a nawet zmianę środowiska podczas generowania pomysłów.



Wskazówki wdrożeniowe:

- **Rusz się!**
- Zaangażuje się w doświadczenie

E.g. Projektowanie dla osób starszych?

Symuluj ich perspektywę, smarując okulary wazeliną.
Poruszaj się i zanurzaj w odpowiednich środowiskach fizycznych, aby generować nowe pomysły.



Techniki wyboru pomysłów

SELEKCJA NA PODSTAWIE BURZY MÓZGÓW

Wybór pomysłu jest drogą do prototypowania, tj. wyboru najbardziej obiecujących pomysłów, które zostaną przeniesione do następnego etapu procesu projektowania.

Metody wyboru:

Głosowanie za pomocą karteczek samoprzylepnych - każdy członek zespołu otrzymuje trzy głosy, aby zaznaczyć pomysły, które uważa za atrakcyjne.

Metoda czterech kategorii - wybierz jeden lub dwa pomysły dla każdej kategorii: racjonalny wybór; prawdopodobnie zachwyci; ulubieniec; i długi strzał.

Metoda wyboru Bingo - wybierz pomysły, które inspirują różne rodzaje prototypów: fizyczne, cyfrowe i empiryczne, aby zbadać różnorodne formy i możliwości.



Przejsście do prototypowania – Jeśli pomysł wydaje się zbyt niekonwencjonalny, by można było go przetestować, należy ocenić jego atrakcyjne aspekty i rozważyć przetestowanie lub włączenie tych elementów do nowego rozwiązania.

Techniki prototypowania i testowania

BUDOWANIE PROTOTYPÓW DO TESTOWANIA

Budowanie prototypów do testowania obejmuje iteracyjne tworzenie wstępnych szkiców rozwiązania projektowego. Te przybliżone modele służą do badania różnych aspektów projektu. Testowanie przez użytkowników ma kluczowe znaczenie dla tego procesu, ponieważ dostarcza cennych spostrzeżeń na podstawie doświadczeń i reakcji z pierwszej ręki.



Wskazówki wdrożeniowe:

- Zidentyfikuj testowany wariant (tj. konkretną funkcję rozwiązania).
- Utwórz oddzielne prototypy dla różnych wariantów.
- Zbuduj prototyp z dowolnych dostępnych materiałów (papier, taśma lub znalezione przedmioty).
- Nie przywiązuj się zbyt mocno do jednego prototypu, szybko przechodź do nowych wariantów.



Techniki prototypowania i testowania: wskazówki wdrożeniowe



- Rozważ kluczowe spostrzeżenia, które chcesz uzyskać z prototypów.
- Pamiętaj o użytkowniku i przewiduj jego zachowanie, aby kierować swoim projektem.
- Uzyskaj reakcje użytkowników na wstępny model poprzez doświadczenia.
- Skoncentruj się na dopracowaniu aspektów kluczowych dla celów testowania.
- Rozważ kontekst testowania, aby zapewnić znaczące informacje zwrotne.



Techniki prototypowania i testowania

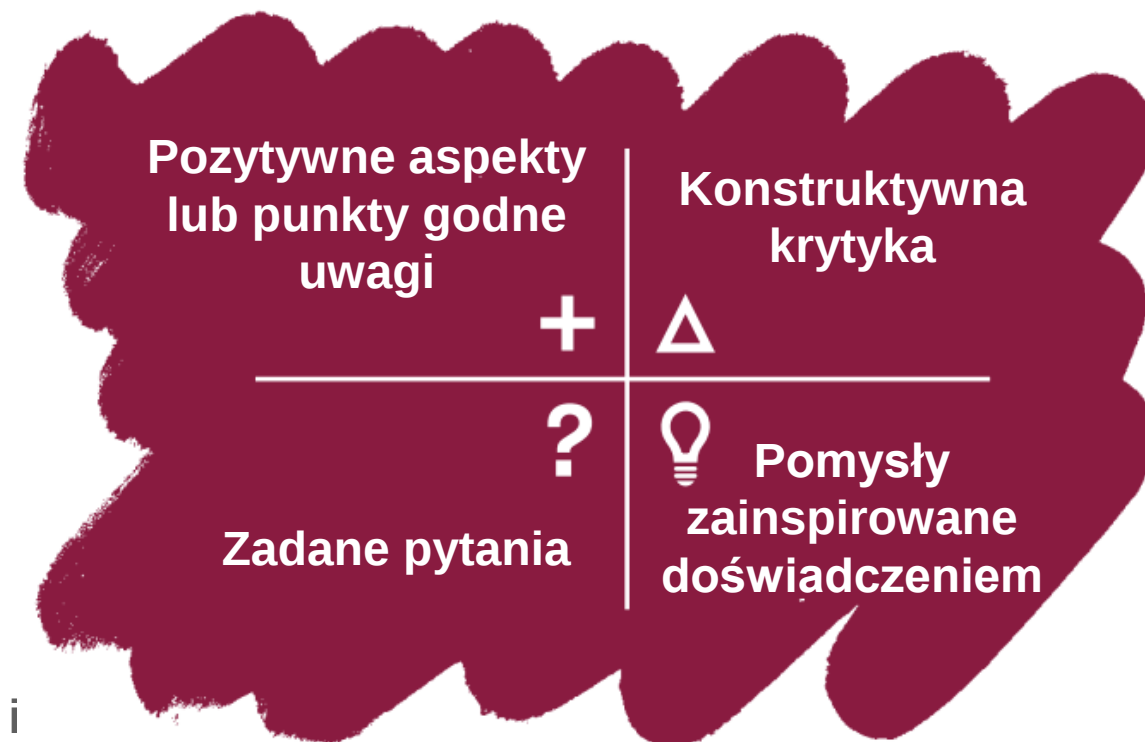
SIATKA REJESTRACJI INFORMACJI ZWROTNYCH

Siatka informacji zwrotnych służy do skutecznego rejestrowania opinii użytkowników na temat prototypu

Wskazówki wdrożeniowe:



- Podziel pustą stronę lub tablicę na cztery ćwiartki.
- Oznacz ćwiartki tak, jak na rysunku i wypełnij każdą z nich odpowiednimi informacjami zwrotnymi.
- Staraj się zapewnić wkład w każdej części, szczególnie koncentrując się na "polubieniach" i "życzeniach" w dwóch górnych ćwiartkach.



Rozdział 2.4 Studium przypadku

Rozwiązania energetyczne dla nowej generacji: Myślenie projektowe w Innogy



1. Jakie Twoim zdaniem były czynniki

sukcesu Innogy eCarSharing?

2. Jakie Twoim zdaniem były potencjalne wąskie gardła w tym projekcie?



Warsztaty myślenia projektowego w Innogy

INNO HUB
VATION

by innogy



Dziękuję!



www.innosocial.eu



[@InnoSocialfb](https://www.facebook.com/InnoSocialfb)





Niniejszy dokument może być kopiowany, powielany lub modyfikowany zgodnie z powyższymi zasadami.

Ponadto należy wyraźnie wskazać autorów dokumentu i wszystkie stosowne fragmenty informacji o prawach autorskich.

Wszelkie prawa zastrzeżone. © Prawa autorskie 2023 InnoSocial

www.innosocial.eu