



DESIGN THINKING

Miterliné Kovács Edit

Tartalom

- Design vagy Design Thinking?
- Kreatív problémamegoldás
- Konceptióalkotás és Alkotás
- A Design Thinking fogalma
- Versenyelőny a Design Thinking révén
- A Design Thinking lépései a Stanford Design School modellje alapján
- Design Thinking a gyakorlatban

Design vagy Design Thinking?

- Az agilis projektmenedzsment egyik eszköze a design thinking, más néven design gondolkodás vagy tervezői gondolkodás.
- Bár a „design” szó kulcsszerepet játszik a kifejezés értelmezésében, a formatervezés és a grafikai design világa csak tágabb értelemben kapcsolódik hozzá. A magyar nyelven általában design gondolkodásként visszaadott fogalom egy komplex gondolkodásmód. Egy átfogó módszertan megfelelője, aminek eredete a múlt századra nyúlik vissza, azonban csak napjainkban vált igazán kiforrottá és népszerűvé.
- Szűkebb jelentésében a design fogalma grafikai vagy ipari formatervezést takar, van azonban egy – napjainkban egyre elterjedtebb – tágabb, elvontabb értelme is, amikor gondolatok, stílusok, szimbólumok, szolgáltatások, üzleti tevékenységek tervezését értik alatta.
- A Design Thinking tehát több, eltérő tudásterületet egyesít, és az élet különböző szegmenseiben alkalmazható, a célja azonban minden esetben azonos. A legkiválóbb termékek, szolgáltatások megtervezésére és kivitelezésére irányul.
- A felhasználót, az embert állítja módszertanának középpontjába és olyan lelkiállapotot, hozzáállást rejt magában, amely képessé tesz a kreativitás, csapatmunka és innováció legmagasabb szintű kihasználására.

Kreatív problémamegoldás

- Az ipari társadalom fejlődésével párhuzamosan a design szakmává, majd szakmákká nőtte ki magát, és egyre több területre kezdte kiterjeszteni a hatósugarát. A design elsődleges, mára már meghaladott jelentése: kinézet, külső, forma.
- Steve Jobs, az Apple „atyja” meghatározása szerint azonban a design ma már ennél jóval több: *„Design is not just what it looks like and feels like. Design is how it works.”*
- Azaz: A design nem azt jelenti, hogy valami hogyan néz ki, hanem azt, hogy hogyan működik. Jobs definíciója szerint tehát a külső, az esztétikum csak a felszín, a design lényegi értelme sokkal inkább a kreatív problémamegoldás.
- A design középpontjában az ember, pontosabban az emberi szükségletek állnak. Az élet sokféle területére vonatkozhat. De alapvetően mindig az a kérdés a mozgatórugója, hogy az embernek mire van szüksége, hogyan tehető egyszerűbbé, szebbé, kényelmesebbé az élete. Egyaránt igaz ez a grafikusok, formatervezők, építészek-belsőépítészek munkájára.

Koncepcióalkotás és Alkotás

- A designer nem pusztán elméleteket alkot, hanem alkot is. Alkotását viszont gondolkodás és tervezés előzi meg. Problémákat térképez fel, majd ezeket oldja meg a gyakorlatban.
- Ebben a folyamatban gyakran egyéb területek is kulcsszerepet kapnak. Például a technológia vagy a gazdaság – mindennek az alapja azonban mindig az emberre irányuló kérdés. Mi az, ami hasznos, praktikus vagy kellemes az ember nézőpontjából?
- Több ez annál, mint csak egyszerű ergonómia, elhelyezni a gombokat a megfelelő helyre. Gyakran arról szól, hogy megértsük a kultúrát, s a háttérrel még azelőtt, mielőtt egyáltalán elkezdünk ötletelni.

A Design Thinking fogalma

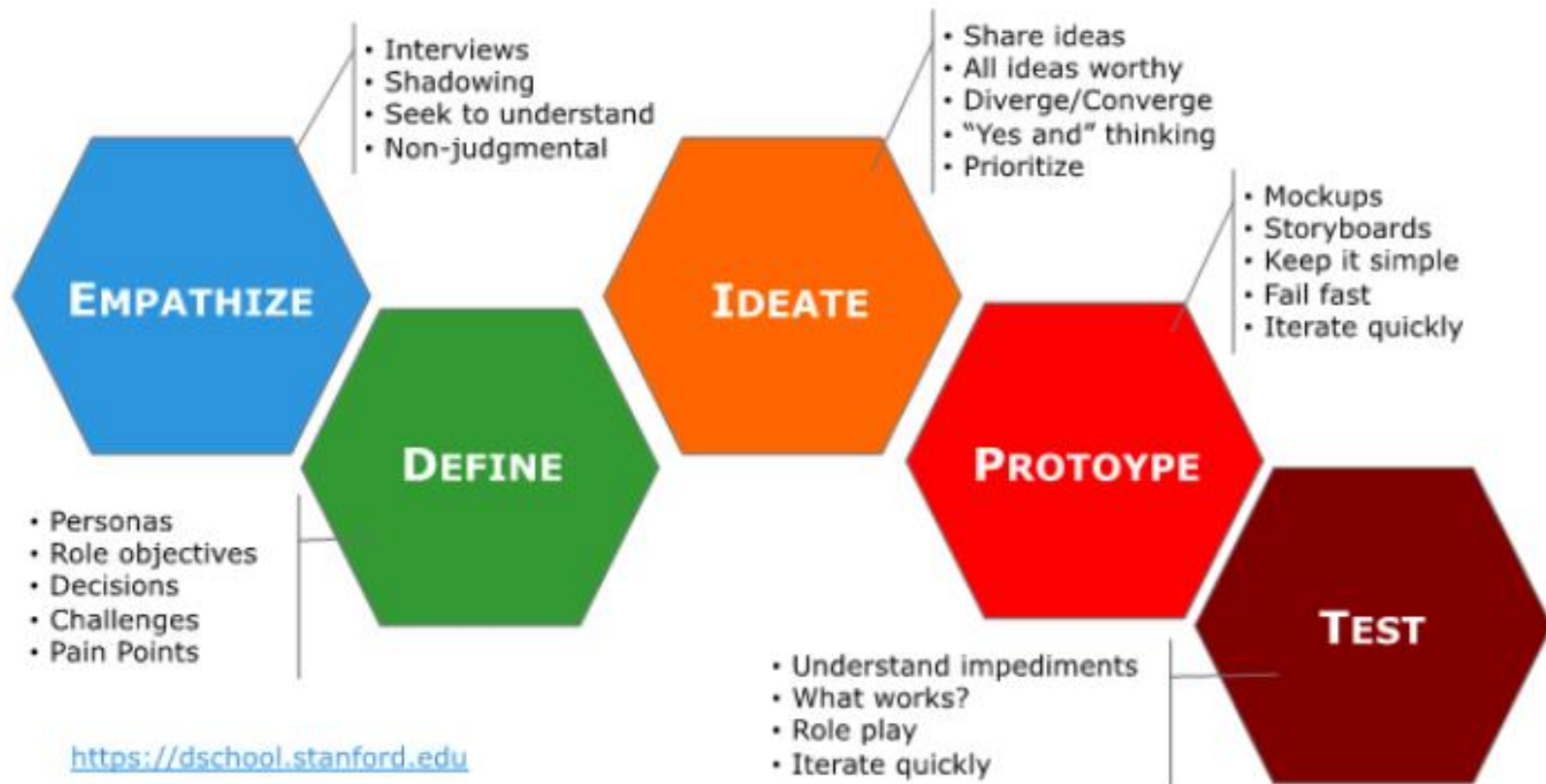
- A designcentrikus vállalkozások abban térnek el hagyományos társaiktól, hogy a designerek „munkamódszerét”, kérdezési stratégiáját alkalmazzák termékük, szolgáltatásuk megalkotásához.
- Tevékenységük középpontjában ezért az ember, azaz a vásárló/ügyfél áll, és köré építik fel a vállalkozás működésének egészét.
- A Design Thinking tehát leegyszerűsítve arra szolgál, hogy a vásárló szemszögéből lássuk a vállalkozásunkat, termékünket, szolgáltatásunkat.
- A lényeg az emberközpontú gondolkodásmód, az empatikus problémamegoldás.
- Integrált gondolkodásmódnak is nevezik, mivel több társterületet ötvöz.
- A design gondolkodás nem pusztán a termékfejlesztés folyamatára és az ügyfelekkel való hatékony kommunikációra terjed ki, hanem a vállalat működésének egészére a vezetői döntésektől kezdve a kollégák közös munkájáig.

Versenyelőny a Design Thinking révén

- A design gondolkodás alapelveire épülő vállalkozás legnagyobb versenyelőnye a többivel szemben, hogy jobban megérti és kiszolgálja a mindenkori fogyasztói igényeket. Hiszen figyelmét már a termék vagy szolgáltatás megszületése előtt az emberi igényekre összpontosítja.
- Ez az ügyfélközpontú szemléletmód már eleve óriási előnyt jelenthet, hiszen alapja a rugalmasság és a folyamatos interakció az ügyféllel. A tervezői gondolkodás másik alapvető előnye a vállalkozás gyakorlatában, hogy teret enged az innovációnak, a forradalmi újításoknak azáltal, hogy kilép a megszokott keretek közül. Sőt, kifejezetten keresi az új megoldásokat és ötleteket, illetve ezek gyakorlati megvalósítását.
- A design gondolkodás a Stanford Egyetem Design iskolájából indult el.

Stanford Design School


Stanford d.school Design Thinking Process



Empathize – Megismerni a Felhasználót

- A design gondolkodás középpontjában az ember, a felhasználó áll. A módszertan leggyakrabban különböző termékek és szolgáltatások tervezésére használják, de legyen szó akár szervezeti fejlesztésről is, a bázis, ahonnan a folyamatnak el kell indulnia, a célcsoport.
- Az Empathize - Megismerés fázisa lehetőséget ad arra, hogy olyan szolgáltatás, termék fejlesztésére fordítsuk az erőforrásokat, amelyek valódi szükségleteket elégítenek ki, és ezért megveszik az emberek. A design gondolkodás egyik különlegessége, hogy a felhasználói igényekre reagálva hoz létre valami teljesen újat.
- Ahogy a design gondolkodás többi fázisára is jellemző lesz, a megismerés lépésénél is számtalan módszertanhoz, eszközhöz nyúlhatunk. A cél azonban az, hogy a megfigyelésen túl interakcióba lépjünk a felhasználókkal, képzeljük magunkat a helyükbe, és bepillantást nyerjünk akár a legmélyebb értékekbe és gondolatokba is.
- A megismerés fázisának módszerei közül érdemes az interjúzást, a karakter-alkotás megemlíteni, de rengeteg vizuális, kreatív tevékenység és eszköz közül választhatunk.

Megszemélyesíteni a Felhasználót



Imaginative Smart Collector Geek Feminist Control Freak
Neat Passionate Techie 13 Shy

Nerdy Nina

“The book is way better than the movie!”

#booklover
#bookaddict
#booknerdproblems

DEMOGRAPHICS

Age: 25
Location: Sao Paulo, Brazil
Education: Software Engineer
Job: Q/A at Indie Game Company
Family: Lives with her boyfriend

TECH

Internet
Social Networks
Messaging
Games
Online Shopping

GOALS

- Discovering new books / authors to read
- Finding unique stories
- Cataloging book collection

FRUSTRATIONS

- Keeping track of different series
- Forgetting a book launch date
- Finding space for more books

READING HABITS

- Fast pace reader
- Never lends books
- Likes hardcovers and boxed collections
- Pre-order books to get them first
- Reads eBooks, but prefer physical copies
- Always finishes a book
- Loves binge reading and re-reading

FAVORITE BOOKS

American Gods
Neil Gaiman

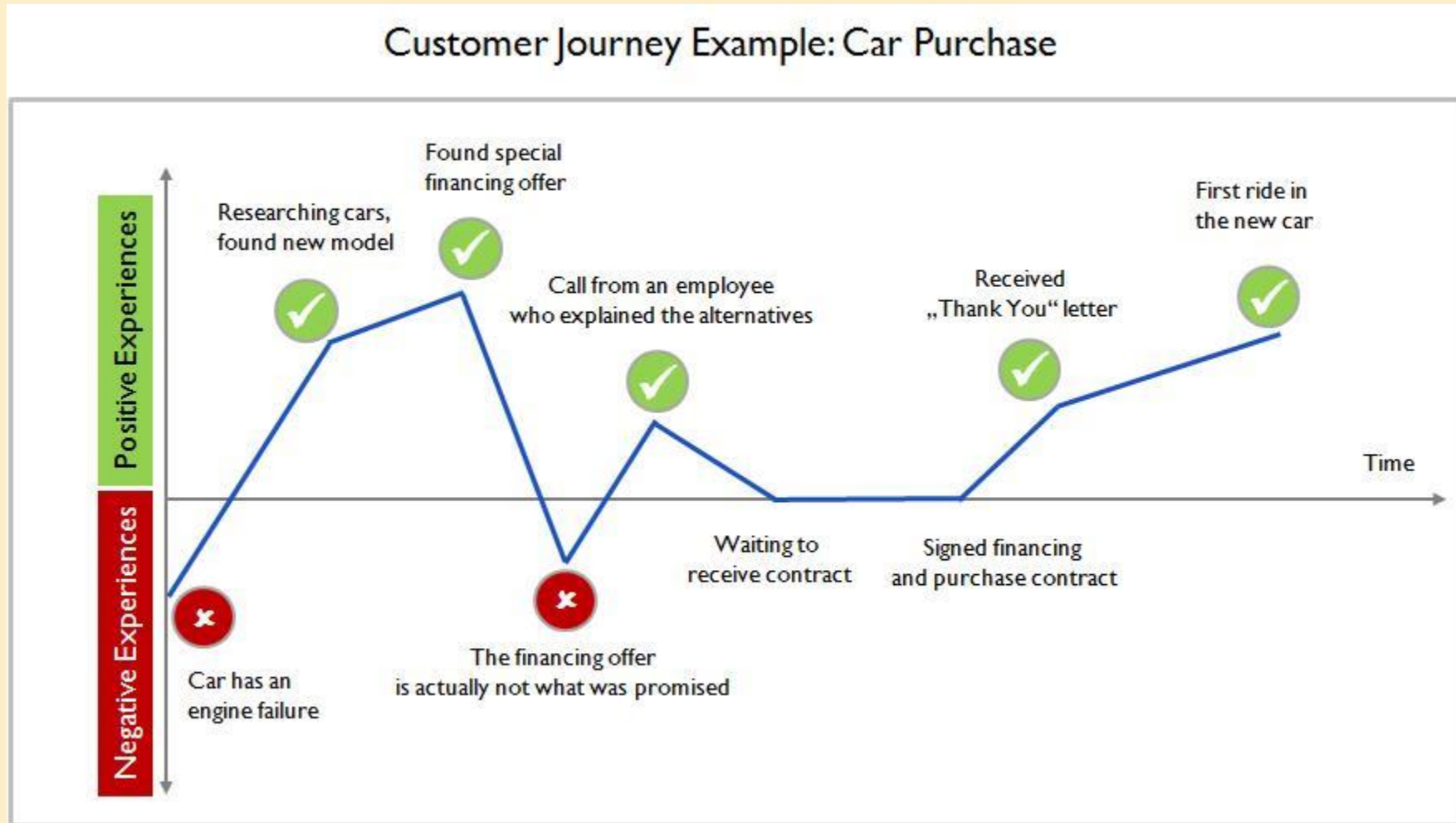
Harry Potter
J.K. Rowling

Ready Player One
Ernest Cline

Define – Definiálni a Felhasználó problémáját

- Ha empatikusan állunk a felhasználóinkhoz, és úgy érezzük, elég bepillantást kaptunk a valós élethelyzetekre, igényekre, szükségletekre, akkor elérkezünk a design gondolkodás egyik legnehezebb fázisához, ahol meghatározzuk, mi is az az igény, amelyre tervezni szeretnénk.
- Az összegyűjtött benyomások rendszerezése, megtisztítása ad lehetőséget arra, hogy kikristályosodjon, mit kell tennünk, mi a cél, amit a design gondolkodás módszertanával el szeretnénk érni. Egy személyes nézőpontot kell meghatároznunk, amely szem előtt tartja mindazt a tudást, amit az előző fázis során begyűjtöttünk.
- Ahhoz, hogy sikeres megoldásokat hozzunk létre, szükség van arra, hogy fókuszot és keretet adjunk a problémának. A definiálás fázisának egyik legismertebb metódusa a „Hogyan tudnánk...?” kérdés-alkotás, amely egyrészt segít valódi problémákat meghatározni, előkészíti a következő fázis kreativitásának légkörét is.

PainPoints – Mi hiányzik a Felhasználónak, mi a legnagyobb gondja?



Ideate – Megoldások keresése, Ötletek gyűjtése

- Miután sikerült meghatároznunk a problémát, szemünk előtt tartva a felhasználói szükségleteket, nincs más dolgunk, mint számtalan ötlettel előrukkolni, amelyek megoldást hozhatnak. A design gondolkodás látványos, kreatív fázisába értünk, ahol a falakat és az asztalokat elborítják a különböző színű és mintájú öntapadós lapocskák, és ahol a legfontosabb szabály, hogy nincs lehetetlen.
- Az előző fázis fókuszálása után kitágíthatjuk a látóhatárt, elrugaszkozhatunk a valóságtól. A cél nem a minőség, hanem a mennyiség. Vázlatokat gyártunk, és egymás ötleteire építkezve kerülünk egyre közelebb és közelebb a tökéletes megoldások halmazához.
- Az ötleteket aztán szükséges értékelni, amely szintén számtalan módon megvalósulhat. Gyakori a szavazások és különböző értékek alapján történő sorba állításuk (pl. megvalósíthatóság).

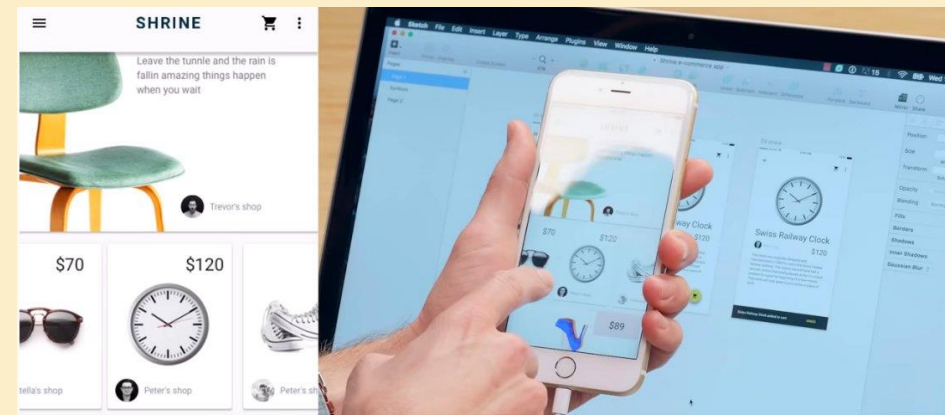
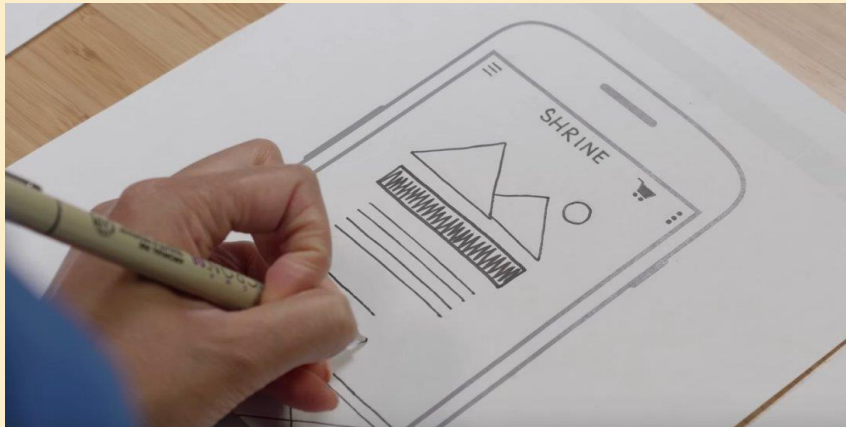
Kreatív ötletelés – Hat Kalap Módszer



Prototype – Prototípus készítése

- A design gondolkodás következő fázisában az ötletek megelevenednek, azaz kézzel foghatóvá, értelmezhetőbbé válnak. Prototípusok készülnek el, kezdetleges megoldások, amiket be lehet mutatni a felhasználóknak és más szereplőknek is. A prototípusoknak sem kell tökéletesnek lenniük. A cél itt inkább az, hogy a gondolkodás, az elme fázisából már kilépve a valóságba, valamit alkossunk, és az alkotásunkat be tudjuk mutatni.
- Prototípus lehet bármi, modellek, forgatókönyvek, rajzok, szituációk, stb. A prototípusok olcsón és gyorsan juttatják el a megoldásainkat, a problémákra hozott ötleteinket a következő fázis küszöbére.

Sketch, Wireframe, Paper Prototype, Digital Prototype



Test – A megoldások tesztelése

- Az elkészített prototípust tesztelni szükséges, annak érdekében, hogy visszajelzést kapjunk a felhasználóinktól. A kézzel fogható megoldásunk talán nem lett megfelelő, sőt, a tesztelés alatt akár az is kiderülhet, hogy a kezdetektől fogva rossz irányból közelítettünk a probléma felé. A tesztelés lehetővé teszi, hogy tökéletesítsük a megoldást, és valóban olyan végeredményt hozzunk létre, amely a felhasználói igényekre reagál.
- A tesztelés és prototípusok gyártásának fázisai éppen ezért addig váltakoznak, addig ismétlődnek, amíg el nem jutunk a tökéleteshez. Ez a folyamat a finomításon túl szolgálhat további tanulásra is, hiszen a felhasználói reakciók még mélyebb megértést szolgálnak a felhasználóinkról.

Usability Test – Validálják a Felhasználók a Prototípust



Iteráció, rugalmasság, hibázás elfogadása

- A design gondolkodás ideális esetben nem egy egyszeri, lezárható folyamat. A fázisok ismétlődhetnek, és egymásba is folyhatnak. Az eszköztár hihetetlenül széles, annak megfelelően, hogy mit állítunk tervezésünk középpontjába.
- Ezen túl a design gondolkodáshoz szükség van arra, hogy a benne résztvevő csoport ismerje a metódus lényegét, bízzon saját kreativitásában, és empátiával forduljon a célcsoportja felé.
- Megtévesztő, hogy a neve gondolkodásra utal, mert a hangsúly inkább az alkotáson van, a kézzel fogható, gyakorlatba ültetett megvalósításon. A design gondolkodás alkalmazása során elengedhetetlen az optimizmus, folyamatosan tanulni kell a hibákból, és sokszor kell ismételtetni a lépéseket az igazi eredmények elérése érdekében.
- Mivel a módszertan megvalósítása során gyakori, hogy a tervezésben részt vevők bizonytalanságot érezhetnek, fontos, hogy tisztában legyenek a tervezői gondolkodás folyamatával, és hogy ismerjék annak lényegi szabályait és kulcsmozzanatait.

Agilis termékfejlesztés - Scrum

SCRUM FLOW IN DETAILS

