

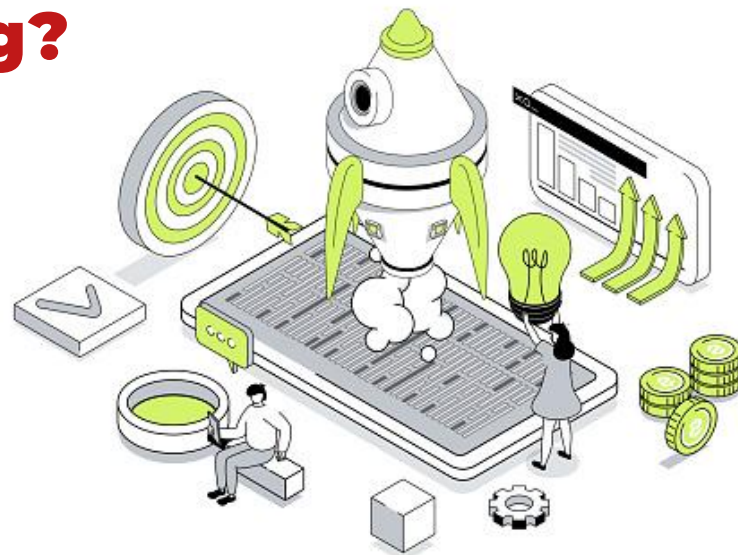
Design Thinking Workshop

*Una metodologia per la risoluzione creativa
di problemi spinosi*

Che cos'è il Design Thinking?

Un approccio **human-centred** alla risoluzione **creativa** di problemi **progettuali**.

“Design thinking starts with people. It’s about putting human needs at the center of what we do. It’s about simple mindset shifts and new ways of looking at problems, through empathy and collaboration.”



Che cos'è il Design Thinking?

Un approccio **creativo** che punta allo sviluppo di soluzioni innovative, diverse da ciò che è già sul mercato.

Un approccio **human-centred** basato sull'empatia e lo sviluppo di soluzioni rilevanti per gli utenti.

Un approccio che si applica alla risoluzione di **problemi progettuali**.



detti anche **“problemi spinosi”**

Che cos'è il Design Thinking?

Problemi semplici

Problemi in cui la causa e l'effetto sono direttamente collegati.

Una volta capita la connessione, è facile intervenire ed evitare che il problema si ripresenti.

Esempio:

evitare di bruciare una torta

Problemi complessi

Difficili da gestire ma di chiara risoluzione.

Possono essere sviluppati in modi diversi, ma la soluzione a cui devono portare è chiara.

Esempio:

l'organizzazione di un concerto

Problemi spinosi

Difficili da risolvere perché difficili da capire.

Hanno molteplici cause, non tutte facilmente identificabili e non è chiara quale sarà la soluzione.

Esempio:

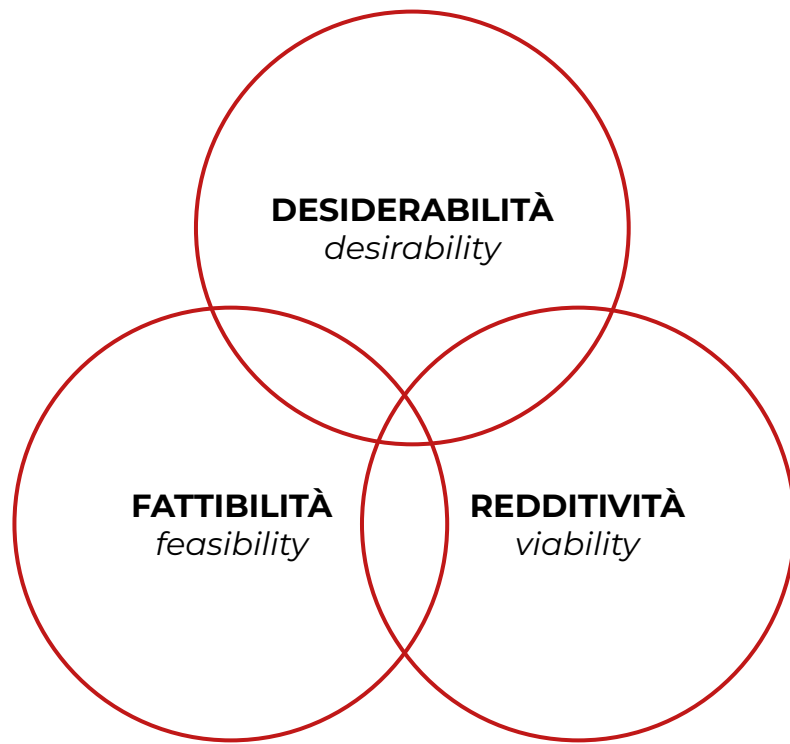
migliorare l'esperienza di acquisto all'interno di un supermercato

Che cos'è il Design Thinking?

Perché un'idea sia di successo e significativa, il Design Thinking tiene in considerazione

tre prospettive:

- Desiderabilità, da parte degli utenti
- Fattibilità, tecnica
- Redditività, economica

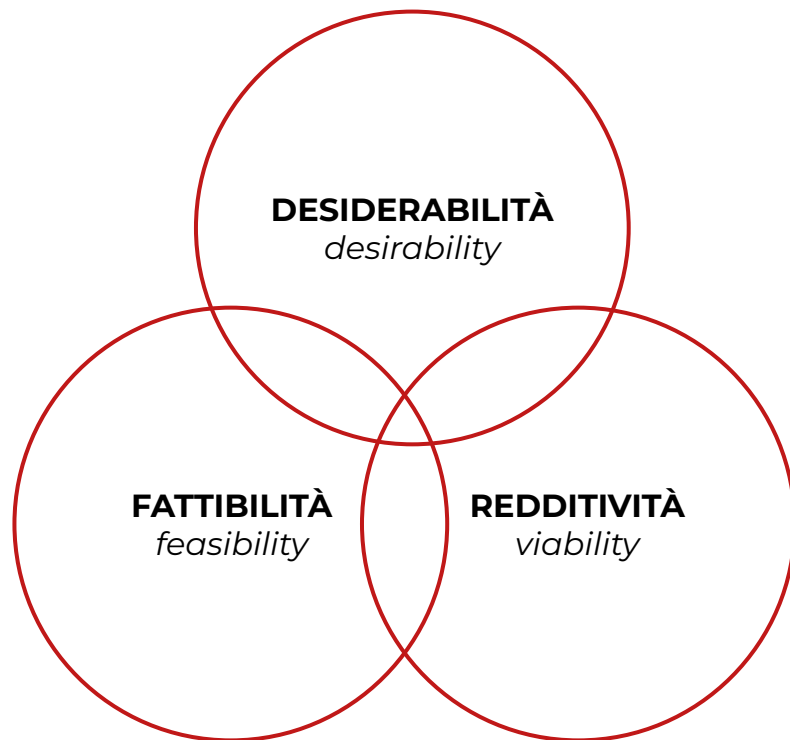


Che cos'è il Design Thinking?

Questo dovrebbe assicurare di sviluppare una proposta progettuale rilevante per le persone ma anche fattibile tecnicamente e sostenibile economicamente.



soluzioni di valore, sulla base di desiderabilità, fattibilità e redditività.

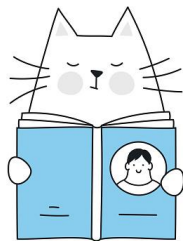


Il processo di Design Thinking



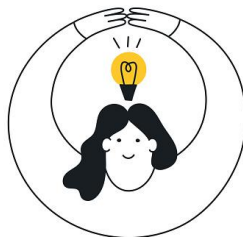
Empatia

Conosci le persone per cui progetti, per capire i loro bisogni.



Definizione

Identifica il problema che vuoi risolvere.



Ideazione

Fai emergere ipotesi di soluzioni utili per gli utenti.



Prototipazione

Trasforma le idee in prototipi realistici per poterli testare.



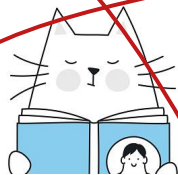
Test

Condividi il prototipo per raccogliere feedback di valore.



Empatia

Conosci le persone per cui progetti, per capire i loro bisogni.



Definizione

Identifica il problema che vuoi risolvere.



Ideazione

Fai emergere ipotesi di soluzioni utili per gli utenti.



Prototipazione

Trasforma le idee in prototipi realistici per poterli testare.



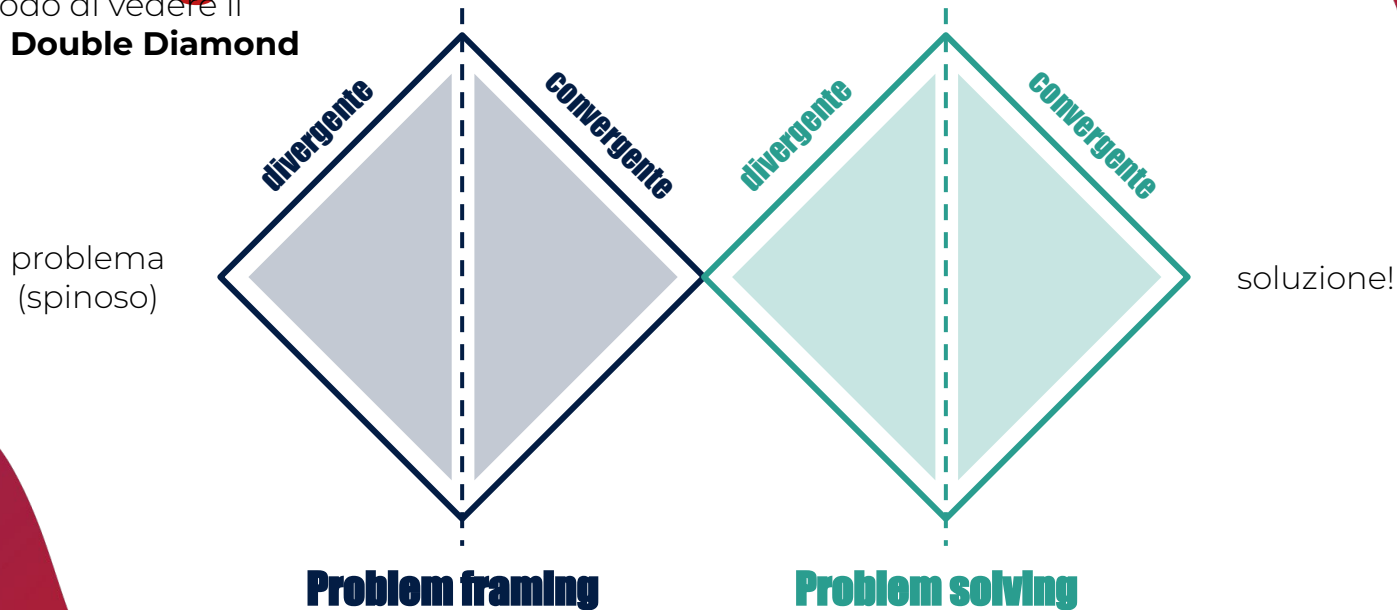
Test

Condividi il prototipo per raccogliere feedback di valore.

Così è più realistico!

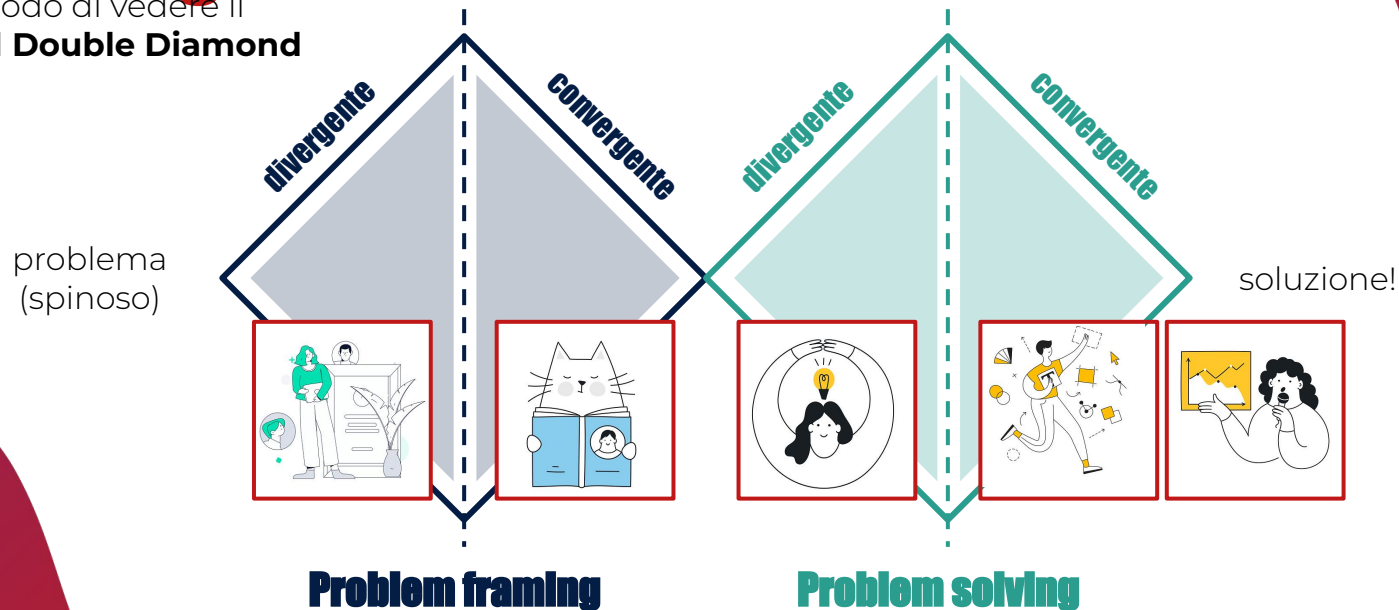
Schematizzazione della metodologia

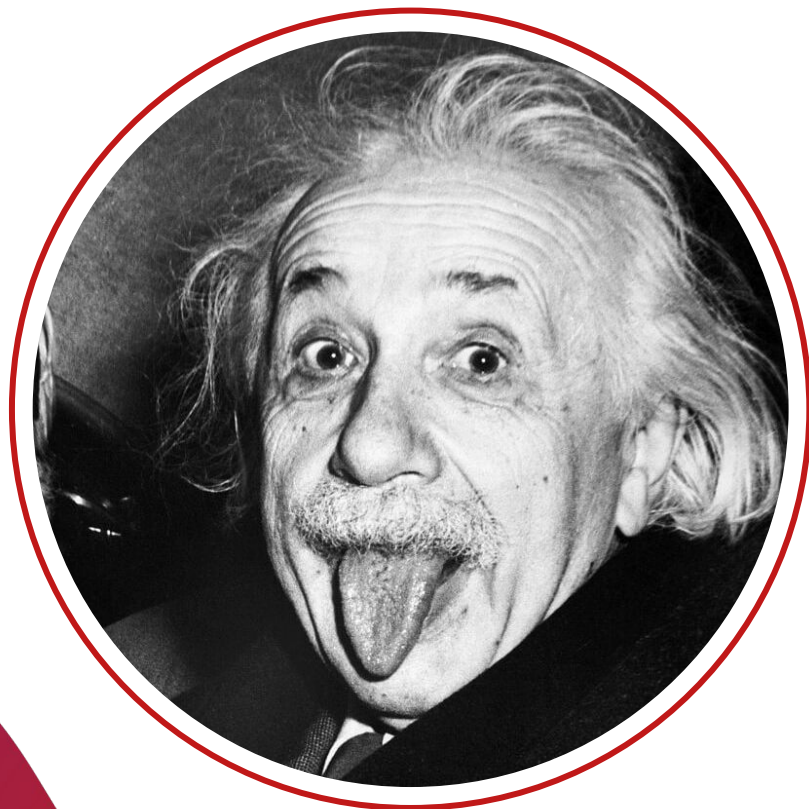
Un altro modo di vedere il processo, il **Double Diamond**



Schematizzazione della metodologia

Un altro modo di vedere il processo, il **Double Diamond**





L'importanza del problem framing (empatia + definizione)

“Se avessi un'ora per risolvere un problema dal quale dipendesse la mia vita, spenderei 55 minuti a comprendere quali domande fare... perché una volta sapute le domande giuste da fare, la soluzione si potrebbe trovare in 5 minuti.”

Albert Einstein



L'importanza del problem framing (empatia + definizione)

Il Mc D.L.T. fu lanciato negli anni '80 per risolvere il "problema" di mantenere le verdure fresche e l'hamburger caldo.

Consisteva di una doppia scatola di polistirolo, pensata per mantenere gli ingredienti caldi e freddi separati, così che il consumatore potesse assemblarli appena prima di mangiare il panino.

Dov'è il problema?!





Show,
don't tell!



Sfrutta una modalità
collaborativa



Costruisci sul
feedback



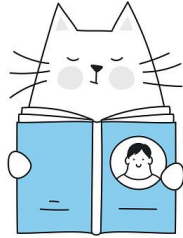
Procedi per
iterazioni

Caratteristiche del Design Thinking

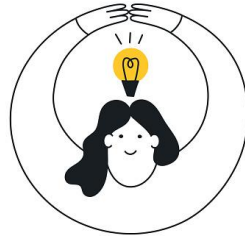
Le fasi del processo (nel dettaglio!)



Empatia



Definizione



Ideazione



Prototipazione



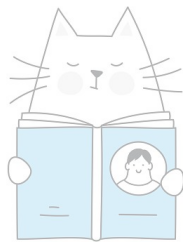
Test

Il processo di Design Thinking



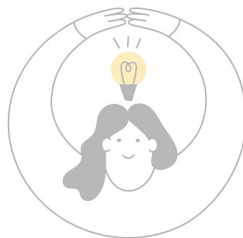
Empatia

Conosci le persone per cui progetti, per capire i loro bisogni.



Definizione

Identifica il problema che vuoi risolvere.



Ideazione

Fai emergere ipotesi di soluzioni utili per gli utenti.



Prototipazione

Trasforma le idee in prototipi realistici per poterli testare.



Test

Condividi il prototipo per raccogliere feedback di valore.



Qual è l'obiettivo?

L'obiettivo di fare ricerca sugli utenti è di **conoscere meglio le persone per cui stiamo progettando**: significa analizzare le loro esperienze con il prodotto che stiamo progettando, scoprire i bisogni e i desideri legati ad esso per poter riprogettare - in meglio - l'esperienza stessa.

L'output della ricerca utente sono i profili personas, ovvero delle descrizioni degli utenti in cui sono sintetizzate tutte le informazioni raccolte nella fase di ricerca.

Ricerca sugli utenti

Processo di ricerca per analizzare i bisogni degli utenti e i punti di forza e debolezza dell'esperienza attuale.

Ricerca qualitativa

La ricerca qualitativa è una ricerca empirica in cui i ricercatori analizzano fenomeni, eventi e comportamenti esistenti.

Ricerca quantitativa

Raccoglie dati numerici che possono essere categorizzati. Questo tipo di dati può essere usato per costruire grafici e tabelle.

Ricerca sugli utenti

Processo di ricerca per analizzare i bisogni degli utenti e i punti di forza e debolezza dell'esperienza attuale.

Ricerca qualitativa

La ricerca qualitativa è una ricerca empirica in cui i ricercatori analizzano fenomeni, eventi e comportamenti esistenti.



Interviste

chiedere individualmente agli utenti il loro punto di vista.



Focus group

riunire un gruppo di utenti per discutere un argomento.



Shadowing

osservare l'utente mentre svolge attività legate all'esperienza in analisi.

Ricerca sugli utenti

Processo di ricerca per analizzare i bisogni degli utenti e i punti di forza e debolezza dell'esperienza attuale.

Ricerca quantitativa

Raccoglie dati numerici che possono essere categorizzati. Questo tipo di dati può essere usato per costruire grafici e tabelle.



Survey

Una serie di domande da somministrare in modalità asincrona, spesso online.



Analytics

Consiste nell'utilizzare software per raccogliere dati e analizzare il comportamento dei consumatori in canali digitali.

I profili personas

Una volta raccolte le informazioni, le utilizziamo per creare i profili personas, delle descrizioni del nostro “utente tipo”.

- 1 Profili realistici**
- 2 Utente tipo, non segmenti di mercato**
- 3 Sintesi delle informazioni raccolte**
- 4 Accomunati da interessi, desideri e bisogni (non dall’anagrafica!)**



Età
22 anni

Professione
Junior Community
Manager

Famiglia
Relazioni strette con
amici

Interessi
Musica, Moda, Social
Network, Ambiente

Descrizione

Rebecca si è appena trasferita in una nuova città per un nuovo lavoro. Finalmente può fare della sua passione la sua professione: i social network e costruire la sua community! Vive due vite contemporaneamente: una in presenza, l'altra online.

Uso di device

Fb, Instagram, Tik Tok,
Vinted, Abillion

Uso del mobile

Chiamate, chat, live,
pagamenti, mail, editing.

Rebecca la trend setter



Non ho mai contanti, posso pagare con Satispay?

Obiettivi

Condividere con la sua community, rappresentare sé stessa e i brand che segue al meglio sui social network. Scaricare i software di editing più aggiornati, meglio se sfruttano intelligenze artificiali. Aggiornare i propri canali in tempo reale.

Pain

Rimanere senza banda, senza memoria, senza batteria sufficiente. Onboarding con lunghi questionari.

Gain

Qualità audio e video alta e condivisione immediata.



Età
50 anni

Professione
Manager

Famiglia
Sposato con due figli

Interessi
Sport, tecnologia

Descrizione

Luciano lavora in una nota azienda di manifattura. Per lavoro usa tutto il giorno il computer aziendale, ma nel suo tempo libero sfrutta ogni nuovo accessorio per migliorare le sue esperienze quotidiane e i suoi hobby: la corsa e la fotografia. Alle chat preferisce le chiamate.

Uso di device

Pc fisso, laptop, mobile, smartwatch, accessori IOT

Uso del mobile

Chiamate, sms, collegare il telefono ai propri accessori, pagamenti, mail.

Luciano il boomer



Ho bisogno che il mio nuovo cellulare si colleghi al mio smartwatch per analizzare i dati della corsa.

Obiettivi

Comunicare con famiglia e amici.
Collegare il suo smartwatch o altri device al suo telefono.
Tracciare le sue performance.

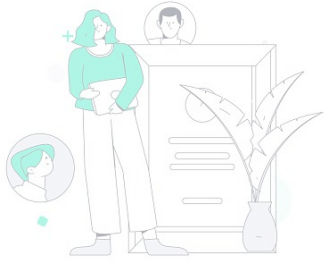
Pain

Portarsi dietro il telefono è scomodissimo, soprattutto quando corre.

Gain

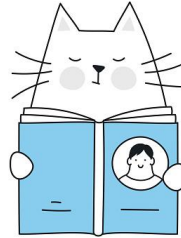
Comunicare con gli amici e la famiglia senza dover tirar fuori il telefono.

Il processo di Design Thinking



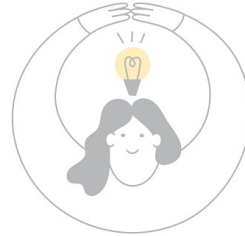
Empatia

Conosci le persone per cui progetti, per capire i loro bisogni.



Definizione

Identifica il problema che vuoi risolvere.



Ideazione

Fai emergere ipotesi di soluzioni utili per gli utenti.



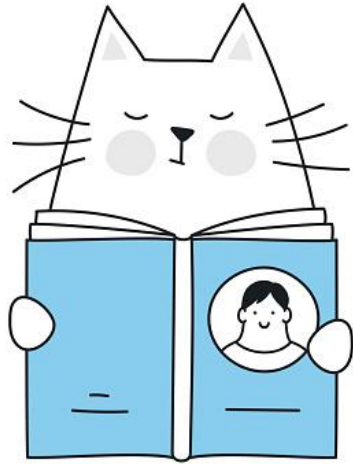
Prototipazione

Trasforma le idee in prototipi realistici per poterli testare.



Test

Condividi il prototipo per raccogliere feedback di valore.

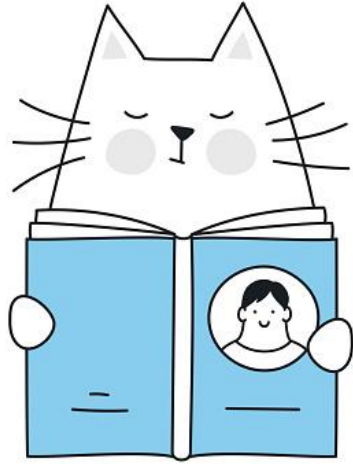


Qual è l'obiettivo?

L'obiettivo della fase di definizione è identificare i/il problema che vogliamo risolvere.

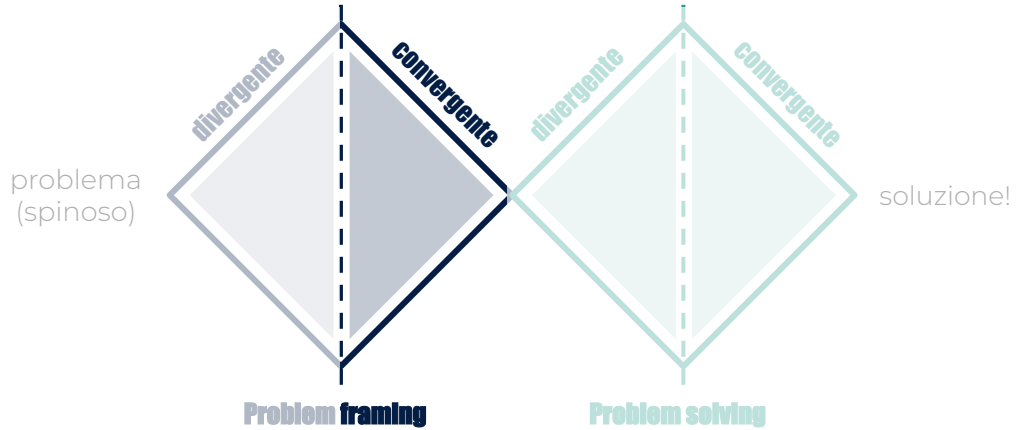
Non si tratta di trovare una soluzione, ma di dichiarare quale sfida abbiamo individuato (e vogliamo provare a risolvere) a fronte della fase di ricerca sugli utenti.

È un passaggio di allineamento (di definizione, appunto!) tra i progettisti coinvolti.

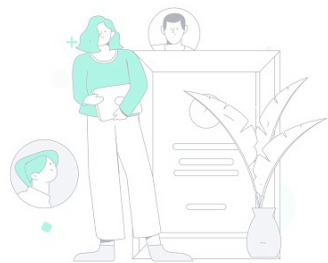


Qual è l'obiettivo?

In questo momento si “tirano le somme” rispetto a quanto scoperto nella fase di empatia.

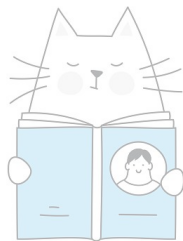


Il processo di Design Thinking



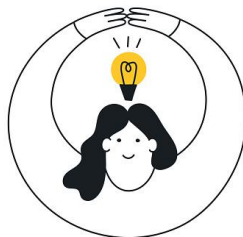
Empatia

Conosci le persone per cui progetti, per capire i loro bisogni.



Definizione

Identifica il problema che vuoi risolvere.



Ideazione

Fai emergere ipotesi di soluzioni utili per gli utenti.



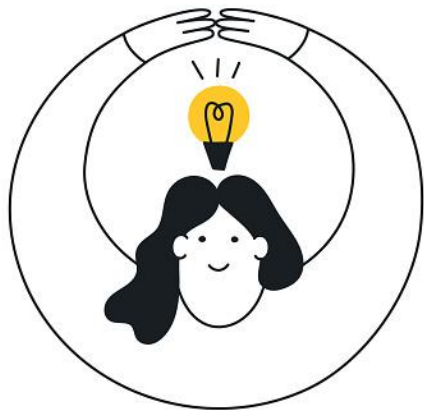
Prototipazione

Trasforma le idee in prototipi realistici per poterli testare.



Test

Condividi il prototipo per raccogliere feedback di valore.



Qual è l'obiettivo?

Fare "idea generation" significa creare e sviluppare (e poi comunicare!) idee riguardanti la soluzione di un preciso problema progettuale.

Come si fa?

Esistono diverse tecniche per fare generazione di idee all'interno di un gruppo di lavoro.

Brainstorming

(di gruppo o individuale)

Brainwriting

Come il brainstorming, ma scritto

20 circles

20 idee da sviluppare in gruppo!

Crazy8

8 idee in 8 minuti!

BRAINWRITING

NOTE: Generate 1 idea in the first box as a sketch or text. Then pass the sheet over to someone in your team so that they can build upon your idea in the next box or improvise something new. Then they pass it over to the next person, and so on.

💡 Generate / Raise joy + awareness for technical things in women.

Maybe organize a regular meet-up, on or offline, regional ~~or~~ or international

💡 Have ~~have~~ mentoring programs where women who are doing tech already ~~show~~ women a afraid of it teach

💡 INVITE ~~CONTACT~~ (FEMALE) EXPERTS TO TALK ABOUT TECH SUBJECTS. TO INSPIRE.

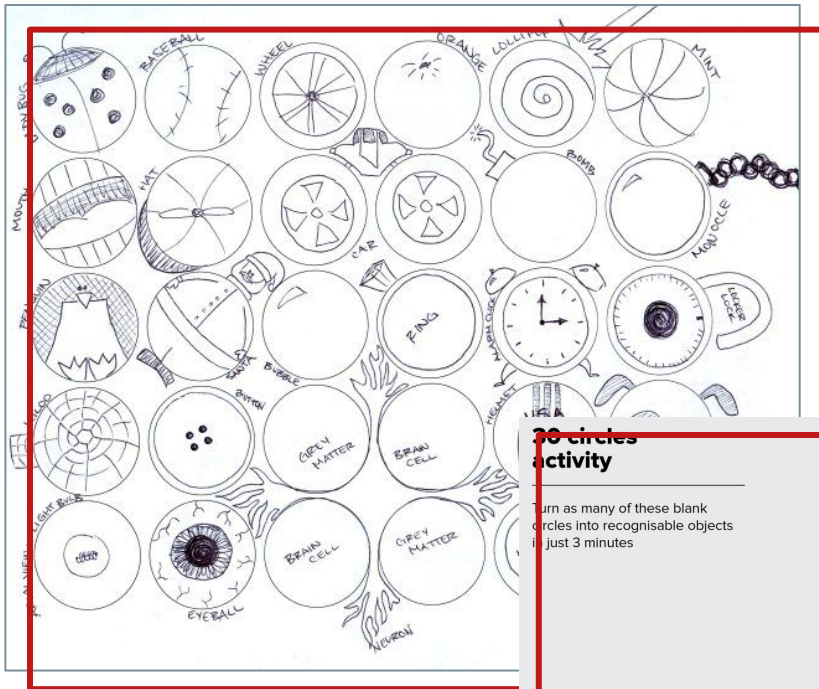
💡

💡 Women have actually been doing this for ages perhaps just create a project for this, say 'Women and STEAM' make it a sustained campaign with a time schedule & let it culminate into a meeting

💡

Brainwriting

Come il brainstorming, ma scritto

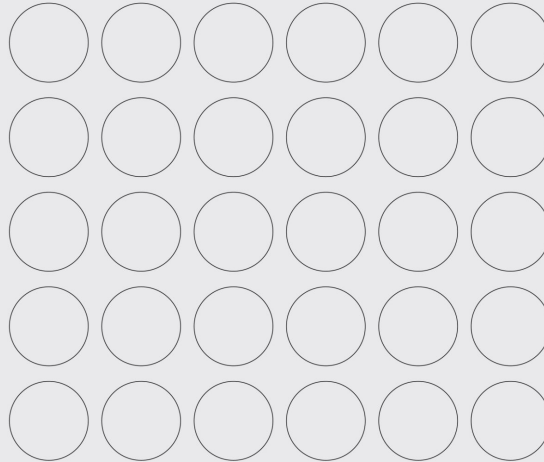


20 cerchi

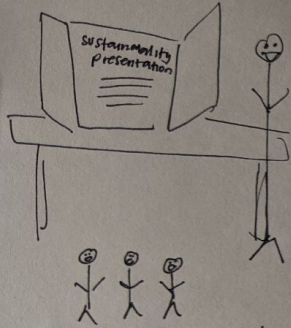
20 idee da sviluppare in gruppo!

20 circles activity

Turn as many of these blank circles into recognisable objects in just 3 minutes



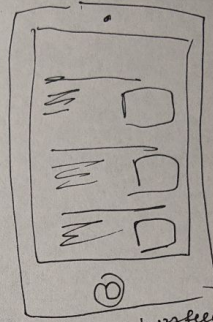
Alice



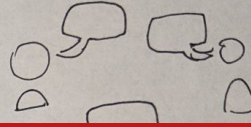
present/ activities at school



farming & game



buzzfeed quiz on how to integrate sustainability



online chat/ focus group between students + mentors + professionals

Crazy8

8 idee in 8 minuti!

This is what I do...

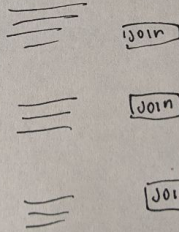


shadowing opportunity/ company visit

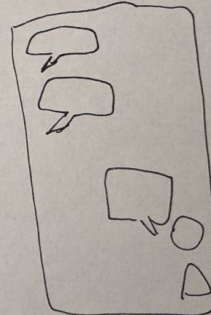


sus. challenge/ scavenger hunt around campus

projects going on



Join online sus. communities w/ PPI in similar fields.



online chatbot directs you to websites/ resources related to sustainability based on questions

Regole base della generazione di idee

1 **Assenza di giudizio**

Un'idea non dovrebbe essere giudicata o valutata nello stesso tempo in cui viene generata.

2 **Fare leva sull'insolito**

Idee inusuali e apparentemente impraticabili possono condurre a innovazioni importanti.

3 **Prediligere quantità alla qualità**

Produrre quante più idee possibili in un tempo prefissato, poiché più pensieri si riescono a concepire, più soluzioni possibili si avranno nel futuro.

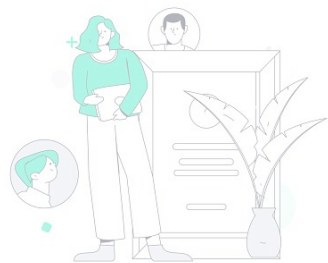
4 **Costruire sulle idee degli altri**

Lavorare in gruppo è un valore che dobbiamo sfruttare per essere più creativi.

5 **Darsi un tempo limite**

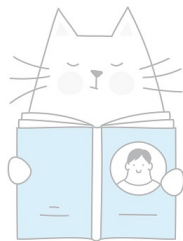
Lavorare in gruppo è un valore, e fare delle attività di generazione di idee in gruppo può ispirarci ad averne di nuove.

Il processo di Design Thinking



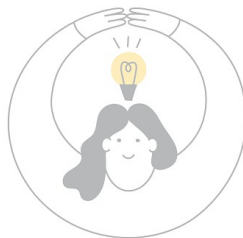
Empatia

Conosci le persone per cui progetti, per capire i loro bisogni.



Definizione

Identifica il problema che vuoi risolvere.



Ideazione

Fai emergere ipotesi di soluzioni utili per gli utenti.



Prototipazione

Trasforma le idee in prototipi realistici per poterli testare.



Test

Condividi il prototipo per raccogliere feedback di valore.



Qual è l'obiettivo?

Obiettivo delle fasi di prototipazione e test è dare forma alla propria idea, così da renderla concreta e poterla sottoporre a potenziali utenti per ricevere i loro feedback.

A cosa serve?

Una volta raccolte le informazioni, le utilizziamo per creare i profili personas, delle descrizioni del nostro “utente tipo”.

1

A dare forma alla propria idea

Questo già ci permette di renderci conto di eventuali problemi/aree di miglioramento del nostro progetto..

2

A validare le proprie ipotesi

Usiamo i prototipi per sottoporli agli utenti e ottenere una validazione da parte loro rispetto al lavoro che abbiamo svolto.

3

A procedere per iterazioni

Dopo aver sviluppato un test possiamo ri-lavorare sulla nostra idea per migliorarla ulteriormente sulla base dei feedback raccolti.

Il progetto IIS Bassi

Caso studio

Il progetto in breve

1

classe

Abbiamo lavorato con
la classe 4SIA

4

gruppi

Mantenuti dall'inizio alla
fine del percorso

6

incontri

Per un totale di 12 ore
di lavoro

4

progetti

Presentati durante
l'ultimo incontro.

e 1 vincitore!





Da dove iniziare

Il brief

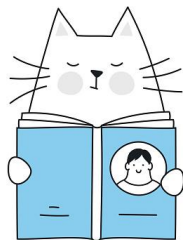
Lavorando in gruppi, i gruppi hanno sviluppato un gioco per ragazzi (9 - 13 anni) e famiglie, che li avvicini agli elementi base del marketing e dell'imprenditorialità.



Empatia

Conosci le persone per cui progetti, per capire i loro bisogni.

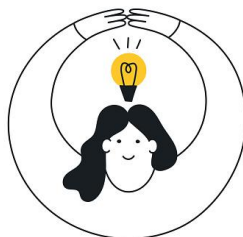
15 ott



Definizione

Identifica il problema che vuoi risolvere.

23 ott



Ideazione

Fai emergere ipotesi di soluzioni utili per gli utenti.

23 ott
+
28 ott



Prototipazione

Trasforma le idee in prototipi realistici per poterli testare.

5 nov
+
15 nov



Test

Condividi il prototipo per raccogliere feedback di valore.

18 nov

Grazie!

CONTATTI

SEDE CENTRALE: via Benigno Crespi 30, 20159 Milano - TELEFONO: 0236680400

EMAIL: segreteria@itsrizzoli.it | orientamento@itsrizzoli.it