

Designhandbok

Nätverket Attraktiva Korridorer

Hur kan vi ta de traditionella korridorerna in i framtiden och utveckla dem till attraktiva, hållbara och moderna boenden som studenter efterfrågar?



Design thinking-processen

Empatisera

Första fasen handlar om att skapa insikter och lära känna din användare genom metoder som:

- Intervjuer
- Deltagande observation
- Desktop research
- Analys av data

Definiera

Fas nummer två handlar om att identifiera och definiera användarens behov. Under detta steg ska följande fråga bevaras:

Vad är min användares behov och nuvarande upplevelse?

Idéutveckla

Det finns många lösningar på ett problem. Under den här fasen gäller det att skapa och utveckla dessa lösningar, stora som små.

Prototypa och testa

Det är dags att bygga en prototyp av din idé och testa prototypen på din användare. I detta steg får du reda på om dina antaganden om vad kunden vill ha är sanna. Efter det har du möjlighet att utveckla din idé baserat på feedback från din kund.

Pitcha

En idé behöver alltid säljas in och bäst gör man det med en story som skapar känslor, gärna visuellt och allra helst med rörlig bild. Lägg tid på att skapa en kort berättelse om värdet av din idé, dvs hur väl den möter användarens behov.



Empatisera

Steg 1. Summering av insiktsfasen

Vad har vi sett och hört?

20 min



Empatisera

Steg 2. Skapa en persona

Vem ska ni designa en lösning för?

Välj en person som representerar era användare.

Jobba i gruppen utifrån frågorna och canvasen nedan och utveckla er gemensamma persona. Använd frågorna på nästa sida.

20 min



Empatisera

Vart är hen på väg?

Varför ska hen använda oss?

Vad drömmer hen om?

Vad får hen att fira?

Vad är hen bra på?

Vad får hen att känna wow?

Vad är hen intresserad av?

När känner hen mening?

Varför går hen upp på morgonen?

När känner hen gemenskap?

Användare

Vad är hens arbetssätt?

Vad får hen att be om hjälp?

Varför ska hen inte vända sig till oss?

Varför litar hen på er?

Vad irriterar hen sig på?

Vad kan hen hjälpa oss med?

Hur vill hen ha hjälp?

Hur vill hen kommunicera med oss?

Varför är hållbarhet viktigt för hen?

Vad behöver hen?

Definiera

Steg 3. Definiera användarens behov

Vad är er användares behov? Analysera och dra slutsatser. Specificera utmaningen och formulera användarens behov efter mallen nedan:

Användaren _____ (namn) _____ behöver ett sätt att

Därför _____

10 min

De gyllene reglerna för ideation

Nu går ni in i idéutvecklingsfasen. Då gäller det att öppna upp för möjligheter och inte värdera idéerna. Tänk kvantitet före kvalitet och påminn varandra om de gyllene reglerna:

- Säg “Ja och..”
- Bygg på varandras ideer
- Det finns inget rätt eller fel
- Ingen utvärdering
- Ju fler desto bättre

Idéutveckla

Steg 4. Utveckla fem idéer

Skissa upp 5 (oväntade och kreativa) lösningar som möter användarens behov.
Om ni har fler idéer än fem så kan ni göra s.k. “mash-ups”, dvs slå ihop idéer.

20 min

Idéutveckla

Steg 5. Välj en idé och fortsätt utveckla den

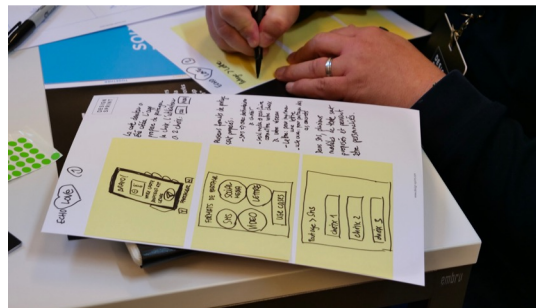
Nu ska ni utveckla er idé till ett koncept. Utgå från de gyllene reglerna för ideation och hjälps åt att fördjupa och spetsa till och detaljera er idé.

20 min

Prototypa

Steg 6. Skapa en prototyp

Bygg en enkel testbar prototyp med det material ni har tillgång till för att visualisera och göra er idé så konkret som möjligt för er användare att reagera på.



20 min

Steg 7. Pitcha er idé för användaren och få feedback

Börja med att berätta om er idé för användaren. Intervjua sedan användaren: hur upplever hen er prototyp?

En av er är intervjuare och resten av gruppen är observatörer och tar anteckningar. Samla in information om användarens behov. Tänk på att ställa utforskande frågor med fokus på att verkligen förstå användarens perspektiv.

- Vad funkar?
- Vad kan förbättras?
- Finns nya idéer?
- Är det något användaren inte förstår?

Glöm inte att dokumentera användarens feedback! Detta är ert guld!

20 min

Principer för aktivt lyssnande

Att lära sig lyssna aktivt är något av det viktigaste för en designer och innovationsledare. Komplettera gärna med att gå ut i användarens miljö och iaktta hur användaren interagerar med din tjänst eller produkt. Deltagande observation ger dig information om det som användaren själv kanske inte är medveten om.

- 1. Lyssna** - Tillåt din intervjuperson att ta tid till att berätta
- 2. Låt det bli tyst** - Ibland kan intervjupersonen behöva lite tid att tänka och reflektera
- 3. Analysera inte** - Gör det efteråt
- 4. Ställ frågan “varför”** - För att förstå de underliggande tankarna bakom svaren.
- 5. Validera** - Se till så att du verkligen förstå vad personen menar.



Prototypa

Steg 8. Iterera prototypen efter feedback

Utifrån användarens feedback och idéer, utveckla er prototyp ytterligare.

20 min



Pitch

Steg 9. Utveckla narrativ och visuellt koncept

- Vad ska en person berätta om ert varumärke för en annan person som de träffar på bussen?
- Och när den andra personen föreställer sig det här, vilka bilder ska komma upp i hens huvud?



Steg 10. Förbered en pitch

Ni kommer att få 2 minuter per grupp att pitcha för de andra grupperna.

Använd storytelling och tänk på hur kan ni sälja in er idé. Pitchen får vara i valfritt format.

Börja med prototypen och idén, och jobba er sedan tillbaka till utmaningen, insikterna ni fick under intervjun och behovet hos er användare.

Lycka till!

Varför Design Thinking?

- Fördjupar era insikter om de ni finns till för och hjälper er att hitta innovationsmöjligheter för att möta era behov
- Minskar risk och möjliggör att enklare testa idéer tidigt genom det visuella och snabba prototypandet
- Boostar er kreativitet och förmåga att förena det analytiska och det kreativa tänkandet
- Ger er en upplevelse där teamet får utbyta erfarenheter och lära sig av varandra
- Främjar samarbetet i krossfunktionella team genom samskapande
- Underlättar att skapa och kommunicera värde genom storytelling och visualisering
- Ger er nya perspektiv och tankesätt och en stärkt innovationskultur
- Hjälper er att snabbt och effektivt gå från abstrakt idé till konkret handling



Lycka till!

klara@innovationleadershipgroup.se
Innovation Leadership Group Stockholm AB