

DESIGN THINKING WORKSHOP

Maranello 17/10/2018



Matteo



Bob McKin

Stanford Design Program



è tutta una questione di **caccia**

Non andare mai a caccia da solo

Non smettere mai di cacciare

Segui il flusso

Pensa come la tua preda

Riporta la preda

perchè siamo qui

STORIE

Aha!

Discontinuità

Contraddizione

Successo

Fallimento

NUGGET

Perchè?

Make sense

Ipotesi

Cosa manca?

INSIGHT

Significato

Uso

Usabilità

BISOGNI
(verbi)

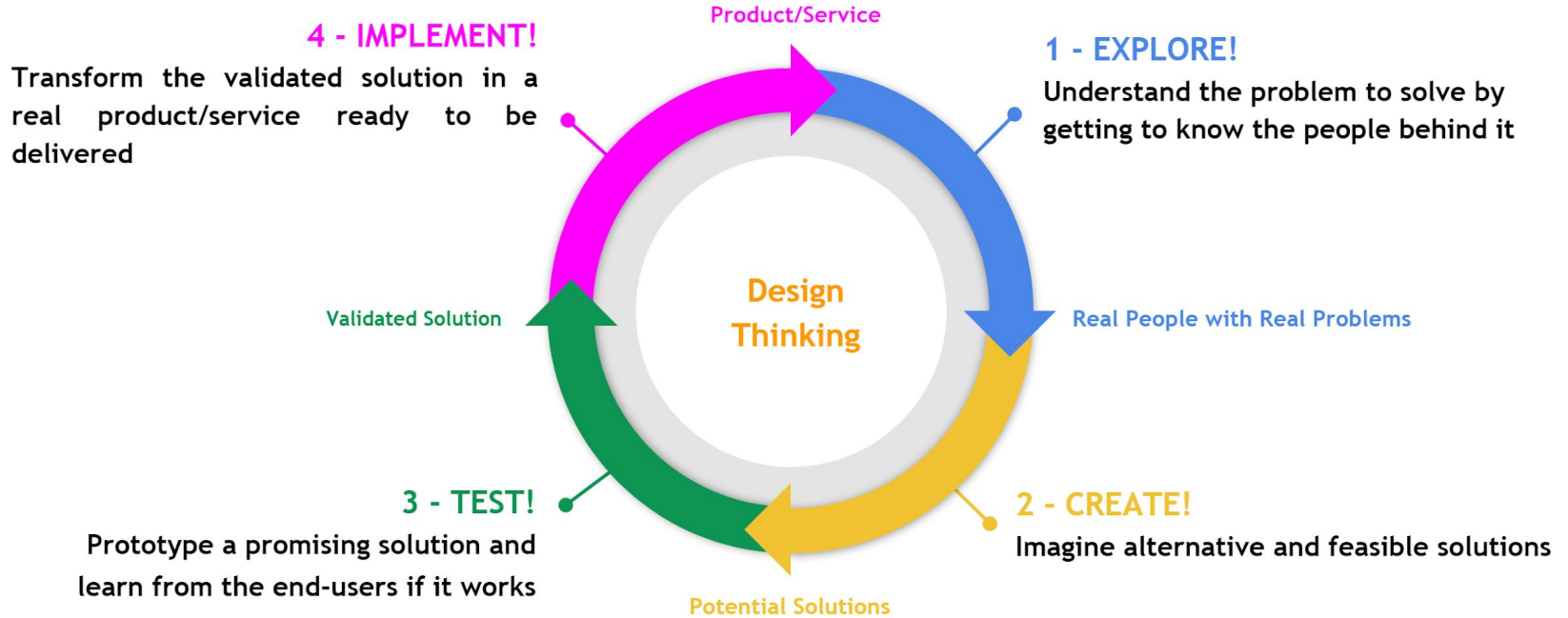
Fare cose migliori?

mmm..

fare le cose meglio!

SOLUZIONI
(nomi)

Il processo di design



NEEDFINDING

(a.k.a Figure out the story)

Needfinding

Il Needfinding è un'attività **paradossale**

Si cercano situazioni dove manca qualcosa

Per articolare il bisogno questa **cosa mancante** deve essere vista e riconosciuta.

Bisogni - sono verbi

Soluzioni - sono nomi

PROTOTYPING

(a.k.a Tell a new story)

Prototyping

Rispondi ai bisogni, rendi i concetti tangibili, fai la differenza, ricevi dei feedback.

Crea prototipi rilevanti rapidamente e iterativamente

- Devono suscitare una **risposta emotiva**
- Devono essere **tecnicamente pertinenti**
- **Fallisci** presto, fallisci spesso
- Comunicare la **visione**
- Diventare un **modello per la realizzazione**

Agenda



MISSION 1



MISSION 2



MISSION 3



MISSION 4



MISSION 5



MISSION 6



There is no wrong answer
Design is a **conversation**



LA SFIDA

REINVENTARE IL

Pronto Soccorso



MISSION 1

COMPRENSIONE DEL CONTESTO

CASE SCENARIO

ASMN

PROBLEMA: SOVRAFFOLLAMENTO NEL PS

Il sovraffollamento prolungato può avere gravi conseguenze, che vanno dal burn out del personale interno all'aumento di mortalità in pronto soccorso.

ARCISPEDALE SANTA MARIA NUOVA (REGGIO EMILIA)

Ristrutturato negli anni '90

Uno dei pionieri del Triage in Italia

PUNTI CRITICI

- 1 *Struttura vecchia e non flessibile che crea molti “tempi morti”*
- 2 *Aumento dei tempi di attesa e del numero di pazienti*
- 3 *Burnout dello staff, soprattutto tra gli infermieri*

ORGANIZATIONAL RESEARCH

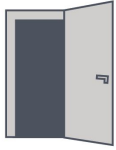
“Da medico ogni tanto non so neanche chi è in turno con me”

“A volte c'è pressione dalle altre infermiere più anziane anche se non è necessario”

RICERCA CENTRATA SUL PAZIENTE

"Li ho sentiti freddissimi, mi hanno visto piangere e non mi hanno detto niente."

BISOGNI CENTRALI



Sapere cosa succede attorno a te
Mancanza di collaborazione tra dottori



Mantenere la concentrazione
Specialmente per il triage



Sentirsi presi in carico (pazienti)
Stress causato da poco contatto con il personale



MISSION 2

EMPATIA

Empatia

L'identificazione intellettuale per
esperienza diretta o indiretta dei
sentimenti, pensieri, atteggiamenti di
un'**altra persona**

Aiuta ad **individuare le opportunità di
innovazione** , svelando **insights**

Come:

CHIEDERE domande aperte

CHIEDERE le storie

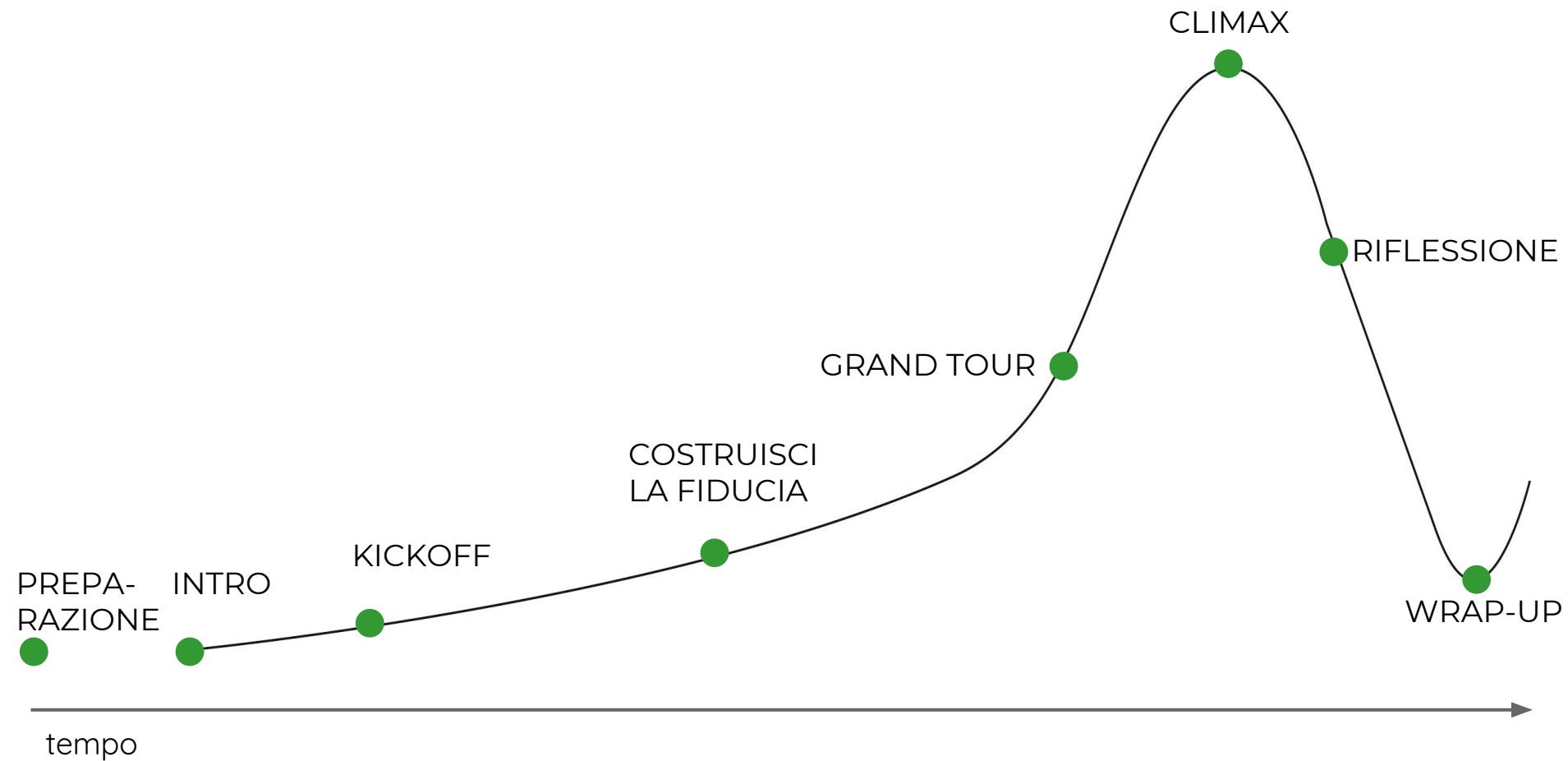
CHIEDERE perchè...

...sempre

Come costruire l'empatia?

le INTERVISTE

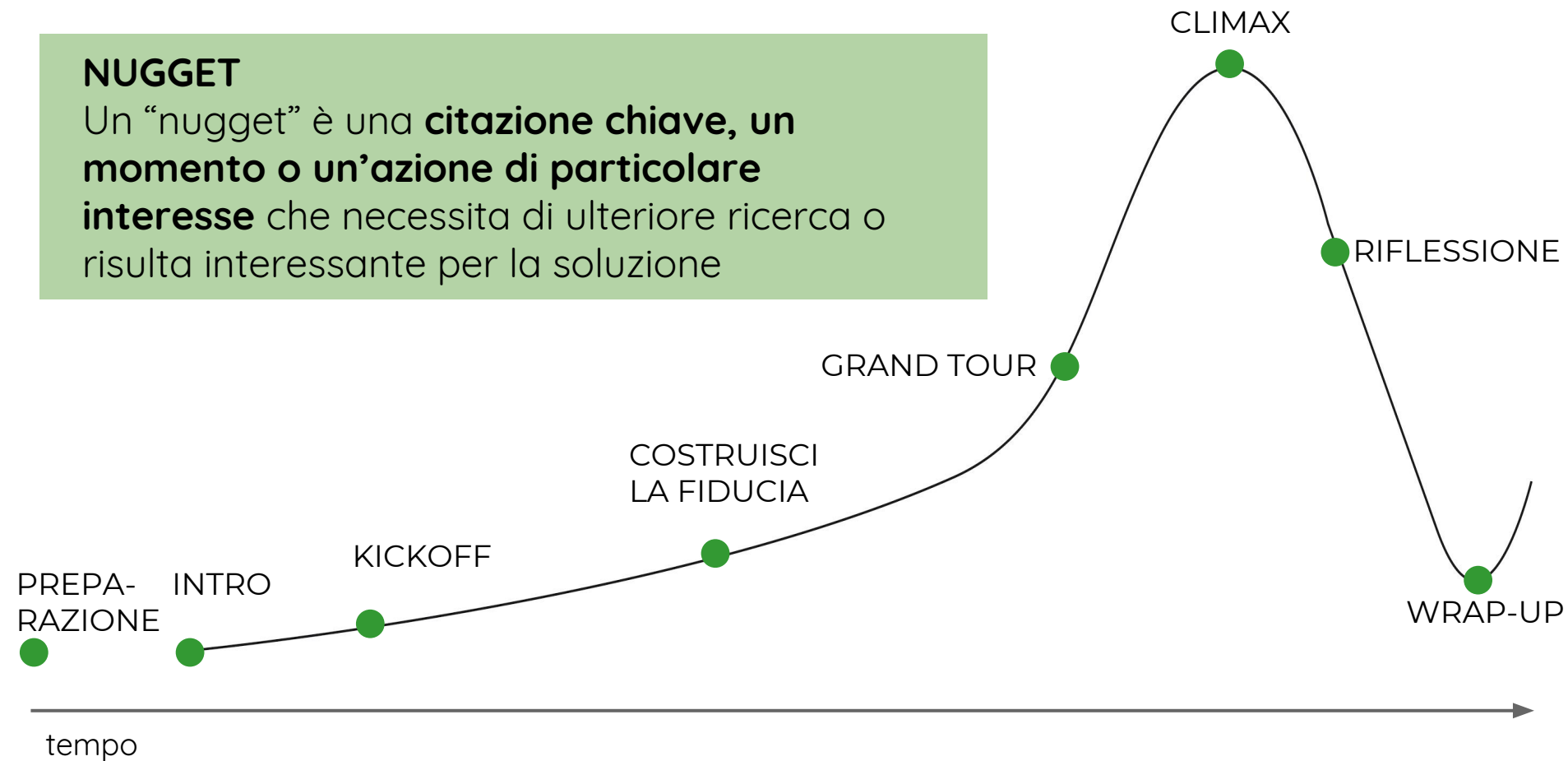
Intervista



Intervista

NUGGET

Un “nugget” è una **citazione chiave**, un **momento** o un’**azione di particolare interesse** che necessita di ulteriore ricerca o risulta interessante per la soluzione



STRUMENTO intervista doppia



Intervista doppia (TOOL)

OBIETTIVO

Scoprire l'esperienza dell'utente finale nel campo del rapporto con le TELCO .

DOMANDE SUGGERITE

- >> Ogni quanto spesso cambi piano telefonico?
- >> Sei soddisfatto del tuo piano tariffario?
- >> Quale canale usi più spesso per comunicare con il tuo operatore telefonico?

ALTRE DOMANDE DISPONIBILI NEL WORKBOOK e nella INTERVIEW CARD



MISSION 3

ASTRAZIONE

Astrazione

Riduci lo spazio delle soluzioni attraverso decisioni che equilibrino usabilità, fattibilità e attuabilità

Entra nei bisogni degli utenti e dei clienti a livello astratto

- Scala la **gerarchia** dei bisogni
- Fai **ipotesi** sui perchè
- **Comprendi** molte informazioni
- Rendi il **processo visibile**

Come astrarre?

il **CLUSTERING** e
le **PERSONAS**

STRUMENTO clustering



Clustering (TOOL)

OBIETTIVO

Clusterizzare e interpretare i bisogni emersi nelle interviste

TIPS

Prenditi 5 minuti per rivedere gli appunti dell'intervista

condividi con il tuo team:

- >> aspetti distintivi per ogni intervista
- >> bisogni che sono emersi in ogni intervista

insieme al team condividi per ogni intervistato una “storia” scrivendo sui post it le “gemme” emerse dalle interviste, le motivazioni e le frustrazioni.

inizia a raggruppare i bisogni e le “gemme” per gruppi tematici

STRUMENTO personas



Personas

Una **persona** è un **rappresentazione archetipica** delle caratteristiche, attitudini e obiettivi di uno specifico gruppo di utenti che potrebbero usare o entrare in contatto con il mio prodotto /servizio

Personas

OBIETTIVO

Costruire una personas di un utente ASMN

TIPS

- >> Date un volto, un nome, una professione al vostro utente
- >> Individuate un suo bisogno reale
- >> Entrate in empatia
- >> Descrivete una sua particolarità, che la/lo distingue dagli altri

ALTRE TIPS SUL WORKBOOK e nella PERSONAS CARD



MISSION 4

IDEAZIONE

Ideazione (INTRO)

**Crea prototipi rilevanti rapidamente
e iterativamente**

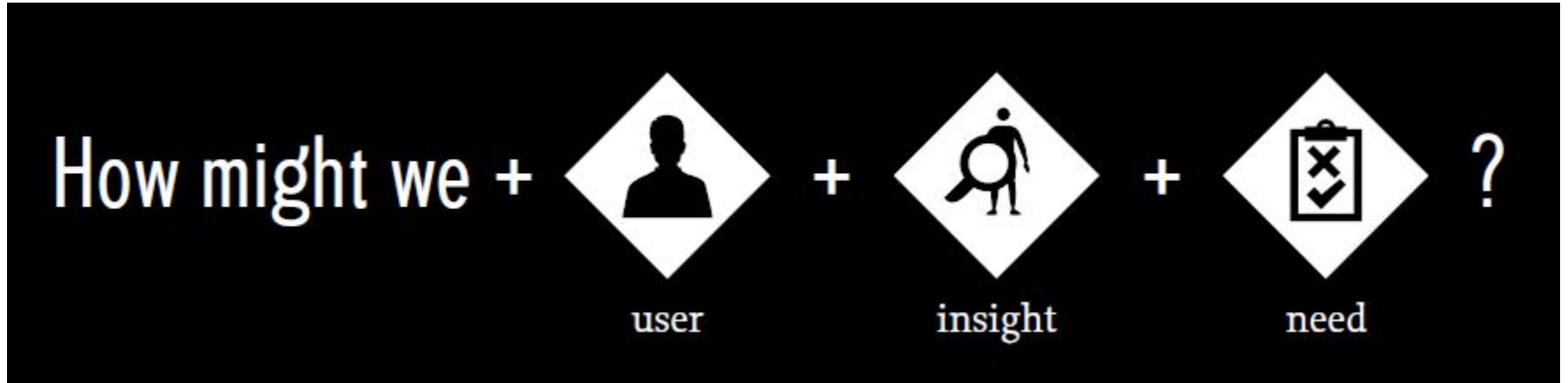
Come ideare?

**le HOW MIGHT WE
QUESTIONS
e il BRAINSTORMING**

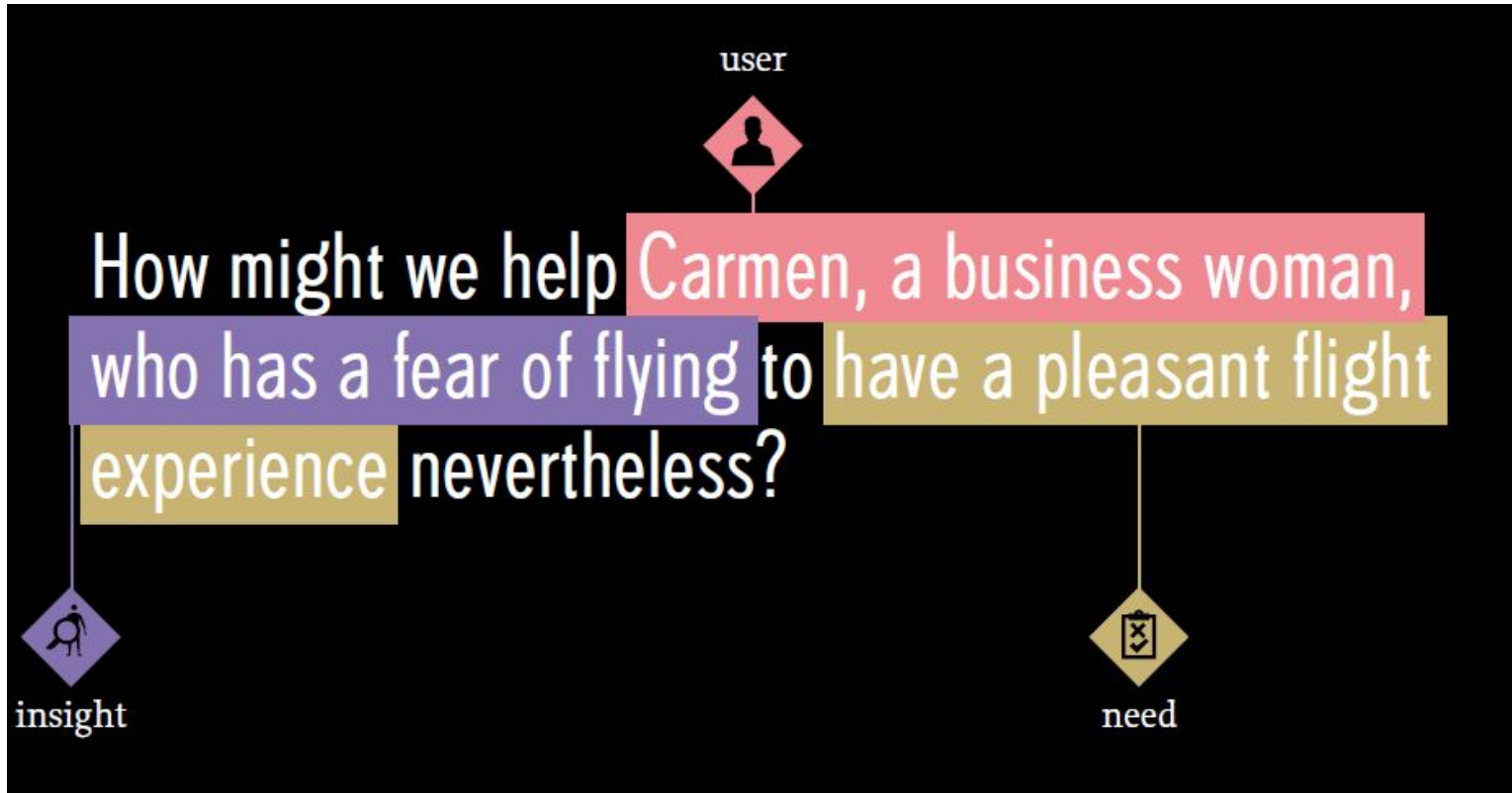
STRUMENTO How might we question



How might (TOOL)



How might (TOOL)



STRUMENTO Brainstorming



Brainstorming (TOOL)

OBIETTIVO

Generare il più alto numero di soluzioni

NON REGOLE del BRAINSTORMING

- >> Evita il giudizio!
- >> Incoraggia le idee “pazze”!
- >> Costruisci sull’idea degli altri
- >> Sii sintetico!
- >> Una idea alla volta!
- >> Visualizza!
- >> Vai di quantità!



MISSION 5

SOLUZIONE

Soluzione (INTRO)

Bring your idea to life!

I prototipi servono a **testare** i diversi elementi dell'idea al fine di individuare più chiaramente le specifiche caratteristiche del prodotto/servizio ideato.

Un prototipo può:

- >> Rispondere ad una **domanda**
- >> Cominciare una **conversazione**
- >> Comunicare un'**idea**
- >> Favorire nuove **intuizioni**
- >> Aiutare a costruire **empatia**
- >> **Sbloccare** un team -> **non discutete, costruite!**

Le 3R della prototipazione: **ROUGH / RAPID / RIGHT**

rough

NASA “moon mission”

rapid

IDEO surgical tool

right

Feynman and the O-Ring

STRUMENTO Minimum Viable Prototype



Minimum Viable Prototype (TOOL)

OBIETTIVO

Dare fisicità all'idea di soluzione proposta, costruendo un prototipo fisico a bassa risoluzione

PROTOTYPING TIPS

- >> Decidi **quali parte del tuo prodotto/servizio necessitano** si maggiore **analisi e chiarificazioni**;
- >> Decidi **quali elementi** del prodotto/servizio vuoi **comunicare e discutere** con altri (**prioritizza!**)
- >> Decide **cosa prototipare** secondo **gli elementi più importanti da scoprire per il progetto** (Puoi prototipare tutto in una volta ma può anche darsi sia necessario dividere il prototipo in unità e sezioni più piccole e semplici)



MISSION 6

TESTING

Testing (INTRO)

PER TESTARE:

- >> Capisci **cosa è importante** per l'utente
- >> Segnati cosa renderebbe il tuo servizio **“ideale”**
- >> Inserisci nel processo **i punti non definiti e non chiari**
- >> **Testa** il concetto del servizio con gli esterni
- >> Raccogli **feedback**
- >> Capisci **cosa funziona e cosa non funziona**

Testing & presentazione (TOOL)

Guardare e comprendere:

- >> **L'interazione** con il prototipo
- >> Il **Punto di Vista** dell'utente
- >> La **soddisfazione del bisogno**

1. Lasciate che gli utenti facciano **ESPERIENZA**
2. **OSSERVATE** l'esperienza
3. **COINVOLGETE** gli utenti

Testing & presentazione (TOOL)

OBIETTIVO

Testare la propria idea di soluzione proposta, raccogliere i feedback e capire l'utente finale

TESTING TIPS

Lasciate l'utente libero l'utente

- >> **Organizzate la scena** per la nuova esperienza
- >> Fornite subito qualche **artefatto fisico**
- >> Date una breve spiegazione per fissare il **contesto**
- >> Agite come una **guida** (non un capo)

Osservate

- >> Catturate **quello che ha e non ha funzionato**
- >> **Iterate** al volo
- >> Identificate una **variabile**

Thank
you!



(MISSION 7)

FEEDBACK



Design Thinking
REGGIO EMILIA

www.dt.unimore.it

Ing. Matteo Vignoli

Dipartimento di Scienze e Metodi dell'Ingegneria
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
Via Amendola 2, Pad. Morselli 42122 Reggio Emilia
Tel: 0522 522094 Fax: 0522 522609

e-mail: matteo.vignoli@unimore.it

Tutti i diritti di testi e immagini contenuti nella presente presentazione sono riservati secondo le normative sul diritto d'autore. In accordo con queste è possibile utilizzare il contenuto di questa presentazione solo ad uso interno esclusivo dei partecipanti al workshop. Non è consentito alcun uso a scopi commerciali, e non deve essere divulgato, pubblicato o reso disponibile a terze parti in nessuna forma.

L'autore declina conseguentemente ogni responsabilità in relazione alla pubblicazione di qualsiasi contenuto del presente lavoro e non sarà pertanto responsabile dell'eventuale presenza di contenuti protetti da diritto d'autore e/o di errori od omissioni, nè dell'eventuale contenuto illegale, offensivo o altrimenti censurabile.