

«Дизайн мышления»

Рассмотрим на примере такой ситуации: грузовик застрял под слишком низким мостом. Машина не могла ни проехать вперед, ни сдать назад. Инженеры, аварийная служба, пожарные и водители разрабатывали разные сложные решения, соответствующие их компетенциям. В основном они думали, как разобрать грузовик на запчасти или демонтировать мост. Проблему решил проходивший мимо мальчик: «Почему бы просто не выпустить воздух из шин?» — предложил он.

«Дизайн-мышление задействует возможности, которые есть у всех нас, но которые упускаются из виду при использовании более традиционных методов решения проблем», — объясняет Тим Браун, CEO компании IDEO и автор книги «Дизайн-мышление в бизнесе».

Дизайн-мышление ориентировано на глубокое погружение в опыт людей. Используем аналогии и воображение: представьте, что вы в детстве возвращаетесь домой из школы, а через час вам идти на занятие по танцам. Вам очень хочется есть. Но мама уехала в командировку, поэтому обед делает отец. У него может быть несколько способов сделать суп (или «продукт» в бизнесе).

Неудачный вариант. Папа берет сковородку и готовит нечто, больше похожее на рагу. В этом «супе» много незнакомых специй, он острый и не очень вам нравится. Отец еще и дал вам неудобную ложку в руки. Как создатель, он опирался на собственный опыт, который не соотносится с вашими представлениями об обеде.

Средний вариант. Папа все еще готовит по своему рецепту, но уточняет, любите ли вы перец и чем вам удобнее есть. Он уже учитывает ваши пожелания.

Лучший вариант. Отец дает попробовать суп и спрашивает, понравилось ли вам? Вы отвечаете: «Неплохо, но сейчас хотелось бы съесть чего-то менее жирного, потому что уже через час у меня занятие по танцам». После этого папа быстро делает вам салат. Вы довольны и бодры.

Сообщество экспертов CareerFoundry выделили четыре основных правила дизайн-мышления: человечность, неопределенность, редизайн и осязаемость.

- *Правило человечности.* Независимо от контекста, любая деятельность в итоге носит социальный характер. Инновации должны быть ориентированы на людей.
- *Правило неопределенности.* Чтобы взглянуть на вещи по-новому, нужно экспериментировать, выходя за границы собственных знаний и способностей.
- *Правило редизайна.* Основные потребности человека остаются неизменными, поэтому по сути мы не создаем новое, а только модернизируем уже существующие средства.
- *Правило осязаемости.* Следует воплощать идеи в виде прототипов, чтобы на практике глубже понимать, как решить поставленную задачу эффективнее.

Какие этапы включает дизайн-мышление?

I. Эмпатия. Вам нужно погрузиться в проблемы пользователей, понять их истинные переживания и мотивацию, взглянуть на продукт их глазами.

Если решаете, какой будет ваша поездка с друзьями, узнайте, что они хотят получить от нее. Например, важно будет разобраться, как они предпочитают передвигаться, что планируют увидеть, сколько денег рассчитывают потратить.

II. Фокусировка. Задача этого этапа — проанализировать полученные данные и систематизировать их. Вам предстоит сформулировать вопрос, который станет ключевым для следующего шага.

Допустим, вашим друзьям нравятся прогулки налегке, исторические и архитектурные достопримечательности, и они не хотели бы тратить много денег. Тогда вопрос будет: как сэкономить и увидеть побольше интересных мест в городе?

III. Генерация идей. Теперь нужно найти как можно больше разных решений. Откажитесь от критики — она может загубить хорошие предложения. Когда нагенирируете максимум идей, отберите наиболее жизнеспособные.

Размышляя о поездке, вы можете отказаться от багажа в пользу ручной клади — так сэкономите на перелете и, передвигаясь, не будете обременены грузом. Из неочевидных предложений — узнать, есть ли в городе прокат электросамокатов, и воспользоваться им, чтобы быстро перемещаться между точками на маршруте. Это поможет посмотреть максимум достопримечательностей.

IV. Прототипирование. Остается проверить, сработают ли ваши идеи на практике.

Соберите сумку, которая проходит по требованиям к ручной клади. Подумайте, хватит ли этих вещей на время поездки. Если да, закидывайте ношу на плечо, снимайте электросамокат неподалеку от дома и выезжайте на пробный заезд. Покатайтесь в течение дня, чтобы проверить, удобно ли это и хватит ли вам сил в реальном путешествии.

V. Тестирование. Если прототип работает, масштабируйте его на широкую аудиторию. Изучайте отзывы пользователей и дорабатывайте продукт по результатам обратной связи.

Отправляйтесь в поездку по намеченному плану и анализируйте, насколько удачными были ваши решения. Спрашивайте друзей, что им нравится, а что нет. Вы можете менять какие-то вещи прямо по ходу путешествия или зафиксировать улучшения, которые используете в будущем.

По Герберту Саймону, дизайн-мышление состоит из семи этапов:

1. Определение проблемы.
2. Исследование проблемы.
3. Генерация идей (способов решения).
4. Прототипирование (моделирование) идей.
5. Выбор лучшего варианта решения.
6. Внедрение этого решения.
7. Оценка полученных результатов.

Где используется дизайн-мышление

Дизайн-мышление используется в самых разных областях бизнеса и маркетинга. Чтобы не быть голословными, давайте разберём несколько примеров:

Банк ВТБ

В России дизайн-мышление оказалось не менее эффективным, чем за границей, и прямое тому доказательство – Банк ВТБ:

- Банк выявил проблему своих клиентов – высокие ежедневные расходы.
- Провёл исследование проблемы. Постарался понять, насколько она актуальна.
- Провёл мозговой штурм
- Решил, что лучшая идея – создать дебетовую мультикарту со встроенной картой «Тройка», позволяющую получать до 5% кэшбэка с оплаты транспортных услуг.
- Создал прототип карты.
- Выпустил её.

В итоге ВТБ победил в номинации «Банковская карта 2017 года» премии «Банк года», ежегодно организуемой интернет-порталом «Банки.ру».

Правительство Москвы

Мэрия города Москва, исходя из результатов опроса на портале «Активный гражданин», решила создать кабины виртуального обслуживания в местных парках, чтобы люди могли во время прогулок подавать заявления на оформление загранпаспортов, узнавать о своих штрафах и т.д.

Если захотеть, можно найти не один десяток примеров успешного применения дизайн-мышления в самых разных областях. Но суть нашего урока не в этом, а в том, чтобы показать вам, что дизайн-мышление – это не только нужно каждому из нас, но и под силу любому человеку.