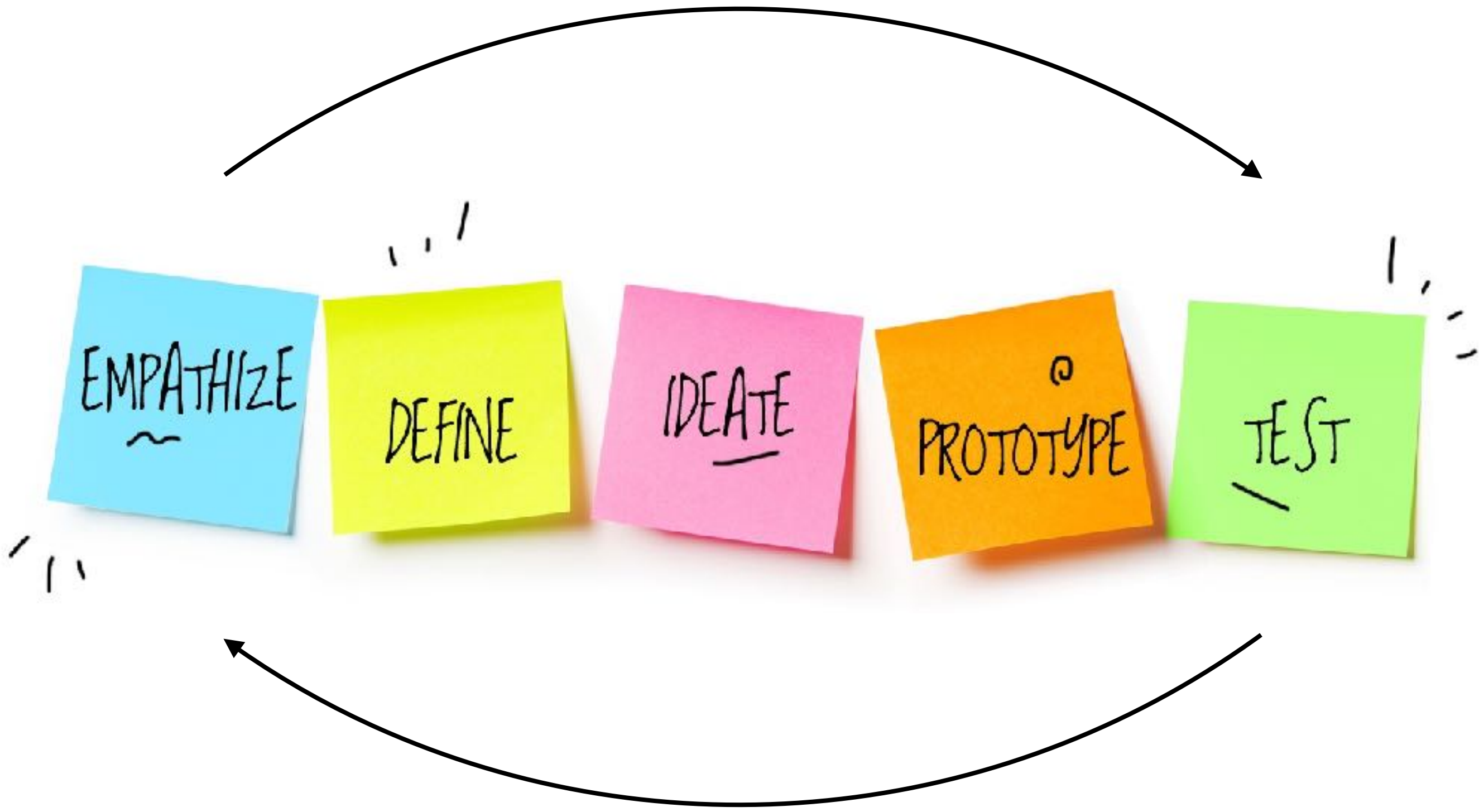




DESIGN THE FUTURE WORKSHOP



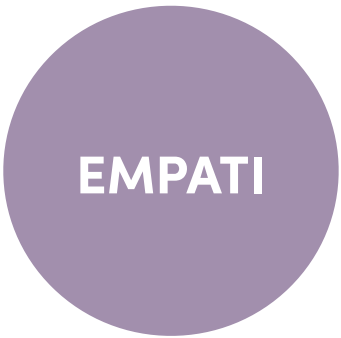
Design thinking

PROCESSEN



2 h 45 min

**GE DIN GRUPP ETT NAMN OCH
VÄLJ ETT FÖRETAG!**



EMPATI

Varför ska de välja er?

Vilka är de?

Vad ska de göra?

Vad kan de göra för er?

Vad behöver de?

ANVÄNDAREN

Var är de?

Vilka vanor har de?

Hur vill de kommunicera med er?

1. PERSONA ANVÄNDAREN – CA 15 MIN

Välj en person som ni tycker representerar era användare. Beskriv personen. Namn? Ålder? Var bor personen? Intressen? Familj? Utmaningar? Behov? Skriv ner allt!
Anteckningar:

2. GRÄV DJUPARE - CA 15 MIN

Sätt dig in i hur användaren känner och tänker. Spela ett rollspel där en är användaren, en är intervjuare och en är observatör.

Användare

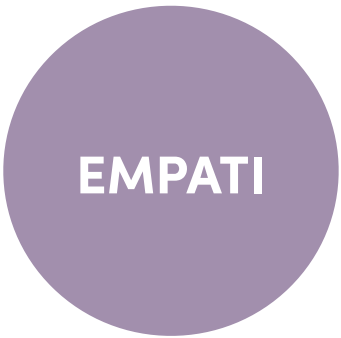
När du agerar som användaren ska du spela din roll enligt den skapade personan. Försök att tänka, känna och föreställa dig hur du tror att den här användaren skulle ha handlat.

Intervjuare

Du kommer att ställa nyfikna, detaljerade och naiva frågor. Försök förstå varför användaren handlar, känner och tänker så som hen gör. Det finns inga dumma frågor.

Observatör

Du kommer att observera och reflektera kring det användaren berättar. Var som en fluga på väggen, ta anteckningar och avbryt inte.

A solid purple circle containing the word "EMPATI" in white, uppercase, sans-serif font.

EMPATI

2. GRÄV DJUPARE

Anteckningar:

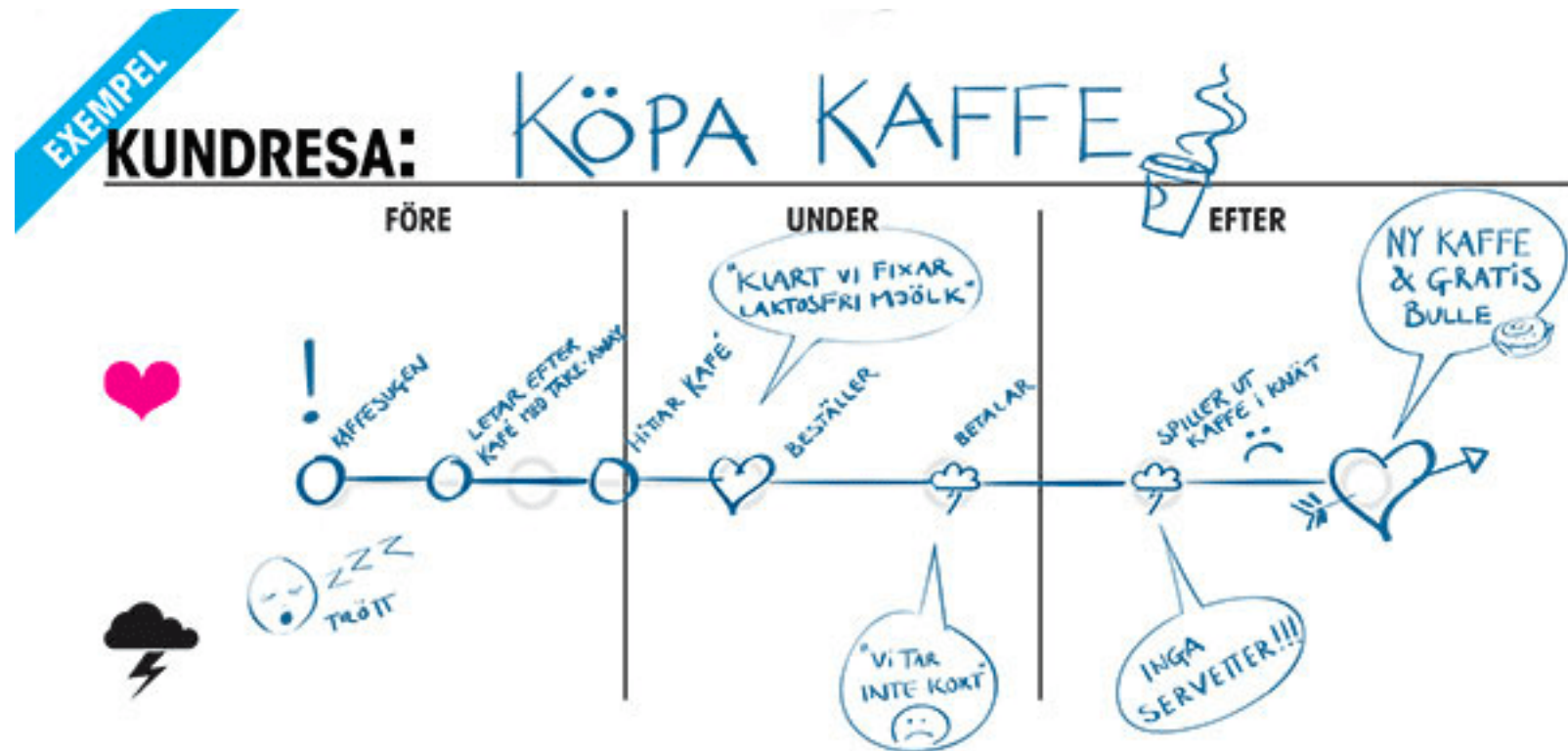
3. SKAPA EN KUNDRESA- CA 15 MIN

Skapa en kundresa med både upp och nedgångar.
Märk ut beröringspunkter, saker som under kundresan varit både positiva och negativa.

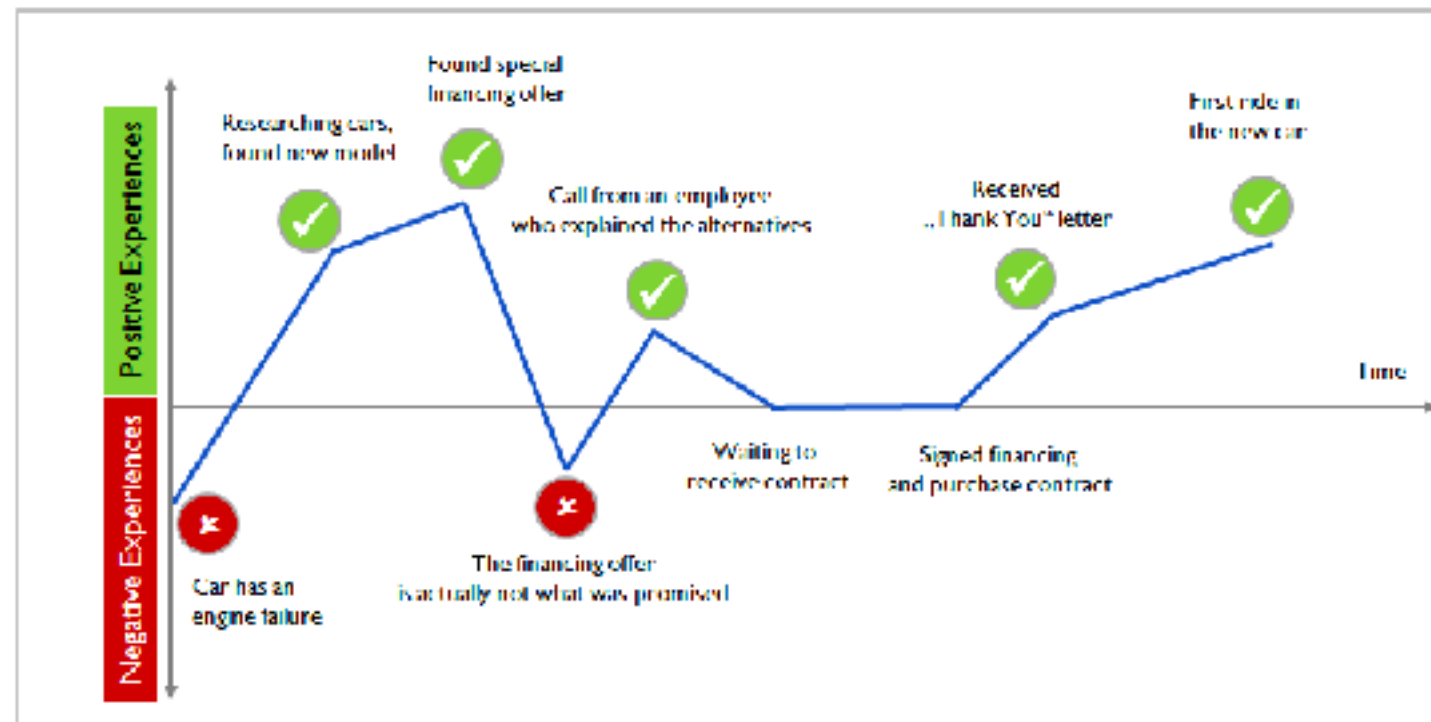
Utmanande!

Fantastiskt!

DEFINIERA



Customer Journey Example: Car Purchase



4. DEFINIERA UTMANINGARNA – 8 MIN

Samla insikter.

Välj den beröringspunkt där användaren upplevde störst utmaningar, den situation under kundresan som var den värsta upplevelsen.

Behov: Vad var behovet vid den värsta upplevelsen?

Insikter: Nya insikter kring användarens tankar/känslor som bör tas hänsyn till i designen. Analysera och dra slutsatser utifrån vad ni hört.

5. SPECIFICERA BEHOVET OCH UTMANINGEN - 7 MIN

Namnet på användaren _____ behöver ett sätt att

därför att _____

IDÉUTVECKLING CA 10 MIN - REGLER

”Ja! Och...”

Kvantitet framför kvalitet

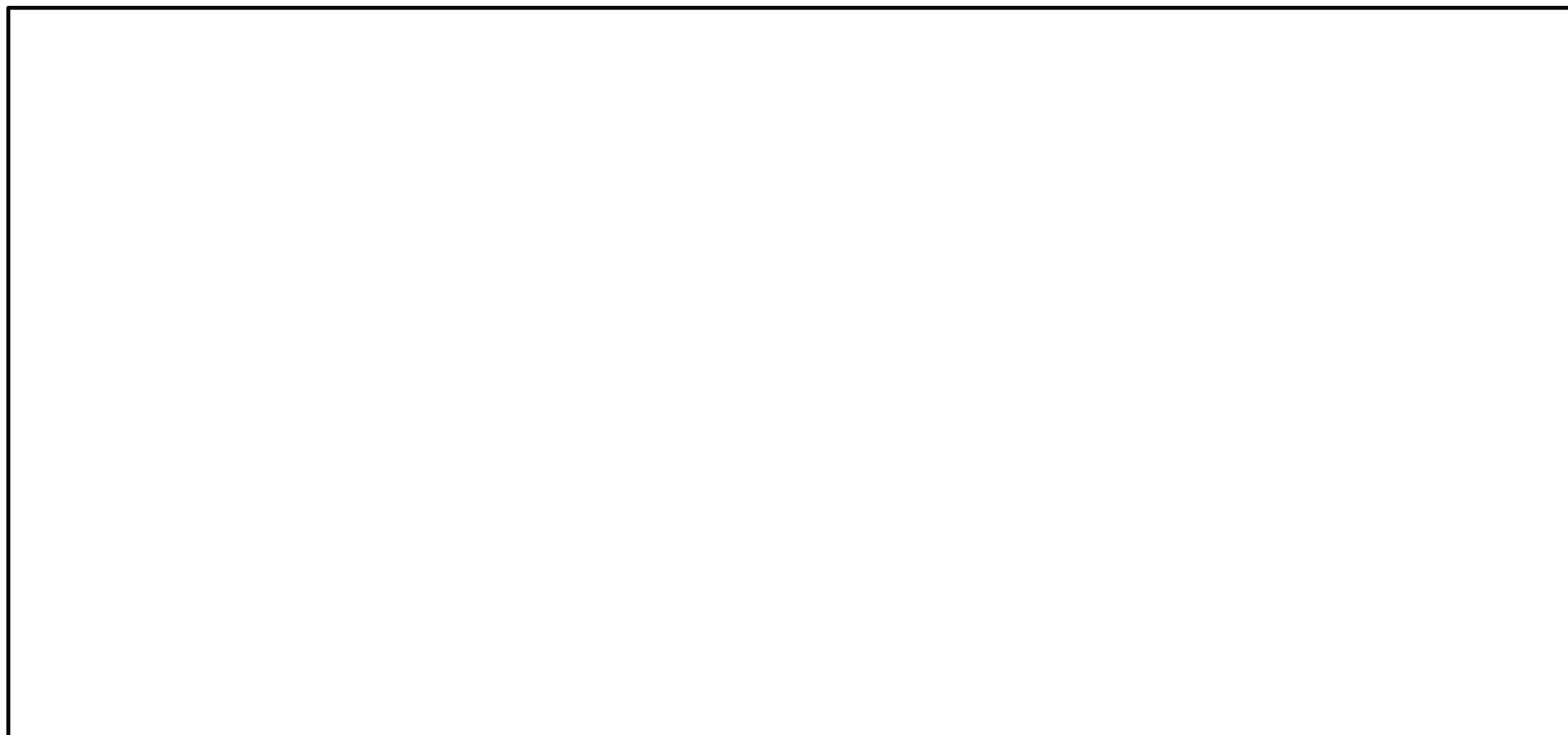
Ingen värdering

Håll tratten öppen så länge som möjligt

Skriv upp alla idéer - en på varje post-it lapp

6. DELA ERA IDÉER & TA EMOT FEEDBACK - 10 MIN

Anteckningar



ANVÄND PRICKAR FÖR ATT “RÖSTA” PÅ DE BÄSTA IDÉERNA

7. VÄLJ ETT AV KONCEPTEN OCH VIDAREUTVECKLA – 10 MIN

Rita konceptet här

8. SKAPA ERT KONCEPT – 15 MIN

Använd workshopmaterial för att skapa en prototyp av ert koncept





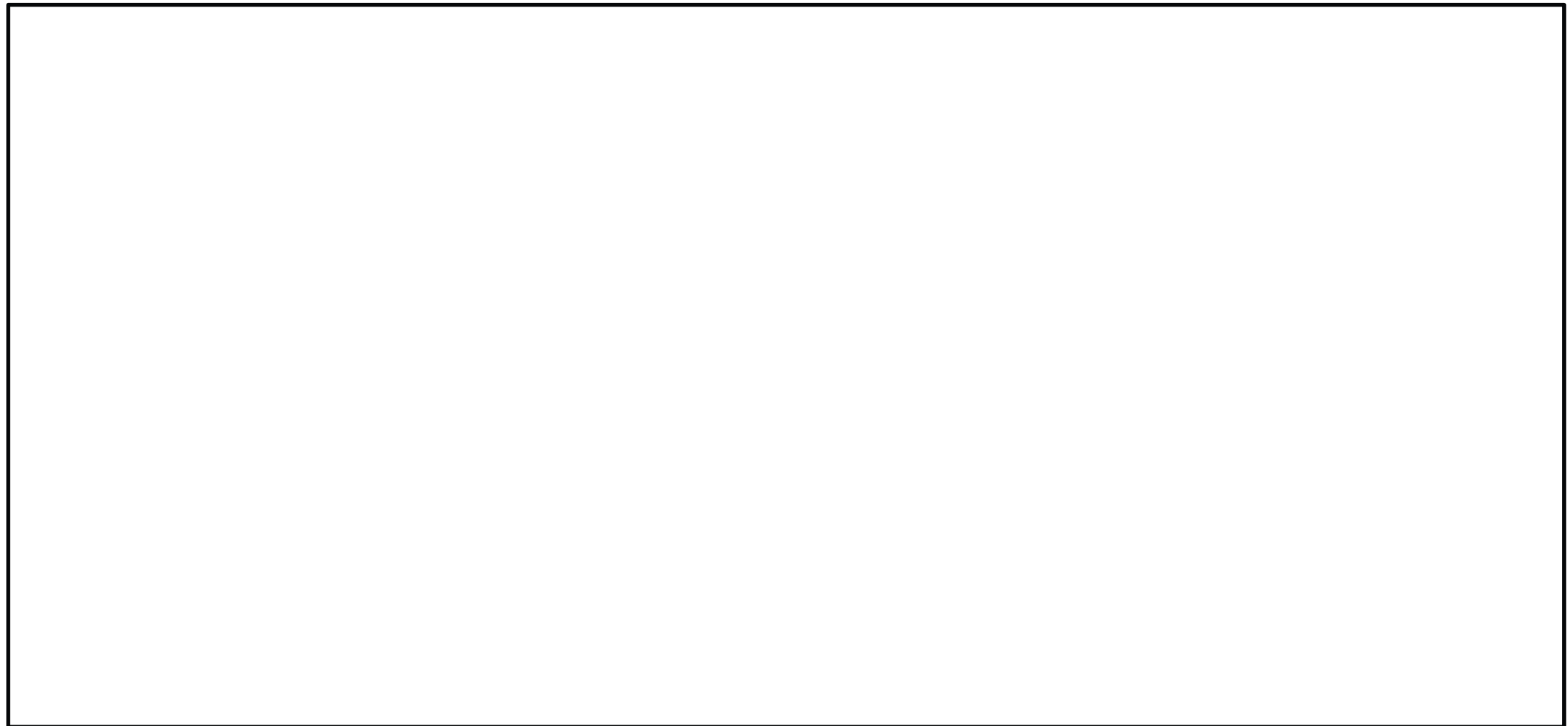
9. VISA KONCEPTET FÖR ANVÄNDAREN OCH TA EMOT FEEDBACK - 5 MIN

Vad fungerar?

Vad kan förbättras?

Nya idéer

10. ITERERA – BYGG OM KONCEPTET UTIFRÅN MOTTAGEN FEEDBACK OCH ERA NYA IDÉER – 5 MIN



11. FÖRBERED EN 1-MINUTS PITCH – 5 MIN

Börja med prototypen och er idé, berätta om vägen dit, definitionen av utmaningen, insikten och användarens behov.

Använd era anteckningar från kompendiet för att komma ihåg och hitta inspiration.

Design thinking

PROCESSEN

EMPATI

DEFINIERA

IDÉ-
UTVECKLA

PROTOTYPA

PITCHA

DESIGN THINKING

- Hjälper er att skapa insikter och dra slutsatser för att hitta innovationsmöjligheter.
- Genererar idéer genom att använda verktyg och tekniker från konst, business och vetenskap.
- Använder det visuella och snabba prototypandet för att skapa och kommunicera värde.
- Boostar kreativiteten och samarbetet i krossfunktionella team.
- Samskapar idéer genom empati, kundresor, associativt tänkande och att bygga på varandras idéer.