

ПЕРШЕ ВИДАННЯ

**ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ
ДЛЯ БІБЛІОТЕК
ЗБІРНИК
ВПРАВ**

**ПОСІБНИК З РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ, ОРІЄНТОВАНОГО
НА КОРИСТУВАЧІВ БІБЛІОТЕКИ**



ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1

ПОЧАТОК РОБОТИ стор. 3

РОЗДІЛ 2

НАТХНЕННЯ стор. 15

РОЗДІЛ 3

ІДЕЯ стор. 27

РОЗДІЛ 4

ІТЕРАЦІЯ стор. 41

РОЗДІЛ 5

МАСШТАБУВАННЯ стор. 52

РОЗДІЛ 1

Початок роботи

Щоб чогось навчитися – потрібно постійно практикуватися, тому кожний розділ цього посібника вміщує різноманітні вправи для відточення набутих навичок. Якщо ви є керівником команди, ми радимо вам виконувати вправи разом із вашою командою, попередньо підготувавши необхідні для цього матеріали, зазначені у списку нижче. Час на виконання кожної вправи є приблизним, тому вам та вашій команді може знадобитися більше або менше часу. Візьміть до уваги скільки часу ви витратите, у порівнянні з вказаним, щоб краще спланувати наступну зустріч.

НЕОБХІДНІ МАТЕРІАЛИ

- Копія посібника (одна на особу)
- Чисті аркуші паперу або блокнот
- Олівці або їхній еквівалент
- Стікери або їхній еквівалент

ВПРАВА 1

ЗНАЙОМСТВО стор. 4
15 хвилин

ВПРАВА 2

**ЯК РОЗТОПИТИ ЛІД: ВІЗУАЛЬНИЙ
ТЕЛЕФОН** стор. 5
15 хвилин

ВПРАВА 3

ВИЗНАЧЕННЯ РОЛЕЙ В КОМАНДІ стор. 6
15 хвилин

ВПРАВА 4

ЗВИЧКИ ТА ЛОГІСТИКА стор. 9
15 хвилин

ВПРАВА 5

**РОЗМИНКА: РОЗРОБЛЕННЯ КРАЩОГО
МАРШРУТУ** стор. 10
50 хвилин

ВПРАВА 6

ОБМІРКУЄМО ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ стор. 13
15 хвилин



Вправа 1

ЗНАЙОМСТВО

15 хв

Для розвитку дизайн-мислення дуже важливо розпочати з так званого “мислення початківця”, щоб підійти до розгляду ситуацій як новачок, навіть якщо ви вже мали з ними справу раніше. Ваше “мислення початківця” прагне вчитися та готове експериментувати. Дайте собі декілька хвилин, щоб відповісти на питання нижче, а потім обговоріть їх зі своєю командою. Спробуйте відповісти на останнє питання, використовуючи “мислення початківця”.

Як вас звати?

Де ви працюєте?

Чому вас зацікавив цей посібник?

Чого б ви хотіли навчитися за допомогою цього посібника?

Чим би ви хотіли займатися через п'ять років?

Розкажіть історію про останню діяльність, яку ви спробували вперше.
Це було захопливо чи лячно? Як вам допомогла відсутність досвіду?



Вправа 2

ЯК РОЗТОПИТИ ЛІД: ВІЗУАЛЬНИЙ ТЕЛЕФОН

15 хв

Дуже важливо під час дизайн-мислення підключати візуалізацію. Візуалізація також сприятиме пошуку ключових рішень. Ця вправа допоможе вам познайомитись із членами своєї команди, відпрацьовуючи навички візуального представлення.

ПРИМІТКА: Для виконання цієї вправи потрібно хоча би троє учасників. Кожному учаснику знадобиться аркуш паперу та ручка.

КРОК 1

- Усі в групі мають написати одне речення (може стосуватися будь-чого) вгорі аркуша паперу
- Згорніть аркуш так, щоб приховати речення
- Передайте аркуш учаснику праворуч від вас

КРОК 2

- Розгорніть аркуш, який ви щойно отримали
- Намалюйте відповідний до речення малюнок
- Згорніть аркуш, щоб приховати речення, а потім згорніть його знову, щоб приховати малюнок
- Передайте аркуш учаснику праворуч від вас

КРОК 3

- Розгорніть аркуш, який ви щойно отримали, щоб побачити лише малюнок (не речення)
- Опишіть побачений малюнок одним реченням
- Згорніть аркуш тричі, щоб приховати перше речення, малюнок і останнє речення
- Передайте аркуш учаснику праворуч від вас

КРОК 4

- Розгорніть аркуш, який ви щойно отримали, щоб побачити лише останнє речення
- Намалюйте відповідний до речення малюнок
- Згорніть аркуш чотири рази
- Передайте аркуш учаснику праворуч від вас

Повторюйте до того часу, поки ваш аркуш не повернеться до вас
Розгорніть його й оцініть результат!





Вправа 3

ВИЗНАЧЕННЯ РОЛЕЙ В КОМАНДІ

15 хв

Ця вправа допоможе вам визначити, за яку частину проєкту буде відповідати кожен член вашої команди. Якщо хтось бере на себе певну роль, це не означає, що інший член команди не може йому допомогти, але корисно мати загальне розуміння того, хто за що відповідає та які завдання виконує.

Використайте картки з визначеними ролями, щоб розпочати розмову між членами команди. Для цього завдання не обов'язково використовувати всі картки. Учасники можуть мати більше однієї ролі. Виконайте такі дії:

1. Підготуйте всі картки з ролями для кожного члена команди.
2. Індивідуально уважно прочитайте кожну картку з роллю та упорядкуйте картки з огляду на те, наскільки

кожна роль відповідає вашій особистості, вмінням чи якостям.

3. Обговоріть своє сортування ролей разом з командою. Яку роль кожен член команди визначив як найбільш відповідну? Деякі члени команди будуть по-різному сприймати одне одного, що стане приводом для змістовної дискусії. Використайте вказаний час, щоб домовитись про ролі команди.

* Докладніше про ці ролі читайте у «THE TEN FACES OF INNOVATION» (див. Розділ 1, Посилання).

ПЛАНУВАЛЬНИК

ОБОВ'ЯЗКИ

Планувальником може бути як керівник команди, так і хтось інший. Ви будете відповідати за керування розкладом команди, а також за те, щоб вправи виконувалися вчасно.

ЯКОСТІ

УВи цінуєте ефективність та виконання завдань. Ви любите вести проєкт та підтримувати команду. Ви також чітко знаєте графіки інших членів команди, щоб найкраще спланувати наступні зустрічі для виконання вправ.

ДІЛОВОД

ОБОВ'ЯЗКИ

Діловод відслідковує прогрес команди на кожному кроці. Слідкує за тим, щоб усі члени команди нотували свої думки, фотозвітує про кожну зустріч та веде блог про набутий досвід. Це дуже важлива роль у команді, яка допоможе кожному відчувати себе набагато організованішим та продуктивнішим.

ЯКОСТІ

Ви дуже організовані та відповідальні. Ви вмієте складати і структурувати документи та маєте неабиякий талант відстежувати різну інформацію. Крім того, у вас завжди під рукою фотоапарат і ви готові зробити знімок усього, що вас надихає.



Вправа 3

ВИЗНАЧЕННЯ РОЛЕЙ В КОМАНДІ

15 хв

Сторінка 2 з 3

ЗВ'ЯЗКІВЕЦЬ

ОБОВ'ЯЗКИ

Зв'язківець є цінним під час етапів Натхнення та Ітерації, оскільки має здібності з підбору та пошуку цікавого досвіду. Ця роль полягає у зв'язку команди з користувачами, експертами та корисним досвідом, який можна отримати від громади.

ЯКОСТІ

Ви швидко знаходите асоціації між ідеями та людьми і знаєте, що натхнення приходить через прості розмови та дискусії. Ви – центр зв'язку і здається знаєте кожного, хто заходить до вашої бібліотеки.

АНТРОПОЛОГ

ОБОВ'ЯЗКИ

Антрополог відіграє важливу роль на етапі Натхнення і спонукає команду до вирішення проблеми та її переосмислення впродовж усього процесу. Ця людина допомагає скеровувати команду до глибшого розуміння, що розвиває проєкт. Насамперед, ця людина постійно шукає способи надихнути колектив через їхню постійну цікавість до людей.

ЯКОСТІ

Ви легко поринаєте у досвід іншої людини, тому люди часто перед вами відкриваються. Ви дуже інтуїтивно мислите та отримуєте енергію і насолоду, спостерігаючи за тим, як інші взаємодіють з продуктами та послугами як всередині бібліотеки, так і за її межами. Тому ви часто "бачите" речі, які є непоміченими і маєте неабияку цікавість до навколишнього світу.

ТЛУМАЧ

ОБОВ'ЯЗКИ

Тлумач знаходиться у тісному контакті з Антропологом, адже допомагає перевести усі рішення етапу Натхнення у напрацювання, що генерують ідеї. Тлумач перетворює дослідження у запитання і теми, які живлять дизайн-мислення. Тлумач утримує команду від негайного вирішення проблеми та натомість заохочує споглядати закономірності та суперечності в дослідженні.

ЯКОСТІ

Ви можете легко встановити перехресні зв'язки між різними ідеями та людьми. На противагу неоднозначності, ви виявляєте непередбачені зв'язки між ідеями і часто мислите метафорами. Ви дуже неупереджені і любите жити в просторі відкритих та інтелектуальних досліджень.

ТОЙ, ХТО ДОЛАЄ ПЕРЕШКОДИ

ОБОВ'ЯЗКИ

Ця особа усуває перешкоди на шляху проєкту, щоб максимально надихнути команду. Ця роль є ключовою у перемовинах із зацікавленими сторонами, керівництвом, щоб допомогти команді залишатися продуктивною. Вона бореться за час, ресурси та бюджет проєкту, часто застосовуючи у цьому креативне мислення.

ЯКОСТІ

Ви любите вирішувати проблеми на невідомій території. Не існує перешкод, яких ви не можете подолати. Ви завжди думаєте про можливості замість того, щоб зупинитися через обмеження. Люди тягнуться до вас через ваш невичерпний оптимізм та вплив в організації.



Вправа 3

ВИЗНАЧЕННЯ РОЛЕЙ В КОМАНДІ

15 хв

Сторінка 3 з 3

ОПОВІДАЧ

ОБОВ'ЯЗКИ

Оповідач захоплює увагу вашої команди та допомагає розвивати виразні розповіді навколо обраного вами дизайн-виклику. Оповідач поєднує емоції та натхнення, щоб створити переконливу історію про ваш проєкт. Ця роль є надзвичайно важливою для представлення проєкту через розповідь, відео, фотографію чи інші медійні засоби.

ЯКОСТІ

Ви знаєте, що найкращим способом спілкування з людьми є гарна розповідь. Ви здатні звести декілька ідей та концепцій у коротку історію, яка змушує інших сидіти та слухати. Люди звертаються до вас за допомогою сформулювати та висловити ідеї таким чином, щоб вони насправді звучали оригінально та зрозуміло.



Вправа 4

ЗВИЧКИ ТА ЛОГІСТИКА

15 хв

Керівник групи має вести дискусію. Обговоріть у групі кожен пункт вправи, визначте чи можуть виникнути потенційні проблеми та обміркуйте їхнє рішення.

ЧАС

Кожна вправа може тривати близько двох-трьох годин. Напередодні кожної зустрічі вам потрібна одна-дві години, щоб прочитати матеріал. Майте на увазі, що вам також буде потрібен додатковий час для проведення досліджень та експериментів на наступних етапах.

КАЛЕНДАР

Плануйте регулярні зустрічі та відмічайте їх у календарі. Позначте дати, які члени команди можуть пропустити, і відповідно заплануйте або перенесіть зустріч.

ПРОСТІР

Забезпечте простір для зустрічей упродовж усієї тривалості проєкту. Чи можете ви проводити майстер-класи у чиємусь будинку, вашій бібліотеці, офісі?

ЛІДЕРСТВО

На зустрічах керівник команди веде дискусію та координує різноманітну діяльність. Керівник також відповідає за те, щоб усі члени команди були забезпечені необхідними матеріалами.

ВСТАНОВІТЬ ОСНОВНІ ПРАВИЛА

Ми рекомендуємо обговорити з командою основні правила та норми, за якими будуть проводитись ваші зустрічі. Ось декілька питань, які вам у цьому допоможуть:

- Яким має бути простір для проведення зустрічей, щоб забезпечити взаємну довіру та повагу?
- Як слід висловлювати свою думку (як позитивну,

так і негативну), щоб кожен член команди та група отримали максимальну користь від цього?

- Чи є інші правила, які покращили би проведення ваших зустрічей?

МАТЕРІАЛИ

Кожен член команди має роздрукувати посібник та мати його під час кожної зустрічі.

Керівник команди є відповідальним, щоб у команди були:

- Ручки, олівці, маркери, чисті аркуші паперу.
- Стікери, якщо є. Якщо немає, розріжте аркуш на квадрати та кріпіть їх на стіну за допомогою скотчу.

На етапі Ідея ваша команда має принести матеріали для створення прототипів. Детальнішу інформацію про це ви отримаєте пізніше.

ДОКУМЕНТАЦІЯ

Дуже важливо робити фотографії процесу: дошки, стікерів, дослідницьких візитів, спостережень та самих себе! Ці візуальні зображення доповнять вашу розповідь, коли ви будете ділитись своїми успіхами з більшою аудиторією. Ми також сподіваємось, що ви поділитесь своєю розповіддю з нами, щоб ми могли покращити цей

ВИБЕРІТЬ НАЗВУ ДЛЯ СВОЇ КОМАНДИ

Ваша команда має обрати назву. Розважайтесь і виберіть щось характерне, що представлятиме вашу команду або дизайн-виклик.



РОЗМИНКА

РОЗРОБЛЕННЯ КРАЩОГО МАРШРУТУ. Дизайн-мислення починається з детальних інтерв'ю та якісних досліджень. Це допомагає нам краще розуміти людей, для яких ми розробляємо проєкт. Для цієї справи розділіть команду на групи по двоє (або троє, якщо у вашій команді непарна кількість людей). Проведіть інтерв'ю зі своїм партнером, а потім навпаки. Слідкуйте за відведеним часом для кожного етапу вправи.

(впродовж 5-ти хвилин проведіть інтерв'ю зі своїм партнером, а потім поміняйтесь ролями). Поставте запитання своєму партнеру. Почніть із того, як він добирається зранку на роботу. Запитайте не лише про маршрут, а й про те, як він себе почуває, що він хотів би змінити, що йому подобається, а що –заважає. Ваше завдання – слухати та отримати більше інформації, тому не бійтеся запитати “Чому?”. Занотуйте відповіді партнера у відведеному місці нижче

- Спробуйте поставити запитання “Чому?” у відповідь на п'ять послідовних відповідей вашого партнера
- Попросіть свого партнера візуалізувати ранкову поїздку за допомогою малюнка або схеми.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.



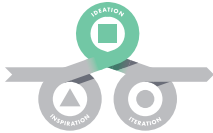
Вправа 5

РОЗМИНКА

50 хв

РОЗРОБЛЕННЯ КРАЩОГО МАРШРУТУ

Сторінка 2 з 3



ТЛУМАЧЕННЯ ВІДПОВІДЕЙ ПАРТНЕРА: 5 ХВИЛИН

Перегляньте замітки, які ви зробили під час інтерв'ю. Нижче запишіть відповіді на запитання.

**ЯКІ ТРИ УНІКАЛЬНІ АСПЕКТИ
РАНКОВОЇ ПОЇЗДКИ ВАШОГО
ПАРТНЕРА?**

**З ЯКИМИ ТРЬОМА ПОТРЕБАМИ
СТИКАЄТЬСЯ ВАШ ПАРТНЕР
КОЖНОГО РАНКУ?**

МОЗКОВИЙ ШТОРМ: 10 ХВИЛИН

Тепер ви маєте знайти рішення, щоб задовольнити потреби вашого партнера. Разом намалюйте чотири-шість нових маршрутів. Вам слід зосередитись на ідеях для вашого партнера, а він, відповідно, має зосередитись на ідеях для вас. Працюйте у парі і згенеруйте рішення, які можуть покращити маршрут для вас обох. Не хвилюйтеся про досконалість малюнків, зробіть декілька ескізів, щоб візуалізувати запропоновані рішення. Візьміть більше аркушів паперу, якщо потрібно!



Вправа 5

РОЗМИНКА

50 хв

РОЗРОБЛЕННЯ КРАЩОГО МАРШРУТУ

Сторінка 3 з 3



ПРОТОТИП: 10 ХВИЛИН

Отже, настав час для матеріалізації. Візуальний чи фізичний прототип допоможе вам краще уявити можливості та підводні камені вашого рішення, а також легше пояснити його команді. Ваш прототип може бути моделлю, схемою або більш детальним малюнком. Непогано було б мати кілька ножиць, картон, скотч та маркери (або будь-що поруч з вами) і візуалізувати ідею.

ВІДГУК: 5 ХВИЛИН

Поділіться найкращими ідеями з іншою командою. Отримайте відгуки. Не намагайтеся продати свої ідеї, поясніть просто, щоби дізнатись їхню справжню думку. Що їм сподобалось у ваших ідеях? Як би вони змінили або покращили їх?



Вправа 6

ОБМІРКУЄМО ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ 15 хв



Вітаємо! Ви пройшли перший етап на шляху дизайн-мислення! Зазвичай вам доведеться повторювати етапи Ідеї та Ітерації та продовжувати розвивати свою ідею на основі додаткових відгуків. Цінуючи ваш час, виділіть усього декілька хвилин поміркувати, що ви дізналися про дизайн-мислення.

МІРКУВАННЯ

Виділіть п'ять хвилин, щоб обміркувати наступні запитання. Запишіть свої відповіді у блокнот або на стікер.

- Що ви дізналися з досвіду створення прототипів, працюючи з цим малим дизайн-викликом?
- Чи були певні етапи процесу, які особливо здивували чи вразили вас? Чи був у вас момент "Ага, я знаю рішення"? Це можуть бути ключові моменти, нові погляди на проблему, влучні коментарі чи запитання, сюрпризи, виклики або згода з думкою інших учасників.
- Які етапи процесу дизайн-мислення, на вашу думку, є особливо корисними для вирішення проблем у бібліотеці?

ОБМІН ДОСВІДОМ

Тепер зберіться разом усією командою і:

- Поділіться своїм прототипом. Чи маєте ви ідеї для його подальшого удосконалення на основі отриманих відгуків?
- Поділіться та обговоріть із групою моменти "Ага, я знаю рішення". Вони були різними чи подібними?

РОЗДІЛ 1

ЧОГО МИ НАВЧИЛИСЯ

Контрольний список

ВІТАЄМО! ВИ ЗРОБИЛИ ПЕРШИЙ КРОК НА ШЛЯХУ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ!

Сподіваємось, що цей розділ дав вам розуміння як дизайн-мислення може допомогти з повсякденними викликами у бібліотеці. Ми сподіваємось, що ви з нетерпінням бажаєте застосувати вивчене на практиці.

У кінці кожного розділу ми надаємо контрольний список, який підсумовує все вивчене. Разом із командою відмітьте пункти, які ви засвоїли, щоб переконатися, що ви готові до наступного етапу.

Наразі ви маєте вміти наступне:

- ☐ Сформувати команду проєкту
- ☐ Повідомити керівництво та інші зацікавлені сторони, що ви вивчаєте дизайн-мислення
- ☐ Практикувати візуальне мислення за допомогою вправи “Як розтопити лід”
- ☐ Визначити ролі в команді
- ☐ Обговорити звички, логістику та графік роботи зі своєю командою
- ☐ Виконати вправу “Розминка. Розроблення кращого маршруту”
- ☐ Обміркувати дизайн-мислення разом із командою

РОЗДІЛ 2

Натхнення

НЕОБХІДНІ МАТЕРІАЛИ

- Копія посібника (одна на особу)
- Чисті аркуші паперу або блокнот
- Олівці або їхній еквівалент
- Стікери або їхній еквівалент
- Фотоапарат

ВПРАВА 1**ВИЗНАЧЕННЯ ДИЗАЙН-ВИКЛИКІВ** стор. 16

2 години

ВПРАВА 2**ВИВЧЕННЯ МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ**

стор. 20

1 - 2 години

ВПРАВА 3**МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ “ПОТЕНЦІЙНИХ КОРИСТУВАЧІВ”** стор. 21

15 хвилин

ВПРАВА 4**ПОШУК АНАЛОГІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА**

стор. 22

15 хвилин

ВПРАВА 5**ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ** стор. 23

Визначитися з вашою командою

15 хвилин

ВПРАВА 6**ДОКУМЕНТУВАННЯ ПІД ЧАС ДОСЛІДЖЕННЯ** стор. 25

15 хвилин після кожного інтерв'ю або спостереження



Вправа 1

ВИЗНАЧЕННЯ ДИЗАЙН-ВИКЛИКІВ 2 години

Перш ніж обрати один із можливих викликів, вивчіть два-три варіанти, щоб обрати правильний тип проєкту.

Сторінка 1 з 4

ПЕРШИЙ ВАРІАНТ ПРОЄКТУ

Хто є потенційними користувачами?

З якими проблемами вони стикаються, які ви можете вирішити?

Чи є можливість вивчити декілька рішень?

Чи можливо завершити проєкт через 5-6 тижнів?

ОЦІНІТЬ КОЖЕН ДИЗАЙН-ВИКЛИК, ПОТІМ ПІДСУМУЙТЕ ОТРИМАНІ БАЛИ

Варіант, який набере найбільшу кількість балів, слід брати до уваги.

	Мінімум			Максимум	
Наскільки вас зацікавив цей дизайн-виклик?	1	2	3	4	5
Який потенційний вплив має цей виклик на вашу громаду?	1	2	3	4	5
Наскільки можливо вирішити цей виклик за 5-6 тижнів?	1	2	3	4	5

УСЬОГО=



Вправа 1

ВИЗНАЧЕННЯ ДИЗАЙН-ВИКЛИКІВ 2 години

Перш ніж обрати один із можливих викликів, вивчіть два-три варіанти, щоб обрати правильний тип проєкту.

Сторінка 2 з 4

ДРУГИЙ ВАРІАНТ ПРОЄКТУ

Хто є потенційними користувачами?

З якими проблемами вони стикаються, які ви можете вирішити?

Чи є можливість вивчити декілька рішень?

Чи можливо завершити проєкт через 5-6 тижнів?

ОЦІНІТЬ КОЖЕН ДИЗАЙН-ВИКЛИК, ПОТІМ ПІДСУМУЙТЕ ОТРИМАНІ БАЛИ

Варіант, який набере найбільшу кількість балів, слід брати до уваги.

	Мінімум				Максимум
Наскільки вас зацікавив цей дизайн-виклик?	1	2	3	4	5
Який потенційний вплив має цей виклик на вашу громаду?	1	2	3	4	5
Наскільки можливо вирішити цей виклик за 5-6 тижнів?	1	2	3	4	5

УСЬОГО=



Вправа 1

ВИЗНАЧЕННЯ ДИЗАЙН-ВИКЛИКІВ 2 години

Перш ніж обрати один із можливих викликів, вивчіть два-три варіанти, щоб обрати правильний тип проєкту.

Сторінка 3 з 4

ТРЕТІЙ ВАРІАНТ ПРОЄКТУ

Хто є потенційними користувачами?

З якими проблемами вони стикаються, які ви можете вирішити?

Чи є можливість вивчити декілька рішень?

Чи можливо завершити проєкт через 5-6 тижнів?

ОЦІНІТЬ КОЖЕН ДИЗАЙН-ВИКЛИК, ПОТІМ ПІДСУМУЙТЕ ОТРИМАНІ БАЛИ

Варіант, який набере найбільшу кількість балів, слід брати до уваги.

	Мінімум			Максимум	
Наскільки вас зацікавив цей дизайн-виклик?	1	2	3	4	5
Який потенційний вплив має цей виклик на вашу громаду?	1	2	3	4	5
Наскільки можливо вирішити цей виклик за 5-6 тижнів?	1	2	3	4	5

УСЬОГО=



Вправа 1

ВИЗНАЧЕННЯ ДИЗАЙН-ВИКЛИКІВ 2 години

Як тільки ви обрали варіант проєкту з найвищим балом, вам необхідно сформулювати запитання, які допоможуть вам зрозуміти обсяг роботи. Поставте два запитання у стилі "Як ми можемо..."

Сторінка 4 з 4

1. Як ми можемо ...

2. Як ми можемо ...

Оцініть кожне запитання чи воно: Занадто широке? Занадто вузьке? Якраз вірне?

ПРИПУЩЕННЯ І ПРАГНЕННЯ

Приділіть п'ять хвилин, щоб відповісти на запитання нижче, і ще п'ять хвилин на обговорення відповідей із командою. Доречно застосувати стікери для документування думок та щоб знайти унікальні рішення.

Чи були виклики, про які ви вже багато знаєте? Які ваші припущення?

Чи були виклики, про які вам потрібно дізнатися більше? Чого саме ви не знаєте?

Як, на вашу думку, виглядає успіх цього проєкту?



Вправа 2

ВИВЧЕННЯ МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ 1-2 години



Ми рекомендуємо спробувати якомога більше методів дослідження. Ви не зобов'язані застосовувати їх у якомусь певному порядку, але, як правило, проведення інтерв'ю та спостереження, ймовірно, будуть найціннішими для ваших досліджень і пріоритетом для вашої команди. Маючи обмеження у часі, які дослідження ви найбільше хочете

спробувати? Подумайте про потенційних користувачів – саме вони мають стати предметом ваших спостережень і проведення інтерв'ю.

Щоб розпочати роботу, запропонуйте декілька ідей учасникам дослідження і будьте готові поділитися ними зі своєю командою.

У ЯКОЇ ГРУПИ КОРИСТУВАЧІВ ВИ БУДЕТЕ БРАТИ ІНТЕРВ'Ю?

(Ми рекомендуємо розпочати з опитування трьох-чотирьох користувачів)

З ЯКИМИ ЕКСПЕРТАМИ ВИ ПРОВЕДЕТЕ ОПИТУВАННЯ?

(Ми рекомендуємо розпочати з опитування одного-трьох експертів)

ДЕ ВИ БУДЕТЕ ПРОВОДИТИ СПОСТЕРЕЖЕННЯ?

(Ми рекомендуємо розпочати з хоча б одного сеансу спостереження)

ЯКІ ВПРАВИ З “ЕФЕКТОМ ЗАНУРЕННЯ” ВИ ПЛАНУЄТЕ ВИКОНАТИ?

(Ми рекомендуємо принаймні одну таку вправу, яка допоможе вам поставити себе на місце користувачів)

ЯКІ АНАЛОГИ ВИ МОЖЕТЕ ВИВЧИТИ?

(Спробуйте визначити і вивчити хоча б один приклад аналогічного натхнення. Далі будуть наведені додаткові вправи для мозкового штурму та пошуку інших аналогів)

ЧИ ХОЧЕТЕ ВИ ВИКОРИСТАТИ БУДЬ-ЯКІ З ДОДАТКОВИХ МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ?



Вправа 3

МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ “ПОТЕНЦІЙНИХ КОРИСТУВАЧІВ”

15 хвилин

Зазвичай організації розробляють послуги для постійних користувачів, але опитування осіб, які дуже знайомі або зовсім незнайомі з продуктом чи послугою, часто розкривають ключові питання дизайн-викликів. Саме такі “потенційні користувачі” нададуть вам цінне розуміння та свіжий погляд на дизайн-виклик.

ОПИШІТЬ ВАШ ДИЗАЙН-ВИКЛИК

ХТО Є ВАШИМ ТИПОВИМ КОРИСТУВАЧЕМ?

УЯВІТЬ, ХТО МОЖЕ БУТИ ВАШИМ “ПОТЕНЦІЙНИМ КОРИСТУВАЧЕМ”

Розгляньте фізичні, когнітивні, соціальні та культурні фактори.

Хтось, хто зовсім незнайомий з цією послугою.

Хтось, хто добре розуміється на цій послугі.

Хтось, хто взагалі не бере до уваги цю послугу.

Хтось, хто має конкретні потреби.

Хтось, хто навмисно вирішив не користуватися цією послугою.

Хтось, хто демонструє радикальну поведінку відносно цієї послуги.



Вправа 4

ПОШУК АНАЛОГІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА 15 хвилин



Одним з найкращих способів інновацій є пошук натхнення в різних сферах. Багато нових ідей може спасти на думку завдяки зануренню в інший контекст. Наприклад, хірург може отримати уявлення про упорядкування своїх медичних засобів та інструментів, відвідавши магазин технічного обладнання; працівник авіакомпанії може взяти для себе нові ідеї щодо реєстрації пасажирів, спостерігаючи за рецепцією готелю.

Щоб визначити аналогічне середовище для натхнення, перелічіть усі види діяльності (дієсловами) або емоції (іменниками), які у вас асоціюються з цим середовищем. Наприклад, з автотимом можуть асоціюватися такі дії, як «очікування в черзі», «прання», «сушка» та «оплата послуг». Аналогічне середовище включатиме в себе деякі або всі ці активності – наприклад «похід до перукаря» або «відвідання пральні чи хімчистки». Обговоріть декілька аналогічних середовищ разом із командою. Нижче курсивом ми навели декілька своїх прикладів, щоб спрямувати ваш хід думок.

ПРИКЛАД

ЯК МИ МОЖЕМО ПОКРАЩИТИ РЕЄСТРАЦІЮ В АЕРОПОРТУ?

ЯКІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕМОЦІЇ АСОЦІЮЮТЬСЯ З ДАНОЮ СИТУАЦІЄЮ?

«Прибуття»

«Очікування в черзі»

«Занепокоєння»

ІНШІ СИТУАЦІЇ, ЯКІ ВКЛЮЧАЮТЬ СХОЖІ ДІЇ ТА ЕМОЦІЇ

«Готелі»

«Кінотеатри»

«Похід до стоматолога»

YOUR DESIGN CHALLENGE

HOW MIGHT WE...?

ЯКІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕМОЦІЇ АСОЦІЮЮТЬСЯ З ДАНОЮ СИТУАЦІЄЮ?

ІНШІ СИТУАЦІЇ, ЯКІ ВКЛЮЧАЮТЬ СХОЖІ ДІЇ ТА ЕМОЦІЇ



Вправа 5 ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сторінка 1 з 2

Час виконання визначається командою



СТВОРІТЬ СВІЙ СПИСОК БАЖАНЬ

Хто чи що знаходиться на початку вашого списку дослідження? Знаючи, що ви не можете провести інтерв'ю з усіма, опишіть свій ідеальний план на дошці зі своєю командою та впорядкуйте досвід чи людей за цим методом

ЗАПРОСІТЬ УЧАСНИКІВ ТА СТОРІТЬ НЕОБХІДНУ АТМОСФЕРУ

Визначивши, з ким би ви хотіли провести інтерв'ю, вам потрібно скласти план залучення учасників. Запросіть їх, звертаючись до людей у бібліотеці, у Facebook, за допомогою електронної поштової розсилки та телефонних дзвінків. Пошук учасників займає певний час, тому найкраще розпочати інтерв'ю відразу та одночасно продовжувати набір бажаних.

ЯКИЙ У ВАС ПЛАН ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ УЧАСНИКІВ?

Хто	Організація	Контактні дані	Хто з команди буде зв'язуватись із ним?

ЯКИЙ У ВАС ПЛАН ДЛЯ СТВОРЕННЯ АТМОСФЕРИ З “ЕФЕКТОМ ЗАНУРЕННЯ” ЧИ АНАЛОГІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА?

Хто	Організація	Контактні дані	Хто з команди буде організатором?



Вправа 5 ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сторінка 2 з 2

Час виконання визначається командою



ПІДГОТОВКА ДО ІНТЕРВ'Ю

Настав час поговорити про підготовку до інтерв'ю. Найкраще скласти список із запитаннями групою з двох-трьох людей. Можливо, вам знадобиться більше місця, ніж на цьому аркуші, тому запишіть додаткові запитання у блокноті. Сформулюйте запитання, керуючись наведеною нижче структурою. Ми рекомендуємо скласти щонайменше 20 запитань для 30-хвилинного інтерв'ю. Вам не потрібно задавати їх усі, тим паче, що ви будете ставити уточнюючі запитання та вести бесіду, але про всяк випадок, якщо учасники будуть соромитись, додаткові запитання стануть у нагоді.

ПОРАДА!

Яка демографічна інформація про опитуваного може вам знадобитися? Можливо, ви хочете знати, звідки вони і скільки у них дітей. Не забудьте поставити ці запитання у доброзичливій манері.

Які конкретні запитання ви можете поставити, щоб розпочати розмову та допомогти учасникам почувати себе комфортно? Почніть із простих і широких запитань. Задавайте відкриті запитання.

Зануртеся глибше. Сформулюйте ще 10 запитань, які допоможуть вам глибше зануритись у розмову та краще зрозуміти надії, страхи та амбіції того, кого ви опитуєте.

ПРИКЛАД ОПИТУВАЛЬНИКА

Цей Опитувальник розроблений для проєкту про створення кращих програм для підлітків у бібліотеці. Метою інтерв'ю було дізнатися більше про те, як підлітки проводять свій час та їхні прагнення.

Погляд підлітків на бібліотеки

- Розкажіть, що ви думаєте про бібліотеки.
- Чого ви навчилися завдяки шкільній бібліотеці?
- Що ви читали останнім часом?
- Що вам не подобається у бібліотеках?
- Якою діяльністю ви хотіли б займатися у бібліотеці?

Діяльність поза школою

- Розкажіть, чим ви займаєтесь після школи.
- Які ваші улюблені заняття вдома?
- У яких ще місцях ви розважаєтесь? Яким місцям ви надаєте перевагу для навчання? Куди ви ходите з друзями? Що вам подобається у цих місцях?
- Розкажіть, чим ви займаєтесь на вихідних.

Прагнення на майбутнє

- Чи ви хотіли б займатися у школі?
- Який час шкільного дня вам подобається найбільше?
- Які ваші плани після закінчення школи?
- Які ваші кар'єрні прагнення? Чим ви мрієте займатися?

ОБЕРІТЬ РОЛІ

Призначте одну людину для проведення інтерв'ю. Ця людина поставить всі запитання, що спростить розмову для учасника. Виберіть когось іншого для ведення записів під час інтерв'ю. Якщо у вас є третій член команди – він може зосередитись на спостереженні за поведінкою учасника та середовищем. Ми радимо, щоб під час інтерв'ю були присутніми не більше трьох людей, щоб вашому учаснику було комфортно. Кожен член команди має виконувати різні ролі з різними учасниками, тому змінюйте ролі кожного разу для нового інтерв'ю

Хто буде:

Проводити інтерв'ю?

Вести записи?

Фотографувати / знімати відео



Вправа 6

ДОКУМЕНТУВАННЯ ПІД ЧАС ДОСЛІДЖЕННЯ 15 хв



ЗАНОТУЙТЕ 5 КЛЮЧОВИХ МОМЕНТІВ ВАШОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Через декілька хвилин після інтерв'ю або спостереження обговоріть результати з членами команди і занотуйте основні моменти. Обов'язково підводьте підсумки після кожного інтерв'ю. Це допоможе вам мати більше розуміння під час переходу до етапу Ідеї. Запишіть кожен з 5-ти ключових моментів інтерв'ю на окремих стікерах та розмістіть їх у кімнаті або на дошці, яку ви використаєте під час вашого наступного обговорення.

Де ви будете зберігати ваші топ 5 ключових моментів? Як ви їх упорядкуєте?

ПОРАДА!

СТВОРІТЬ АРХІВ ТА ЗБЕРІГАЙТЕ НОТАТКИ

Після кожного інтерв'ю, окрім ваших топ 5, було б добре архівувати та впорядковувати ваші фотографії. Ми створюємо окрему папку для кожного учасника на комп'ютері та вибираємо найбільш надихаючі або інформативні зображення. Це те, чим ви можете поділитися зі своєю командою на етапі Ідеї.

Хто буде відповідати за впорядкування, підбір та друк фотографій?

РОЗДІЛ 2

ЧОГО МИ НАВЧИЛИСЯ

Контрольний список

ВІТАЄМО! ВИ ПРОЙШЛИ ЕТАП НАТХНЕННЯ!

Це один з найкорисніших етапів, коли ви починаєте сприймати відвідувачів своєї бібліотеки по-новому і глибше розуміти їхні потреби та бажання.

Наразі ви маєте вміти наступне:

- ☐ Визначати дизайн-виклики
- ☐ Вивчати нові методи дослідження
- ☐ Проводити інтерв'ю
- ☐ Поєднувати методи дослідження, а саме: інтерв'ю з експертами, спостереження, вправи з "ефектом занурення" та аналогічні середовища
- ☐ Документувати та впорядковувати матеріали дослідження, включаючи нотатки і фотографії
- ☐ Ділитися враженнями зі своєю командою

РОЗДІЛ 3

Ідея

НЕОБХІДНІ МАТЕРІАЛИ

- Копія посібника (одна на особу)
- Чисті аркуші паперу або блокнот
- Олівці або їхній еквівалент
- Стікери або їхній еквівалент
- Фотоапарат
- Легкі страви для сесій мозкового штурму та створення прототипів
- Достатньо місця для сесій мозкового штурму та створення прототипів
- Матеріали для прототипів

ВПРАВА 1

ОБМІРКУЄМО ДОСЛІДЖЕННЯ стор. 28
30 хвилин

ВПРАВА 2

ОБМІН ІСТОРІЯМИ стор. 29
2+ години

ВПРАВА 3

ВИЗНАЧЕННЯ ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ стор. 30
30 хвилин

ВПРАВА 4

ПЕРЕТВОРЕННЯ ТЕМ В ІДЕЇ стор. 31
1 - 2 години

ВПРАВА 5

**СКЛАДАННЯ ЗАПИТАНЬ “ЯК МИ
МОЖЕМО”** стор. 32
30 хвилин

ВПРАВА 6

МОЗКОВИЙ ШТУРМ стор. 33
1 година

ВПРАВА 7

СТВОРЕННЯ КОНЦЕПТ-МАПИ стор. 34
2 години

ВПРАВА 8

ПЛАНУВАННЯ СТВОРЕННЯ ПРОТОТИПУ стор. 38
1 година

ВПРАВА 9

ДЕНЬ РОЗРОБЛЕННЯ ПРОТОТИПУ стор. 39
4+ години



Вправа 1

ОБМІРКУЄМО ДОСЛІДЖЕННЯ

30 хв



Вітаємо вас із завершенням етапу Натхнення! Ви дійшли до етапу Ідеї. Цей розділ містить багато ідей, тому поміркуйте, про що ви вже дізналися зі своєю командою.

У вас буде час розібрати та синтезувати дослідження в наступних кроках, тож тепер зосередьтеся на тому, щоб проілюструвати процес.
Обговоріть наступні запитання:

Що було найцікавішим чи найскладнішим на етапі Натхнення?

Які ключові моменти етапу Ідея є для вас важливими? Які методи ви найбільше хочете спробувати зі своєю командою?



Вправа 2

ОБМІН ІСТОРІЯМИ

2+ години

Ця вправа допомагає розповісти історію для решти членів команди, аби ви змогли зануритись в етап Ідея.



1. СКЛАДІТЬ СПИСОК

Почніть зі складання списку всіх, з ким спілкувалася ваша команда, та місць, які ви відвідали під час дослідження.

2. ВИЗНАЧТЕ ПРОГАЛИНИ

Визначте типи досліджень, які ваша група змогла та не змогла здійснити під час останньої зустрічі. Чи маєте ви якісь очевидні прогалини у дослідженні? Чи знаєте ви як їх заповнити?

3. ОБМІНЯЙТЕСЯ ІСТОРІЯМИ

Настав час поділитися історіями про людей, з якими ви спілкувалися, та місця, які відвідала ваша команда. Почніть згори складеного списку. Приділіть 10 хвилин кожній історії.

4. РОБІТЬ НОТАТК

Поки ви слухаєте, як ваші товариші по команді розповідають історії, занотуйте свої спостереження та цікаву інформацію. Робіть це за допомогою стислих речень, щоб кожен з вашої команди міг легко їх зрозуміти. Спробуйте занотувати пряму мову, оскільки вона є найкращим способом представлення голосу учасника. Щоб полегшити сортування нотаток, записуйте кожне спостереження на окремий стікер. Якомога більше візуалізуйте!

5. РОЗМІСТІТЬ НОТАТКИ НА СТІНІ

Коли історія конкретного учасника закінчена, повісьте на стіну під його/її фотографією (якщо вона є) стікери з нотатками; якщо фотографії немає – напишіть ім'я людини вгорі. На стіні має бути окрема частина для кожного опитуваного. Якщо це можливо, зберігайте цитати та зображення разом для кращої візуалізації історії.

ПОРАДА!

Якщо ви зробили фотографії та маєте де їх роздрукувати, надрукуйте декілька найкращих фотографій з кожного інтерв'ю чи місця та повісьте їх на стіну. Ця візуалізація допоможе вашій команді упорядкувати думки та запам'ятати деталі.

Ось примірні інформація, якою ви можете поділитися з командою про кожного опитаного учасника:

- Персональні дані: з ким ви познайомились? (ім'я, професія, вік, місце проживання тощо)
- Цікаві факти: що з розмови найбільше запам'яталося та здивувало?
- Мотивація: що найбільше хвилювало опитуваного? Що його/її мотивує?
- Бар'єри: що його/її розчарувало?
- Взаємодія: що цікавого було у його/її взаємодії з довіллям?
- Додаткові запитання: які запитання ви хотіли б ще поставити, якби у вас був шанс ще раз поспілкуватися?



Вправа 3

ВИЗНАЧЕННЯ ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ 30 хвилин

Ця вправа допоможе вам визначити закономірності у ваших дослідженнях та згрупувати інформацію з актуальних тем.



1. ЗНАЙДІТЬ “КОШТОВНІ КАМЕНІ”

Кожен член команди має обрати п'ять стікерів із найцікавішою інформацією з розміщених на стіні. Розмістіть ці стікери таким чином, щоб навколо них було багато порожнього місця. Давайте називати такі стікери вашими “коштовними каменями”.

2. РАЗОМ З КОМАНДОЮ ЗГРУПУЙТЕ ІНФОРМАЦІЮ ЗА ТЕМАМИ

Перегляньте “коштовні камені”, які виділила ваша команда, і спробуйте впорядкувати їх у схожі групи чи категорії. Вони називаються “кластерами”. Чи багато учасників згадували ті самі речі? Чи є поведінка, яку ви спостерігали неодноразово? Які запитання були очевидними? Чи були суперечливі твердження? Чи є пояснення цим суперечностям?

3. ЗНАЙДІТЬ ПІДТВЕРДЖУЮЧІ ДОКАЗИ

Швидко перегляньте решту стікерів (“не коштовні камені”). Знайдіть додаткові нотатки, які підтримують створені вами кластери. Чи могли б ви включити сюди фотографії чи візуальні спостереження, які підтверджують створені вашою групою категорії?

4. ВДОСКОНАЛЬТЕ ВАШІ КЛАСТЕРИ

Створіть від трьох до п'яти кластерів. Не бійтеся перегруповувати інформацію, якщо ви вважаєте, що деякі стікери краще підходять до іншої категорії. Чи є новий кластер, який вам треба створити? Чи можна поєднати два існуючі кластери?

5. СТОРІТЬ ДІЄВІ ЗАГОЛОВКИ

Для кожного створеного кластеру придумайте заголовок, наприклад, “Важливість близького розташування бібліотеки” або “Нові можливості для щоденних подорожей”.



Вправа 4

ПЕРЕТВОРЕННЯ ТЕМ В ІДЕЇ 1 - 2 години



Настав час перетворити відібрані теми в ідеї. Влучні ідеї супроводжують влучний дизайн, тому важливо не поспішати під час цього етапу. У цій вправі ви будете практикувати тлумачення, тому важливо розглянути інформацію, зібрану під час дослідження, не в буквальному сенсі.

Постарайтеся не одразу знаходити рішення для проблем або відповіді на питання, що виникають, а глибоко поміркуюте про причини їхньої появи.

1. ПОСИЛАЙТЕСЯ НА ВАШ ДИЗАЙН-ВИКЛИК

Переконайтеся, що ваш дизайн-виклик чітко сформульований для вашої команди. Можливість відразу посилатися на дизайн-виклик полегшить виконання цієї вправи, оскільки це допоможе згрупувати ваші думки для відповіді на запитання.

2. ПРИДУМАЙТЕ ДІЄВІ НАЗВИ ДЛЯ ТЕМ

Перегляньте назви ваших тем. Для кожної теми складіть стислі речення, які пояснюють, чому визначена вами тема описує виклик, перед яким опиняються опитані члени громади. Пам'ятайте, що ідеї виникають під час спостереження і висновків, тому вам потрібно думати за межами тем, щоб сформувати розуміння. Зробіть це у групі або індивідуально.

ПРИКЛАД

Тема: Важливість близького розташування бібліотеки

Формат ідеї: Люди хочуть/можуть/мають _____ але/незважаючи на/через те що _____.

Можливі ідеї:

- Люди хочуть брати участь у заходах центральної бібліотеки, але вважають поїздку у центр міста стресовою
- Багато людей будуть відвідувати бібліотеку, яка знаходиться недалеко від їхнього дому, незважаючи на те, що поруч із роботою та школою є інші бібліотеки, які можуть задовольнити їхні потреби
- Якщо люди живуть далеко від бібліотеки, як правило, вони рідко відвідують її, але витрачають більше часу на пошук інформації в Інтернеті

(Ці ідеї є вигаданими і не повинні впливати на ваш власний процес створення ідей!)

3. УДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРЕГЛЯД

Після того, як ви придумали опис для кожної теми, разом із командою перегляньте і перепишіть деякі ідеї, поки група не визначить найунікальніші та найпереконливіші факти, пов'язані з кожною темою. Поверніться до вашого дизайн-виклику. Які три-п'ять ідей найкраще відповідають на ваш виклик?

4. ЗВЕРНІТЬСЯ ЗА ІНШОЮ ДУМКОЮ

Попросіть когось із вашої основної команди переглянути створені вами ідеї, щоб визначити найперспективніші та значущі. Пам'ятайте, що найкращі ідеї – це інтуїтивні, неочевидні, продуктивні та рішучі.



Вправа 5

СКЛАДАННЯ ЗАПИТАНЬ “ЯК МИ МОЖЕМО” 30 хвилин

Питання у стилі “Як ми можемо” є початковим кроком на етапі Ідея. Оберіть три улюблені ідеї з останньої вправи та попрацюйте над ними під час мозкового штурму.

1. ОБЕРІТЬ ІДЕЇ

Разом із командою оберіть 3 улюблені ідеї з попередньої вправи. Це надасть більше різноманітності питанням “Як ми можемо”. Крім того, виберіть висловлювання, які передають нову точку зору чи пропонують нові можливості. Занотуйте їх.

2. ПРИДУМАЙТЕ ЗАПИТАННЯ “ЯК МИ МОЖЕМО”

Попрацюйте індивідуально декілька хвилин, щоб перетворити обрані ідеї у питання “Як ми можемо”. Обов'язково прочитайте наведені поради і зверніть увагу на наші приклади, щоб зрозуміти, які з ваших запитань є «Занадто широкими» чи «Занадто вузькими».

Занадто широке запитання: Як ми можемо переробити десерт?

Занадто вузьке запитання: Як ми можемо створити ріжок, з якого б не капало морозиво?

Вірне запитання: Як ми можемо переробити морозиво, щоб воно було більш зручним?

3. ПЕРЕГЛЯНЬТЕ ЗАПИТАННЯ

Поділіться з групою вашими запитаннями. Попрацюйте разом, щоб переглянути всі запитання та вибрати ті, на які ви хочете відповідати під час мозкового штурму. Пам'ятайте, що ці запитання не повинні бути ані занадто широкими, ані занадто вузькими.



Вправа 6

МОЗКОВИЙ ШТУРМ

1 година

Після того, як ви створили декілька запитань "Як ми можемо" для вашого дизайн-виклику, настав час генерувати ідеї! Запустіть креативну силу своєї команди, проводячи мозковий шторм для 6-8 осіб і виконуючи наступні кроки.



1. ОБЕРІТЬ ЗАПИТАННЯ "ЯК МИ МОЖЕМО"

Оберіть три запитання, які надихають і спонукають вас генерувати ідеї одразу

ПОРАДА!

Найважливішою частиною успішного мозкового шторму є підготовка вдалих запитань. Не забудьте обрати важливі для вас запитання, навіть якщо вони здаються важкими для вирішення.

2. ПІДГОТУЙТЕСЯ ДО МОЗКОВОГО ШТУРМУ

Оберіть приміщення зі столом та відповідною кількістю стільців для всіх членів команди. Запишіть запитання "Як ми можемо" на стіні та переконайтесь, що тут достатньо місця, аби розмістити ваші ідеї. Кожен учасник має мати стікери та маркер. Приємним бонусом можуть стати легкі страви чи інші частування

3. ОПИШІТЬ ДИЗАЙН-ВИКЛИК

Попросіть керівника команди представити проєкт та дизайн-виклик. Перегляньте правила проведення мозкового шторму разом із командою і поцікавтесь, чи має хтось наразі якісь запитання. Якщо вважаєте за потрібне, то встановіть кількість ідей, яку ви хочете згенерувати.

4. ЗВЕРНІТЬ УВАГУ НА ПЕРШЕ ЗАПИТАННЯ

Керівник команди має прочитати запитання вголос.

5. УВІМКНІТЬ ТАЙМЕР

Працюйте над кожним запитанням 15 хвилин, записуючи та візуалізуючи кожну ідею на окремому стікері. Розташуйте стікери з ідеями на стіні під першим запитанням "Як ми можемо", коли ваша команда озвучує їх. Будьте уважні до ідей ваших колег. Переходьте до іншого запитання приблизно через 15 хвилин.

6. СТОРІТЬ СПИСОК УЛЮБЛЕНИХ ІДЕЙ

Якщо у вас залишився час після мозкового шторму, проголосуйте за найкращі представлені ідеї. Розподіліть голоси між ідеями, які є найбільш інноваційними та найбільш успішними.

7. ЗАНОТУЙТЕ ПЕРСПЕКТИВНІ ІДЕЇ

Після мозкового шторму у вас буде багато ідей на стіні. Згрупуйте пов'язані між собою ідеї. Не забудьте занотувати найкращі з них або сфотографуйте їх. Упорядкуйте ці фотографії, щоб не втратити витoki майбутніх концепцій.



Вправа 7

СТВОРЕННЯ КОНЦЕПТ-МАПИ 2 години

За допомогою цієї вправи ви зможете перетворити свої ідеї у прототипи.

Сторінка 1 з 4



1. ОЦІНІТЬ СВОЇ КРАЩІ ІДЕЇ

Після мозкового штурму оцініть основні ідеї на підставі наведених нижче запитань. Це допоможе вам вирішити, з якої ідеї почати створення прототипу.

	Мінімум				Максимум
Наскільки вас вразила ця ідея?	1	2	3	4	5
Наскільки вона інноваційна та оригінальна?	1	2	3	4	5
Наскільки вона практична, реалістична та здійсненна?	1	2	3	4	5

Порівняйте оцінки всіх членів команди. Ідея з найвищою оцінкою є найбільш перспективною

УСЬОГО =

2А. ЗОСЕРЕДЬТЕСЬ НА ОБРАНІЙ ІДЕЇ

Збережіть оригінальні нотатки стосовно ідеї, для якої ви розпочнете створювати прототип. Переконайтесь, що вона підкріплена дизайн-викликом, аби розуміти – про що ця ідея. Див. приклад нижче:

ПРИКЛАД

Напис на малюнку:

Розділ для тих, хто вивчає англійську мову

Дизайн-виклик: Навігація та пошук книг у розділі для тих, хто вивчає англійську мову, є складними для відвідувачів





Вправа 7

СТВОРЕННЯ КОНЦЕПТ-МАПИ 2 години

За допомогою цієї вправи ви зможете перетворити свої ідеї у прототипи.

Сторінка 2 з 4



2В. СУТНІСТЬ ІДЕЇ

Використайте цю форму або дайте відповідь на питання за допомогою стікерів на стіні. Відповіді допоможуть вам та вашій команді узгодити мету та сутність ідеї.

ДИЗАЙН-ВИКЛИК:

ПИТАННЯ “ЯК МИ МОЖЕМО”:

ОБРАНА ІДЕЯ:

ПРИКРІПІТЬ СЮДИ
СТІКЕР З НОТАТКАМИ
АБО ПЕРЕМАЛЮЙТЕ
ІДЕЮ ВЛАСНОРУЧ

ОПИШІТЬ ІДЕЮ:

ЯК ЦЯ ІДЕЯ ВПЛИНЕ НА ДИЗАЙН-ВИКЛИК?



Вправа 7

СТВОРЕННЯ КОНЦЕПТ-МАПИ 2 години

За допомогою цієї вправи ви зможете перетворити свої ідеї у прототипи.

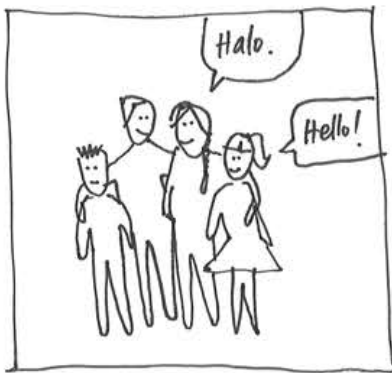
Сторінка 3 з 4

3A. ВІЗУАЛІЗУЙТЕ ДОСВІД КОРИСТУВАЧА

Візьміть за основу одну з топ-ідей та зобразіть сценарій взаємодії користувача.

ПРИКЛАД

The User: Користувач:



First-generation immigrants w/ English-fluent, US-born children.

Перше покоління іммігранти, вільна англійська, діти народились у США

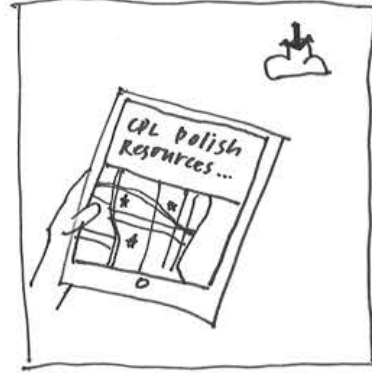
Awareness: Усвідомлення:



Leverage children as awareness point. Market the English Language Learners App in schools.

Діти як клієнти. Рекламування у школах додатку для тих, хто вивчає англійську мову

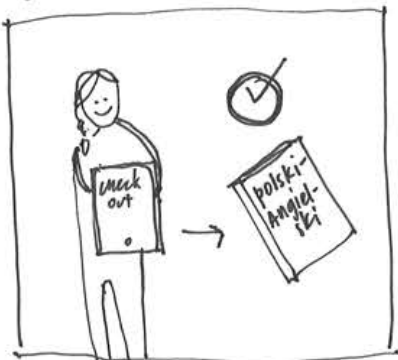
download app + use: Завантаження додатку + використання:



User downloads app and sees where Polish resources are located throughout library system.

Користувач завантажує додаток та знаходить ресурси польською мовою у каталозі бібліотеки Advocate: Підтримка:

Use: Використання:



User places hold to check out an English-Polish dictionary through the app.

Користувач перевіряє наявність у бібліотеці англійсько-польського словника через додаток

use in library Використання у бібліотеці:



She then goes to the library and better navigates to her book on hold with bilingual signage.

Користувач йде до бібліотеки та легко знаходить розташування потрібного словника



She receives a free bookmark in the dictionary that encourages her to spread the word. She gives the bookmark with app info to a fellow Polish friend.

Користувач знаходить у словнику закладку, що надихає його поділитися цим досвідом, він розповідає про додаток своєму другу-поляку



Вправа 7

СТВОРЕННЯ КОНЦЕПТ-МАПИ 2 години

За допомогою цієї вправи ви зможете перетворити свої ідеї у прототипи.

Сторінка 4 з 4



ЗВ. ВІЗУАЛІЗУЙТЕ ДОСВІД КОРИСТУВАЧА

Коли ви будете візуалізувати досвід користувача, ви усвідомите, що ваша ідея – це не лише одна статична ідея, а сукупність багатьох компонентів. За допомогою концепт-мапи ви зможете зобразити повний досвід та чисельні варіанти однієї ідеї. Переконайтеся, що ви відповіли на всі запитання під час візуалізації ідеї:

Хто ваш користувач? Яка у нього або у неї визначальна поведінка та/або характеристики?

Як ваш користувач дізнається про концепцію? Як ви досягнете усвідомлення?

Як ваш користувач власне почне використовувати концепцію?

Що буде відбуватись під час використання вашої концепції? Хто буде залучений або що буде потрібним?

Що буде далі, коли користувач матиме досвід взаємодії з вашою концепцією?

Як ваша концепція допоможе користувачу в довгостроковій перспективі?

Чи підтримає користувач вашу концепцію та чи розповість про неї іншим?

ПОРАДА!

РОЗМІСТІТЬ МАПУ НА СТІНІ

Напишіть відповідь на кожне з цих запитань на стікері та розмістіть їх на стіні. Це допоможе вашій команді в цілому візуалізувати досвід користувачів та краще зрозуміти шлях користувача як послідовність кроків.



Вправа 8

ПЛАНУВАННЯ СТВОРЕННЯ ПРОТОТИПУ 1 година

За допомогою цієї вправи ви зможете дослідити кожен складник вашої мапи та вирішити, для якої частини почнете створювати прототип.



1. ПОСТАВТЕ КЛЮЧОВІ ЗАПИТАННЯ

Для кожної частини вашої концепт-мапи складіть ключові запитання, на які ви хочете знати відповідь. Наприклад, що вас найбільше цікавить у поведінці користувачів? Які частини вашої концепції є слабшими і що необхідно знати, щоб її покращити?

Далі подумайте про найменшу річ, яку потрібно розробити у відповідь на це конкретне запитання. Обговоріть кожну частину мапи за допомогою запитань:

Яке найголовніше, ключове питання?

Як ми можемо розробити найменший прототип, щоб перевірити цю частину?

2. ОБЕРІТЬ ПРІОРИТЕТИ ДЛЯ ПРОТОТИПІВ

Перегляньте всі запитання, на які вам потрібна відповідь. Які з них є для вас найважливішими та найактуальнішими? Оцініть частини вашої концепт-мапи за пріоритетністю та оберіть одну-дві з них для створення прототипів.



Вправа 9

ДЕНЬ РОЗРОБЛЕННЯ ПРОТОТИПУ

4+ години



Наразі ви вже обрали улюблений концепт, зобразили його у вигляді мапи та визначили декілька його частин для ретельнішого вивчення. Настав час для розроблення! Ми радимо заздалегідь призначити день, коли ви розпочнете створення прототипу, оскільки цей процес потребує багато часу та енергії.

1. СКЛАДІТЬ ГРАФІК ТА ВИЗНАЧТЕ МЕТУ

Поставте собі та команді за мету створити щонайменше один-два прототипи вашого концепту до кінця дня. Розділіть команду на підгрупи, якщо у вас для цього достатньо учасників.

2. ПІДГОТУЙТЕ МАТЕРІАЛИ ТА МІСЦЕ

Зверніться до списку матеріалів, наведених у підрозділі «Деталізація: шляхи створення прототипу» та зберіть якомога більше необхідних матеріалів. Підготуйте достатньо місця у бібліотеці, де ви можете розкласти всі матеріали та розпочати роботу.

3. ПОДІЛІТЬСЯ ПРОТОТИПОМ ІЗ КОМАНДОЮ

У кінці роботи виділіть час, щоб поділитися своїм прототипом із рештою команди. Попросіть кожну підгрупу пояснити свій прототип. Ставте запитання, щоб дізнатися більше деталей.

4. ДОКУМЕНТУЙТЕ ПРОЦЕС РОЗРОБЛЕННЯ ПРОТОТИПУ

Якщо можливо, робіть фотографії процесу створення прототипу. Переглядаючи їх з часом, ви будете вражені, скільки речей можна створити за такий короткий проміжок часу. Також ця документація може бути цікавою іншим особам, не з вашої команди.

5. ЩО ВИ ДІЗНАЛИСЯ ПІД ЧАС ПРОЦЕСУ РОЗРОБЛЕННЯ ПРОТОТИПУ

Демонструючи свої прототипи одне одному, розкажіть, як народилася ідея і як ви втілювали її у прототипі. Часто ми змінюємо деякі деталі під час процесу розроблення прототипу, оскільки саме тоді ми розуміємо, як покращити дизайн. У наступному розділі ви навчитесь представляти свої прототипи реальним користувачам і дізнаватися їхню думку.

РОЗДІЛ 3

ЧОГО МИ НАВЧИЛИСЯ

Контрольний список

ВІТАЄМО! ВИ ПРОЙШЛИ ЕТАП ІДЕЯ!

Це, мабуть, найбільш трудомісткий етап, оскільки йдеться про усвідомлення усіх ваших відкриттів, використовуючи силу інтерпретації, аби перевести ваше розуміння у матеріальну форму ідеї: прототипи! Чим більше ви практикуєте дизайн-мислення, тим легше вам буде пов'язати дослідження та продуманий дизайн. Але наразі, мабуть, знадобиться багато часу та багато обговорень з вашою командою.

Наразі ви маєте вміти наступне:

- ☐ Обміркувати дослідження
- ☐ Ділитися історіями з командою після етапу Натхнення
- ☐ Визначати закономірності у дослідженні
- ☐ Перетворити теми дослідження в ідеї
- ☐ Скласти запитання “Як ми можемо” для мозкового штурму
- ☐ Провести хоча б одну сесію мозкового штурму
- ☐ Створити концепт-мапу вашої ідеї
- ☐ Спланувати створення прототипу
- ☐ Створити хоча б один прототип

РОЗДІЛ 4

Ітерація

НЕОБХІДНІ МАТЕРІАЛИ

- папір (білий або кольоровий)
- скотч
- стікери
- маркери

ВПРАВА 1

ОБМІРКУЄМО ІТЕРАЦІЮ стор. 42
20 хвилин

ВПРАВА 2

ТЕСТУВАННЯ ПРОТОТИПУ стор. 43
2+ години

ВПРАВА 3

**УЗАГАЛЬНЕННЯ ЗВОРОТНОГО
ЗВ'ЯЗКУ** стор. 45
1 година

ВПРАВА 4

СПРОЄКТУЙТЕ МІНІ-КОНЦЕПТ стор. 46
час визначається командою

ВПРАВА 5

**ОТРИМАННЯ ТА АНАЛІЗ ЗВОРОТНОГО
ЗВ'ЯЗКУ** стор. 49
час визначається командою

ВПРАВА 6

ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ КОНЦЕПТУ стор. 50



Вправа 1

ОБМІРКУЄМО ІТЕРАЦІЮ

20 хвилин

Вітаємо! Ви створили свій перший прототип!

Обміркуйте відмінності між різними повтореннями (ітераціями) вашої ідеї та обговоріть наступні запитання зі своєю командою.

Тепер ви знаєте як перетворити ідею у матеріальну розробку, і це є одним із найважливіших кроків у дизайн-мисленні. Але процес на цьому не зупиняється. Тепер настав час обмірковувати, як повторити або розвинути ваш дизайн. Далі ми навчимо вас як перетворити ваші прототипи у пробні версії проєкту та як реалізувати їх у межах вашої бібліотеки.

Чому важлива ітерація (повторення)?

Які ще є приклади речей (продуктів, послуг, просторів тощо) у бібліотеці, які зазнали багатьох ітерацій? Що було початком, а що кінцем?

Подумайте над різницею між термінами «прототип», «міні-концепт» та «пробна версія».



ТЕСТУВАННЯ ПРОТОТИПУ

Настав час протестувати ваш прототип разом із користувачами. Далі наведені вказівки, чого слід дотримуватися при плануванні тестування та для отримання плідного зворотного зв'язку. Переконайтеся, що ваша команда узгодить даний план, та оберіть підходящий час, коли кожен може взяти участь у тестуванні.

[illegible]



ТЕСТУВАННЯ ПРОТОТИПУ

Сторінка 2 з 2

Структуруйте запитання відповідно до наведеного плану:

1. Почніть із загальних вражень. Нехай учасники поділяться своїми початковими думками про вашу концепцію.
2. Попросіть уточнити враження щодо вашої ідеї.
3. Спонукайте учасників до ширшої дискусії.

[illegible]

Коли ви будете збирати вігуки:

1. Заохочуйте до відкритості та чесності
2. Залишайтеся нейтральними
3. Адаптуйтесь вчасно
4. Збирайте відгуки одразу



Вправа 3

УЗАГАЛЬНЕННЯ ЗВОРОТНОГО ЗВ'ЯЗКУ

1 година

Разом із командою обміркуйте, що пройшло добре, а що у вашому прототипі можна покращити. Намагайтесь робити таке командне обговорення після кожної сесії тестування, поки результати зворотного зв'язку все ще свіжі.



ХТО, ЩО, ДЕ?

- Де проходило тестування прототипу?
- Як ви його тестували?
- Для чого було проведене тестування?

ПОЗИТИВНЕ

- Що учасники оцінили найбільше?
- Що їх зацікавило?

НЕГАТИВНЕ

- Що учасники хотіли би покращити?
- Що не спрацювало?

НЕПЕРЕДБАЧУВАНЕ

- Чи сталося щось, чого ви не очікували?
- Чи були моменти, коли ви зрозуміли щось важливе для себе («Еврика» або «Ага, я знаю рішення»)?

ПОДАЛЬША РОБОТА

- Що переконало би учасників у вашій ідеї?
- Що потребує подальших досліджень?

УПОРЯДКУЙТЕ ВІДГУКИ

Разом із командою обговоріть відгуки. Почніть із обміну враженнями, отриманими одразу після обговорення. Робіть замітки на стікерах. Упорядкуйте відгуки: Які відгуки були позитивними? Які проблеми виникли? Які рішення ви знайшли?

ВИЗНАЧТЕ НАСТУПНІ КРОКИ

Перегляньте концепт-мапу та свої попередні розробки й ідеї. Якою була ваша початкова мета? Чи все це відповідає дійсності, враховуючи отримані відгуки?

Якими є наступні кроки для створення прототипу? Перерахуйте трійку найкращих, які, на вашу думку, є найважливішими для вирішення у наступній ітерації.

1.

2.

3.



Вправа 4

СПРОЄКТУЙТЕ МІНІ-КОНЦЕПТ

час
визначається
командою

Сторінка 1 з 3



Ви вже створили серію прототипів і зібрали відгуки. Тепер настав час розробити міні-концепт, який ви зможете запровадити у вашій бібліотеці. Це надасть вам можливість спостерігати за тим, як користувачі будуть взаємодіяти з вашою ідеєю більш природно, без необхідності пояснювати, як вона працює.

Ваш міні-концепт може об'єднувати кілька прототипів, але має бути зосереджений на конкретній гіпотезі, аби відповісти на ключові питання.

РОЗРОБЛЕННЯ ГІПОТЕЗИ

Яким є ваш ідеальний сценарій? Як користувач буде взаємодіяти з вашим міні-концептом? Обговоріть зі своєю командою та запишіть свою гіпотезу:

РОЗРОБЛЕННЯ КЛЮЧОВИХ ЗАПИТАНЬ

На відміну від прототипу, який більше має пояснювальний характер, міні-концепт будується на конкретних ключових запитаннях. Міні-концепт планується, розробляється та впроваджується для пошуку відповідей на ці запитання. Складіть три ключові запитання, на які ви хочете знати відповідь. Обміркуйте:

- Що потрібно дізнатися, щоб удосконалити вашу ідею?
- У якій частині ідеї ви найменше впевнені? Як це можна перетворити у ключове питання?
- Які припущення закладені у ваш міні-концепт? За допомогою яких питань можна уникнути таких припущень?

Ключові запитання для міні-концепту:

1. _____

2. _____



Вправа 4

СПРОЄКТУЙТЕ МІНІ-КОНЦЕПТ

час
визначається
командою

Сторінка 2 з 3

ВИЗНАЧТЕ КОНТЕКСТ ТА МІСЦЕ

Саме місце для демонстрації вашого міні-концепту допоможе користувачам зрозуміти, як взаємодіяти з вашою ідеєю. Разом із командою обміркуйте три варіанти можливого місця та оцініть кожен варіант за наступними параметрами:

1. Назва місця: _____ (наприклад, другий поверх, розділ художньої літератури)

	Мінімум			Максимум	
Наскільки це місце відповідає моїй цільовій аудиторії?	1	2	3	4	5
Наскільки наша команда зможе тримати у полі зору це місце?	1	2	3	4	5
Яка ймовірність, що у цьому місці ми зможемо спонтанно розмовляти з користувачами?	1	2	3	4	5

УСЬОГО =

2. Назва місця: _____ (наприклад, кав'ярня навпроти бібліотеки)

	Мінімум			Максимум	
Наскільки це місце відповідає моїй цільовій аудиторії?	1	2	3	4	5
Наскільки наша команда зможе тримати у полі зору це місце?	1	2	3	4	5
Яка ймовірність, що у цьому місці ми зможемо спонтанно розмовляти з користувачами?	1	2	3	4	5

УСЬОГО =

3. Назва місця: _____ (наприклад, фойє бібліотеки)

	Мінімум			Максимум	
Наскільки це місце відповідає моїй цільовій аудиторії?	1	2	3	4	5
Наскільки наша команда зможе тримати у полі зору це місце?	1	2	3	4	5
Яка ймовірність, що у цьому місці ми зможемо спонтанно розмовляти з користувачами?	1	2	3	4	5

УСЬОГО =

Ми радимо обрати місце з найвищим балом, оскільки це дасть вам більше шансів для плідної демонстрації міні-концепту!



Вправа 4

СПРОЄКТУЙТЕ МІНІ-КОНЦЕПТ

час
визначається
командою

Сторінка 3 з 3



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Ваш міні-концепт потребує ресурсів. Подумайте, що вам може знадобитись. Є багато компонентів, які потрібно обміркувати, і ви, можливо, захочете дати завдання кожному члену команди. Обов'язково обговоріть наступне:

- ☐ Попросіть дозволу на проведення тестування
- ☐ Попередньо повідомте та сповістіть відповідних людей/персонал
- ☐ Заплануйте демонстрацію міні-концепту
- ☐ Призначте час та місце зустрічі для учасників
- ☐ Підготуйте необхідні матеріали
- ☐ Забронюйте час, необхідний для підготовки

СКЛАДАННЯ ПЛАНУ

Щоб розробити план для вашого міні-концепту, візьміть за приклад концепт-мапу, яку ви створили під час розробки прототипів. Ваш міні-концепт має об'єднувати та вдосконалювати створені прототипи, а ви маєте знати як розробити інші частини концепт-мапи, аби повною мірою відобразити досвід користувача. Ви також можете переробити мапу під міні-концепт. Складіть план з усіма членами команди та розмістіть його на великій дошці.



Вправа 5

ОТРИМАННЯ ТА АНАЛІЗ ЗВОРОТНОГО ЗВ'ЯЗКУ

час
визначається
командою

Поверніться до Вправи 2 і ще раз виконайте її, щоб отримати відгуки на демонстрацію вашого міні-концепту. Крім того, виконайте наведені нижче вправи, щоб проаналізувати інформацію, яку ви отримали під час усього процесу. Якщо ви продовжуєте тестування міні-концепту, то повторюйте цю вправу знову і знову.

ФІКСУЙТЕ СПОСТЕРЕЖЕННЯ

Обговоріть зі своєю командою, чи помітив хтось несподівану поведінку користувачів під час тестування прототипу. Спостереження може включати такі нюанси як траєкторія руху, міміка, мова тіла тощо.

ПЕРЕГЛЯДАЙТЕ КЛЮЧОВІ ЗАПИТАННЯ

Перегляньте ключові запитання, які ви склали під час проєктування міні-концепту. На які запитання ви відповіли, а які ще залишились відкритими? Які запитання, можливо, змінилися, виходячи з отриманої інформації? Які нові запитання виникли після представлення міні-концепту?

ВИЗНАЧЕННЯ НАСТУПНИХ КРОКІВ

Подивіться на свою концепт-мапу та інші розроблені рамкові документи. Обговоріть зі своєю командою подальші кроки для наступної ітерації. Дайте відповідь на такі запитання:

Що є бажаним, здійсненням та успішним як для користувачів, так і для бібліотеки?

Які частини міні-концепту найкраще вирішують дизайн-виклик?

Що ще необхідно вирішити нашій команді?



Вправа 6

ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ КОНЦЕПТУ



Вітаємо!

Ваша команда успішно вивчила методологію дизайн-мислення. Ви досягли великого прогресу в розробці кращих рішень для користувачів вашої бібліотеки.

Ми сподіваємось, що ви зможете продовжити проектування, зробивши крок назад та оцінивши прогрес стосовно дизайн-викликів. Краса ітерації полягає у тому, що ваша ідея продовжує вдосконалюватися з часом, оскільки ви вкладаєте все більше й більше енергії для розроблення кращих рішень. Обговоріть зі своєю командою, як ви хочете рухатися далі зі своїм міні-концептом. Сподіваємось, ви все ще у захопленні від свого виклику і прагнете реалізувати одну з ваших ідей!

ВИЗНАЧТЕ ОБСЯГ

Подумайте про стратегію та цілі бібліотеки. Як цілі вашого експерименту узгоджуються з цією стратегією? Чи можлива реалізація ідеї? Чи має вона потенціал стати ключовою пропозицією? Чого їй не вистачає для цього? Обговоріть ці запитання зі своєю командою та подумайте про залучення до дискусії керівництва бібліотеки.

ВИЗНАЧТЕ ЦІЛІ

Пам'ятайте, що ваші цілі та гіпотези міні-концепту можуть змінитися під час декількох ітерацій. Разом із командою проведіть мозковий штурм, щоб визначити показники успіху та цілі майбутніх експериментів. Ці показники настільки ж важливі, як і типові показники, які ви завжди використовували.

Наші показники успіху:

ЗАПЛАНУЙТЕ ПОДАЛЬШІ ЕКСПЕРИМЕНТИ

Якщо ви хочете продовжити розроблення і передбачаєте розвиток вашого міні-концепту, розгляньте ресурси, які вам для цього потрібні. Щоб створити дорожню карту впровадження продукту і зробити запит на збільшення ресурсів, перейдіть до наступного розділу цього посібника – Масштабування.

РОЗДІЛ 4

ЧОГО МИ НАВЧИЛИСЯ

Контрольний список

ВІТАЄМО! ВИ ПРОЙШЛИ ЩЕ ОДИН ЕТАП У ДИЗАЙН-МИСЛЕННІ!

Настав час обміркувати виконану роботу, щоб представити позитивні зміни у вашій бібліотеці. У цьому розділі ви навчилися новим методам, прийомам та практикам, які, ми сподіваємось, змінили ваше уявлення про те, що ви пропонуєте своїм користувачам як бібліотека. Крім того, ви зробили найважливіший крок на етапі Ітерація, втілюючи ваші ідеї в життя у вигляді прототипу, з яким можуть взаємодіяти ваші користувачі. Це найшвидший спосіб навчитися вдосконалювати свої ідеї.

Наразі ви маєте вміти наступне:

- ☐ Обміркувати з вашою командою етап Ітерація
- ☐ Здійснити тестування прототипу
- ☐ Узагальнити зворотний зв'язок
- ☐ Розробити міні-концепт
- ☐ Отримувати та аналізувати зворотний зв'язок
- ☐ Переосмислювати власну концепцію

РОЗДІЛ 5

Масштабування

ВПРАВА 1

ПІДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦІЇ стор. 53
4 години

ВПРАВА 2

**СТВОРЕННЯ ДОРОЖНЬОЇ КАРТИ
ПРОДУКТУ** стор. 55
2+ години

ВПРАВА 3

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТУ стор. 56
2 години

ВПРАВА 4

ВИЗНАЧЕННЯ КЕРІВНИЦТВА стор. 57
1 година

ВПРАВА 5

АНАЛІЗ НАБУТОГО ДОСВІДУ стор. 58
1 година



Вправа 1

ПІДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦІЇ 4 години

Знайдіть час, щоб створити свою презентацію як інструмент адвокації.

Сторінка 1 з 2

Переконлива презентація спрацює у ситуаціях, коли необхідно:

- Попросити додаткове фінансування чи підтримку
- Заохотити нових членів команди
- Представити ідею можливим партнерам
- Надати імпульс вашому проєкту
- Проаналізувати прогрес у більшій організації

Чому ви хочете представити вашу історію?

Яка мета презентації?

Хто ваша аудиторія?

Де ви будете проводити презентацію?

Який формат презентації ви оберете?

Побудуйте логічну презентацію, використовуючи запропоновані підказки:

- Представтесь: Хто ви? Хто ваша команда?
- Розкажіть про ваш виклик: З якими проблемами ви стикаєтесь та хто ваші користувачі?
- Натхнення: З ким ви говорили та за ким спостерігали? Які ключові факти ви дізналися?
- Ідея: Які концепції ви придумали? Як ви створювали прототипи?
- Ітерація: Який зворотний зв'язок ви отримали та як, з урахуванням відгуків, ви продовжили експериментувати?
- Заклик до дії: Які наступні кроки має зробити ваша команда та як аудиторія може у цьому допомогти?



Вправа 1

ПІДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦІЇ 4 години

Сторінка 2 з 2



Не забудьте підкріпити презентацію цікавими враженнями та досвідом. Разом із командою обміркуйте подробиці, зокрема:

- Що вас найбільше вразило під час пошуку натхнення?
- Яка ваша найбезглуздіша ідея? Найкреативніший прототип?
- Який досвід можна вважати найвищою нагородою?

· Який етап процесу був найскладнішим?

· Які фотографії та малюнки найкраще підходять до вашої історії?

Використайте результати цієї вправи та наведені нижче шаблони, щоб створити свою власну історію:

Крок 1 ПРЕДСТАВЛЕННЯ

- Хто ваша команда?
- Які ваші ролі?
- Що цікавого ви можете розповісти про членів команди та їхні ролі?

приклад:

TEAM _____

Команда

OUR TEAM

Наша команда

Крок 2 ВИЗНАЧЕННЯ ДИЗАЙН-ВИКЛИКУ

- З якого виклику ви розпочали?
- Які головні питання вас турбують?
- Як ці виклики стосуються бібліотеки?

приклад:

OUR CHALLENGE

Наш виклик

Крок 3 ДІЗНАЄМОСЬ У КОРИСТУВАЧІВ

- Як ви проводили дослідження?
- Чого ви дотримувались під час дослідження?
- Назвіть 5-10 найважливіших тем/висновків?

приклад:

OUR INSIGHTS

Наші висновки, фото місця, фото людини

Крок 4 ЕКСПЕРИМЕНТ ТА ІТЕРАЦІЯ

- Що ви створили на основі вашого виклику та дослідження?
- Про що ви дізналися завдяки експерименту?
- Як ви використали отримані відгуки для розвитку прототипу?

приклад:

OUR PROTOTYPE

Наш прототип

Крок 5 НАСТУПНІ КРОКИ

- Як ваш експеримент суттєво покращив обслуговування користувачів?
- Яким ви бачите подальший розвиток своєї ідеї?

приклад:

WHAT'S NEXT?

Що далі?

OUR LEARNINGS

Наші знання



Вправа 2

СТВОРЕННЯ ДОРОЖНЬОЇ КАРТИ ПРОДУКТУ 2+ години

Якщо ви готові планувати подальший розвиток вашої ідеї, почніть розробляти дорожню карту продукту разом із командою.

1. ВИЗНАЧТЕ ЦІЛІ

Які ключові цілі цього проєкту?

Як ви уявляєте інтеграцію вашої ідеї з бібліотекою?

Що вам потрібно для цього?

Який бажаний вплив вашої ідеї на громаду?

Кого необхідно залучити?

2. СТОРІТЬ ГРАФІК

Зобразіть ідеальний графік впровадження вашого проєкту. Обміркуйте, чого ви прагнете досягти у короткостроковій та довгостроковій перспективах. Нижче надаємо перелік важливих етапів з прикладами можливих термінів виконання кожного з них:

- Створення презентації проєкту (3 дні)
- Залучення зацікавлених сторін (1 тиждень)
- Забезпечення необхідного фінансування та ресурсів для наступних ітерацій (4 тижні)
- Планування запуску пробної версії (2 тижні)
- Визначення показників для запуску (1 тиждень)
- Перевірка пробної версії щотижня впродовж наступних 6-ти місяців

Терміни діяльності після створення вашого першого прототипу та міні-концепту є досить різними, оскільки ви маєте врахувати непередбачені обставини, пов'язані з втіленням ідеї в життя. Ваш графік буде залежати від ресурсів, необхідних для запуску пробної версії, залучених учасників та від часу, витраченого на розробку кращої версії продукту.



Вправа 3

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТУ

2 години

Для оцінки результату запуску пробної версії важливо мати системний та цілісний погляд на ситуацію. Щоб оцінити ефективність вашої ідеї, ми радимо вам вийти за межі звичних показників. Спробуйте виконати наступну вправу або розробити власний метод.

1. СКЛАДІТЬ СПИСОК АБО МАПУ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН, НА ЯКИХ ВАША ІДЕЯ МОЖЕ МАТИ ПОЗИТИВНИЙ, НЕГАТИВНИЙ ЧИ НЕЙТРАЛЬНИЙ ВПЛИВ

Формат мапи добре працює у цьому випадку, оскільки він відображає зв'язки між зацікавленими сторонами. Спробуйте скласти повний список. Не забудьте включити зацікавлені сторони, на яких ваша команда не зосереджувалася, наприклад, спонсорів, людей з цієї громади чи сусідніх громад, які не отримують прямих вигод, а також тварин, довкілля та природні ресурси. Розмістіть цю мапу або список на видному місці.

2. ЗАНОТОВУЙТЕ ВПЛИВ РІШЕННЯ У ВИГЛЯДІ СПИСКУ АБО МАПИ

Виділяйте різним кольором зацікавлені сторони, які отримують переваги від вашого рішення, і тих, хто отримав негативне враження. Якщо можливо, оцініть вплив за допомогою стандартизованої системи показників

3. Завдяки набутим знанням в ході дослідження,

продовжуйте ітерації рішення, щоб знайти способи збільшити позитивний і зменшити негативний вплив.

4. ВИЗНАЧТЕ ЦІННІСТЬ ВАШОГО РІШЕННЯ

Розглядайте цю вправу як виклик команді, аби вдосконалити рішення та отримати більше позитивних результатів.

Перегляньте розділи, де ми обговорювали показники успішності, які включають в себе провідні, аналогічні, усвідомлення, залучення та динамічні зміни. Обговоріть із командою наступне:

- Які показники ви будете використовувати для свого проєкту?
- Які ваші цілі?
- Що можна виміряти? У короткостроковій перспективі? У довгостроковій перспективі?



Вправа 4

ВИЗНАЧЕННЯ КЕРІВНИЦТВА

1 година

Оскільки ваше рішення набуває сталості, важливо вирішити, хто буде керувати проєктом. У процесі дизайн-мислення ідеї ніколи не перестають удосконалюватися, тому визначення керівництва є ключовим фактором, аби ваша ідея залишалася актуальною та корисною для цільової аудиторії.

1. ЗАЛУЧИТЬ БІЛЬШЕ УЧАСНИКІВ

Обміркуйте, хто з вашої команди чи бібліотеки може взяти на себе відповідальність за такі ролі:

- Радник
- Помічник у створенні прототипів
- Спостерігач
- Фандрайзер
- Фасилітатор
- Журналіст

2. РЕГУЛЯРНІ ЗУСТРІЧІ

Плануйте регулярні зустрічі заздалегідь із командою керівництва. Ви часто матимете різний склад команди й учасники можуть знаходитися у різних місцях. Такі зустрічі допоможуть вам розвивати та адаптувати вашу концепцію.



Вправа 5

АНАЛІЗ НАБУТОГО ДОСВІДУ

1 година

Сторінка 1 з 2



МОЇ СИЛЬНІ ТА СЛАБКІ СТОРОНИ

Виділіть трохи часу обмірковувати своє особисте зростання. Мабуть, ви почували себе комфортніше на одних етапах процесу, аніж на інших. Це цілком нормально. Обміркуйте останні 4 розділи, які ви пройшли. Які вправи для вас були найбільш природними? Де вам було некомфортно? Чому? Для кожного етапу дизайн-мислення (Натхнення, Ідея, Ітерація) позначте на шкалі “Мені було некомфортно – Я досяг успіху” саме те місце, яке відображає той ваш внутрішній стан. Поясніть кількома реченнями, чому ви себе так почували.



МЕНІ БУЛО НЕКОМФОРТНО

Я ДОСЯГ УСПІХУ

Чому? Яким був ваш найкращий момент “Ага, я знаю рішення” на цьому етапі?



МЕНІ БУЛО НЕКОМФОРТНО

Я ДОСЯГ УСПІХУ

Чому? Яким був ваш найкращий момент “Ага, я знаю рішення” на цьому етапі?



МЕНІ БУЛО НЕКОМФОРТНО

Я ДОСЯГ УСПІХУ

Чому? Яким був ваш найкращий момент “Ага, я знаю рішення” на цьому етапі?



Вправа 5

АНАЛІЗ НАБУТОГО ДОСВІДУ

1 година

Сторінка 2 з 2



Обміркуйте, що вам сподобалось чи не сподобалось у роботі з командою, з цим посібником та в процесі дизайн-мислення.

ОБГОВОРІТЬ НАСТУПНІ ТЕМИ

Динаміка команди

- Що вам сподобалось у роботі команди проекту? Вам сподобалось працювати разом?
- Що було найбільш надихаючим для вашої команди?
- Що вас найбільше засмутило?
- Чи виникали конфлікти або незгоди? Як ваша команда досягла спільного рішення?

Посібник

- Які найвдаліші сторони цього посібника?
- Які його найслабші частини?
- Уявіть, що ви отримали грант від дуже щедрого спонсора для покращення посібника. Чи можете ви надати три пропозиції – з чого слід почати? Надішліть нам цей відгук на адресу: hello@designthinkingforlibraries.com

1. _____	2. _____	3. _____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Ви!

Члени вашої команди почували себе комфортніше на одних етапах процесу, ніж на інших. Це цілком нормально і це є одним із аргументів на користь створення міждисциплінарної команди. Обміркуйте пройдений курс.

- Які частини були найбільш природними для членів вашої команди? На етапі Натхнення? Ідеї? Ітерації?
- Де члени вашої команди почували себе некомфортно? Чому?
- Чи були якісь навички, яких не вистачало вашій команді? Які саме?
- Якби ви набирали членів команди для ваших наступних дизайн-викликів, які ключові навички вони мають мати?

РОЗДІЛ 5

ЧОГО МИ НАВЧИЛИСЯ

Контрольний список

ВІТАЄМО! ВИ ПІДНЯЛИ ВАШУ ІДЕЮ НА НАСТУПНИЙ РІВЕНЬ І СТАЛИ ЩЕ БЛИЖЧЕ ДО ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ!

Сподіваємось, ви багато чого дізналися і доклали неабияких зусиль, щоб зробити ваш проєкт більш сталим та довгочасним для вашої бібліотеки.

То що далі? Ви вже озброєні знаннями про дизайн, орієнтований на користувачів. Обговоріть разом із командою, чи є сенс залишатися у такому складі для розвитку вашої ідеї. Крім того, ви, можливо, захочете розробити іншу ідею самостійно або набрати нових членів команди. Дякуємо, що знайшли час вивчити методологію дизайн-мислення

Наразі ви маєте вміти наступне:

- ☐ Створювати презентацію
- ☐ Розробляти дорожню карту продукту
- ☐ Оцінювати результати
- ☐ Визначати керівництво проєкту
- ☐ Аналізувати набутий досвід

