**Дизайн-мышление: с чего начать и где применять?**

**Что это такое?**

Творческий процесс поиска решений в проектировании или метод создания продуктов и услуг, ориентированных на человека.

**В основе – эмпатия (сопереживание) к человеку.**

Создатели методики (брэнд-менеджеры) Хассо Платтнер и Дэвид Келли

Основатели дизайн-школы, которая объединила практики управления с традиционным инженерным образованием. Это похоже на «наше»: ТРИЗ, Нооген и пр.

Дизайн-мышлением называют творческий подход, которые используют дизайнеры в процессе разработки своих решений. Он применим в различных областях: дизайне сервисов, интерьеров, продуктов, оптимизации процессов в организации и внедрении инноваций.

Развитие дизайн-мышления происходило вместе с осознанием, что дизайн сегодня начинает играть ключевую роль в пользовательском опыте. Ведь за внешним видом – квартиры, сайта по доставке пиццы или стиральной машинки – всегда стоит логика, архитектура решения. Она и определяет, будет ли потребитель пользоваться продуктом, когда первое впечатление от внешнего вида отойдет на второй план.

Однако по-настоящему популярной методология дизайн-мышления стала после того, как рекламное агентство IDEO, адепты этого подхода, разработали дизайн Apple Watch с ее помощью.

**Принципы и основные этапы**

Дизайн-мышление это не столько рациональный, сколько творческий и интуитивный метод анализа данных о целевой аудитории и пользовательском опыте. Его цель – выработать наиболее оптимальное решение задачи, опираясь на данные о пользовательском опыте и эмоциях аудитории.

Процесс дизайн-мышления, как правило, сводится к нескольким этапам: Эмпатия – Формулирование проблемы – Разработка концепции – Прототипирование – Тестирование.



**Эмпатия**

Эмпатия в ракурсе дизайн-мышления – это способность поставить себя на место потребителя в рамках определенной проблемной зоны.

Сочувствие, проживание опыта является центральным элементом процесса проектирования. В противовес научному подходу, где за фактами и статистикой не видны переживания людей, в дизайн-мышлении на передний план выходят эмоции целевой аудитории, их пожелания и опыт. Поведение людей рассматривается через призму социальной психологии.

На этом этапе проводятся качественные и количественные исследования: опросы, интервью, наблюдения, полевые исследования и самостоятельное тестирование продукта.

**Формулирование проблемы**

На этом этапе анализируются все данные с целью получения установок, которые не всегда осознаются нами, но определяют нашей поведение в конкретной ситуации.

Команда устраивает несколько сессий брейнсторма, на которых синтезирует и обсуждает идеи и гипотезы, чтобы сформулировать проблему, которую и должен будет решить продукт/услуга в будущем.

Неправильно сформулированная проблема может привести к созданию ненужного продукта. Поэтому брейнсторм-сессия, как правило, проходит в течение 1-2 дней, чтобы можно было рассмотреть проблему с нескольких ракурсов.

Этот этап хорошо иллюстрирует фраза Альберта Эйнштена:  «Если бы у меня был один час для решения какой-то проблемы и моя жизнь зависела бы от ее разрешения, я бы потратил первые 55 минут на то, чтобы сформулировать вопрос; потому что если ты задаешь правильный вопрос, проблему можно разрешить менее чем за 5 минут».

**Разработка концепции**

Когда проблема сформулирована, задача креативной команды – выстроить мостик между реальностью и желаемым будущим.

На этом этапе важно выслушать как можно больше идей: нельзя игнорировать мысли, которые кажутся очевидными и простыми. Запишите идеи на доске, а затем вернитесь к ним еще и еще, рассматривая их с новых сторон.

Дизайн-мышление поощряет многодисциплинарные команды с разным и даже не всегда профильным опытом. Такие команды могут увидеть новые перспективы и привнести креатив в организацию.

**Прототипирование**

Задача этого этапа – создать приблизительные проекты решений, чтобы выяснить, будут ли они полезны для решения проблемы. Создание экспериментального образца поможет в сжатые сроки, с минимальными средствами проверить, насколько верны гипотезы и доработать их.

Создавая тестовый образец, используйте креативное мышление: совмещайте новые элементы или удаляйте их, модифицируйте, меняйте расположение элементов, материалы, функции.

Прототип – это лишь промежуточный вариант, и он может быть не один. Если у вас дорогостоящий продукт, на этапе тестирования стоит «задержаться» подольше.

Прототип может в дальнейшем перерасти в бета-версию продукта или минимально жизнеспособный продукт .

**Тестирование**

После того, как образец готов, протестируйте его и дайте опробовать вашей аудитории. Получите обратную связь: Удовлетворяет ли их решение? Улучшает ли он их жизнь настолько, чтобы оправдывать свое существование? Нужны ли еще изменения?

Доработайте прототип и скорректируйте концепцию, если это необходимо.

**Презентация концепции**

После того, как образец протестирован, а ниша будущего продукта определены, рабочая команда – в зависимости от размера — делает презентацию руководству или самостоятельно принимает решение о будущем продукта. Концепция переходит на стадию более детальной проработки и реализации.

**Практическое применение**

Сегодня дизайн мышление – один из практических способов исследования и внедрения инноваций в компании. Он подходит для рабочих групп любого размера и решения вопросов любого масштаба.

Фактически, чтобы использовать дизайн-мышление, вам необходимы цветные стикеры, маркеры и помещение для дискуссий. Задайте своей команде вопрос, воодушевите – и записывайте вереницу ответов!

Основная заслуга дизайн-мышления не столько в его инновационности, сколько в прикладном характере. Объединенные в простую и понятную цепочку методы работы теперь подходят не только для решения [маркетинговых задач](http://mintmind.ru/services/), но вообще применимы в рамках любого процесса.

**Адепты этого направления говорят о том, что дизайн-мышление – способ смотреть на мир. Начав однажды строить гипотезы и тестировать решения, тяжело остановить запущенный процесс постоянного совершенствования.**

Я применяла элементы этого метода работы на уроках литературного чтения и окружающего мира. Изучая «СКАЗКУ О ЖАБЕ И РОЗЕ» мы анализировали поведение главных героев и пытались создать идеальные условия для розы , решали как можно спасти ее от жабы.( дети предлагали построить специальные защитные ограждения из стекла, пластика и т.д.)

На уроке окружающего мира мы решали проблему спасения птенцов и искали идеальное решение поставленной задачи. Одновременно работали 3 команды. Каждая представляла путь решения проблемы. Далее мы сравнивали все «за» и «против» и выбирали наиболее удачное решение.

Безусловно, этот метод незаменим и при работе над проектами.

**УЧИТЕСЬ И ПОВТОРЯЙТЕ**Этот процесс может повторяться до тех пор, пока конечный результат не достигнет целей пользователя/друга.
Приведенная выше структура дизайн-мышления может быть применена ко многим другим повседневным действиям, таким как:
1) Спроектируйте комнату для своего дедушки. Дайте им пустой картон, блокнот, ручки и позвоните дедушке!
2) Разработайте обед для мамы. Давайте использовать обед как шанс поэкспериментировать с вашими детьми, попробовать что-то новое и быть в гармонии со своим «пользователем»
3) Разработайте лучший маршрут покупок в продуктовом магазине. В следующий раз, когда вы совершите поездку в продуктовый магазин, попросите своих детей сделать заметку о вашем путешествии по магазину, о том, как вы собираете продукты из разных отделов, отметьте на карте и побуждаете их задавать вопросы, позже на основе наблюдений позвольте им наметить и придумать другой маршрут, чтобы попробовать в следующий раз в магазине. Стало лучше?

4) Разработать способ переноса воды из одной точки в другую без использования каких-либо кухонных инструментов. Это может быть действительно веселое упражнение. Пусть они выбирают вид прототипа (полимерная глина, конструктор, мусорный мешок, список бесконечен!)
Я могу продолжать, но я думаю, что вы поняли идею.

Мир полон бесконечных проблем, ожидающих решения любопытными умами и самыми творческими и инновационными способами!