

# **AKADEMIA DESIGN THINKING**



klientocentryczni

## **Program szkolenia**

---

Czym jest szkolenie

## AKADEMIA DESIGN THINKING

Warsztaty Design Thinking Workshop to praktyczny przewodnik krok po kroku, który pokaże Ci jak stosować metodę design thinking w Twojej organizacji celem zrozumienia potrzeb klientów i stawiania czoła zmianom.

Myślenie projektowe (design thinking) jest formą projektowania skoncentrowanego na człowieku, ta metodologia oferuje ramy dla zaspokojenia potrzeb klientów, pozwala zrozumieć problem (problemy), szybko stworzyć innowacyjne rozwiązanie i je przetestować z użytkownikami.

## KLUCZOWE CELE SZKOLENIA

- Zrozumieć czym jest i jak stosować design thinking w praktyce
- Pracować na rzeczywistym kejsie biznesowym – 80% praktyki
- Wiedzieć, gdzie działa ta metoda, a gdzie lepiej jej nie stosować
- Nauczyć się prowadzić wywiady z klientami oraz zbierać wiedzę, aby lepiej poznać swoich klientów
- Nauczyć się zadawać właściwe pytania
- Prowadzić efektywne burze mózgów w celu znalezienia innowacyjnych rozwiązań
- Prototypować i testować rozwiązania?
- Wykorzystywać storytelling do prezentacji rozwiązań



## DLA KOGO JEST NASZE SZKOLENIE?

Warsztaty Design Thinking są przeznaczone dla doświadczonych, nowo promowanych lub aspirujących do nauki osób, którzy szukają innowacyjnych sposobów podejścia do złożonych problemów, z którymi się borykają.

Jakie grupy zawodowe korzystają z naszych warsztatów?

- 20% właściciele produktów i procesów,
- 10% liderzy z korporacji,
- 13% właściciele firm,
- 10% trenerzy i coachowie
- 15% nauczyciele
- 15% przedstawiciele administracji państwowej
- 17% animatorzy kultury

# AUTORSKI PROCES DESIGN THINKING



Proponowany proces składa się z pięciu kroków, które „przeprowadzają uczestników” od etapu poznawania użytkownika poprzez wyselekcjonowanie pomysłów na konkretne rozwiązania, przekucie ich w prototypy aż po testowanie.

## STRUKTURA WARSZTATÓW

### ODKRYWANIE

W tym kroku nazywamy i nakreślamy problem, odpowiadając szczegółowo na dwa kluczowe pytania: "Dla kogo projektujemy?" i „Jakie są jego potrzeby?”. Zespół wchodzi w buty użytkownika oraz poprzez realizację przygotowanego scenariusza realizuje badania jakościowe.

### DEFINIOWANIE WYZWANIA PROJEKTOWEGO

Dzięki doświadczeniu zebranemu w etapie odkrywania zespół może podejść do dokonania syntezy uzyskanych informacji oraz definiowania problemu projektowego "Jaki problem / potrzebę adresujemy?"

### TWORZENIE ROZWIĄZANIA

Szybko tworzymy i rozwijamy jak najwięcej pomysłów/rozwiązań, opierając się na kluczowych elementach wypracowanych na etapie definiowania wyzwania projektowego. Następnie, przeprowadzamy selekcję pomysłów wybierając najlepsze rozwiązania, dla których w kolejnej fazie opracujemy koncepty do prototypowania.

### PROTOTYPOWANIE I TESTOWANIE

Celem tego etapu jest szybkie opracowanie namacalnego prototypu rozwiązania i przeprowadzenie wstępnych testów. Na początku budujemy namiastkę rozwiązania, coś szybkiego, taniego, prostego, co pokazuje kluczowe funkcje i wartości, jakie dostarcza opracowane rozwiązanie.

# AGENDA WARSZTATÓW



## PRZEKAZANIE WIEDZY W ZAKRESIE FUNDAMENTÓW DESIGN THINKING

- geneza design thinking
- proces (5 etapów)
- analiza konkretnych przykładów zrealizowanych projektów z wykorzystaniem metodyki design thinking

## ZAPOZNANIE Z ETAPAMI PROCESU ORAZ NARZĘDZIAMI POPRZEZ REALIZACJĘ SZEREGU ĆWICZEŃ

### ODKRYWANIE

- tworzenie hipotez
- wywiad pogłębiony
- persona
- mapa empatii

### PROBLEM -WYZWANIE PROJEKTOWE

- diagnoza potrzeb
- kluczowe obserwacje/insighty
- value proposition
- definiowanie wyzwania projektowego
- jak moglibyśmy...?

### GENEROWANIE I SELEKCJA POMYSŁÓW

- tradycyjna burza mózgów
- pisana burza mózgów
- niestandardowe formy zespołowego tworzenia rozwiązań
- techniki selekcji pomysłów

### PROTOTYPOWANIE

- storyboard
- schemat
- makieta
- scenka

### TESTOWANIE I ITERACJE

- informacja zwrotna
- karta testów

### PRZYGOTOWANIE DO WDROŻENIA

- matryce decyzyjne
- MoSCoW
- plan wdrożenia



# KIM JESTEŚMY

## KLIENTOCENTRYCZNI

To społeczność profesjonalistów, dla których pasją jest projektowanie skoncentrowane na człowieku (Human-Centered Design). Zajmujemy się strategicznym podejściem do projektowania zmian produktowych i usługowych w relacji z nowymi modelami biznesowymi.

Wypracowujemy najlepsze metody na to, jak połączyć i wdrożyć konkretne sposoby pracy, aby zwiększać konkurencyjność firm.

Klientocentryczni identyfikują problem i znajdują rozwiązanie.

Korzystamy z następujących metod: design thinking, service design, lean startup, design sprint. Społeczność została założona przez konsorcjum firm: Warsztat innowacji - Piotr Grocholiński i Idea Centrum - Beata Michalska Dominiak.

## PRACUJEMY DLA TAKICH FIRM JAK

Santander, BGŻ, Bank BPH, Nordea, UPC, Medicover, Volkswagen Financial Services, Danone, Nationale Nederlanden, Europejski Fundusz Leasingowy, Leroy Merlin, ABB, Polpharma, Echo Investments, PWC, Agora, Amica, Rossmann, Sephora, Altkom, Enelion, Aplitt, Instal Projekt, Centrum Nauki Kopernik, Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie, Instytut PWN, GFKM, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Wydawnictwo AMEET, Wydawnictwo Wiedza i Praktyka, Wydawnictwo Nowa Era, i in.

## NASI TRENERZY

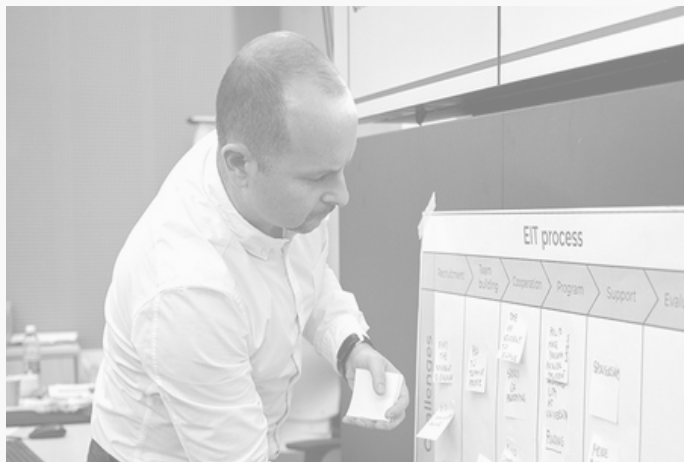


### BEATA MICHALSKA-DOMINIAK

Doświadczony moderator design thinking, certyfikowany trener biznesu, praktyk z bogatym doświadczeniem w prowadzeniu i kierowaniu projektami oraz wsparciu procesów transformacyjnych w organizacjach. Członek Polskiego Stowarzyszenia Kreatywności. Współzałożycielka społeczności "Klientocentryczni" skupiającej ekspertów z zakresu design thinking, service design, UX, customer research.

Współautorka pierwszego podręcznika z zakresu design thinking bazującego na doświadczeniach w polskim biznesie – „Poradnik design thinking – czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie”. Trenerka w programie Driving Innovation The Chartered Institute of Marketing. Czerpie z potencjału myślenia projektowego podczas prowadzenia szkoleń i warsztatów dla biznesu, administracji publicznej, edukacji i sektora pozarządowego.

Współpracuje z uczelniami. Bierze udział w konferencjach, kongresach w roli eksperta. Angażuje się w wiele inicjatyw, w ramach których zamienia problemy na wyzwania i wspiera w poszukiwaniu skutecznych rozwiązań.



### PIOTR GROCHOLIŃSKI

posiada bogate doświadczenie w zakresie tworzenia strategii, modeli biznesowych, segmentacji, zarządzania produktem oraz przeprowadzania zmian w organizacji. Swoje doświadczenie zdobył pracując w środowiskach wielokulturowych m.in. ING Bank Śląski, Nordea Bank, LG Petro Bank oraz realizując niezależnie wsparcie biznesowe dla firm z różnych sektorów.

Współzałożyciel społeczności "Klientocentryczni" skupiającej ekspertów z zakresu design thinking, service design, UX, customer research. Współautor pierwszego podręcznika z zakresu design thinking bazującego na doświadczeniach w polskim biznesie – „Poradnik design thinking – czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie”.

Dzięki praktyce biznesowej i projektowej (design thinking/service design) skutecznie łączy obszar biznesowy z procesami projektowania. Pomaga liderom i ich zespołom przechodzić proces transformacji, patrzeć oczami klienta, wdrażać design thinking i wzmacniać kulturę innowacji.

# KWESTIE ORGANIZACYJNE



Warsztaty realizowane są podczas dwóch dni pracujących od 9:00 do 17:00 z przerwami kawowymi i jedną dłuższą przerwą lunchową  
**TERMIN: 7-8 WRZEŚNIA 2022 R.**



## MIEJSCE

Art Inkubator, Łódź,  
ul. Tymienieckiego 3



## CATERING

zapewniamy wodę,  
kawę herbatę,  
drobne przekąski i lunch



## KOSZT WARSZTATÓW / BRUTTO

**1200 zł**

## JAK TO DZIAŁA?



Wysyłasz zgłoszenie na szkolenie



Otrzymujesz fakturę proforma



Opłacasz fakturę przelewem



Otrzymujesz od nas potwierdzenie wpłaty i  
dostępny do szkolenia



W określonych dniach odbywasz szkolenie



Oryginał faktury otrzymasz mailowo po  
zakończeniu szkolenia



Dodatkowo otrzymasz  
Książkę - Poradnik Design  
Thinking autorstwa trenerów

Więcej  
informacji

[www.klientocentryczni.pl](http://www.klientocentryczni.pl)

W razie pytań,  
prosimy o kontakt:

[biuro@klientocentryczni.pl](mailto:biuro@klientocentryczni.pl)  
tel. 512 250 655