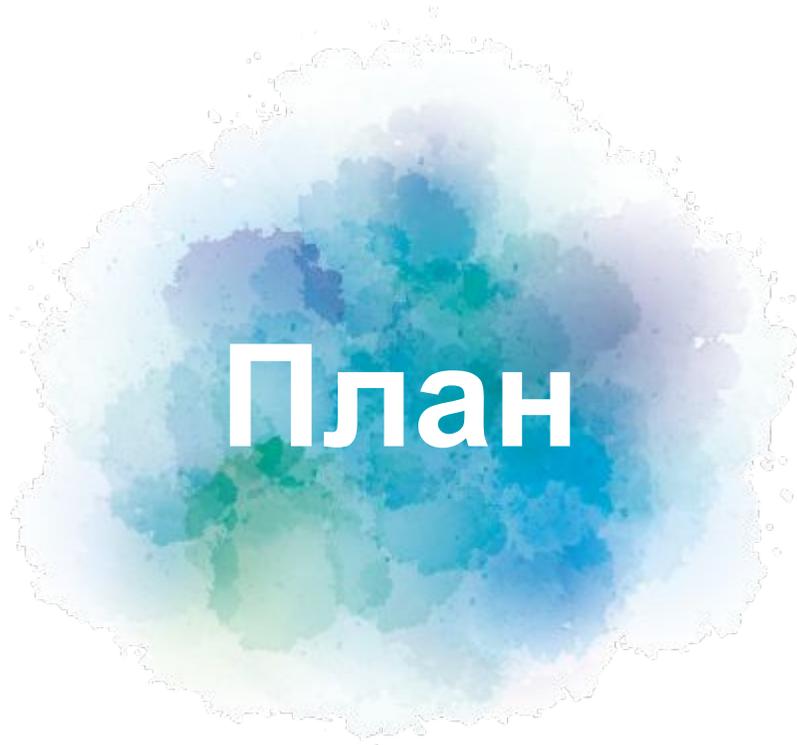


Дизайн-Мышление



01

Что такое Дизайн-мышление?

02

Как он устроен

03

Где и как работает

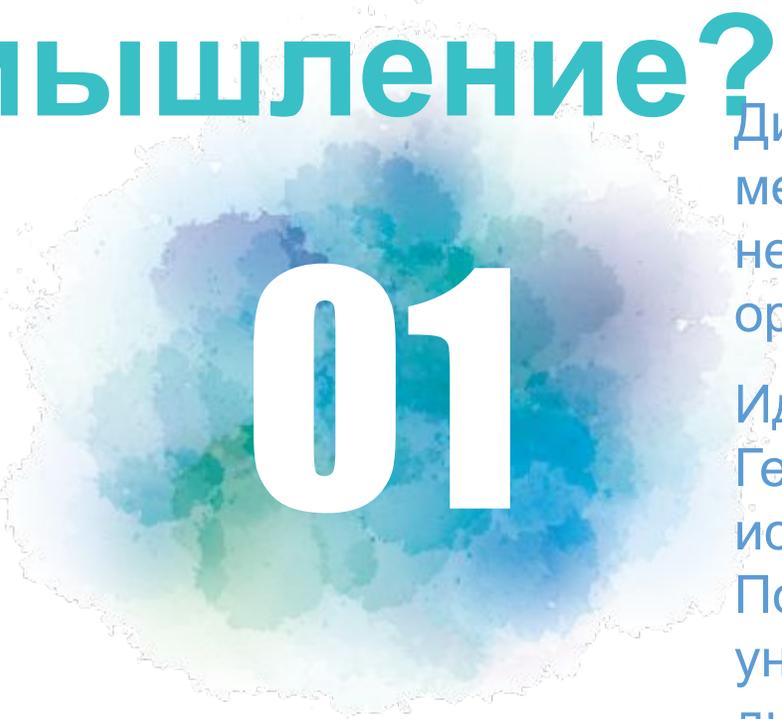
04

Достоинства и недостатки

05

Примеры

Что такое Дизайн-мышление?

A decorative watercolor splash graphic in shades of blue, green, and purple, with a white outline, containing the number 01.

01

Дизайн-мышление (англ. design thinking) — методика, которая помогает найти нестандартные решения задачи, ориентированные на интересы пользователя

Идею дизайн-мышления впервые сформулировал Герберт Саймон в 1969 году в книге «Науки об искусственном» (The Sciences of the Artificial).

Позднее идею развили ученые Стэнфордского университета и основали Стэнфордский институт дизайна, или d.school, который продвигает идею дизайн-мышления.

Как он устроен?

Процесс решения проблемы состоит из пяти этапов:

- 1)Эмпатия
- 2)фокусировка
- 3)Генерация идей
- 4)Прототип
- 5)Тест

A decorative watercolor splash graphic in shades of blue, green, and purple, with a white outline. The number '02' is overlaid on it in a large, white, sans-serif font.

02

Эмпатия

Эмпатия — умение включиться в переживания и опыт других людей, понять, что на самом деле их волнует, их потребности и желания

Фокусировка

На этом этапе необходимо систематизировать информацию, которую вы получили с помощью эмпатии, проанализировать ваши наблюдения и выделить ключевые проблемы пользователя

Тестирование

В конце вы тестируете готовый продукт и лучшие решения, которые вы разработали в ходе прототипирования

Генерация идей

После того, как вы определили основную проблему пользователя, придумайте и проработайте решения.

Прототипирование

Задача этого этапа — проверить работоспособность ваших идей на практике



Где и как работает?



03

Представим, что продуктовому дизайнеру необходимо разработать прототип новой микроволновки. Он может действовать стандартными общеизвестными способами: опросить людей, у которых есть микроволновки, собрать обратную связь, узнать плюсы и недостатки отдельных моделей — и на основе полученной информации предложить решение.

Дизайнер также может пойти нестандартным путем: пообщаться с людьми и узнать об их привычках и шаблонах поведения в определенных ситуациях. Так дизайнер может узнать, что все микроволновки греют по-разному: одна за три минуты едва нагревает еду, а вторая — перегревает так, что нужно ждать, пока еда остынет. Значит людям нужна не более мощная микроволновка, а понятный интерфейс, который бы четко говорил, как сильно нагреется еда.

Достоинства

1. Вы будете решать задачи творчески

Если вы научитесь думать как дизайнер, с этим придет и креативность. Дизайнеры всегда видят мир нешаблонно, оригинально, нестандартно, вверх тормашками — называйте, как хотите. Но факт есть факт. Дизайн-мышление буквально заставляет смотреть на вещи с другого угла — так и появляются творческие решения.

A decorative watercolor splash graphic in shades of blue, green, and purple, with a white outline. The number '04' is written in large white font over the splash.

04

2. Вы научитесь превращать проблемы в возможности

Если вы попросите опытного дизайнера дать определение тому, чем он занимается, он не раздумывая скажет: «Дизайн — это превращение проблемы в новую возможность». Когда на вашем пути встает препятствие, можно опустить руки и прекратить бой. А можно воспользоваться инструментами дизайн-мышления и превратить «минус в плюс».

3. Вы создадите нечто оригинальное

Один из процессов дизайн-мышления — деконструкция. Это создание чего-то принципиально нового даже из старых «деталей». Допустим, вашу работу можно разложить на ингредиенты, как кулинарный рецепт: проекты, совещания, коллеги, брейнштурмы, отчеты, командировки и так далее. Это и есть деконструкция: выяснение того, что есть в вашем арсенале.

Недостатки

1. Во-первых, отсутствие полноценного процесса и его понимания влияет на ряд разработок, систему и внедрение. Это зависит от задач. Но необходимо очень хорошо разбираться в том, как работает технология и уметь с ней гибко работать. Для этого уже нужен опыт в разных проектах и получение результатов по ним. В конце концов, важны ошибки и провалы. Именно они учат гибкости и, как говорится, выкручиваться из разных ситуаций, используя на полную катушку мозги, возможности или их отсутствие, тактику и... импровизацию.

2. Подводные камни могут быть ещё и в том, что компания, структура может быть не готова к перестройке процессов. Когда мы говорим о дизайн-мышление, мы говорим о действии, о процессах, о коммуникациях, об изменениях. Всегда. Если этого нет, дизайн-мышление не работает. Либо вы его не верно используете, понимаете.

3. Еще один важный «камень» скрыт в надежде: «мы применим дизайн-мышление и у нас все получится». А ведь может и не получится. Может получится так, что то решение, которое вы предполагали внедрять – не работает, не нужно людям. Нередко бывают ситуации, когда компания не готова идти по новому пути. Практика показывает, что в современных условиях рынка уже не работает и надо двигаться вперед либо оставаться на месте и не мучиться, поддерживать тот процесс, который есть — так, как привычно, спокойно, удобно.

Примеры Дизайн-мышления



05

1. Airbnb

Сервис Airbnb был создан дизайнерами Брайаном Чески (Brian Chesky) и Джо Геббиа (Joe Gebbia). Каждая проектная команда в Airbnb включает руководителя, чья первоочередная задача — представлять образ клиента.

Хотя ориентированность на покупателя может показаться банальностью, ценность такого подхода неоднократно доказывалась появлением так называемых «цифровых единорогов», стартапов с капитализацией более миллиарда долларов.

«Сегодня бренды, вместо акцента на том, что потребителю необходимо в целом, смещают фокус с продуктов и услуг. Поэтому на дизайн ложится большая ответственность: он должен во многом определять бизнес-стратегию», — считает Аманда Гослинг (Amanda Gosling), автор эпизода проекта Age of Design, посвященного Airbnb.



airbnb



**Путешествуй. Исследуй.
Живи.** Уникальное жилье,
впечатления и местные гиды
— всё для твоей следующей
поездки!

Где

Направление, город, адрес

Когда

Прибытие

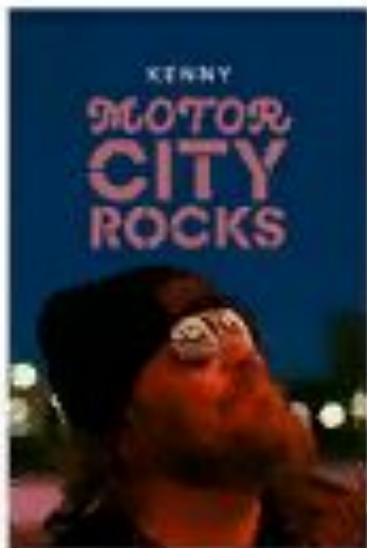
→ Выезд

Гостей

1 гость

[Начать поиск](#)

Мероприятия



2. Netflix

Согласно Forbes, еще в 2001 основатель Netflix Рид Гастингс (Reed Hastings) расходовал по \$10 000 000 в год на исследования стриминговых технологий. Один этот факт показывает, насколько клиент-ориентированной компанией являлась Netflix изначально. Автор обращает внимание на то, что дизайн-мышление Netflix можно свести к четырем правилам:

1. Думай глобально — руководство Netflix не побоялось разрушить существующий бизнес по доставке DVD.
2. Начинай с малого — компания не стала с головой погружаться в реализацию нового продукта, а дождалась подходящего момента.
3. Знай, когда оставить попытки — ранние попытки стриминга были заброшены.
4. Расти быстро — Netflix сумела добиться быстрого роста за счет перехода на оригинальный контент.

Многие из нас знакомы с совершенством платформы Netflix — карточным дизайном, рекомендациями, формируемыми искусственным интеллектом, превосходным UX — но дизайн-мышление Netflix выходит за рамки цифрового дизайна. Оно охватывает весь процесс взаимодействия пользователя с системой.

Пост, опубликованный Гайдн Солманом (Haydn Sallmann), экспертом цифровых технологий, на LinkedIn, повествует о том, как его друг открыл для себя все прелести Netflix и забросил свое увлечение DVD, просто-напросто обнаружив на пульте от нового DVD-плеера с поддержкой интернета кнопку Netflix. Это и есть неопровержимое доказательство эффективности дизайн-мышления.

NETFLIX

Sign In

Discover new stories.

WATCH ANYWHERE. CANCEL ANYTIME.

JOIN FREE FOR A MONTH!





Thank

THANKYOU

you !