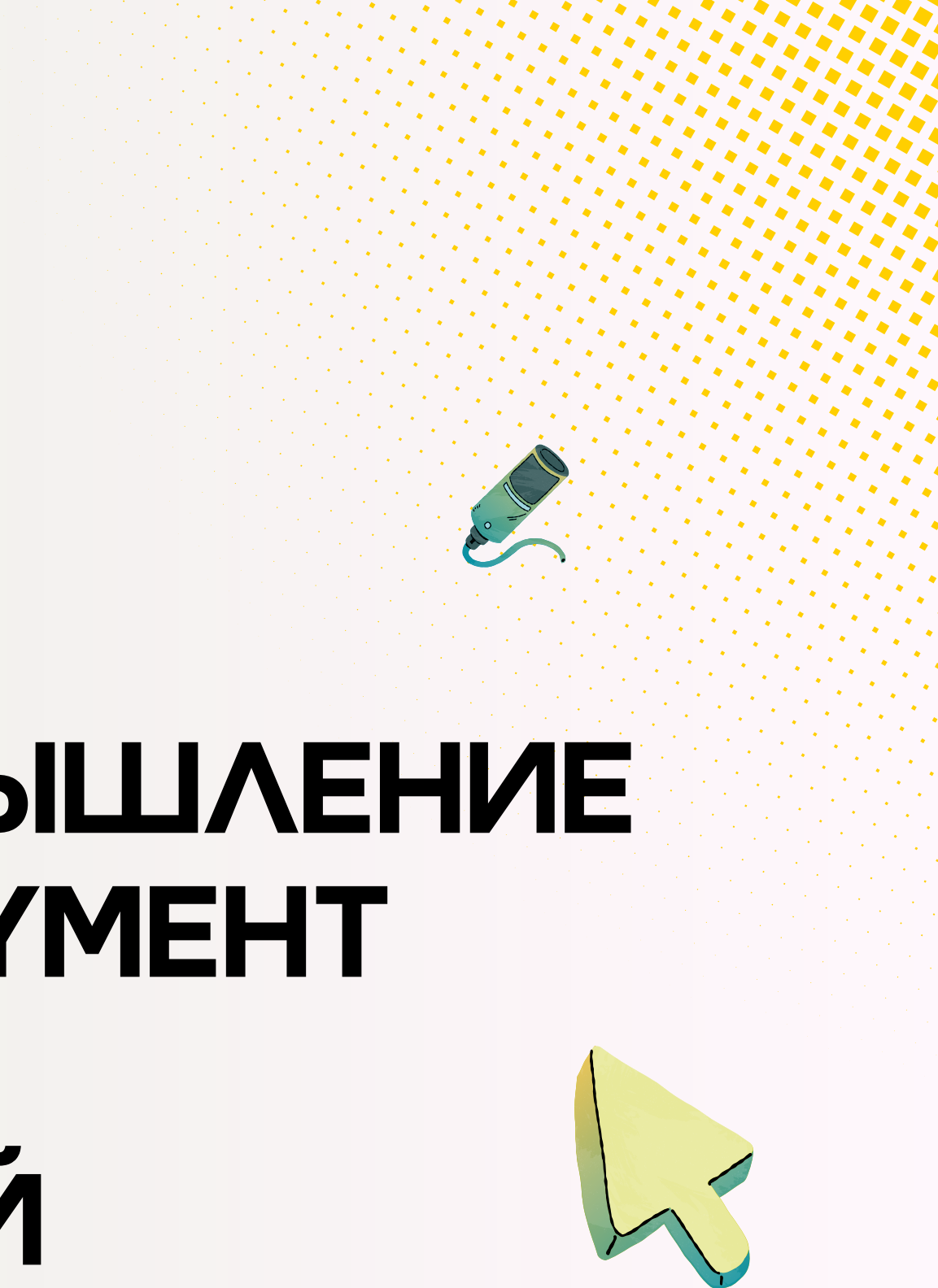




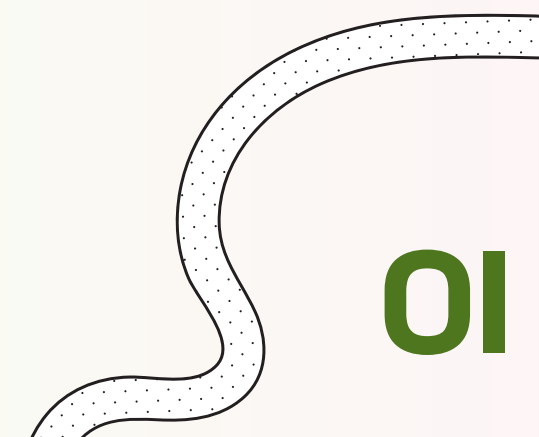
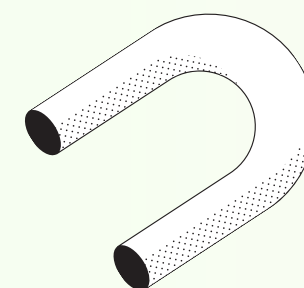
ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ ИННОВАЦИЙ

Чынара Аманбаева, директор
Центра Карьеры
Университета Адам





СОЗДАЕМ СВОЙ ПРОТОТИП



OI

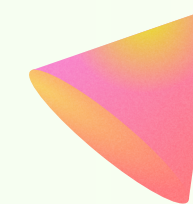
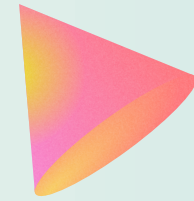


ВОПРОСЫ ДЛЯ БОЧОНКОВ ЛОТО



1-10

1. В каком городе мечтаешь побывать?
2. Какой самый яркий совет тебе давали?
3. Если бы у тебя была любая суперсила, что бы ты выбрал?
4. Очень странное увлечение, которое тебе нравится?
5. В каком проекте ты хотел бы участвовать?
6. Самый креативный предмет?
7. Любимая цитата из фильма или книги?
8. Чем ты гордишься?
9. Самая неожиданная идея, которая тебе пришла в голову?
10. Чем ты мечтаешь заниматься в будущем?



10-19

1. Какой сериал или игру ты создал бы сам?
2. Какой герой вдохновляет тебя?
3. Если бы ты мог открыть свой бизнес, что бы это было?
4. Любимое место в твоём городе?
5. Самый креативный способ решить задачу?
6. Сколько стран ты хочешь посетить?
7. Что нового ты охотнее всего учил бы других?
8. Что самое важное для тебя в командной работе?
9. Чем ты хочешь поделиться с другими?



ЧТО МЫ ОБСУДИМ

СПИСОК ТЕМ:

01

Введение в дизайн-мышление

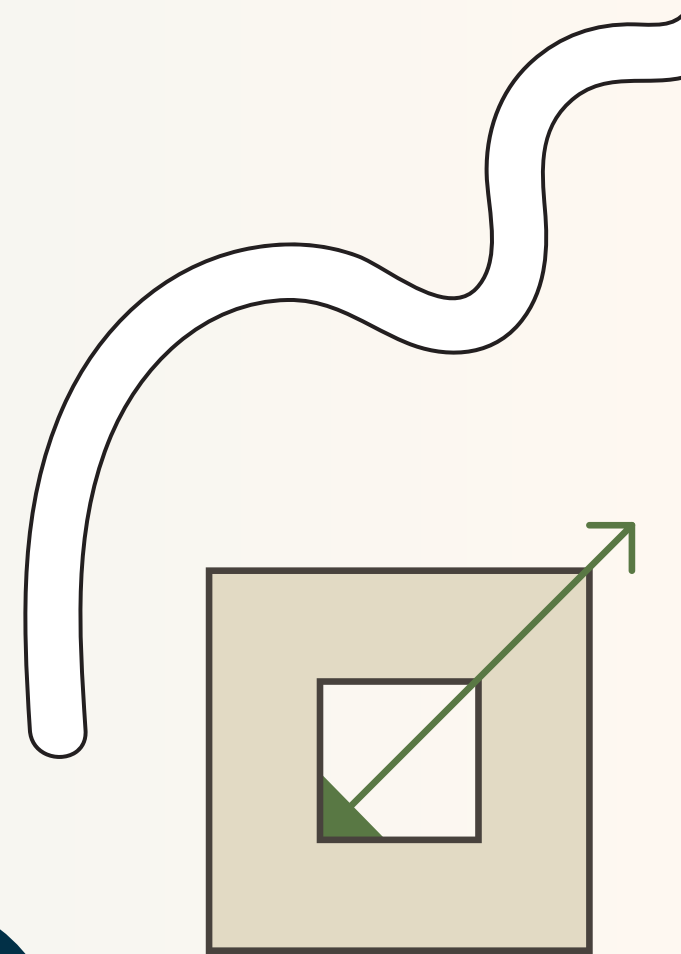
02

Этапы разработки идей и решений

03

Применение креативных техник в бизнесе

03



ПРЕЖДЕ ЧЕМ НАЧАТЬ

КАК ВЫ ОБЫЧНО ПОДХОДИТЕ К РЕШЕНИЮ ПРОБЛЕМ?

- Пробуете разные способы?
- Пытаетесь быстро найти решение или ищете оптимальное?
- Обсуждаете проблему с другими людьми?

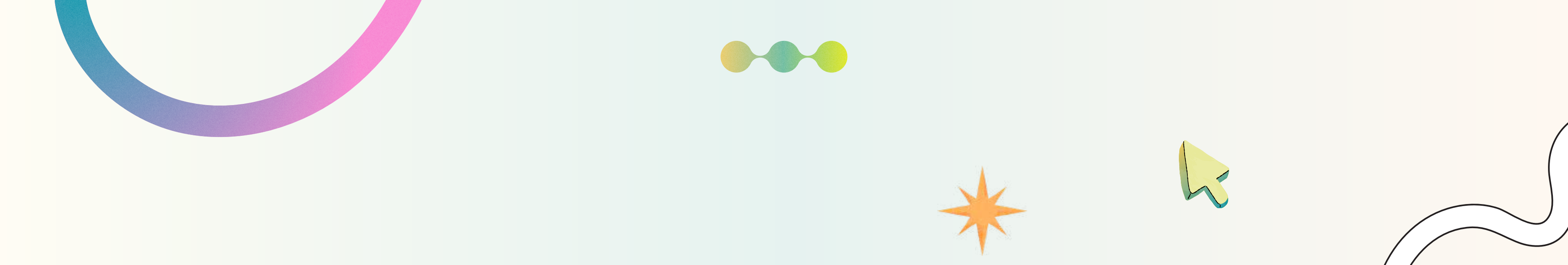




ПОДУМАЙТЕ ОБ ЭТОМ

Мы не можем решать проблемы, применяя тот же тип мышления, который мы использовали, создавая их.

— Альберт Эйнштейн



ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ — НЕ ТОЛЬКО ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Это процесс, который могут усвоить люди даже с самым традиционным мышлением.

ЧТО ТАКОЕ ДИЗАЙН МЫШЛЕНИЕ?

**СФОРМИРУЙТЕ ИДЕЮ,
СОЗДАЙТЕ ПРОТОТИП,
ПРОТЕСТИРУЙТЕ, ПОВТОРИТЕ**

Дизайн-мышление — это метод, который позволяет изменить наш подход к решению проблем.

Он включает креативные и нестандартные методы, которые помогают не просто решать задачу, а действительно находить инновационные и эффективные решения.





ЗАЧЕМ ЭТО НУЖНО?

СФОКУСИРОВАТЬСЯ НА ПОТРЕБНОСТЯХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИЛИ КЛИЕНТОВ.

Мы не просто решаем проблему, а думаем о том, что важно для людей, для которых мы создаем продукт. Это помогает сделать наши продукты или услуги более полезными и удобными для пользователей.

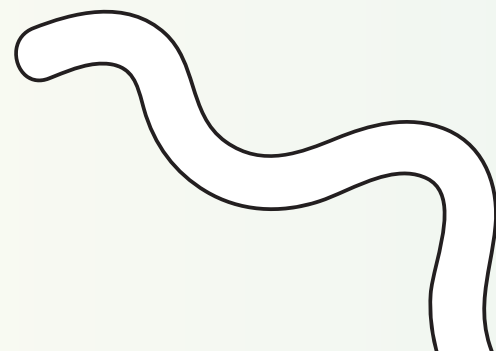


НАЙТИ НЕОЧЕВИДНЫЕ И ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ.

Дизайн-мышление помогает выйти за рамки обычных идей и найти неочевидные, креативные способы решения. Мы ищем лучшие варианты, которые могут быть намного эффективнее.

РАБОТАТЬ НАД ЗАДАЧАМИ НЕ ПО ПРИНЦИПУ «ЧТО НАМ НУЖНО СДЕЛАТЬ», А «ЧТО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО НУЖНО ЛЮДЯМ».

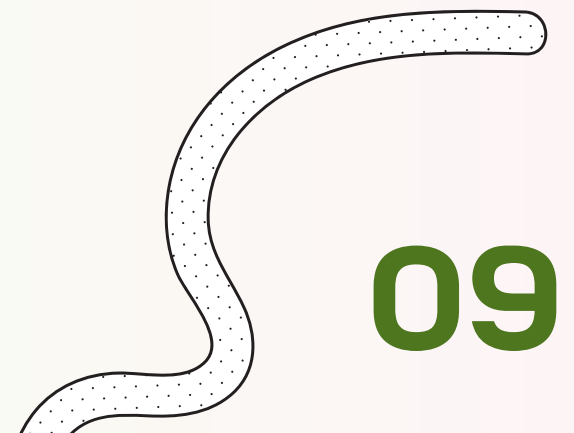
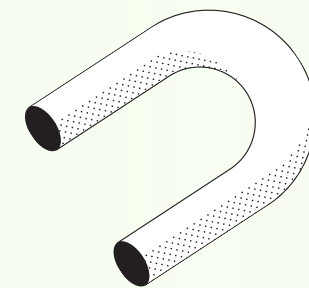
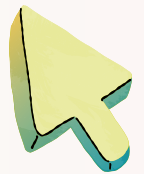
Вместо того чтобы решать задачи по старому принципу, мы фокусируемся на том, что действительно нужно людям, и на этом строим решения.





КАК ЭТО ПОМОГАЕТ РЕШАТЬ ЗАДАЧИ?

- Понимание проблемы.
- Генерация идей.
- Прототипирование и тестирование.





ПОДХОД ДИЗАЙН МЫШЛЕНИЯ



Эмпатия

Понимаем чувства
и потребности
людей.



Формулирование проблемы

Четко определяем,
что именно нужно



Генерация идей

Придумываем
разные варианты
решений.



Прототипирование и тестирование

Создаем быстрые
черновые версии
решений /
Проверяем
на практике, что
работает лучше



ЭТАП I

ЭМПАТИЯ — ЭТО УМЕНИЕ ПОСТАВИТЬ СЕБЯ НА МЕСТО ДРУГОГО ЧЕЛОВЕКА

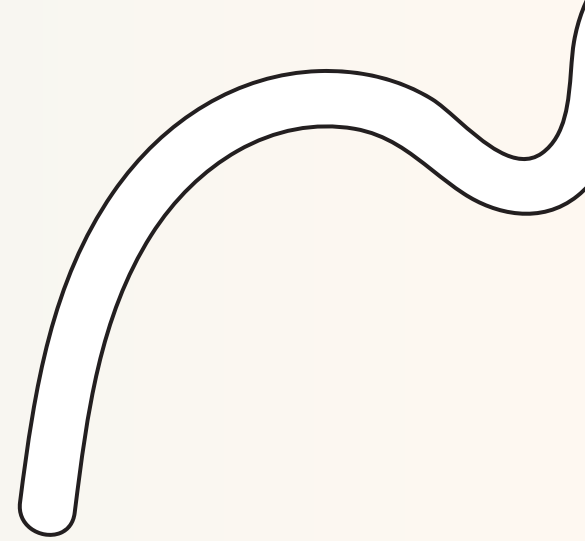
Чтобы придумать хорошее решение, нужно сначала понять, что чувствует человек, какие у него боли, страхи, ожидания и желания.





ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

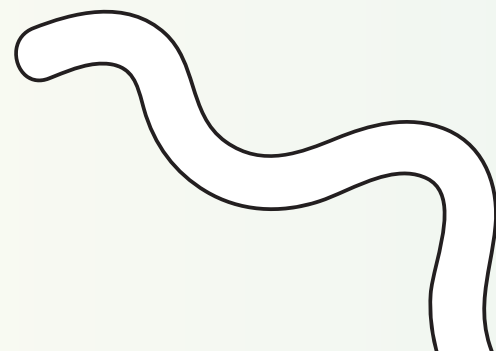
ИСТОРИЯ ОТ ЛИЦА ГЕРОЯ



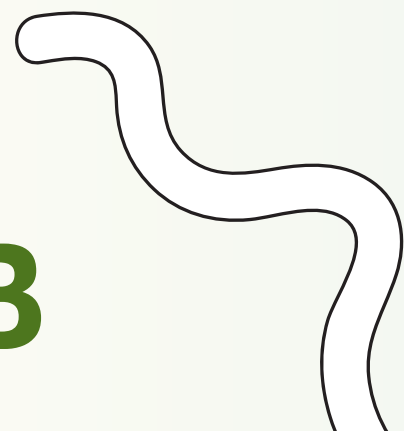
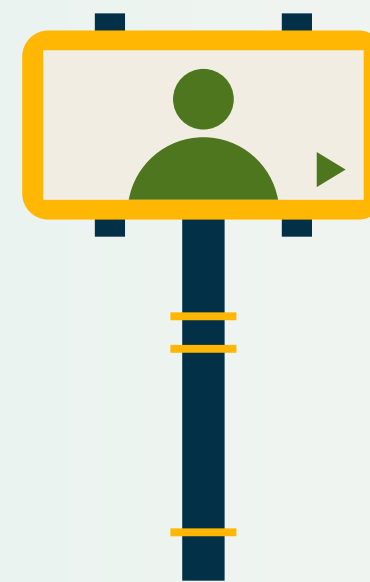
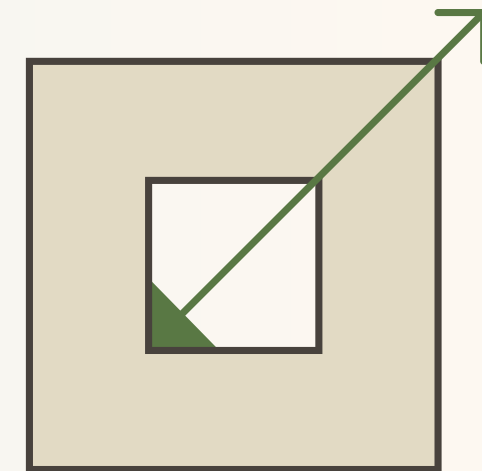
Задание: придумать короткую историю от имени героя — что он чувствует, какие у него есть мечты, с какими проблемами сталкивается каждый день.

История должна быть на 2-3 минуты устного рассказа от первого лица ("Я — студентка Алиа. Каждый день я сталкиваюсь с...").

После подготовки каждая группа представляет своего героя всей аудитории: один участник рассказывает историю от лица своего персонажа.



- 



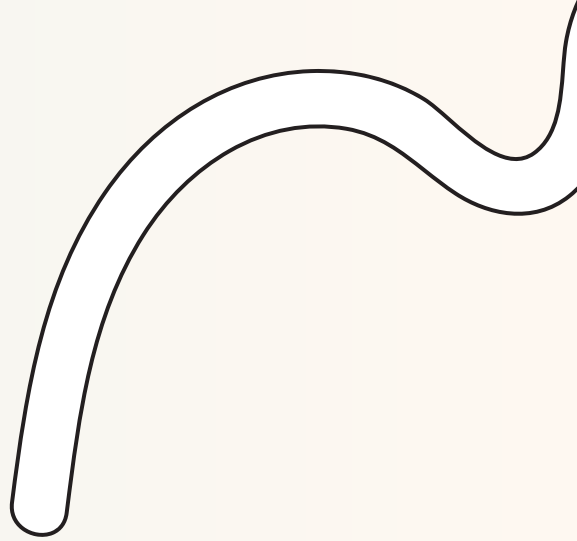


РЕФЛЕКСИЯ

- Что нового вы узнали о потребностях людей?
- Было ли легко представить себя на месте другого?
- Почему важно сначала понять человека, а не сразу придумывать решение?



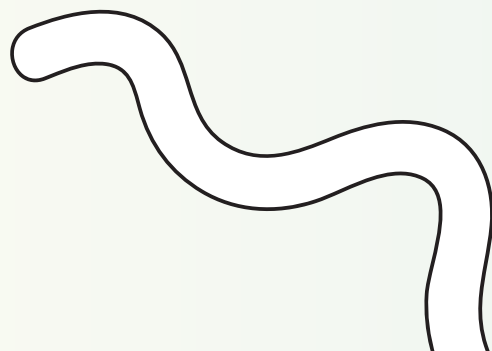
ЭТАП 2: ФОРМУЛИРОВКА ЗАДАЧИ



ЧТО ТАКОЕ ХОРОШАЯ ЗАДАЧА ?



Что отличает хорошо сформулированную задачу от плохой?





ФАЗА ФОРМИРОВАНИЯ ЗАДАЧИ ИЛИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КЛЮЧЕВОЙ ПРОБЛЕМЫ



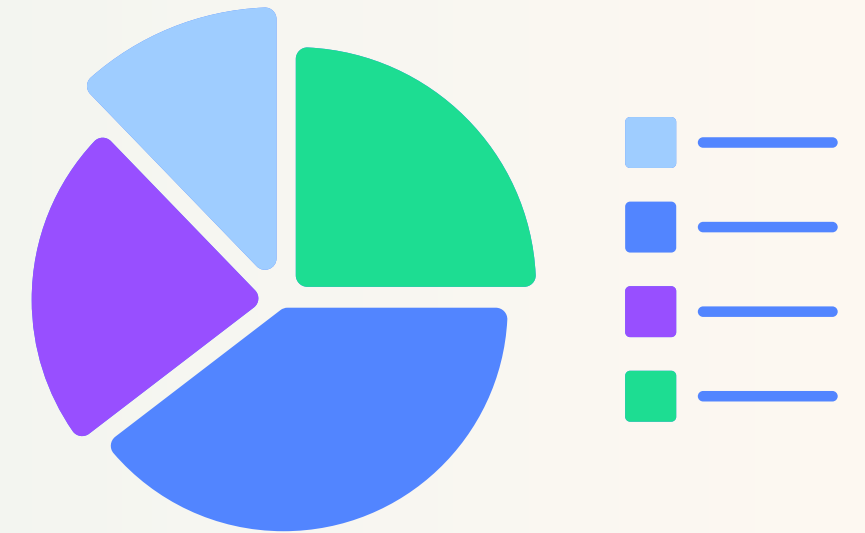
Конкретная

Она должна чётко обозначать проблему, без абстракций или расплывчатых формулировок. Чем точнее задача, тем легче будет придумать решение.



Понятная

Задача должна быть сформулирована так, чтобы её могли понять даже те, кто не знаком с вашей ситуацией или проблемой. Она должна быть ясной и доступной.



Связанной с реальной потребностью

Мы решаем именно то, что важно для человека, а не то, что кажется важным на первый взгляд.



УПРАЖНЕНИЕ: ФРЕЙМ ЗАДАЧИ

1. Вернуться к своим героям.
2. Сначала коротко обсудить потребности (5 минут).
3. Потом вместе сформулировать задачу по шаблону

[Имя героя/героини] нуждается в [что ему/ей нужно], чтобы
[что он/она хочет достичь].



ВАЖНО:

1. Одна основная задача на команду.
2. Формулировка должна быть конкретной и понятной даже незнакомому человеку.



ТЕСТ РЕШЕНИЯ



ПРОБЛЕМА ЯСНА?

Задача: «Нужно улучшить работу магазина.»

— Это слишком общая задача, не ясна, какая именно проблема с магазином. Например, «клиенты не могут найти нужные товары» будет более конкретной проблемой.

ПОНЯТНО, КТО ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ?

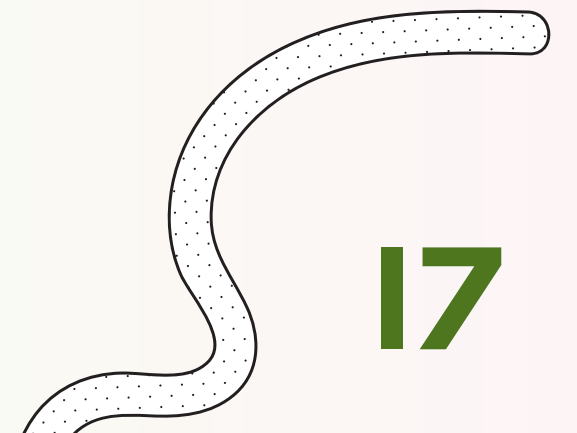
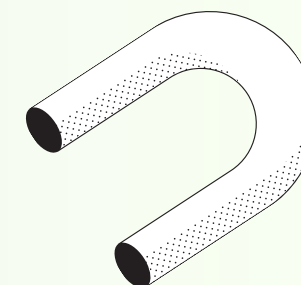
Задача: «Придумать решение для студентов.»

— Нужно уточнить: «Как помочь студентам с организацией учебного времени?» или «Как улучшить учебный процесс для студентов на первом курсе?» для конкретики.

МОЖНО ЛИ БУДЕТ ПРИДУМАТЬ ИДЕИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ?

Задача: «Нужна лучшая доставка еды.»

— Эта формулировка слишком общая и не даёт конкретных ориентиров для идеи. Лучше переформулировать задачу: «Как улучшить скорость и качество доставки еды в больших городах?»





Молодые люди из сельских районов не имеют доступа к качественным образовательным и карьерным возможностям. Мы должны создать онлайн-платформу, которая предоставит эти возможности, с акцентом на развитие навыков, востребованных на рынке труда.



ПРОБЛЕМА ЯСНА:

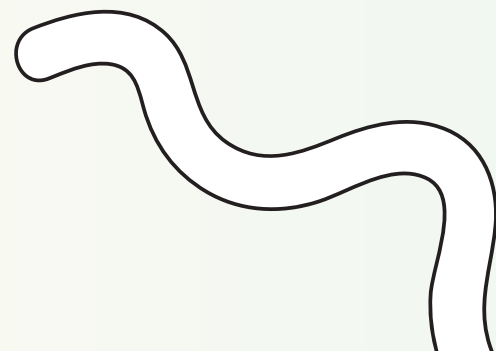
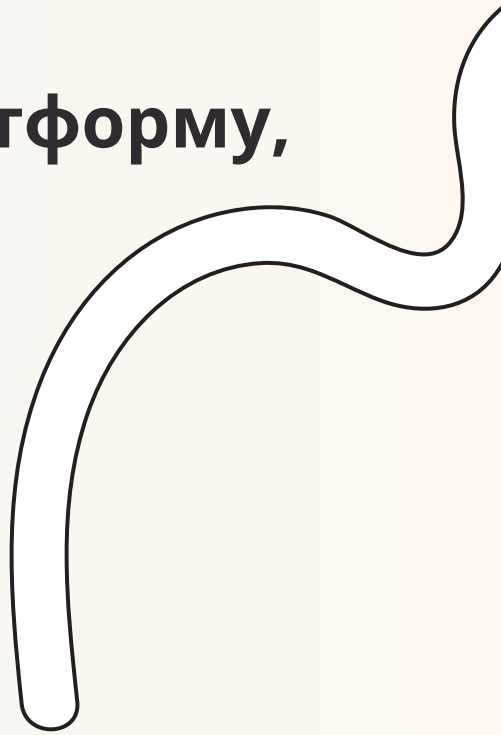
Проблема чётко сформулирована — недостаток доступа к образованию и карьерным возможностям для молодёжи из сельских районов.

ПОНЯТНО, КТО ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ:

Целевая аудитория — молодые люди из сельских районов, что помогает точно определить потребности и ожидания этой группы.

МОЖНО ПРИДУМАТЬ ИДЕИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ:

Задача открыта для генерации множества идей: создание платформы, выбор контента (курсы, тренинги, консультации), методы вовлечения и мотивации пользователей, интеграция с местными организациями и т. д.





ЭТАП 3: ФАЗА ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕЙ



МНОЖЕСТВО РЕШЕНИЙ

На этом этапе мы можем придумать много разных решений и выбрать из них те, которые лучше всего подходят для наших пользователей и их потребностей.



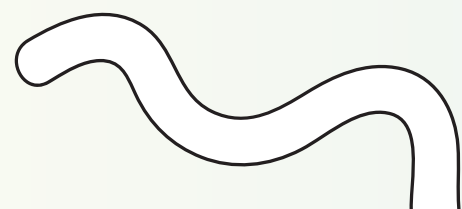
КРЕАТИВНОСТЬ И ОТКРЫТОСТЬ

Задача — придумать как можно больше вариантов. Чем больше идей, тем выше шанс найти что-то действительно стоящее.



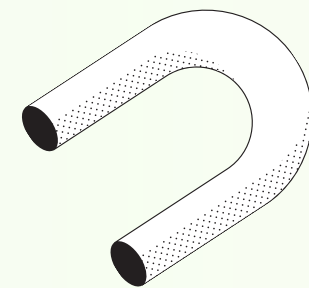
ВДОХНОВЕНИЕ И ГИБКОСТЬ

Генерация идей помогает «вытащить» из нас лучшие и самые креативные решения. Это также тренирует гибкость мышления, позволяя нам искать нестандартные и инновационные подходы к решению проблемы.





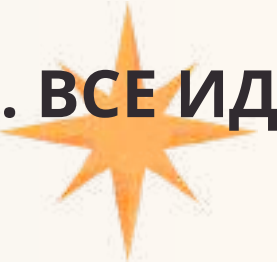
- Каждая команда по очереди вытягивает бочонок с номером. Это будет случайный процесс, но каждый номер соответствует определённому заданию.
- Каждый бочонок будет содержать задание, которое связано с генерацией идей. Задание будет соответствовать определённому числу на бочонке (например, задание с номером 1, 2, 3 и так далее).
- После того как вы прочитаете задание, вам нужно будет придумать несколько идей, которые отвечают на поставленный вопрос или задачу на бочонке.
- Все идеи, которые будут предложены, мы записываем, чтобы потом можно было обсудить их и выбрать наиболее интересные и практичные для нашей задачи.





ВАЖНОЕ ПРАВИЛО

ВО ВРЕМЯ ГЕНЕРАЦИИ ИДЕЙ ВАЖНО НЕ КРИТИКОВАТЬ И НЕ ОСТАНАВЛИВАТЬ ПОТОК МЫСЛЕЙ. ВСЕ ИДЕИ, ДАЖЕ САМЫЕ СТРАННЫЕ, МОГУТ ПРИВЕСТИ К НЕОЖИДАННЫМ РЕШЕНИЯМ.



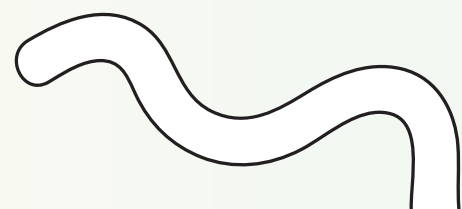
Свободный
поток мыслей



Расширение
сознания



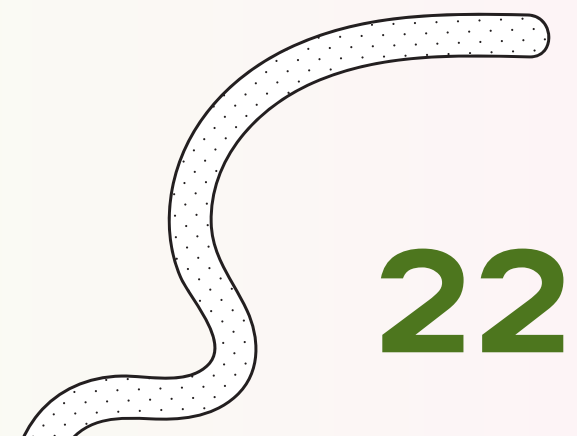
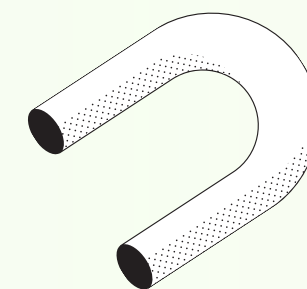
Новые
подходы





ЭТАП 4: ПРОТОТИПИРОВАНИЕ

Прототипирование — это важный этап в процессе создания продукта или решения, который позволяет проверить гипотезы и идеи, а также выявить возможные проблемы и улучшения до того, как проект будет реализован на полном масштабе. Этот процесс включает в себя быстрое создание моделей (прототипов), которые помогают визуализировать концепцию и протестировать её в реальных условиях.





Он должен быть создан с расчётом на то, чтобы его можно было протестировать и улучшать

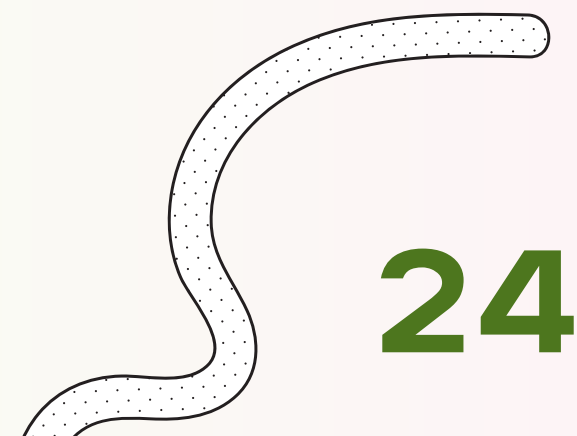
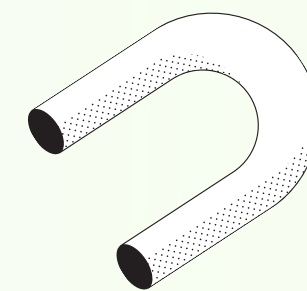
ИТЕРАЦИОННЫМ

Прототип — это не конечная версия, а продукт для тестирования и улучшения. Нужно быть готовым к повторению процесса.



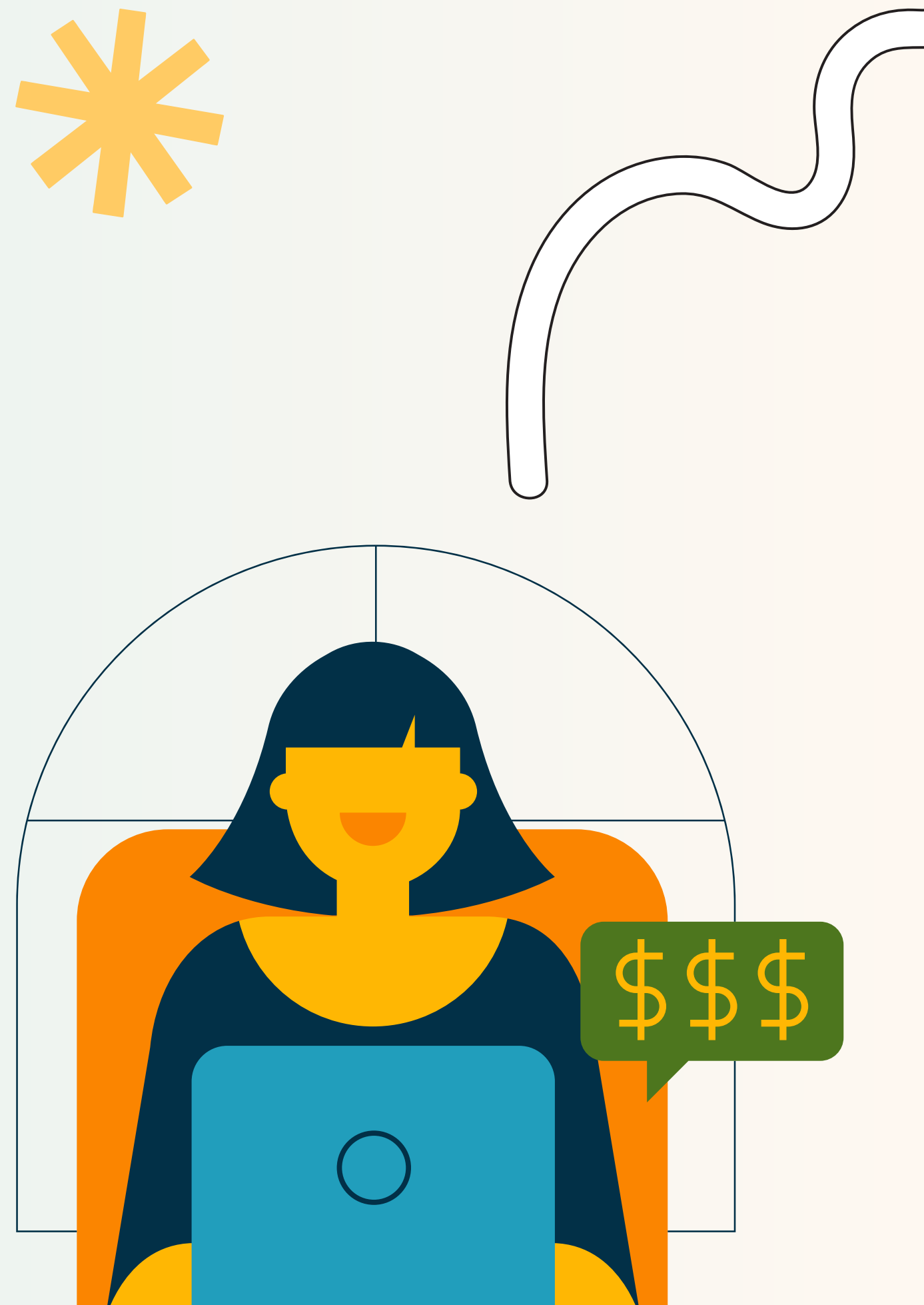
ПРОТОТИП БАНКОМАТА ИЗ КОРОБКИ

Представьте, что вам нужно создать идею для нового банкомата. Вместо того чтобы сразу разрабатывать сложную электронную модель, вы можете начать с простого прототипа из подручных материалов — например, из картонки.



КОГДА УСТРОЙСТВА НЕТ, А ПОТРОГАТЬ ХОЧЕТСЯ

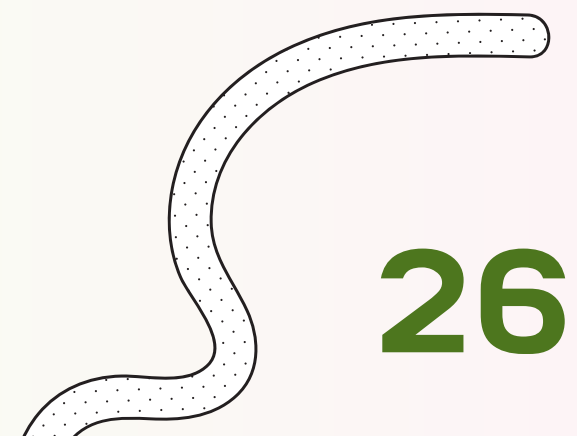
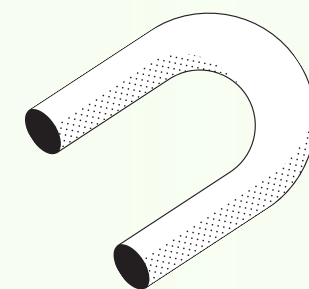
Не всегда под рукой есть реальные готовые изделия, которые можно потрогать. В таких случаях я использую простые картонные болванки, которые имитируют настоящие устройства.





ЦИФРОВЫЕ ПРОТОТИПЫ

Создание макетов мобильных приложений или веб-сайтов.



ТЕСТИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ

Создание схем и моделей, чтобы оценить, как будет работать услуга или процесс.





ПРИНЦИПЫ ПРОТОТИПИРОВАНИЯ



ИНТЕРАТИВНОСТЬ

Создаём, тестируем и улучшаем. Повторяем процесс, пока не добьёмся



СКОРОСТЬ

Мы не стараемся создать идеальный прототип, главное — быстрота. Прототип должен быть создан быстро, чтобы протестировать основные функции.



ДОСТУПНОСТЬ

Прототип можно сделать из доступных материалов, не тратя много времени и денег.



ТЕСТИРУЕМОСТЬ

Прототип должен быть протестирован с реальными пользователями и



ОШИБКИ — ЭТО НОРМАЛЬНО
Ошибки — не проблема, это возможность улучшить продукт.





ЧТО МОЖНО ПРОТОТИПИРОВАТЬ?

ПРОДУКТЫ

Макеты товаров
или их части.

УСЛУГИ

Процессы
обслуживания или
взаимодействия с
клиентами

ЦИФРОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Интерфейсы
приложений или
сайтов

БИЗНЕС МОДЕЛИ

Прототипирование
различных бизнес-
стратегий

СЛИШКОМ МНОГО ДЕТАЛЕЙ

Не стоит стремиться к идеальному продукту на этом этапе. Прототип — это черновик, его цель — тестирование идей, а не идеальная реализация.



ИГНОРИРОВАНИЕ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

Прототипирование не будет работать, если не тестировать его с пользователями. Обратная связь — это ключ.

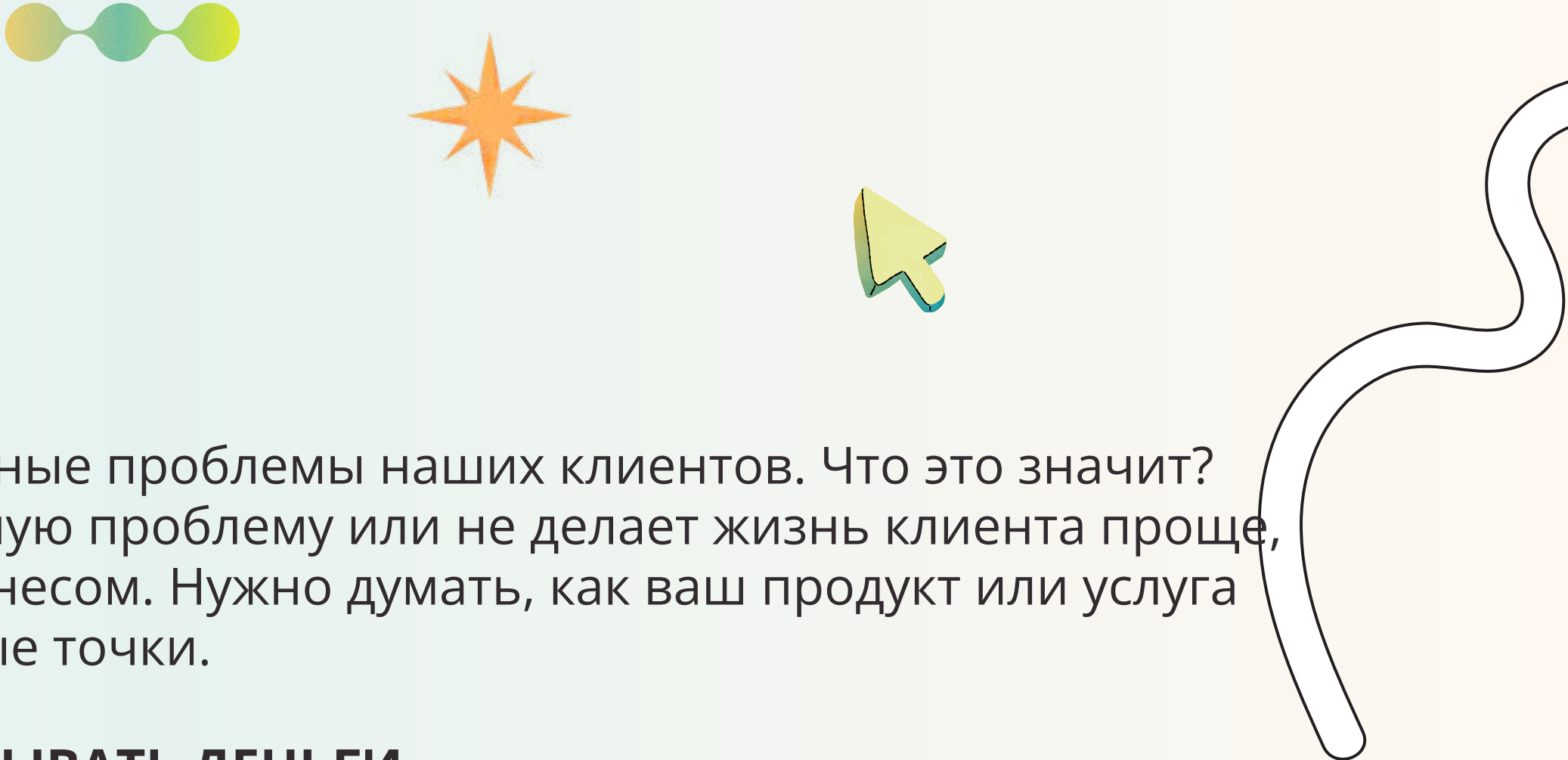
СЛОЖНЫЕ ИЛИ ДОРОГИЕ МАТЕРИАЛЫ

На этом этапе лучше использовать доступные материалы и инструменты, чтобы не тратить время и ресурсы.



ОТСУТСТВИЕ ИТЕРАЦИЙ

Прототип нужно улучшать, а не останавливаться на первом варианте.



ПУТЬ К ДЕНЬГАМ

ШАГ 1: МЫ ОТХОДИМ ОТ КЛИЕНТА.

Запомните: наши идеи должны решать реальные проблемы наших клиентов. Что это значит? Это значит, что если идея не решает конкретную проблему или не делает жизнь клиента проще, то, скорее всего, она не станет успешным бизнесом. Нужно думать, как ваш продукт или услуга будет полезен людям, как он решит их болевые точки.

ШАГ 2: ИДЕИ ДОЛЖНЫ ПОМОГАТЬ ЗАРАБАТЫВАТЬ ДЕНЬГИ.

Каждая идея должна быть прибыльной. Это ключевое условие. Мы с вами хотим, чтобы наш бизнес был успешным и приносил доход.

ШАГ 3: ТЕХНИЧЕСКАЯ ОСУЩЕСТВИМОСТЬ.

Идея должна быть технически исполнима. Это значит, что у вас должны быть ресурсы для реализации этой идеи. У вас есть деньги, время, оборудование, нужные навыки? Вы можете использовать те ресурсы, которые есть в вашем распоряжении, или вам нужно искать дополнительные?



ПРОБЛЕМА I

МОЛОДЫЕ ЛЮДИ 18 ЛЕТ, ОБУЧАЮЩИЕСЯ В ГОРОДЕ, НЕ МОГУТ НАЙТИ РАБОТУ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ СО СВОБОДНЫМ ГРАФИКОМ И ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТОЙ ОТ 25 000 ДО 50 000 СОМ В ТЕЧЕНИЕ ПЕРВЫХ 2 МЕСЯЦЕВ ПОИСКА, ЧТО ЗАТРУДНЯЕТ СОВМЕЩЕНИЕ УЧЕБЫ И ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

БИЗНЕС-ИДЕЯ:



ПРОБЛЕМА 2

БОЛЕЕ 80% СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ "ТУРИЗМ" В ВОЗРАСТЕ ОТ 18 ЛЕТ НЕ МОГУТ ПРОЙТИ ОТБОР НА ЗАРУБЕЖНЫЕ СТАЖИРОВКИ ИЗ-ЗА НЕХВАТКИ ПРАКТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ (ВИЗОВАЯ ПОДДЕРЖКА, ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК, СЕРВИСНЫЕ НАВЫКИ, ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ), ЧТО ОГРАНИЧИВАЕТ ИХ КАРЬЕРНОЕ РАЗВИТИЕ.

БИЗНЕС-ИДЕЯ:



ПРОБЛЕМА 3

БОЛЕЕ 90% МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ ИЗ ОТДАЛЕННЫХ РЕГИОНОВ НЕ ИМЕЮТ ПОСТОЯННОГО ДОСТУПА К ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ РЕСУРСАМ И КАРЬЕРНЫМ КОНСУЛЬТАЦИЯМ, ЧТО СНИЖАЕТ ИХ ШАНСЫ НА ТРУДОУСТРОЙСТВО И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ РОСТ.

Бизнес-идея:



**БЛАГОДАРЮ
ЗА ВНИМАНИЕ!**

