

МИРЭА – РОССИЙСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ

Работа посвящена проектированию и реализации
инновационных программных продуктов

Контакты:

<http://stepanovd.com/training/17-desingthinking>

mail@stepanovd.com

Автор:

Степанов Дмитрий Юрьевич

к.т.н., доц. РТУ МИРЭА

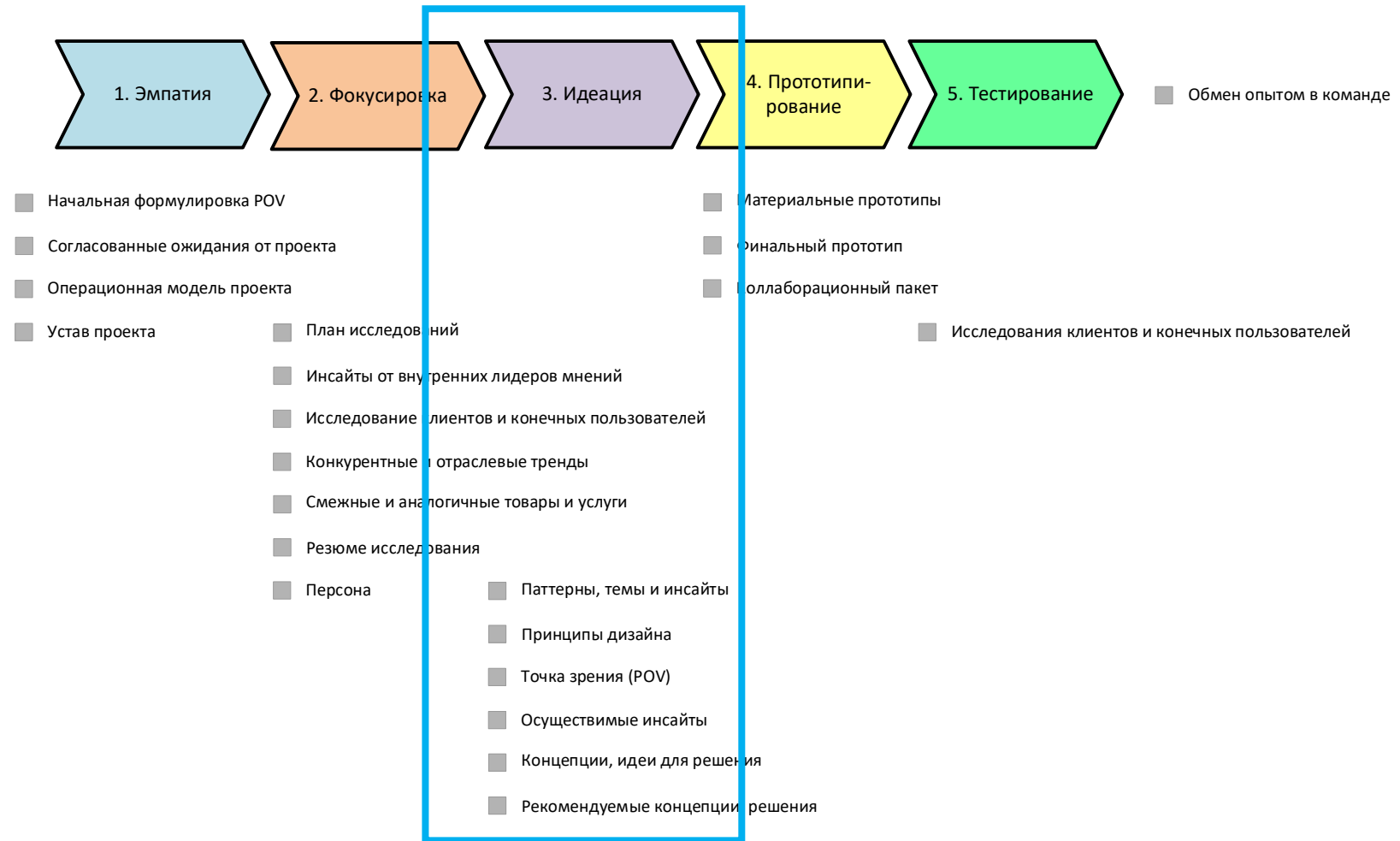
Москва – 2024

ГЛАВА 4.

ЭТАП ИДЕАЦИИ

- Как мы могли бы помочь, пространство для проектов, уровни исследования потребительской активности, показываем и рассказываем;
- Поиск паттернов и тем, кластеризация, ключевые слова и анализ понятий, расстановка приоритетов, воркшоп по идеации, взаимосвязи паттернов, анализ трендов, определение персон, точек зрения и принципов дизайна;
- Точка зрения, персоны, порядок составления карты эмпатии, принципы дизайна, итеративная идеация, мозговой шторм, быстрое прототипирование, оценка идей.

4.1. Этап идеации



4.2. Показываем и рассказываем предыдущие результаты



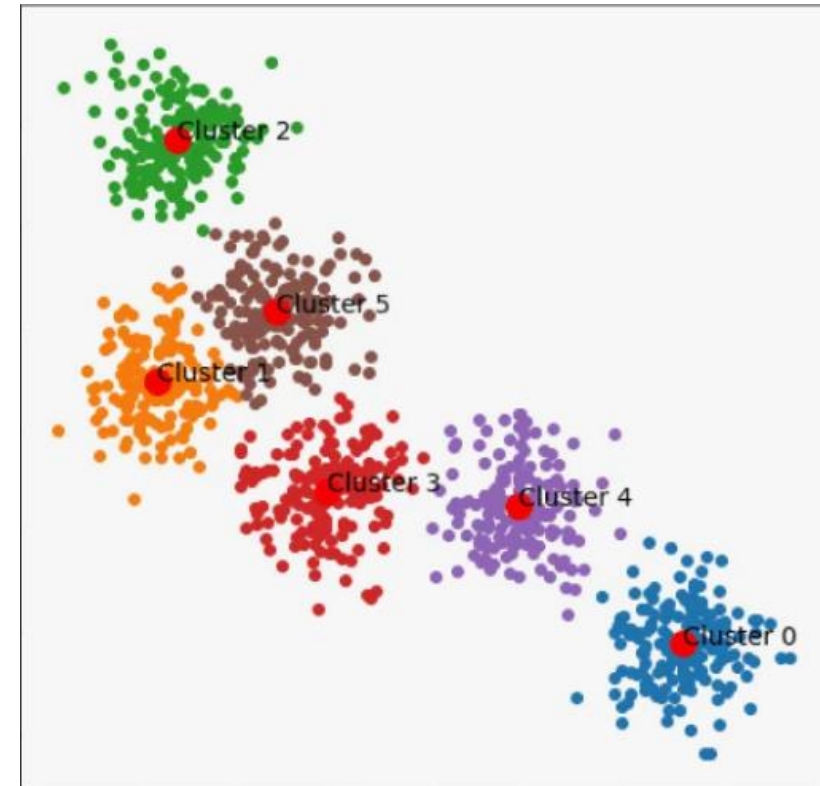
4.3. Предложения по тому, как мы могли бы помочь

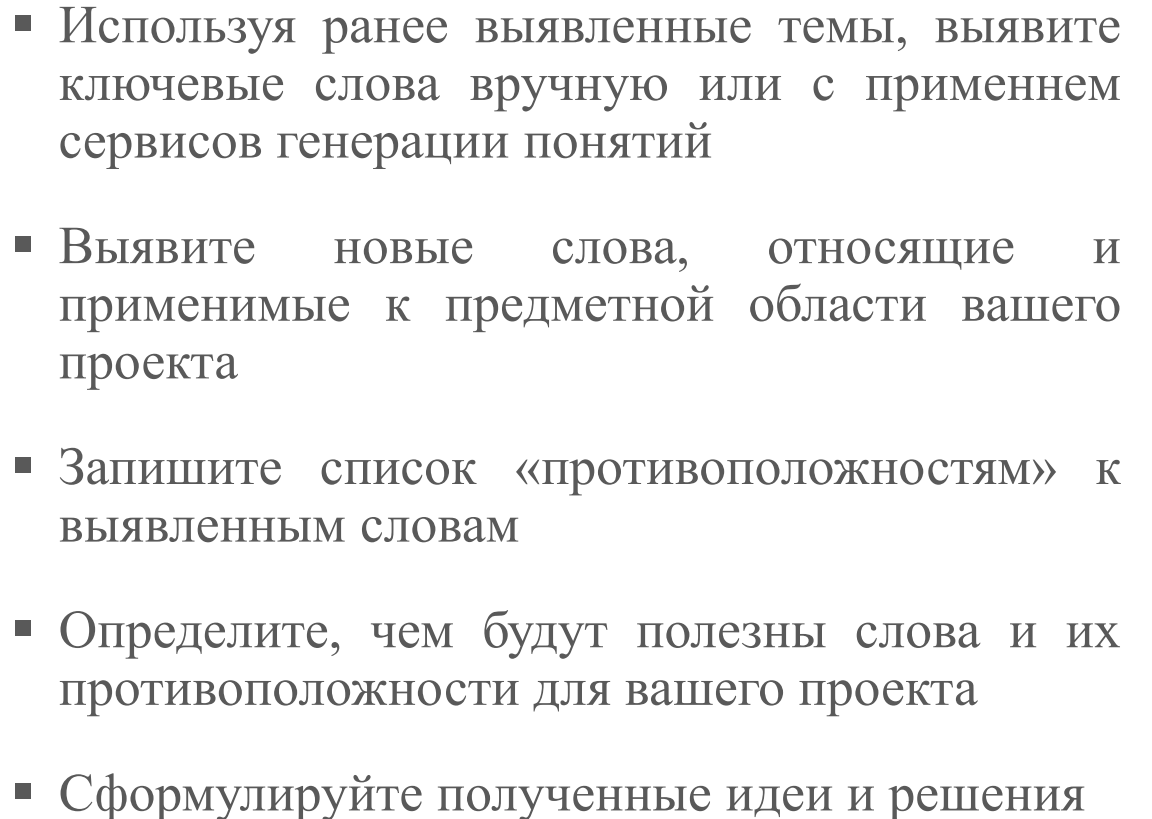


- Воспользуйтесь результатами исследований, точками зрения, инсайтами фазы фокусировки
- Сформулируйте выявленные проблемы, озвученные на предыдущей фазе
- Совместно с командой озвучьте предложения, призванные решить проблемы, задавая вопросы: «Как мы могли бы помочь?», «Зачем нам ...?», «Что это позволит нам ...?», «Кому нужно ...?» и др.
- Выберите лучшие предложения

4.4. Кластеризация тем

- Разместите предложения, сформулированные ранее на специальных стикерах
- Совместно с командой группируйте предложения по схожим тематикам
- Если темы получились слишком громоздкими, разбейте их на меньшие
- Продолжайте повторять шаги группировки и декомпозиции до тех пор, пока каждый член команды не будет согласен с результатами





4.6. Анализ трендов тем



4.7. Расстановка приоритетов тем



4.8. Воркшоп по идеации тем

- Сформируйте подкоманды для обсуждения приоритизированных тематик
- Проведите мозговой штурм каждой из ранее определенных тем
- Результат проделанной работы состоит в уточнении тем, исключении неактуальных из них, а также переприоритизации



4.9. Персоны

- Образ клиента, выявленный в ходе проведенных исследований
- Определяет целевой сегмент, для которого будет разрабатываться продукт
- Что он думаем, говорит, чувствует и делает
- Отражает привычки и потребности потенциальных пользователей



4.10. Принципы дизайна

«Концепция по выработке идей, поиске решений и уточнении деталей этих решений ...»

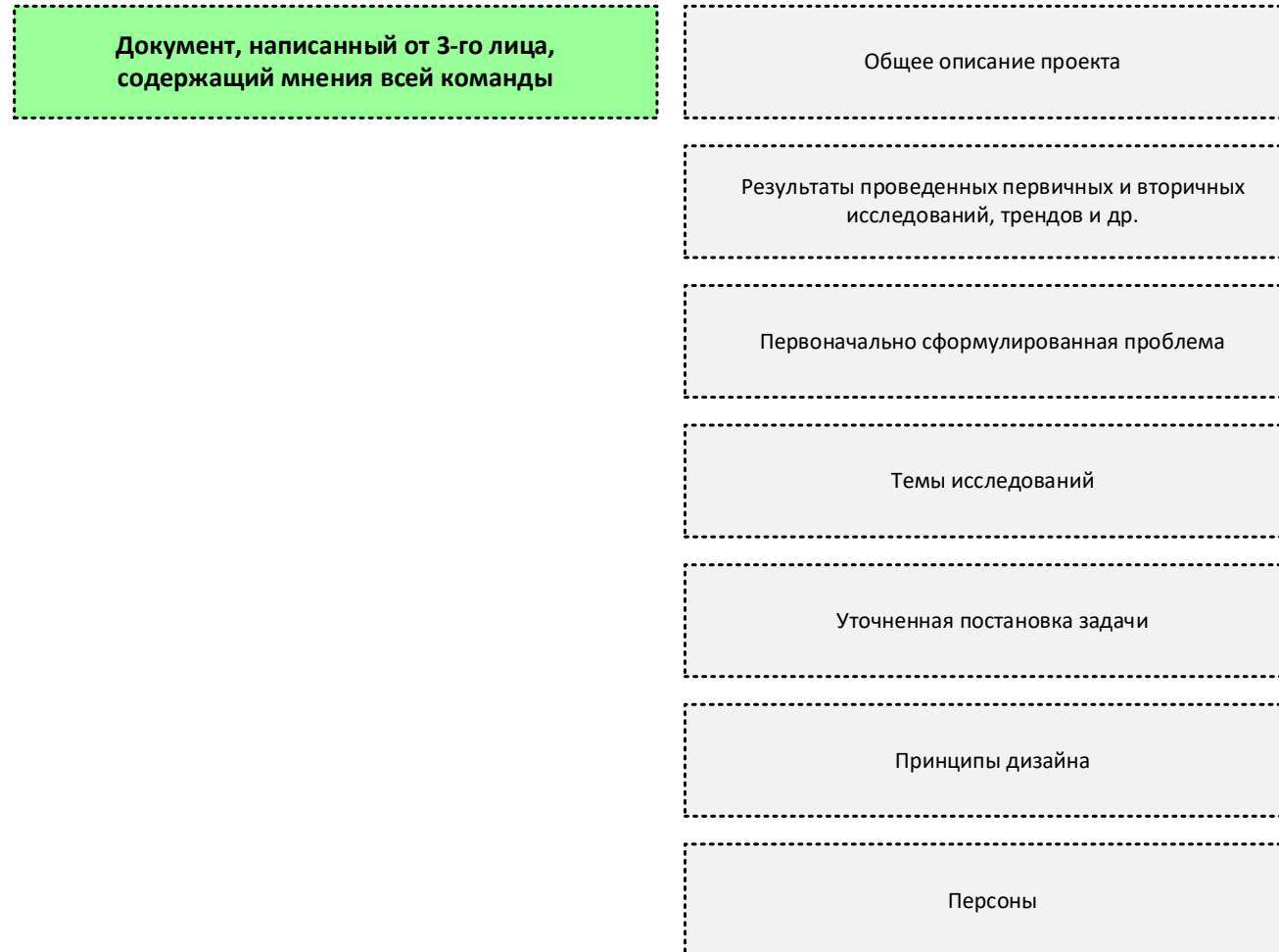


4.11. Взаимосвязи тем

	Тема 1	Тема 2	Тема 3
Персона 1			
Цель 1			
Персона 2			
Цель 2			
Персона 3			
Цель 3			

- Какие темы влияют друг на друга?
- Какие существуют зависимости между темами?
- Какие персоны влияют на темы?
- Какие принципы дизайна относятся к темам?

4.12. Точка зрения команды



4.13. Мозговой штурм для генерации идей в разрезе тем



4.14. Быстрое прототипирование идей



4.15. Оценка идей

