



Design Thinking

come approccio alla progettazione

10 e 17 aprile 2018

@Talent in gioco - Bologna

Giulia Cassani

COSA FACCIAMO OGGI

INTRO

16.30-17.00

WORKING LAB



Social Seed in breve...

Social Seed è il **laboratorio di innovazione** per le organizzazioni del territorio e le imprese sociali.

Accompagniamo **persone, comunità e organizzazioni** per renderle pronte al cambiamento.

Nel nostro lavoro favoriamo un approccio che promuove la valorizzazione dei talenti, delle capacità imprenditoriali e delle risorse sottoutilizzate sia della singola organizzazione sia del territorio.



Come lo facciamo

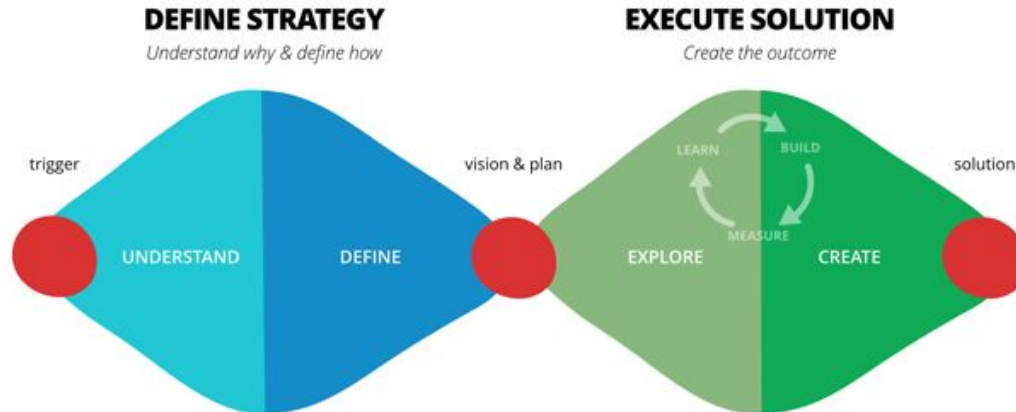
Entriamo nelle organizzazioni e costruiamo laboratori di **co-design** come spazi di prova in cui le persone agiscono diversamente dal quotidiano.

Abbiamo elaborato un **metodo artigianale** nato dalla **contaminazione** tra competenze e approcci alla progettazione (design thinking, progettazione partecipata, ricerca etnografica, design sistemico, analisi economico-organizzativa) che ci permette di costruire percorsi ad hoc coinvolgendo i beneficiari e testando le soluzioni innovative in un'ottica di miglioramento continuo.

**DESIGN THINKING
COME APPROCCIO ALLA
COPROGETTAZIONE**

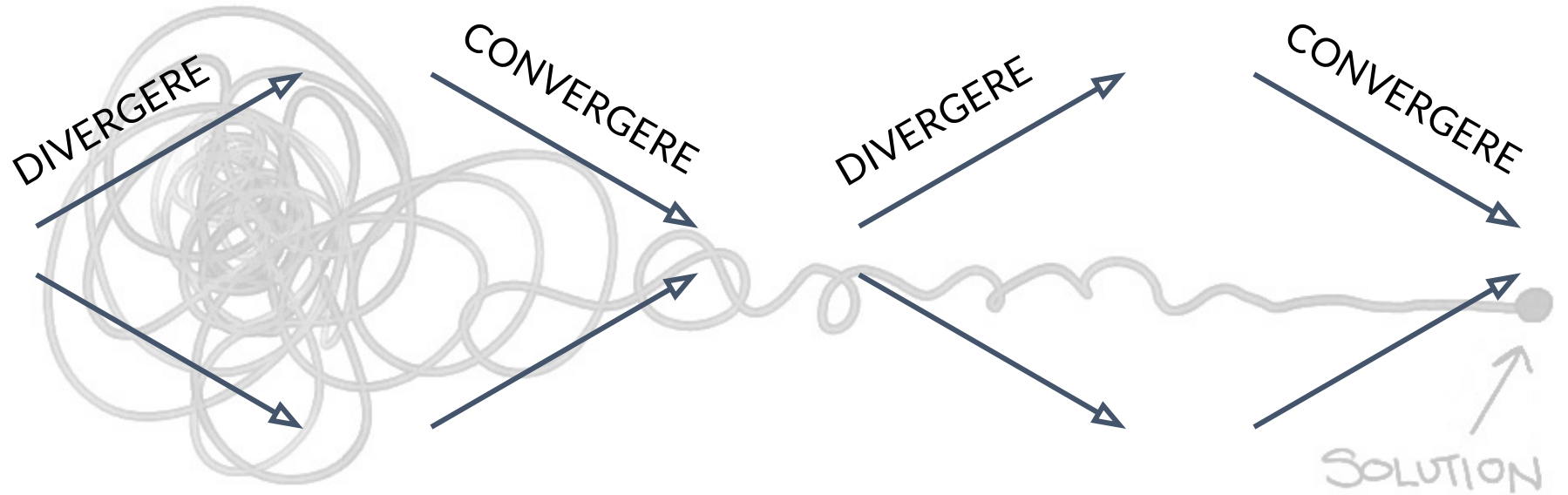
COSA è il DESIGN THINKING

L'approccio del Design Thinking è un approccio interdisciplinare volto ad aumentare la capacità delle organizzazioni (aziende profit, no profit, pubbliche amministrazioni ecc.) di prendere decisioni efficaci e redditizie, creando condivisione e “benessere” per tutti i suoi stakeholder, interni ed esterni.

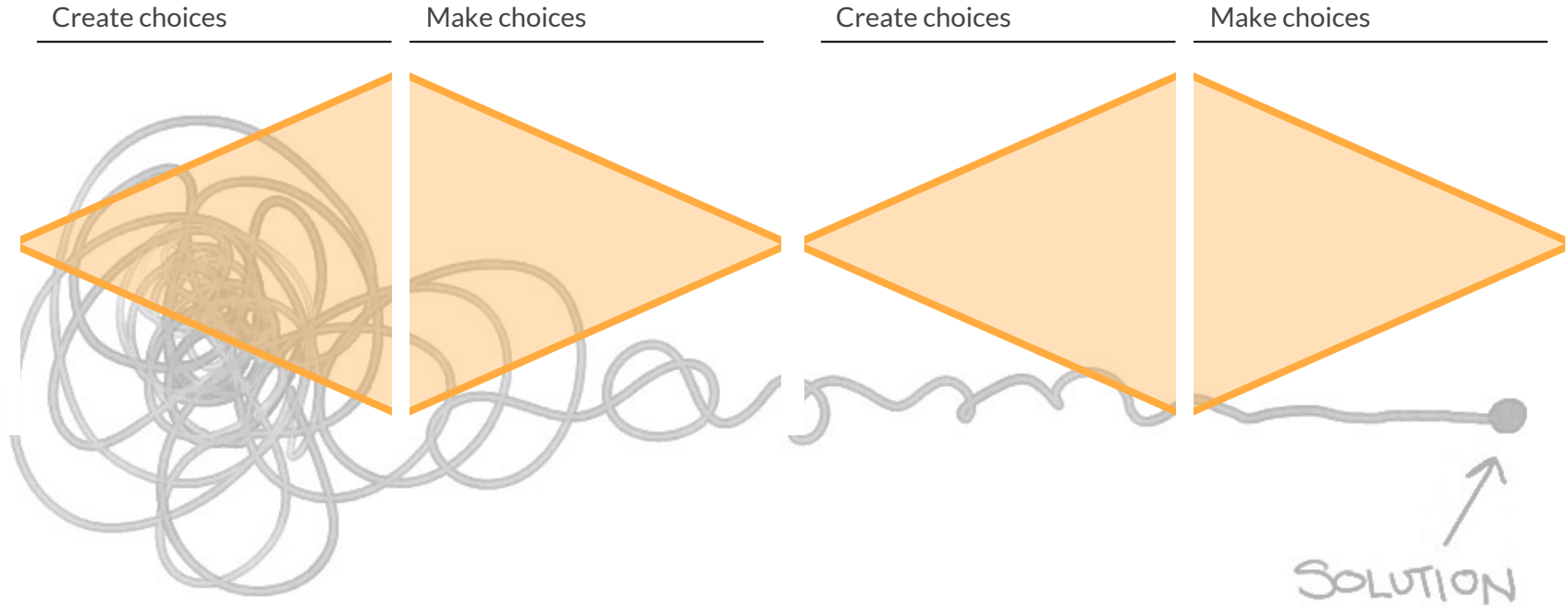


DISEGNARE UN PROCESSO (4 principi del design dei servizi)

1. DIVERGERE E CONVERGERE

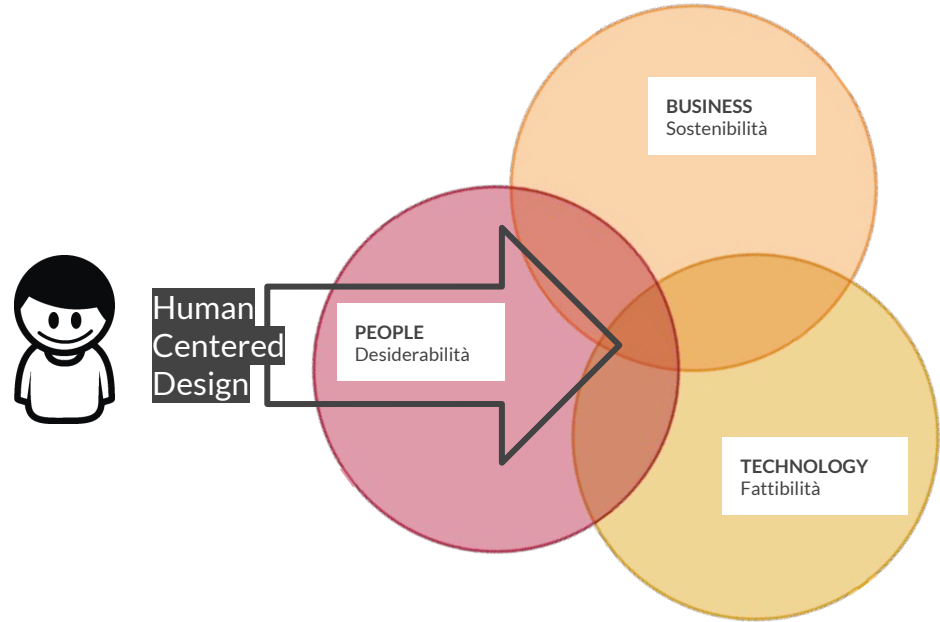


1. DIVERGERE E CONVERGERE



2. CENTRALITA' DEL BENEFICIARIO

1. Il cambiamento o ciò che desideri portare avanti deve essere verificato ingaggiando subito i beneficiari e gli alleati (chi può aiutarti a portare avanti il progetto?)
2. Le persone supportano ciò che creano, perciò invitale subito a prendere parte del processo.



2. CENTRALITA' DEL BENEFICIARIO

Per ridurre il rischio imprenditoriale, occorre aumentare la relazione con il cliente, vivendo in maniera empatica ed etnografica le vite dei nostri clienti, immedesimandosi e avendo quindi la possibilità di analizzare e apprendere dal loro comportamento e dai loro bisogni.

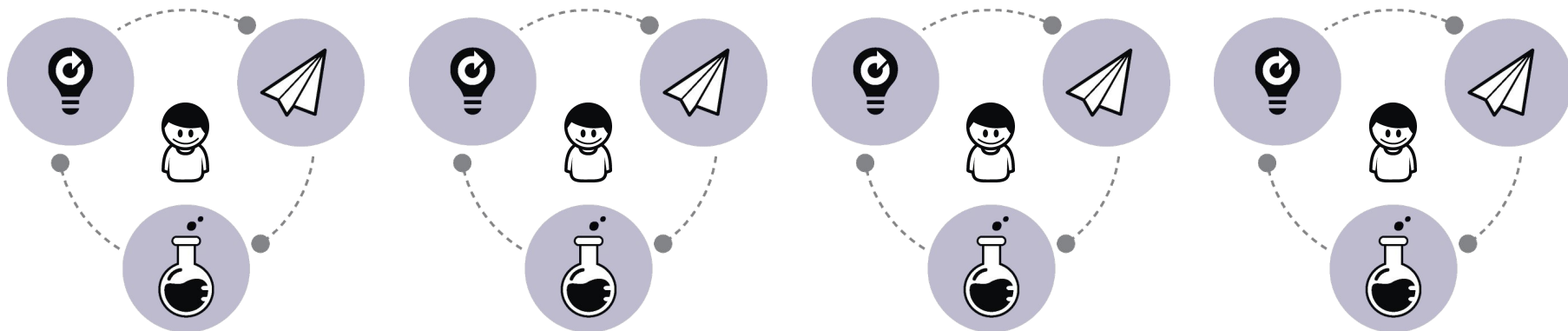


A collection of Polaroid photographs is displayed against a background of a painting depicting a landscape with a thatched hut and a large, ornate stone structure. The photos show a gnome with a red conical hat and a long white beard in various settings: a desert landscape with a rock formation, a city with a tall skyscraper, a city with a statue, a city with a large dome, and a city with a large onion dome. The gnome is shown in profile or from the front, always appearing to be in a different part of the world.

Creare esperienze

Le store ci aiutano ad abilitare le trasformazioni e ad immaginare l'impatto desiderato

3. ITERARE PER CRESCERE: costruire, misurare, imparare





Testare le soluzioni e riprogettare

Partiamo dal piccolo, per raggiungere il nostro impatto



Sperimentare l'idea vuol dire:

1. conoscerla meglio e comprendere potenzialità e criticità
2. esplorare diverse possibilità ed espanderla al fine di massimizzarne l'efficacia





Perchè prototipare?

- > per convergere
- > per fallire il prima possibile
- > per ricevere critiche
- > per validare il bisogno
- > per simulare
- > perchè, chi meglio può dirvi se funzionerà o meno, se non i vostri utenti finali?





Perchè prototipare?

- > per rendere concreti, riconoscibili e facili da usare servizi ed esperienze intangibili
- > per testare nuove possibili soluzioni
- > per creare interazioni ed esperienza con i propri beneficiari

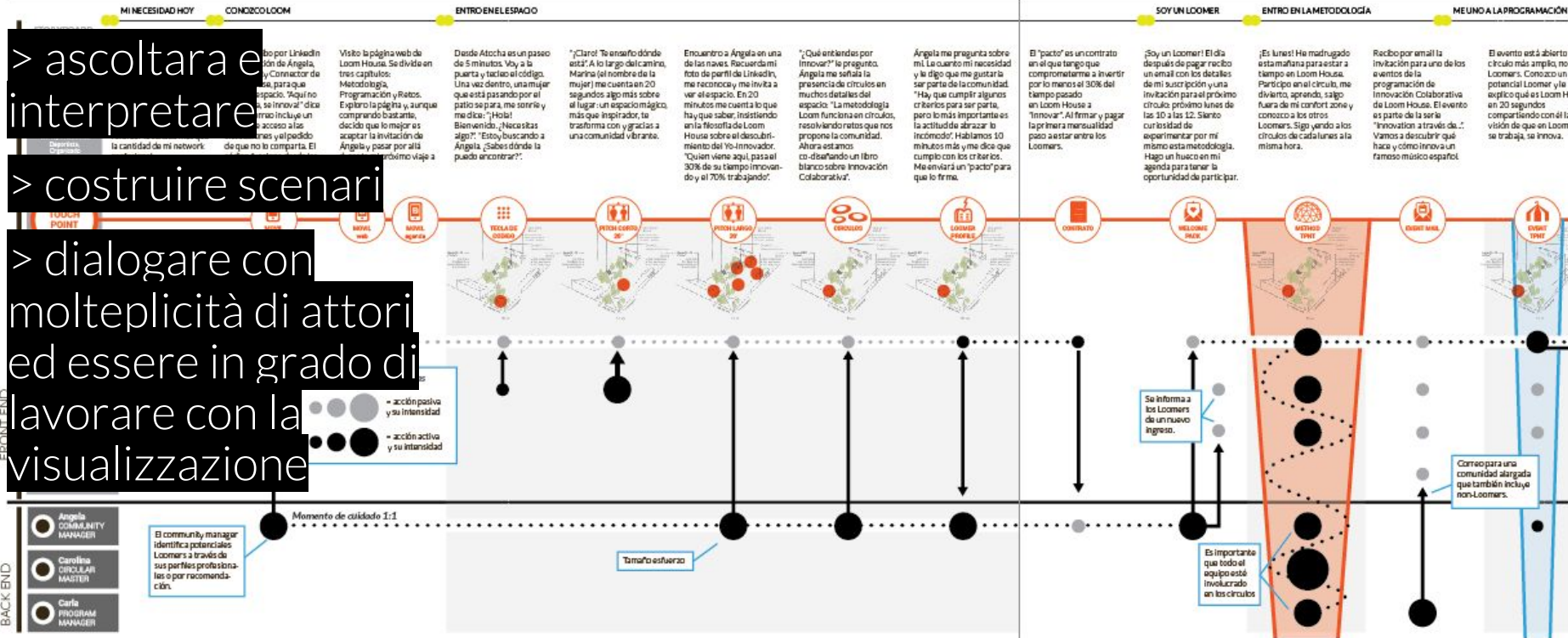


4. VEDERE, PREVEDERE, FAR VEDERE

Designed with passion by: Somos Más

LOOM HOUSE BLUEPRINT

LOOM HOUSE BLUEPRINT



DISEGNARE IL SERVIZIO IN TUTTE LE SUE FASI

Esperienza dell'utente

Linea d'interazione

Linea di visibilità

Processi interni

Decisioni e management

FRONT
STAGE

BACK
STAGE

UTENTE

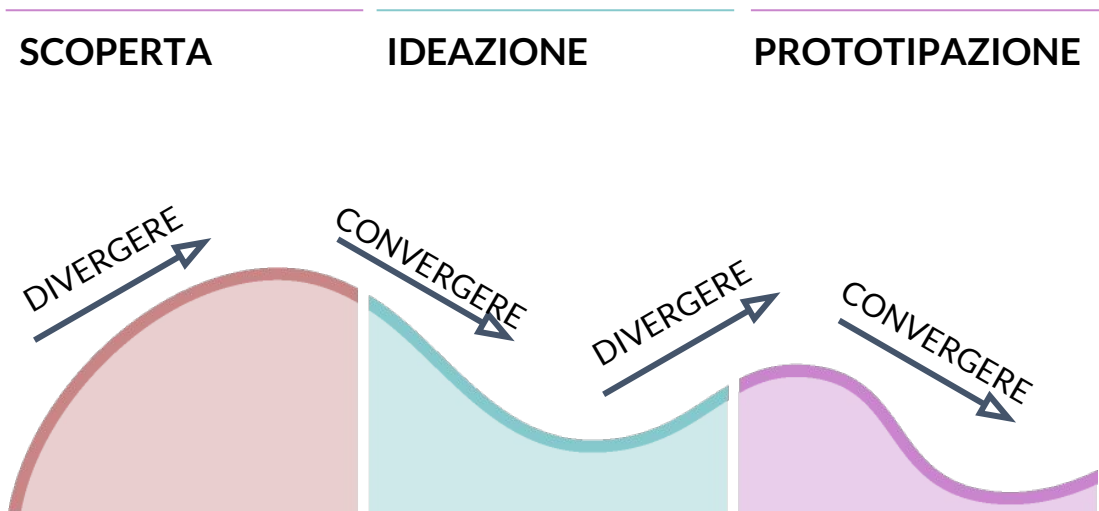
SERVIZIO

PROVIDER

DESIGN CENTRATO SULLA PERSONA

Le 3 fasi del design dei servizi centrato sulla persona:

- > **SCOPERTA** e analisi del bisogno
- > **IDEAZIONE** e creazione del servizio
- > **PROTOTIPAZIONE** e test di parti del servizio nel territorio.



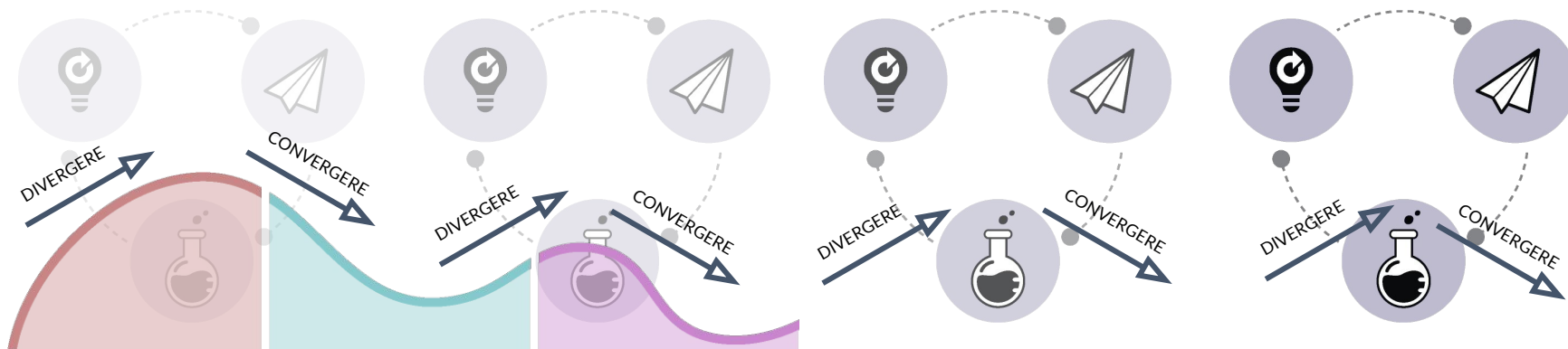
IL METODO

REITERARE

SCOPERTA

IDEAZIONE

PROTOTIPAZIONE



E ORA...

Il metodo lo testiamo
continuando il lavoro della
volta scorsa!

Obiettivo

Sperimentare alcuni strumenti del design thinking su una vostra idea imprenditoriale e capire come questa può essere sviluppata lavorando su una simulazione di tutte e 3 le fasi del processo.



Gli step del Mini-Lab

Scoperta

1. Analisi bisogno e beneficiari
2. Formulazione della sfida

Ideazione

3. Check idea canvas
4. Redesign idea canvas con casi ispirazione - *OutOfTheBuilding*

Prototipazione

5. Il progetto pilota
6. Disegno del prototipo

Cosa abbiamo fatto la volta scorsa

Scoperta

1. Analisi bisogno e beneficiari
2. Formulazione della sfida

Ideazione

3. Check idea canvas
4. Redesign idea canvas con casi ispirazione
OutOfTheBuilding

Prototipazione

5. Il progetto pilota
6. Disegno del prototipo

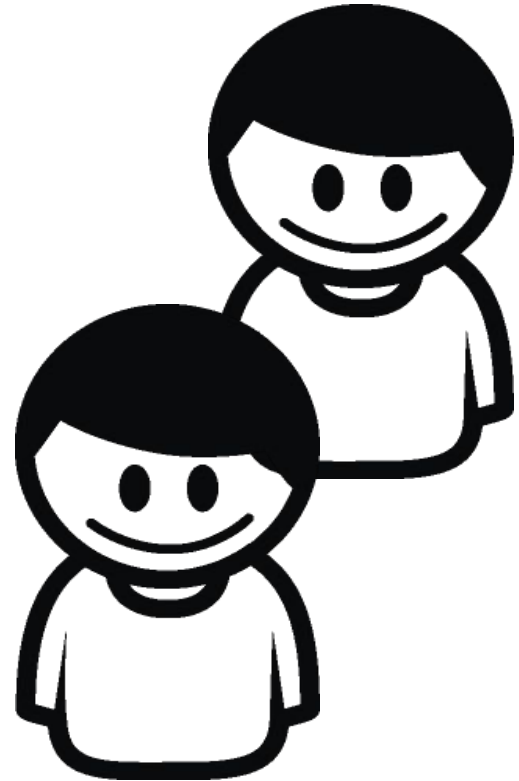


1. Analisi del bisogno | Intervista



Intervista il tuo partner
seguendo la traccia che ti
forniamo.

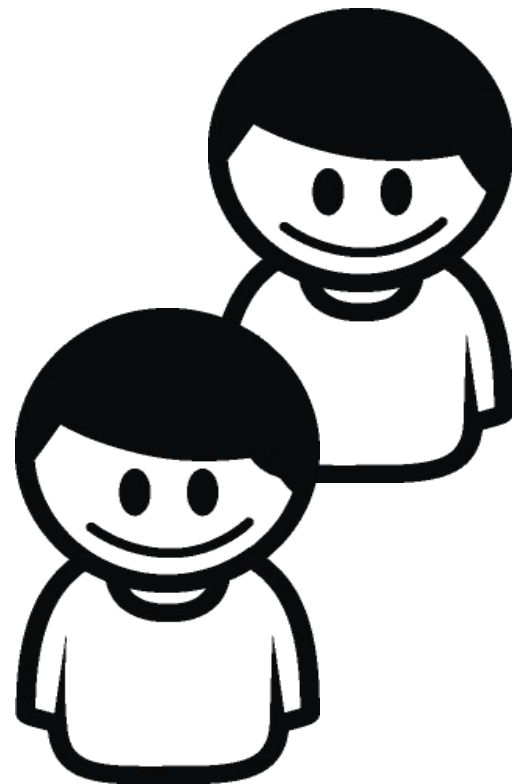
Utilizzate l'allegato per
rispondere alle domande,
ascoltare l'idea del tuo partner e
indagare il bisogno dei
beneficiari potenziali!



1. Analisi del bisogno | Intervista










1. **Presentati velocemente:** come ti chiami, perchè sei qui, di cosa ti occupi nella vita?
2. **Hai un'idea in cantiere? Quale?**
Raccontala e riempi questi 3 campi:
 - a. Nome progetto
 - b. A cosa serve/Obiettivo
 - c. A chi si rivolge
3. **Immagina 2 tuoi potenziali beneficiari e crea empatia con loro:** chi sono? Che bisogni hanno? Che obiettivi/sogni hanno? Compila il canvas Persona




1. Analisi del bisogno | Persona



Crea empatia
con i tuoi
beneficiari

 <p>Disegna la persona</p>	 BISOGNI	 PARTICOLARITÀ
NOME ETÀ	 OBIETTIVI/SOGNI	 COMPETENZE
 COSA DICONO GLI ALTRI DI LEI/LUI	 PERSONA	

Riadattato da eventmodelgeneration.com | Disegnato con passione da Social Seed


www.socialseed.eu 


2. Analisi del bisogno | Sfida






Formula 2 sfide alle quali cerchi di dare risposta

Componi la sfida
prendendo gli elementi
che hai scritto nello
strumento persona

Come possiamo _____
(ad es. supportare, assistere, permettere...)  (persona)


a _____
 (bisogno)

perchè (o "anche se" o "sorprendentemente") _____
  (particolarità)



HMWQ

Disegnato con passione da Social Seed


www.socialseed.eu 

2. Analisi del bisogno | Sfida



Come possiamo aiutare _____ Luca, 30 anni artigiano _____
(ad es. supportare, assistere, permettere...)  (persona)

a vivere momenti di confronto e scambio di esperienze con altri artigiani
 (bisogno)

perchè (o "anche se" o "sorprendentemente") _____
 (particolarità)

dal momento che lavora da casa perchè senza un ufficio



HMWQ

2. Analisi del bisogno | Sfida

Come possiamo supportare Antonio, 65 anni, pensionato

(ad es. supportare, assistere, permettere...)

 (persona)

a trasmettere le proprie competenze e il proprio sapere

 (bisogno)

perchè (o "anche se" o "sorprendentemente") _____

 (particolarità)

ha molto tempo libero, senza nipoti e vuole poter raccontare la propria storia, esperienza e conoscenza



HMWQ

2. Analisi del bisogno | Sfida



Come possiamo facilitare Giulia e Francesco, 35 e 30 anni

(ad es. supportare, assistere, permettere...)



a prendersi cura della propria figlia di 8 anni durante l'estate



perchè (o "anche se" o "sorprendentemente") _____



dal momento che hanno solo 1 settimana di ferie e i nonni vivono in un'altra città



HMWQ



3. Ideazione | Idea Canvas



Ora, riformula la tua idea...

- > Riesce a rispondere alle due sfide che hai formulato?
- > Aggiungeresti o modifichereesti qualcosa per migliorarla?
- > E' cambiato qualcosa?


Confrontati con il tuo partner!


> **COME FUNZIONA?** (attraverso testi, disegni, schemi)

> **TITOLO E SOTTOTITOLO** (dare un nome all'idea e definirla in una frase)

> **A COSA SERVE?**

> **A CHI SI RIVOLGE E PERCHÈ È IMPORTANTE PER LORO?**

 **IDEA CANVAS**

Disegnato con passione da Social Seed www.socialseed.eu 

IL COMPITO A CASA



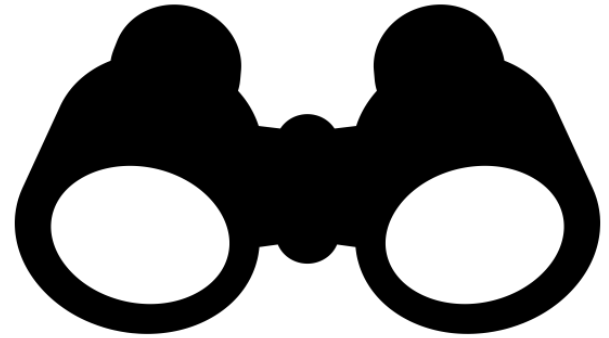
OUT OF
THE
BUILDING

PER LA PROSSIMA VOLTA

LASCIATEVI ISPIRARE! #1

Cercate casi innovativi su territorio nazionale e non, che hanno cercato di rispondere a sfide simili a quelle che avete formulato voi.

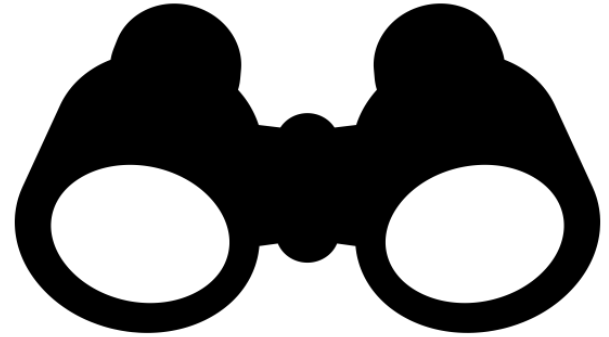
- > Quali elementi innovativi vi colpiscono?
- > Perché?



PER LA PROSSIMA VOLTA

LASCIATEVI ISPIRARE! #2

Cercate e incontrate i 2 beneficiari che avete descritto e verificate che le vostre ipotesi siano reali.



Cosa facciamo oggi

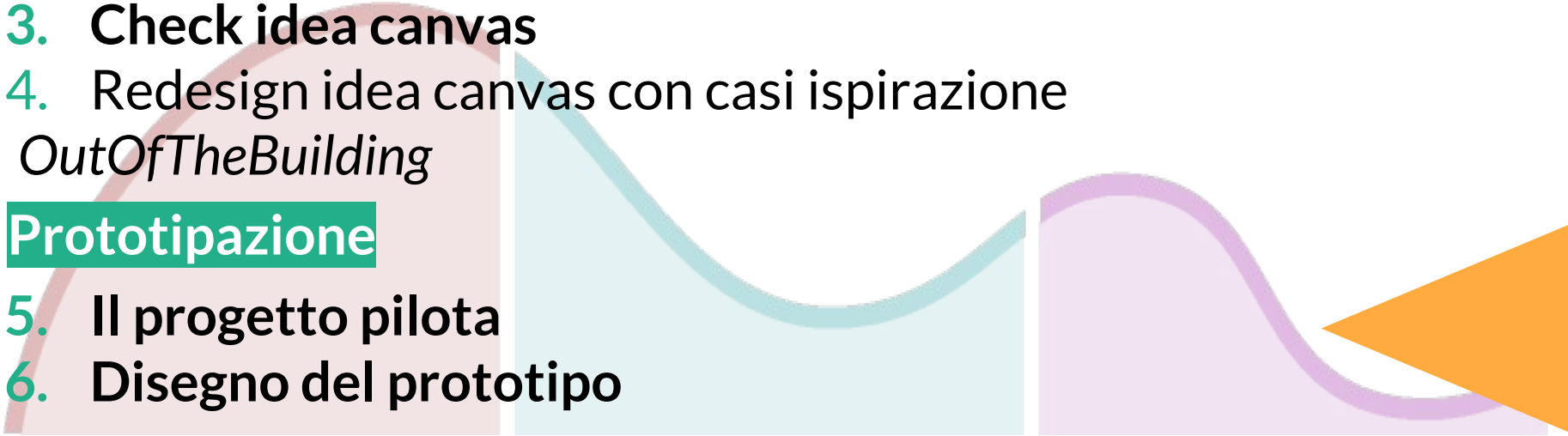
Scoperta

1. Analisi bisogno e beneficiari
2. Formulazione della sfida

Ideazione

3. Check idea canvas
4. Redesign idea canvas con casi ispirazione
OutOfTheBuilding

Prototipazione

5. Il progetto pilota
 6. Disegno del prototipo
- 

IL CICLO DELL'ITERAZIONE

4. APPRENDIMENTO

- a. le ipotesi si rivelano corrette
- b. test rivela limiti o necessità di modifiche



1. SCOPERTA

- > immersione nei dati
- > esplorazione di casi innovativi

2. IDEAZIONE

- > generare tante idee
- > selezione delle idee sulla base di ipotesi



5. REDESIGN

- a. scalare
- b. ridisegno sulla base degli apprendimenti

3. MISURAZIONE

- > conduco piccoli esperimenti (test)

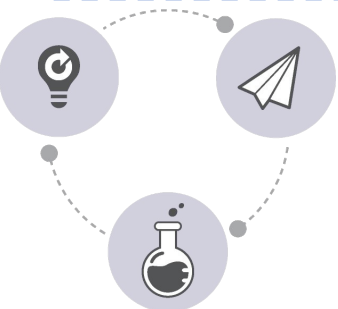


FASE 1

(scoperta, ideazione e misurazione)

FASE 2 (apprendimento, redesign)

Il processo e metodo del design thinking



2

RE-DESIGN

Consultazione diretta di potenziali utenti per fallire il prima possibile e per riprogettare dagli apprendimenti



4

ORGANIZZAZIONE TEST

Coinvolgimento dei beneficiari per testare le funzioni ideate



FUORI
DENTRO

LINEA TRA DENTRO E FUORI IL LAB

FUORI
DENTRO

1

SCOPERTA

Analisi dell'esistente, individuazione dei bisogni latenti per le organizzazioni



3

IDEAZIONE

Design delle funzioni e creazione di storie che funzionano da primo test delle funzioni.



5

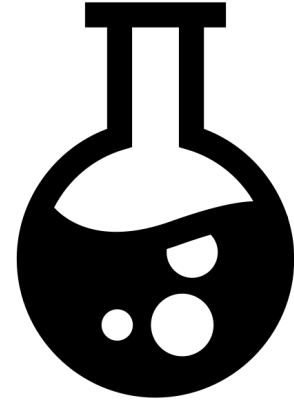
TEST e REDESIGN

Test delle funzioni progettate e redesign della piattaforma.



Quando lavoriamo su un nuovo servizio

- > Immagino con lo storytelling come **potrebbe funzionare il servizio** in tutte le sue fasi (come lo comunico, come ci si accede, come ci si iscrive, quali touchpoint, ecc..)
- > **Individuo gli elementi critici** (su cui devo lavorare o che non sono sicuro possano funzionare) e su questi **organizzo un test**
- > **Durante il test** raccolgo **feedback**, suggerimenti, critiche per poi apprendere e migliorare la mia idea



DESIGN DI UN
NUOVO
SERVIZIO

Quando lavoriamo su un nuovo servizio

> Cosa intendiamo per test di un servizio?

Può essere un evento o un momento in cui metto alla prova o tutto il percorso del servizio o piccole parti di questo.

> Qualche esempio

- **focus group/sense drink** con clienti potenziali (posso testare e validare il bisogno, per attivare o consolidare la relazione con la mia rete, l'interesse, la comunicazione, raccogliere informazioni o dati, ecc)
- **simulo il servizio per una giornata** invitando clienti volontari che si prestano a questo momento



DESIGN DI UN
NUOVO SERVIZIO

In parallelo dotarsi di strumenti di organizzazione interna

In entrambi i casi è utile dotarsi di **strumenti di organizzazione interna efficace**. Qualche esempio:

- Action plan
- Blueprint
- GANTT

Questi strumenti, se condivisi, permettono una buona organizzazione interna (responsabili, azioni da progettare, scadenze) e un alto livello di **allineamento collettivo** sulle intenzioni, sugli step di progettazione (verso dove stiamo andando, a che punto siamo, ecc) stando tutti sulla stessa pagina!

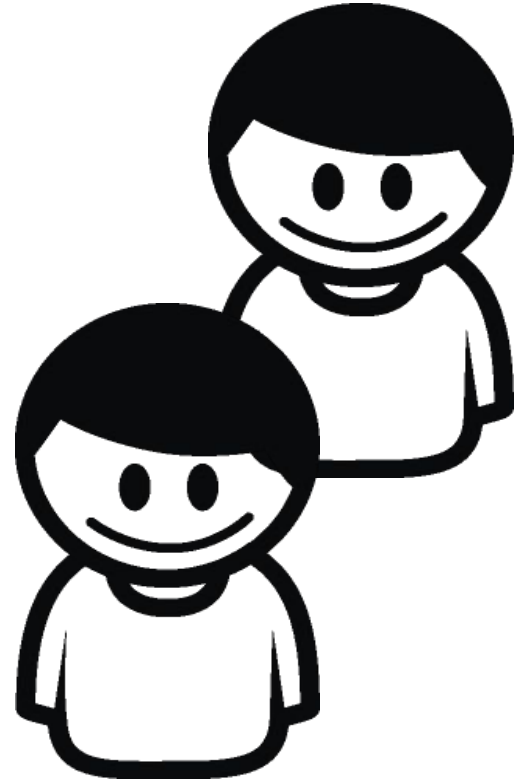
ACTION PLAN				
OBIETTIVI	AZIONI (cosa puoi fare per raggiungere gli obiettivi)	CRITERI DI MISURAZIONE (se esistono)	RISORSE (chi o cosa può aiutare a fare l'azione)	CHI SE NE OCCUPA

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
	FEBBRAIO			MARZO				APRILE				MAGGIO					
1	AERIS - BOSSO SOCIAL SEED - AZZURRO																
2	ATTIVITA'																
3	1. Organizzazione generale																
4	Design del Tour																
5	scelta luoghi																
6	scelta date																
7	scegliere tema per ogni tappa																
8	programma tappa "tipo" (tematiche, cosa si fa)																
9	contattare i referenti dei vari luoghi/strutture (accordarsi per visita, data e programma)																
10	elenco persone/organizzazioni da coinvolgere (scrivere in excel condiviso)																
11	invio mini descrizione di ogni luogo																
12	pensare a come ci immaginiamo il kit rilevazione e materiale da inserire in cartellina																
13	trovare responsabile video/foto																
14	Logistica																
15	contattare agenzie noleggio pullman per preventivi																
16	budget disponibile per pranzo a persona per ogni tappa (da comunicare a socialseed)																
17	decidere quale tipo di ricompensa per i mentors																
18	Comunicazione (promozione iniziale e iscrizione)																
19	proposta e scelta nome progetto																
20	logo																
21	elenco partecipanti excel (chi aeris vorrebbe																

4. Re-design

Dividetevi in gruppetti da $\frac{3}{4}$ persone

- > **Racconto dell'idea (5 minuti)**
- > **Racconto dell'Out of the building (10 minuti):** ci sono elementi interessanti?
- > **Come posso migliorare la mia idea?** Ci sono nuove idee all'interno del gruppo? Suggerimenti dai nuovi partecipanti?



**IL PICCOLO
PRODOTTO AMABILE:
le caratteristiche di
un progetto pilota**



PERCHE?


- sperimentiamo **nel piccolo** per non fallire nel grande
- partiamo dal **piccolo prodotto amabile**
- troviamo una piccola **tribù** che lo amerà




5. Il progetto pilota

Pensa all'idea nel suo complesso, cosa potresti e cosa vorresti realizzare domani?

Compila lo strumento



IL PILOTA

www.socialseed.au


Pensa ad una micro-attività che vorresti implementare della tua idea. Quale tra tutte desideri testare? Descrivila.

Cosa vuoi testare della micro-attività che hai scelto?

- _____
- _____
- _____
- _____

Ora mettili di ordine di priorità

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____



IL PILOTA

Pensa ad una micro-attività che vorresti implementare della tua idea. Quale tra tutte desideri testare? Descrivila.

Cosa vuoi testare della micro-attività che hai scelto?

- _____
- _____
- _____
- _____

Ora mettili di ordine di priorità

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____



IL PILOTA

Pensa ad una micro-attività che vorresti implementare della tua idea. Quale tra tutte desideri testare? Pensa ad un tuo obiettivo importante di breve periodo. Descrivila.

UN ESEMPIO:

(macro-idea: voglio creare una scuola di formazione che coinvolga liberi professionisti che vogliono intraprendere nuovi lavori di oggi)

Micro idea: 1 giornata di formazione su un tema specifico

Cosa vuoi testare della micro-attività che hai scelto?

- **interesse alla formazione da parte dei partecipanti**
- _____
- _____
- _____

Ora mettili di ordine di priorità

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

6. Il disegno del primo test

Nome del team

Vers.



GOING TO TEST

Disegnato con passione da
www.socialseed.eu



> COSA TESTIAMO:

.....
.....
.....

> COME LO TESTIAMO:

CON CHI LO TESTIAMO

DOVE LO PROMUOVIAMO

DOVE LO FACCIAMO

QUANDO LO TESTIAMO

COSA SUCCEDERÀ DURANTE IL TEST

TUCHPOINT DA SVILUPPARE

> CHI FA COSA

Cosa? (nome attività)	Cosa?? (descrizione dell'attività)	Entro quando?	Chi ne è responsabile?
.....
.....
.....

**QUALCHE FONTE INTERESSANTE
SUL DESIGN PER L'IMPRESA
SOCIALE**

- **Manzini, E.** (2015), *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*.
- Position Paper di **Guglielmo Apolloni**, *Il design dei servizi per innovare l'impresa sociale nell'era della sharing economy* (il link per scaricare pdf <http://www.irisnetwork.it/wp-content/uploads/2014/02/Euricse-IrisNetwork-servicedesign4socent.pdf>)
- **Vincenzo Di Maria** (2013), articolo di Che Futuro!, *Quando l'innovazione sociale incontra il design di servizi, chiamate l'interprete* (ecco il link→ <http://www.chefuturo.it/2013/02/vincenzo-di-maria-quando-linnovazione-sociale-incontra-il-design-di-servizi-chiamate-linterprete/>)
- Paper di Battistoni F, Sateriale G, Apolloni G, Cassani G. (**Social Seed**), *Disegnare meccanismi cooperativi e processi di innovazione per le imprese sociali* (ecco il link--><http://irisnetwork.it/wp-content/uploads/2017/05/battistoni-sateriale-apolloni-cassani.pdf>)
- <http://www.businessmodelcanvas.it/>
- <https://www.ideo.com/eu>

Contatti



Giulia Sateriale
giulia.sateriale@socialseed.eu
@giusate



Francesca Battistoni
francesca.battistoni@socialseed.eu
@batty82



Giulia Cassani
giulia.cassani@socialseed.eu
@GiuCass

socialseed

innovazione civica e valore sociale per il territorio



innovazione civica e
valore sociale

