

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ

создание продуктов,
услуг и сервисов

Быстро меняющийся современный мир, усложняющиеся связи между продуктами и сервисами разных индустрий, повышение требований покупателей — все это требует новых подходов в постоянном исследовании спроса и быстрого реагирования на появление новых потребностей.

Создание продуктов, услуг и сервисов, которые действительно необходимы клиентам, напрямую влияет на достижение бизнес-показателей компании.

Умение сотрудников применять современные креативные инструменты для решения проблем пользователей, а также изменения внутренних процессов позволяет создать в компании эффективный подход постоянного совершенствования продуктов, сервисов и процессов.

программа

- Знакомство с Дизайн-мышлением
- Изучение пользовательского опыта и потребностей клиентов
- Выбор задач для исследования. Какие проблемы решаем и для кого
- Что такое Эмпатия
- Глубинные интервью и Карта стейкхолдеров
- Путешествие клиента — Customer Journey Map
- Фокусировка (HMW)
- Тренды
- Генерация идей на основании пользовательских трендов
- Выбор идей — Диаграмма Венна
- Прототипирование
- Тестирование



о тренинге

тренинг будет полезен

- Владельцам продуктов
- Руководителям компаний
- Управляющим клиентским опытом
- Руководителям сервисных подразделений
- Менеджерам по продуктам
- Руководителям проектов
- Участникам проектных команд
- Небезразличным сотрудникам компании



формат



Очный интерактивный тренинг



Практические задания в группах



16 часов



10-20 человек



Возможна менторская поддержка после завершения обучения

в течение тренинга

- Расскажем как создавать продукты, услуги и сервисы ориентированные на человека
- Рассмотрим основные этапы, методики и инструменты Дизайн-мышления
- Обсудим процесс Дизайн-мышления по методике Stanford d.school.
- Научим как использовать весь набор инструментов, который в короткие сроки позволит получить ощутимые результаты

что вы сможете сразу после тренинга

- Создавать продукты, услуги и сервисы, ориентированные на клиента
- Визуально представлять путь клиента с вашим продуктом, находить потенциал для улучшений
- Переосмысливать внутренние процессы компании
- Систематически находить возможности для повышения эффективности продуктов, услуг и сервисов
- Проводить системный анализ потребностей клиентов
- Выстраивать прозрачную систему приоритизации предлагаемых инициатив
- Организовать работу вашей команды для постоянного поиска возможностей совершенствования продуктов, сервисов и процессов