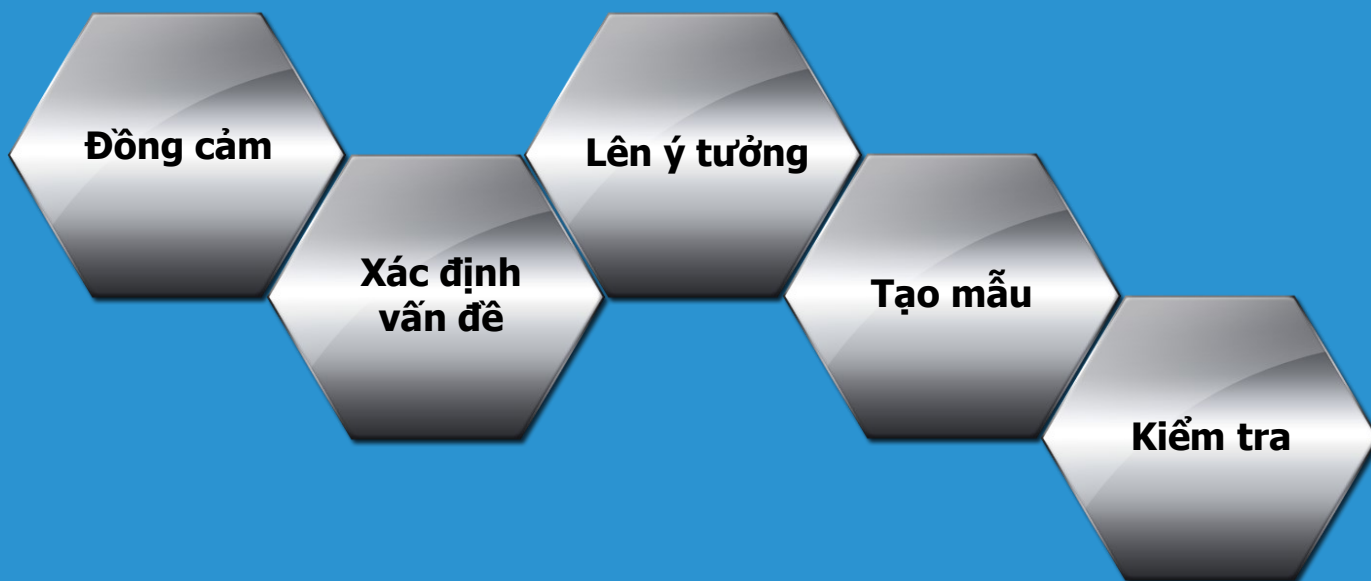


DESIGN THINKING



Giảng viên: TS. Nguyễn Việt Dũng

Bộ môn: Công nghệ Điện tử và Kỹ thuật Y sinh, Viện Điện tử Viễn thông

Email: dung.nguyenviet1@hust.edu.vn / nvdung.bme@gmail.com

Mobile: 0983444322

Chuẩn đầu ra môn học

1

Có được kiến thức sâu về các nguyên tắc của tư duy công nghệ, quy trình và công cụ

2

Có thể áp dụng phương pháp và công cụ tư duy công nghệ để tạo ra các ý tưởng đột phá và đồng tạo ra hành trình trải nghiệm được cải thiện cho khách hàng

3

Nâng cao hiệu quả cá nhân bằng cách trở thành nhà cung cấp dịch vụ đồng cảm hơn

Nội dung

1

Các khái niệm và nguyên tắc chính của Tư duy công nghệ/thiết kế (Design Thinking)

2

5 pha hành động của Design Thinking

3

Cách thức tư duy trong Design Thinking, công cụ và biểu mẫu sử dụng



Các khái niệm và nguyên tắc chính của Tư duy công nghệ

Vấn đề, Vấn đề khắp mọi nơi

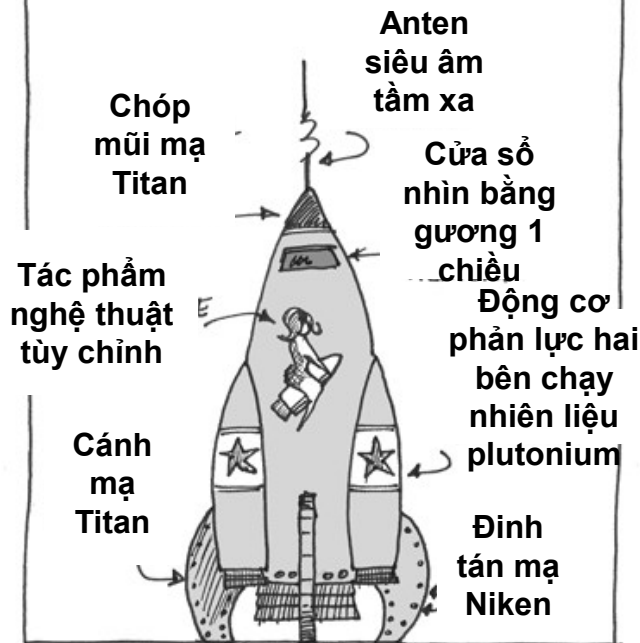
Những vấn đề mà ...

1. Không được xác định tốt
2. Thiếu thông tin để xác định được giải pháp
3. Có tác động mạnh mẽ tới nhu cầu con người
4. Có tình huống bối cảnh thay đổi

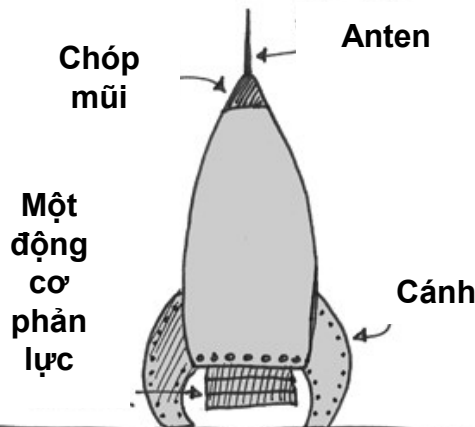


THE UX DESIGNER PARADOX

CÁI CHÚNG TA MƠ MỘNG KHI BẮT ĐẦU



CÁI CHÚNG TA GIẢI QUYẾT KHI RA MẮT



CÁI KHÁCH HÀNG CẦN THỰC SỰ



BONUS 2015

**Tư duy công
nghệ là gì?**

Video: Thiết kế lấy con người làm trung tâm là gì?



<https://www.youtube.com/watch?v=NBu1kkSCHfs>

“Tư duy thiết kế là một cách lấy người dùng làm trung tâm để tiếp cận đối mới sáng tạo mà lấy từ các công cụ của nhà thiết kế để tích hợp nhu cầu của con người, khả năng công nghệ và yêu cầu để thành công trong kinh doanh.”

Tim Brown

British Industrial Designer
& President of IDEO



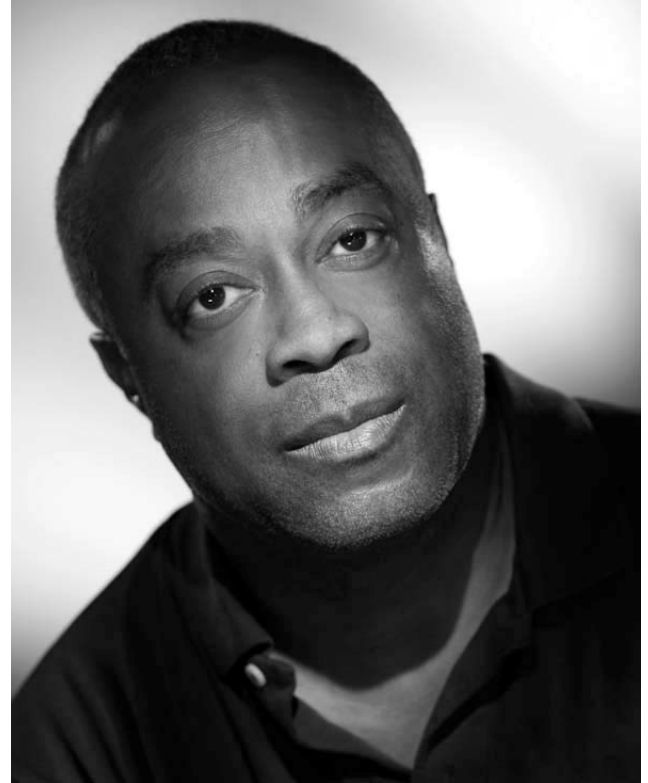
Design Thinking là gì?

- Tư duy thiết kế là cách tiếp cận lấy con người làm trung tâm khi giải quyết vấn đề
- Giúp chúng ta hiểu sâu sắc hơn về các nhu cầu và mong muốn chưa được đáp ứng của khách
- Nó khuyến khích xem xét sáng tạo của một loạt các giải pháp sáng tạo
- Tư duy cũng chính là một quá trình

*“Một quá trình tư duy
sáng tạo và phản biện
cho phép ta tổ chức
thông tin và ý tưởng,
đưa ra quyết định, cải
thiện các tính huống và
thu lượm tri thức.”*

Charles Burnett

one of America's greatest filmmakers



Tư duy thiết kế - Tư duy truyền thống

Tư duy truyền thống vs Tư duy thiết kế

Hoạch định không phạm lỗi

Lỗi và lỗi mòn được khai sáng

Tránh thất bại

Thất bại nhanh

Phân tích nghiêm ngặt

Kiểm tra nghiêm ngặt

Thuyết trình

Thực nghiệm đơn giản

Giữ khoảng cách với khách hàng

Nghiên cứu khách hàng sâu sắc

Thực hiện định kỳ

Thực hiện liên tục

Suy nghĩ

Làm

Tư duy thiết kế kết hợp tư duy sáng tạo và phân tích

- Phân tích
- Hợp lý
- Mục tiêu
- Hiện tại và quá khứ
- Sự kiện thực tế
- Sắp đặt / tạo khuôn mẫu
- Lập kế hoạch



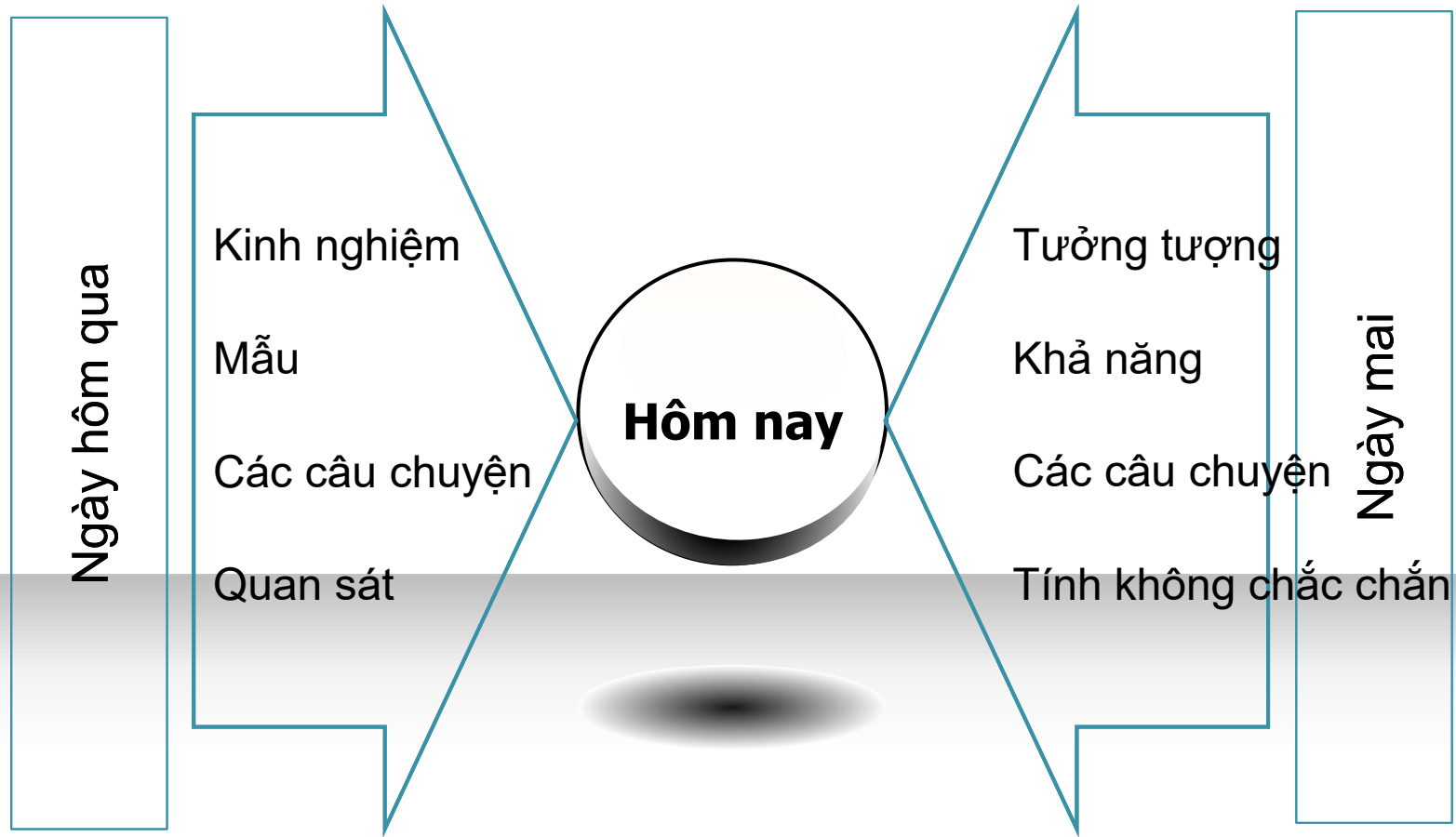
Não phải

- Sáng tạo
- Toàn diện
- Chủ quan
- Hiện tại và tương lai
- Cảm xúc
- Không gian
- Tự phát

Tư duy thiết kế là một tư duy độc đáo???

1. Sử dụng cả hai bên não để giải quyết vấn đề
2. Chuyển đổi theo ý muốn giữa cách tiếp cận hợp lý và trực quan
3. Lặp lại giữa phân tích và sáng tạo
4. Xử lý các vấn đề không được xác định rõ ràng
5. Mục tiêu để cải thiện trải nghiệm của người dùng

Tư duy thiết kế sử dụng cả phương pháp tiếp cận suy diễn và quy nạp để giải quyết vấn đề



Đặc điểm của tư duy thiết kế

1. Ai cũng có thể sử dụng tư duy thiết kế
2. Có thể áp dụng cho tất cả các quy trình và ngành công nghiệp
3. Bao gồm các phương pháp cho phép đồng cảm với mọi người
4. Sử dụng cách tiếp cận cân bằng để xác định vấn đề cũng như tìm ra giải pháp một cách tích cực
5. Sáng kiến ra và khám phá các giải pháp
6. Có tính hợp tác và bao gồm quá trình tạo mẫu lặp đi lặp lại
7. Có thể được sử dụng để giải quyết nhiều loại vấn đề kinh doanh khác nhau

Tư duy thiết kế khác với tư duy truyền thống như thế nào?

Suy nghĩ của một người nghĩ theo cách truyền thống:

“Chúng tôi có vấn đề này, hãy nhẩy luôn vào việc và động não ra giải pháp”

“Chúng tôi có công nghệ này, chúng tôi có thể sử dụng nó để làm gì?”

Các đối thủ của chúng tôi vừa ra mắt X; Làm thế nào chúng ta có thể làm X một cách nhanh chóng?

Tư duy thiết kế không phải là:

- Chỉ dành cho người “sáng tạo” và người thiết kế sản phẩm
- Một phương trình hẹp về thẩm mỹ và thủ công
- Chỉ cần một buổi động não
- Một quá trình “diễn ra trong một ngày” mà các vấn đề có thể được giải quyết trong 24 giờ
- Một quá trình thay thế cách giải quyết vấn đề phân tích
- Một viên đạn thần thánh cho tất cả các loại vấn đề

Lợi ích của tư duy thiết kế

- Bổ sung cho các kỹ thuật giải quyết vấn đề khác
- Giúp các tổ chức trở nên sáng tạo hơn
- Để giải quyết vấn đề của con người
- Để tăng sự hài lòng của khách hàng
- Để đạt được lợi thế cạnh tranh



Hoạt động: Hiểu nhu cầu tư duy thiết kế



Time: 10 mins

1. Thảo luận nhóm về những điều sau đây:
 - a) Những đổi mới quan trọng nào truyền cảm hứng cho bạn?
Bạn có thể làm cho một số điều tốt hơn như thế nào?
 - b) Những vấn đề của con người nào mà bạn phải đối mặt hàng ngày? Làm thế nào bạn sẽ giải quyết chúng?
 - c) Tư duy thiết kế sẽ giúp bạn cạnh tranh trong điều gì?
 - d) Liệt kê ý tưởng của bạn lên giấy.
 - e) Trình bày kết quả của bạn trước lớp

Hoạt động: Động não các vấn đề

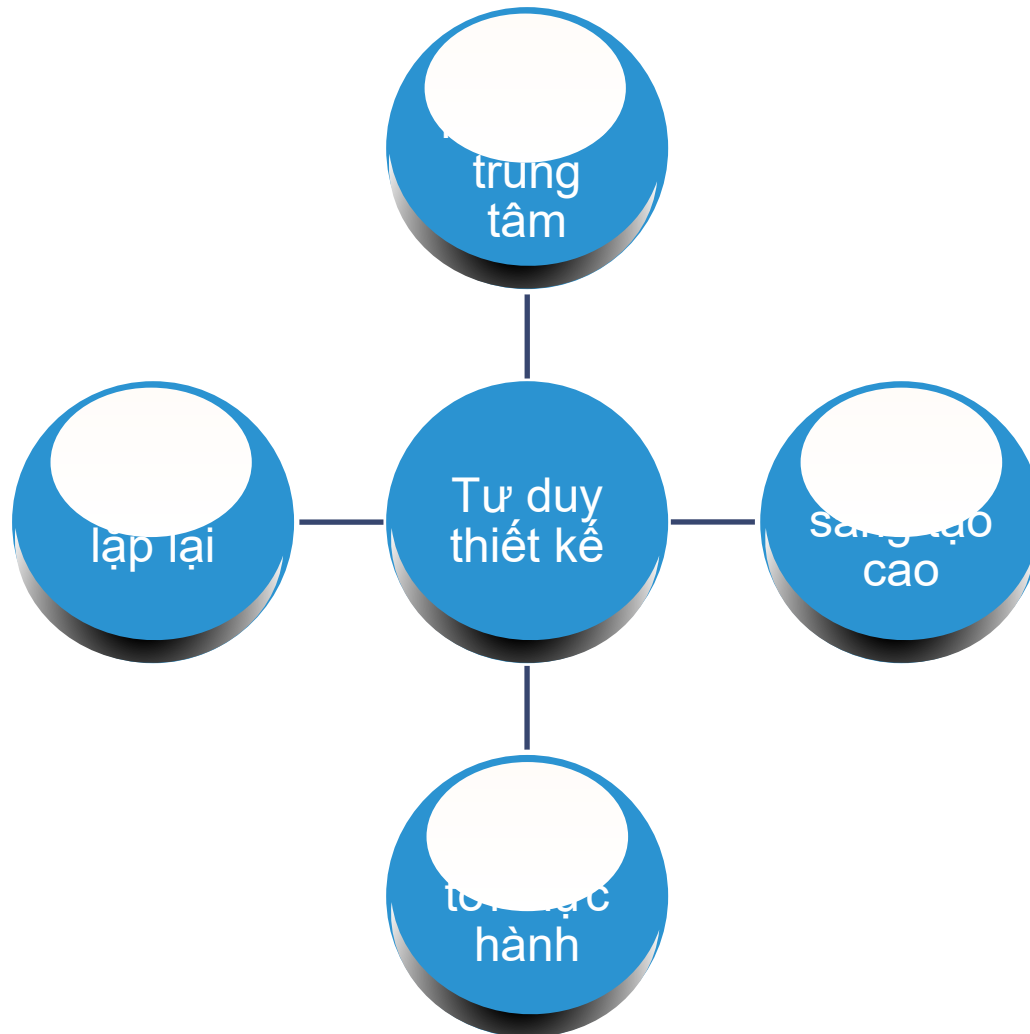


Time: 10 mins

- a) Làm việc nhóm, hãy động não về các vấn đề xảy ra trong:
 - a) **Xã hội** (ví dụ: quá đông trong xe lửa)
 - b) **Kinh doanh & Dịch vụ** (ví dụ: trải nghiệm trực tuyến tồi với dịch vụ di động / băng thông rộng)
 - c) **Quy trình & Hoạt động** (e.g. backlog issue, excess inventory)
 - d) **Các tình huống** (ví dụ: khiếu nại của khách hàng, thiên tai)
- b) Liệt kê ý tưởng của bạn trên giấy
- c) Trình bày kết quả của bạn trước lớp.

**Tư duy thiết kế
độc đáo ở chỗ
nào?**

Tư duy thiết kế độc đáo ở chỗ nào?



Con người ở trung tâm

- Bạn bắt đầu từ những gì mọi người, người dùng, khách hàng, người tiêu dùng **cần hoặc muốn làm**. Động lực của họ và những vấn đề họ đang cố gắng giải quyết.
- **Đồng cảm** là chìa khóa. Nó không phải là về bạn. Bạn cần khả năng hiểu và chia sẻ **cảm xúc** của người khác.

“Thiết kế phải phản ánh tính thực tế và thẩm mỹ trong kinh doanh nhưng trên hết... một thiết kế tốt chủ yếu cần phục vụ mọi người.”

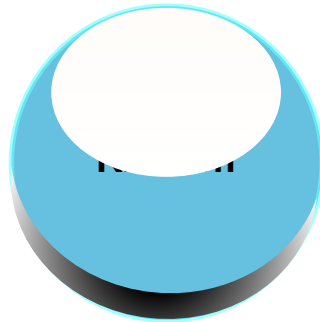
Thomas J Watson



Ba thấu kính của cách thiết kế con người lấy con người làm trung tâm



-----> **Mọi người mong muốn gì?**

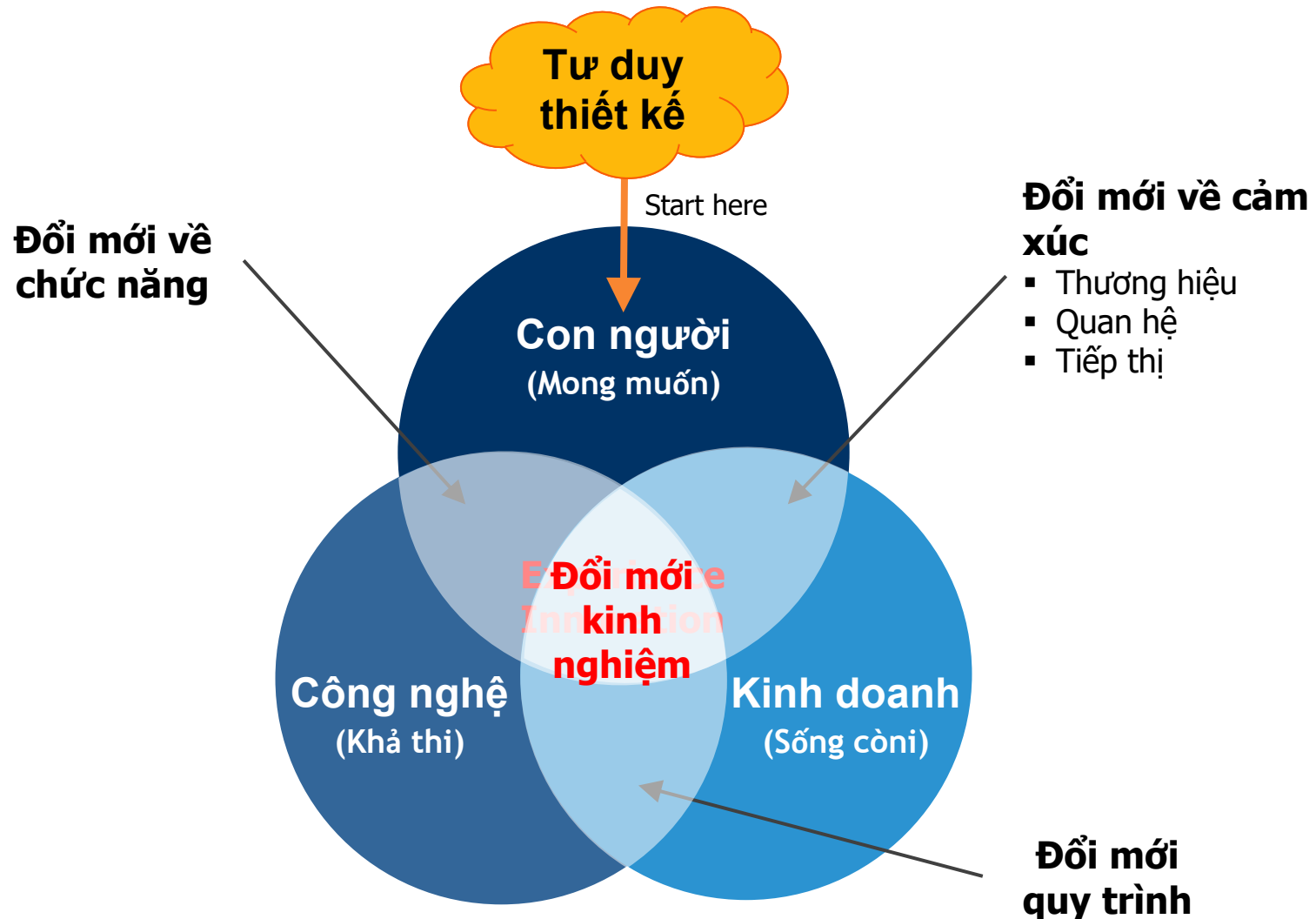


-----> **Cái gì khả thi về mặt kỹ thuật và tổ chức?**



-----> **Cái gì có thể tồn tại về mặt tài chính?**

Ba thấu kính của cách thiết kế con người lấy con người làm trung tâm



Sáng tạo cao

- Tư duy thiết kế kích thích bạn nhìn nhận các tình huống một cách khác nhau và **đưa ra các giải pháp mới** vượt xa và cải thiện các giải pháp thay thế hiện có
- Sử dụng cả hai phương pháp tư duy **phân kỳ** và **hội tụ**
- **Tư duy tích hợp vô cùng quan trọng.** Bạn cần khả năng xem xét tất cả các khía cạnh khác nhau của một vấn đề.

Thực hành

- **Dừng thảo luận, bắt tay vào việc.** Biến các ý tưởng trở nên hữu hình. Tạo mẫu là cách suy nghĩ bằng đôi tay. Tạo mẫu với giá rẻ và nhanh chóng. Kiểm tra các giả thuyết của bạn.
- **Thất bại là một phần (cần thiết) của quá trình để thành công.** Các thử nghiệm với thử rồi thử, và lỗi là cực kỳ quan trọng

Lặp đi lặp lại

- Con đường thành công không đi theo một đường thẳng. Bạn càng có khả năng lặp lại chu trình “**hiểu - tạo - tìm hiểu**”, bạn càng có cơ hội cao để có kết quả tốt.

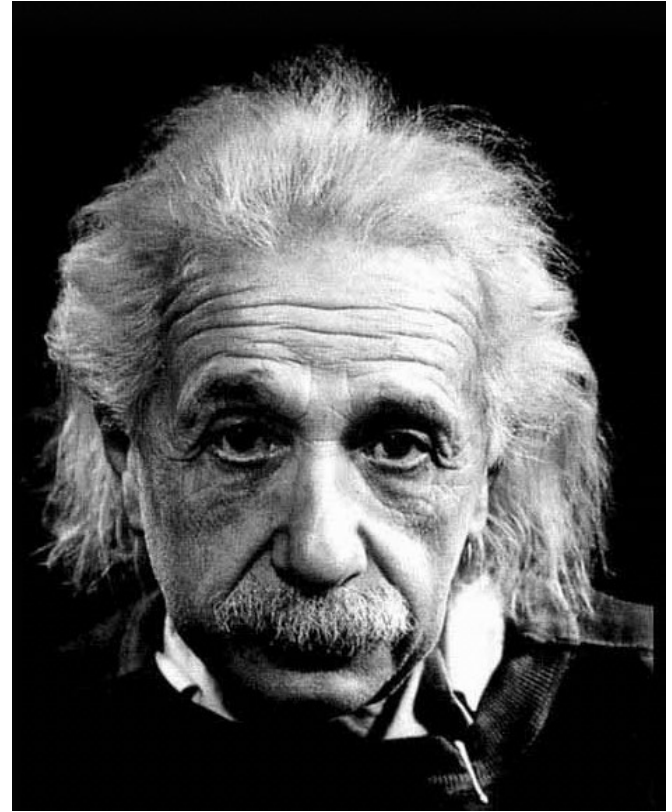
Một số ứng dụng trong tư duy thiết kế

Ứng dụng quan tâm

- Apple
 - Google
 - Samsung
 - IDEO
 - Uber
 - Starbucks
 - Procter & Gamble
 - SAP
 - AirBnB
 - IKEA
 - GE
 - Nike
 - Nespresso
 - Root Inc.
 - Singapore Airlines
- and many more...*

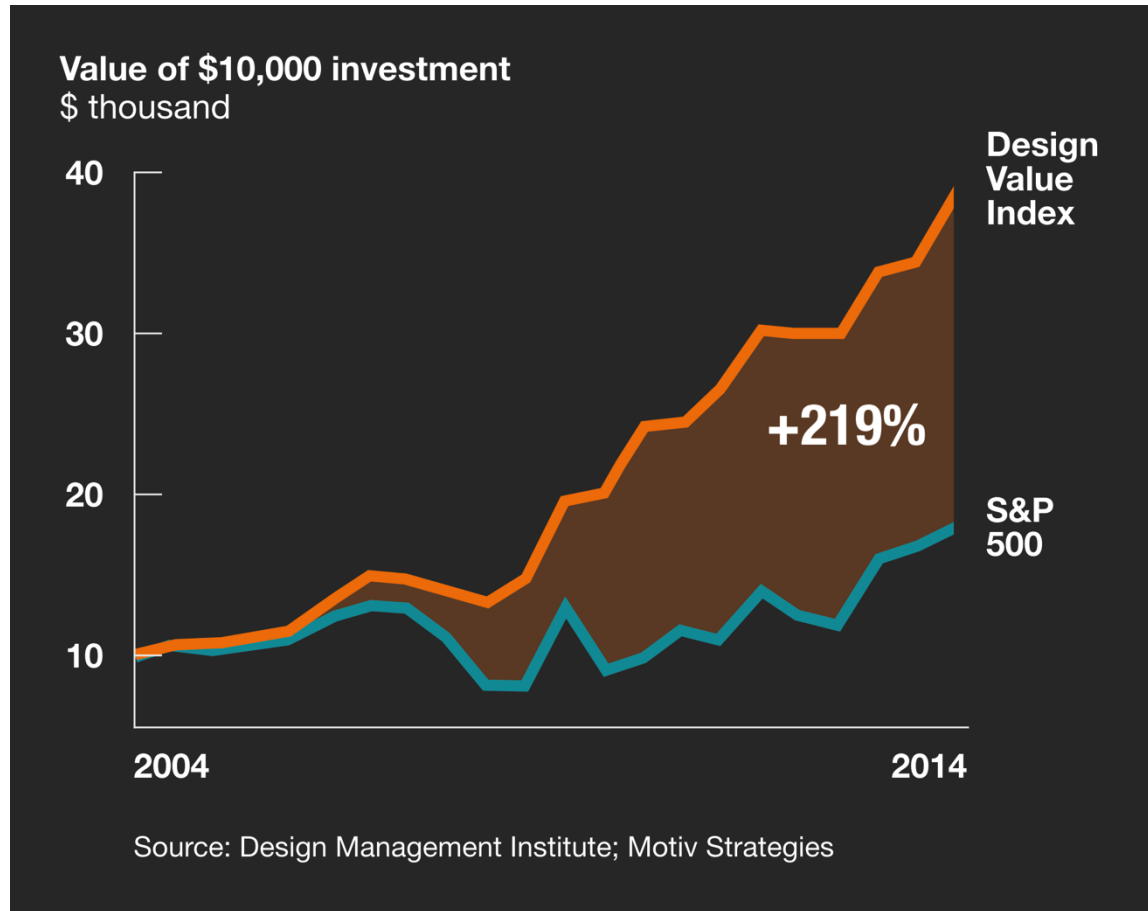
“Nếu tôi có một giờ
để giải quyết vấn
đề, tôi sẽ dành 55
phút để suy nghĩ về
vấn đề đó và 5 phút
để suy nghĩ về các
giải pháp.”

Albert Einstein



Tác động của tư duy thiết kế

Theo chỉ số giá trị thiết kế của Viện quản lý thiết kế, ví dụ, các công ty định hướng thiết kế đã duy trì lợi thế thị trường chứng khoán đáng kể, vượt trội hơn chỉ số cổ phiếu S&P 500 là 219% trong mười năm qua.



Ứng dụng công nghiệp của tư duy thiết kế



Ra mắt ứng dụng thanh toán di động (thay thế cho thẻ SB).

Xếp hàng thanh toán di chuyển nhanh hơn 10-20%



Cửa hàng bán lẻ được thiết kế xung quanh các hoạt động, chứ không phải quanh sản phẩm.

Cửa hàng bán lẻ có lợi nhuận cao nhất trên mỗi feet vuông



Ra mắt túi giặt Tide PODS để khách hàng không phải đong đếm.

Thu nhập ước tính \$ 131 triệu trong năm 2012



Adobe

Thay đổi mô hình dựa vào sản phẩm thành mô hình đăng ký dùng dịch vụ trên đám mây.

Doanh thu phần mềm Creative Cloud tăng 44% kể từ năm 2013

Video: ứng dụng của tư duy thiết kế



Phòng thí nghiệm đổi mới Nordstrom: Nghiên cứu trường hợp ứng dụng iPad của Sunglass

<https://www.youtube.com/watch?v=2NFH3VC6LNs>

Credit: Nordstrom

Khuôn khổ của tư duy thiết kế

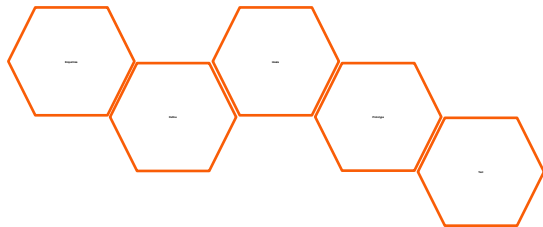
Hiểu về khuôn khổ của tư duy thiết kế

- “**Design**” (**Thiết kế**) có nghĩa là để đánh dấu ra và hành động
- “**Thinking**” (**Tư duy**) có nghĩa là phải suy nghĩ và cân nhắc
- **Design thinking** (Tư duy thiết kế) là thái độ và khuôn khổ cho suy nghĩ, cùng với chuỗi hành động đúng đắn, để giải quyết vấn đề

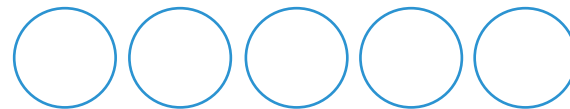
Hiểu về khuôn khổ của tư duy thiết kế

Thiết kế + Tư duy

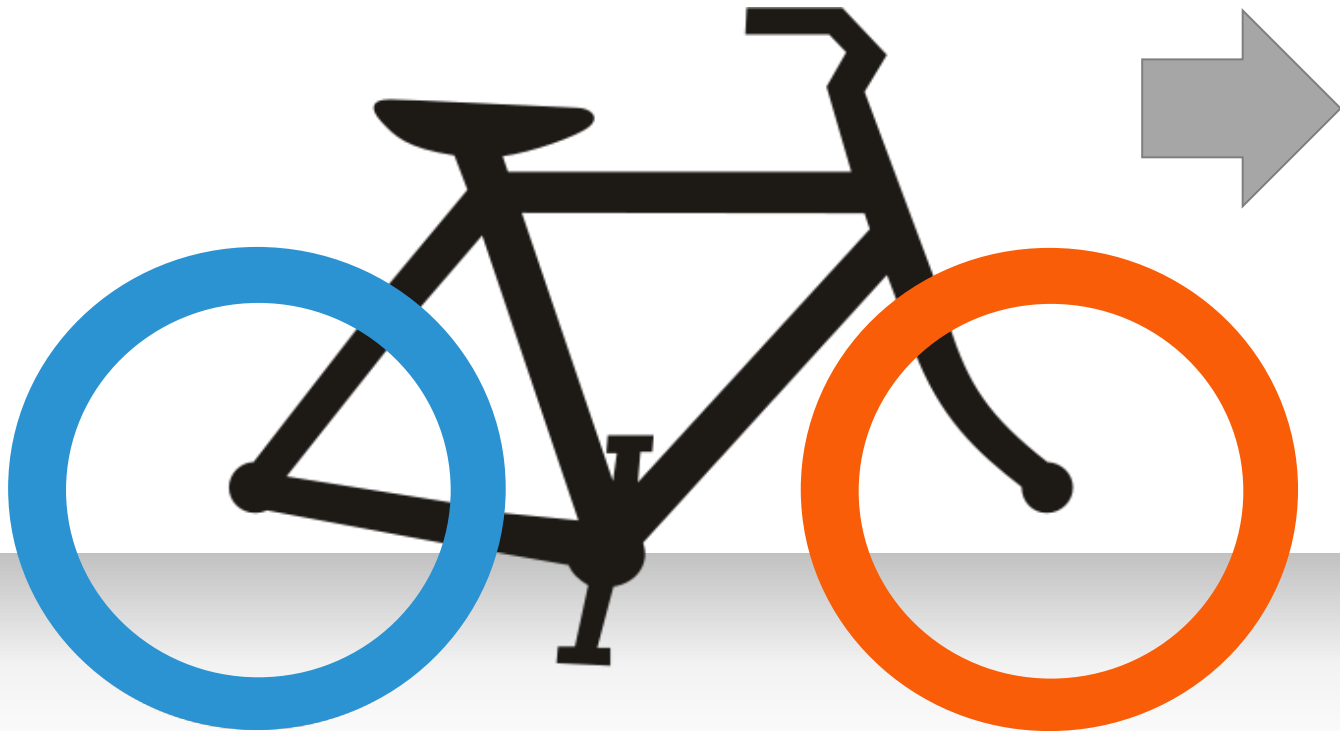
Kế hoạch hành động



Mindsets (Tư duy)



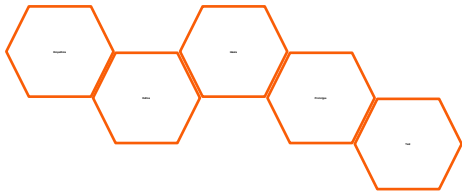
Hiểu về khuôn khổ của tư duy thiết kế



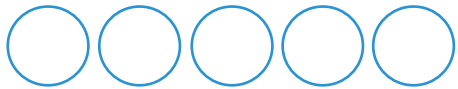
Tư duy

Kế hoạch hành động

Hiểu về khuôn khổ tư duy thiết kế



- **Design action plan (Kế hoạch hành động)** là một chuỗi các pha hành động nhằm thực hiện quá trình tư duy thiết kế



- **Mindset (Tư duy)** là một tập hợp các đặc điểm hoặc hành vi để thực hiện quá trình tư duy thiết kế một cách nhất quán và hiệu quả

Hai hoạt động này luôn gắn liền với nhau!

Công cụ & Vật liệu dùng trong quá trình tư duy thiết kế

☐ Không gian hợp tác

☐ Giấy

☐ Bút viết

☐ Dụng cụ cắt dán

☐ Camera / Hình ảnh

☐ Sổ ghi chép, phác thảo

☐ Giấy sticker

☐ Bìa caton

☐ Bảng trắng / Tường /
Bảng ghim

☐ Thẻ

☐ Vật liệu tạo mẫu

Những đặc điểm cần thiết của một nhà tư tưởng thiết kế

- ☐ Có thể đặt mình vào vị trí của khách hàng
- ☐ Có sự đồng cảm với người dùng và các bên liên quan
- ☐ Thích thách thức
- ☐ Có thể đặt câu hỏi đúng
- ☐ Vẽ và phác thảo thay vì gõ email
- ☐ Thích hợp tác trong các cuộc họp đa ngành
- ☐ Có thể nhìn vào bức tranh lớn và suy nghĩ một cách toàn diện
- ☐ Tạo ra nhiều ý tưởng mới và không ngại chia sẻ
- ☐ Tìm và nhắc lại các lựa chọn thay thế để tiếp cận các mục tiêu mong muốn của bạn
- ☐ Sẵn sàng chấp nhận thất bại sớm và thường xuyên

TÌNH HUỐNG 1

Tư duy thiết kế sáng tạo của Apple



<https://www.youtube.com/watch?v=ir3E-TEUk48&t=81s>

Apple



- Trong những năm 1970, máy tính được sử dụng bởi chính phủ hoặc các công ty lớn và hầu hết được xử lý bởi các chuyên gia
- Khái niệm máy tính có thể được sử dụng cho mục đích cá nhân là điều không khả thi
- Apple Computer, Inc. được thành lập năm 1976 bởi Steve Jobs, Steve Wozniak và Robert Wayne với mục tiêu tạo ra các máy tính hỗ trợ và thúc đẩy công việc cá nhân
- Mục đích của họ là giảm sự phức tạp giúp khách hàng tiềm năng yêu máy tính

Mục đích của Apple



- Tạo ra máy tính cho cá nhân



- Làm máy tính trở nên phổ biến



- Làm cho khách hàng yêu thích sản phẩm mua

Cách tiếp cận của Apple

■ Đơn giản trong thiết kế và sử dụng:

- Tìm hiểu nhu cầu của mọi người
- Đạt được nó về mặt kỹ thuật thông qua sự sáng tạo và đổi mới
- Chăm sóc những chi tiết nhỏ nhất
- Không thỏa hiệp về chức năng
- "Đơn giản là sự tinh tế tối thượng"

Ví dụ: thiết kế iPod đơn giản mà thành công ngoài sức tưởng tượng



■ Vượt ngưỡng thời trang:

- Tạo một sản phẩm mà có thể thể hiện ở bên ngoài là tốt
- Khai thác các xu hướng phổ biến và thời trang

Ví dụ: Mac Pro



Dòng thời gian của Apple

- 1976: Thành lập
- 1978: Apple II
- 1984: Macintosh
- 1985: Steve Jobs bị đuổi việc khỏi Apple
- 1985-1997: Các chế độ khác nhau (lợi nhuận giảm dần)
- 1997: Steve Jobs quay lại
- 1998: Giới thiệu iMac
- 2001: iPod
- 2006: MacBook Pro
- 2007: iPhone
- 2008: MacBook Air
- 2010: iPad
- 2015: Apple Watch



Chiến lược phát triển & thực hiện sản phẩm

■ Những năm đầu

- Sản phẩm được phát triển từ sơ khai và có phần cứng độc đáo với hệ điều hành độc quyền OS
- Thị phần Apple giảm sau khi IBM tham gia vào thị trường PC và Steve Jobs bị trục xuất

■ Thời gian 1985-1997

- Thay đổi liên tục trong chiến lược do thay đổi chế độ điều hành
- Trước sự cạnh tranh từ các thiết bị nhân bản của IBM, công ty không thể quyết định sản phẩm nào sẽ phát triển và sản xuất
- Tranh luận về việc cấp phép cho hệ điều hành Mac và tham gia vào các phân khúc không xác định như thị trường doanh nghiệp (bị chi phối bởi Windows và Intel)
- Một số thành công như PowerBook (1990)
- Nhiều thất bại như máy Newton PDA
- Phương pháp tiếp cận giống như các công ty khác đã được nhìn thấy
- Sự phức tạp và nhầm lẫn gia tăng đối với Apple và khách hàng của họ (quá nhiều sản phẩm được phát triển)

Chiến lược phát triển & thực hiện sản phẩm (sau khi Steve Job quay trở lại)

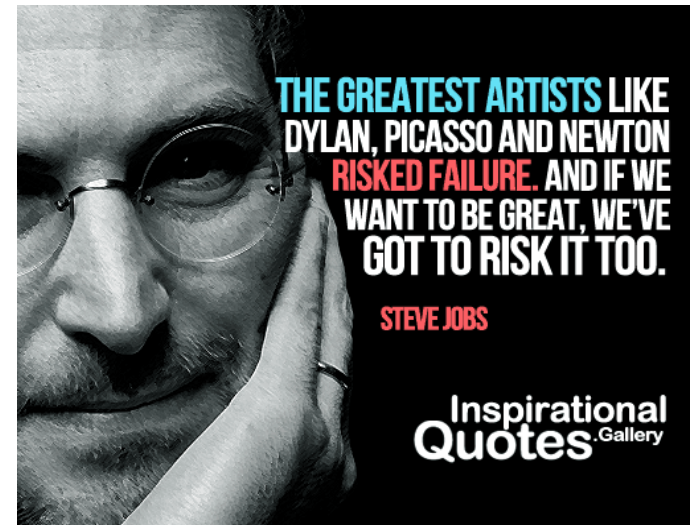
Tư duy thiết kế <ul style="list-style-type: none">▪ Thiết kế dựa trên nhu cầu và mong muốn của người dùng▪ Tích hợp trải nghiệm của khách hàng vào thiết kế và phát triển▪ Làm việc thân mật với các nhà sản xuất và hoàn toàn hài lòng với khách hàng▪ Kiểm tra thông qua người dùng để tạo ra phần chạy êm hơn	Xuất sắc trong thực thi <ul style="list-style-type: none">▪ Dừng chương trình cấp phép phần mềm▪ Loại bỏ 70% dự án mới▪ Dòng sản phẩm cắt giảm từ 15 xuống 3▪ Sản xuất đã được chuyển ra nước ngoài và một trang web đã được đưa ra để bán hàng trực tiếp▪ Quay trở lại với nhiệm vụ sáng tạo ra các sản phẩm cực kỳ tuyệt vời▪ Tim Cook được giao nhiệm vụ làm tinh giản khâu sản xuất và phân phối sản phẩm
Chiến lược nền tảng <ul style="list-style-type: none">▪ Tạo Nền tảng hoặc Kiến trúc có thể hỗ trợ phát triển và sản xuất các sản phẩm phát sinh (Cả phần mềm và phần cứng)▪ Chia sẻ hoặc tái sử dụng các hợp ngữ assembly▪ Hiệu quả cao, chi phí thấp hơn, đơn giản▪ Lợi ích cho Apple, nhà cung cấp và khách hàng	Sản phẩm đẹp <ul style="list-style-type: none">▪ Đam mê và chú ý đến các vật liệu mới và kỹ thuật sản xuất để liên tục tạo ra các sản phẩm đẹp▪ Sau khi tạo ra chiếc iPod màu trắng nguyên sơ thành công, họ tiếp tục tạo ra những chiếc iPod nhiều màu sắc bằng các vật liệu khác nhau và kỹ thuật sản xuất mới

Giám đốc điều hành là Giám đốc sáng tạo

- Gu thiết kế của Jobs rất tự tin và tinh tế
- Ông cam kết tìm kiếm một giải pháp đẹp thanh lịch và hoạt động tốt
- Vì ông, Apple tập trung vào giải quyết vấn đề cho các cá nhân, trong khi xu hướng trong những năm 1980 đang tạo ra các giải pháp cho doanh nghiệp
- Jobs đã tham gia vào việc ra quyết định, từ chiến lược đến thiết kế sản phẩm và dịch vụ đến đóng gói
- Jobs là mặt tiền giới thiệu các sản phẩm một cách ấn tượng cho khách hàng trong các sự kiện xa hoa

Thử nghiệm táo bạo

- *“Chơi an toàn là thứ nguy hiểm nhất mà chúng ta có thể làm. Chúng ta phải trở nên táo bạo hơn...”*
- Đã tham gia kinh doanh bán lẻ tại thời điểm mọi người đang chuyển sang trực tuyến
- Các cửa hàng được mở tại các vị trí đặc địa với Tech Repair Guys, được gọi là thiên tài, người phục vụ điện thoại tại quầy bar
- Mô hình cửa hàng đã khiến khách qua lại (khách hàng của Apple và không phải của Apple) bị thu hút bởi không gian thanh lịch đang lưu trữ các sản phẩm đẹp mắt.
- Cửa hàng Apple tạo doanh thu cao nhất tính trên mỗi feet vuông trong phân khúc bán lẻ



Con đường ít người đi

- Ngay cả khi phần còn lại của thế giới chuyển sang các hệ thống mã nguồn mở, Apple vẫn sản xuất phần mềm và chip in-house (giữ bí mật)
- Họ giữ bí mật ra mắt sản phẩm
- Rất ít ứng dụng được Apple phát triển cho App Store của mình
- Apple đã loại bỏ một số tính năng vì lý do tiến bộ
- Tuy nhiên, Apple vẫn có thể tạo và bán các sản phẩm mọi người muốn bằng cách không ngừng học hỏi và thích nghi



TÌNH HUỐNG 2

**Singapore Airlines định nghĩa lại
Trải nghiệm Phòng chờ sân bay**



Câu chuyện



- Singapore Airlines được coi là tiêu chuẩn vàng cho dịch vụ khách hàng sáng tạo của mình
- Trước sự cạnh tranh ngày càng tăng, họ nhận ra trải nghiệm phòng chờ trên mặt đất cũng quan trọng như trải nghiệm trên chuyến bay huyền thoại của họ - và cần có một trải nghiệm nhất quán để trở thành hãng hàng không ưa thích nhất thế giới.



Thách thức thiết kế

“Làm thế nào chúng ta có thể thiết kế một trải nghiệm phòng chờ xuất sắc ?”





- Mang trải nghiệm vượt trội trên chuyến bay Singapore Airlines tới phòng chờ cho khách hàng và nhân viên của mình.



- Thiết kế trải nghiệm phòng chờ đặc trưng cho các nhóm khách hàng khác nhau được triển khai trên toàn cầu.

Cách tiếp cận

- Các nhà thiết kế đã tạo ra các phiên quan sát với CEO và đội ngũ quản lý thông qua việc cùng trải nghiệm bữa tối, thực hiện hơn 90 cuộc phỏng vấn và 100 giờ quan sát phòng chờ, cũng như sự tham gia của nhân viên và quản lý



Cách tiếp cận

- Tạo một chiến lược mới về cách phân biệt khách hàng bằng cách sử dụng personas (hồ sơ cá nhân)



HỒ SƠ	Vị trí	Cô/anh ấy sống và làm việc ở đâu?
	Nghề nghiệp	Công việc của họ là gì? Nếu là B2B, thêm thông tin chi tiết về vai trò của họ trong việc quyết định, ảnh hưởng, và trách nhiệm
	Giáo dục	Trình độ và loại trường họ đã tốt nghiệp
HÀNH VI	Cách sử dụng & lòng trung thành	Loại sử dụng, số liệu thống kê trực tuyến, cách họ tham gia với chúng ta, hành vi, tỷ lệ sử dụng, mức độ trung thành
	Thái độ và niềm tin	Anh ấy / cô ấy nghĩ gì về chúng ta? Thế loại?
	Lối sống	Nhóm xã hội, địa vị, cởi mở với đổi mới, thói quen truyền thông, thành thạo
	Sở thích và quan tâm	Anh ấy / cô ấy làm gì trong thời gian rảnh, điều đó quan trọng với họ như thế nào?
NHU CẦU	Mục đích sử dụng	Cô ấy / anh ấy đang muốn đạt được điều gì? Nó quan trọng như thế nào đối với họ?
	Mục tiêu cảm xúc / Trích dẫn	Điều gì đang bị đe dọa về mặt cảm xúc? Trích dẫn trong lời nói của họ sẽ nói ra điều gì?
	Động lực & Kích hoạt	Điều gì thúc đẩy anh ấy / cô ấy, điều gì làm cho họ chú ý?

Cách tiếp cận

- Hướng dẫn vận hành được thiết kế để đảm bảo tính bền vững cho trải nghiệm phòng chờ bao gồm:
 - Vai trò của nhân viên,
 - Chiến lược tham gia dịch vụ và hướng dẫn vận hành
 - Các đối tác thực hiện thiết kế không gian vật lý.



Ảnh hưởng

- Ý tưởng thiết kế mới đã được triển khai vào năm 2013 và dần dần được giới thiệu tới tất cả các phòng chờ của SIA SilverKris tại 15 thành phố với chi phí ước tính khoảng 20 triệu đô la.
- Với khái niệm “nhà ở xa”, khách hàng có thể mong đợi một không gian cá nhân khác biệt, dịch vụ được cá nhân hóa nhiều hơn, lựa chọn thực phẩm và đồ uống ngon lành.

