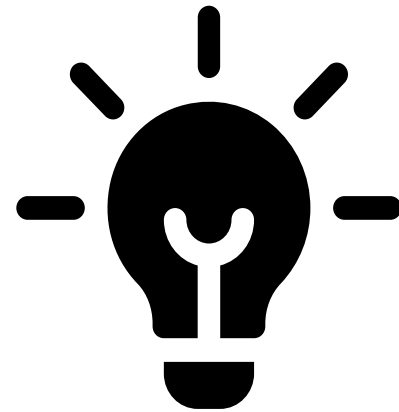
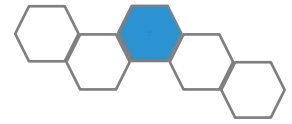


# Lên ý tưởng (Ideate)



# Lên ý tưởng



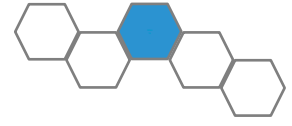
- **Mục đích:** Để tập trung vào việc tạo ý tưởng. Bạn chuyển đổi vấn đề thành giải pháp. Khai phá nhiều ý tưởng đa dạng và rộng lớn để vượt ra ngoài các giải pháp hiển nhiên cho một vấn đề.
  - **Sáng tạo:** Kết hợp sự không/có ý thức với những suy nghĩ và trí tưởng tượng hợp lý
  - **Sức mạnh tổng hợp của nhóm** Thúc đẩy nhóm tiếp cận các ý tưởng mới và xây dựng các ý tưởng khác
  - **Suy nghĩ phân kỳ và hội tụ:** Phân loại việc hình thành và đánh giá những ý tưởng để thúc đẩy trí tưởng tượng lên tiếng

*“Cách duy nhất để có  
một ý tưởng hay là  
có nhiều ý tưởng.”*

Winston Churchill



# Lên ý tưởng



Hoạt động	Công cụ sử dụng	Yêu cầu cần nộp
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Các hoạt động lên ý tưởng</li><li>▪ Động não (Brainstorming)</li><li>▪ Hội thảo (Workshops)</li><li>▪ Sơ đồ tư duy (Mindmaps)</li><li>▪ Phác thảo/ vẽ (Sketching/drawing)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Công cụ vẽ và viết (Drawing and writing tools)</li><li>▪ Post-its (Giấy sticker dán lên tường/bảng)</li><li>▪ Bảng lật / Bảng trắng (Flipchart / Whiteboard)</li><li>▪ Personas (<i>from Empathize</i>)</li><li>▪ Tóm tắt thiết kế (Design brief (<i>from Define</i>))</li><li>▪ Công cụ động não (Brainstorming tools)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ý tưởng / khái niệm (Ideas / concepts)</li><li>▪ Phác thảo (Sketches)</li><li>▪ Bản đồ ưu tiên (Prioritization map)</li><li>▪ Bảng đồ mối quan hệ (Affinity map)</li><li>▪ Đánh giá ý tưởng (Idea evaluation)</li></ul>

Để lên ý tưởng  
tốt, cần có Tư  
duy 3: Tin rằng  
bạn có thể  
vẽ/phác thảo

# Tư duy 3: Tin rằng bạn có thể vẽ/phác thảo

## **Yêu cầu:**

Tin vào lợi ích của bản vẽ. Trong mọi dự án, một nhà tư duy thiết kế sẽ cần phải tin rằng anh ấy/cô ấy có thể vẽ, để anh ấy / cô ấy có thể truyền cảm hứng cho những người khác làm điều tương tự. Bạn không cần phải vẽ tốt để trở thành một nhà tư duy thiết kế!

Bạn chỉ cần hình dung chính xác để có thể truyền tải thông điệp và câu chuyện tốt. Vẽ là ngôn ngữ của một nhà tư duy thiết kế.

## **Những đặc điểm cần tuân theo:**

- Vẽ hoặc phác thảo thay vì gõ email
- Có thể nhìn vào bức tranh lớn và suy nghĩ một cách toàn diện
- Hình dung các cuộc thảo luận trên diễn đàn trong các cuộc họp - Tạo điều kiện và khuyến khích người khác vẽ

## **Những đặc điểm cần tránh:**

- Không cầm bút lên vẽ
- Sợ rằng mọi người sẽ chỉ trích bản vẽ của bạn

# Tại sao chúng ta nên giao tiếp bằng cách vẽ?

- Bản vẽ và hình ảnh cho phép mọi người đồng ý về những gì họ nhìn thấy, mà không phải những gì họ tưởng tượng
- Vẽ tiết kiệm thời gian bằng cách thay thế các từ ngữ để giải thích một tình huống cụ thể



# Giá trị của bản vẽ là gì?

1. Tưởng tượng ra những ý tưởng tốt hơn
2. Tìm hiểu vấn đề
3. Giải thích và đưa ra hướng dẫn
4. Giúp ghi nhớ



# Tạo thư viện thị giác của riêng bạn

## PEOPLE



Customer



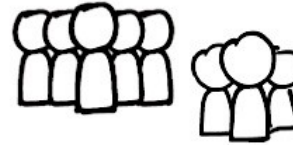
Boss / Staff



Female



Male



Crowd / Group



Walking Man



People Celebrating



Staff in a Meeting



People Agreeing

## EMOTIONS



Angry



Confused



Frustrated



Happy



Sick

## TIME



1 PM



Future



Morning



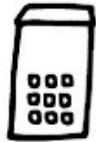
Night



Now!

# Tạo thư viện thị giác của riêng bạn

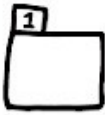
## PLACES



Building



Staff Counter



My Desk



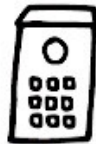
Home



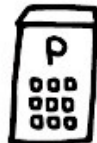
IT Company



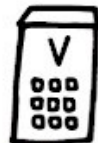
Meeting Space



Office

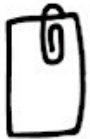


Partner Company



Vendor

## CHANNELS



Attachment



Document



Email



Forms



Laptop / Internet



Mail



Mobile



Self-Service Kiosk



Car



Delivery

## IDENTIFIERS



Alert / Attention



Arrow



Wrong



Idea!



Important to Note



Transfer

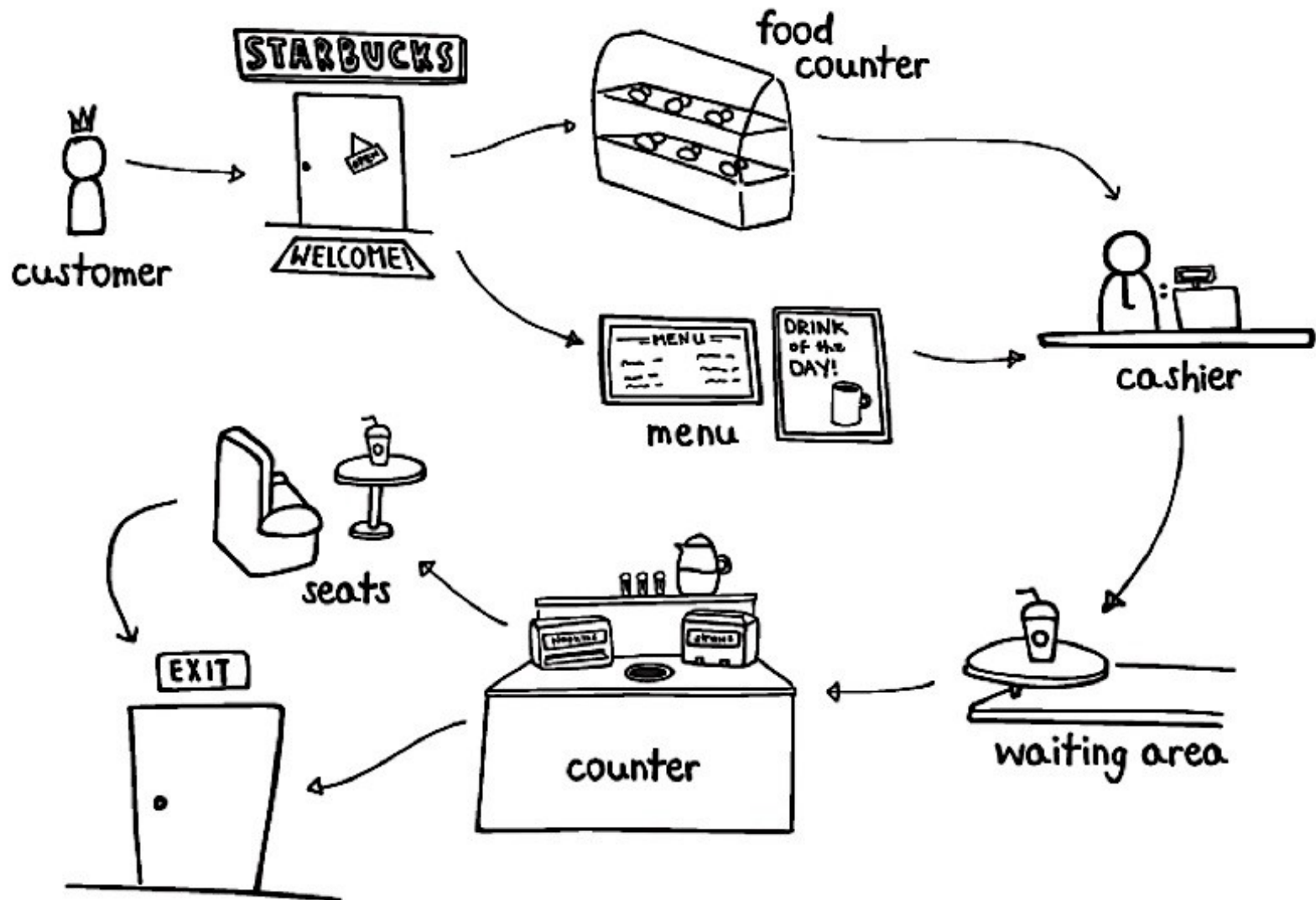


Customer Journey



Problem Area

# Tìm hiểu làm thế nào để vẽ một hành trình hoặc một quá trình



# Học cách vẽ ra vấn đề của bạn

**Chúng ta có thể hình dung vấn đề bằng cách vẽ nó ra:**

THE PROBLEM:

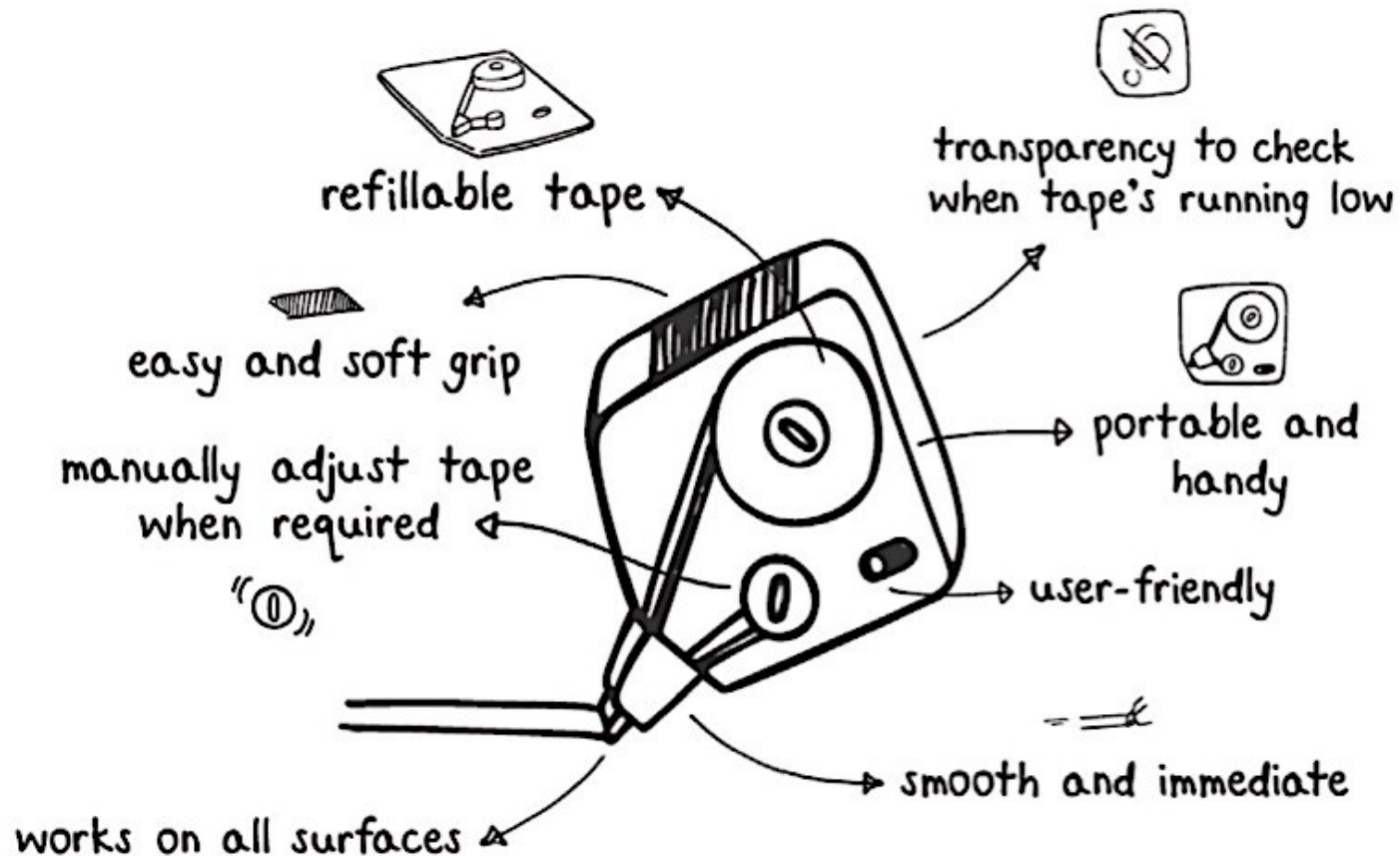
CREDIT CARD SALES HAVE BEEN DROPPING

- lack of motivation in sales staff
- increasing competition
- lack of awareness
- unattractive card benefits
- lack of presence in the online space



# Tìm hiểu làm thế nào để vẽ giao tiếp của bạn

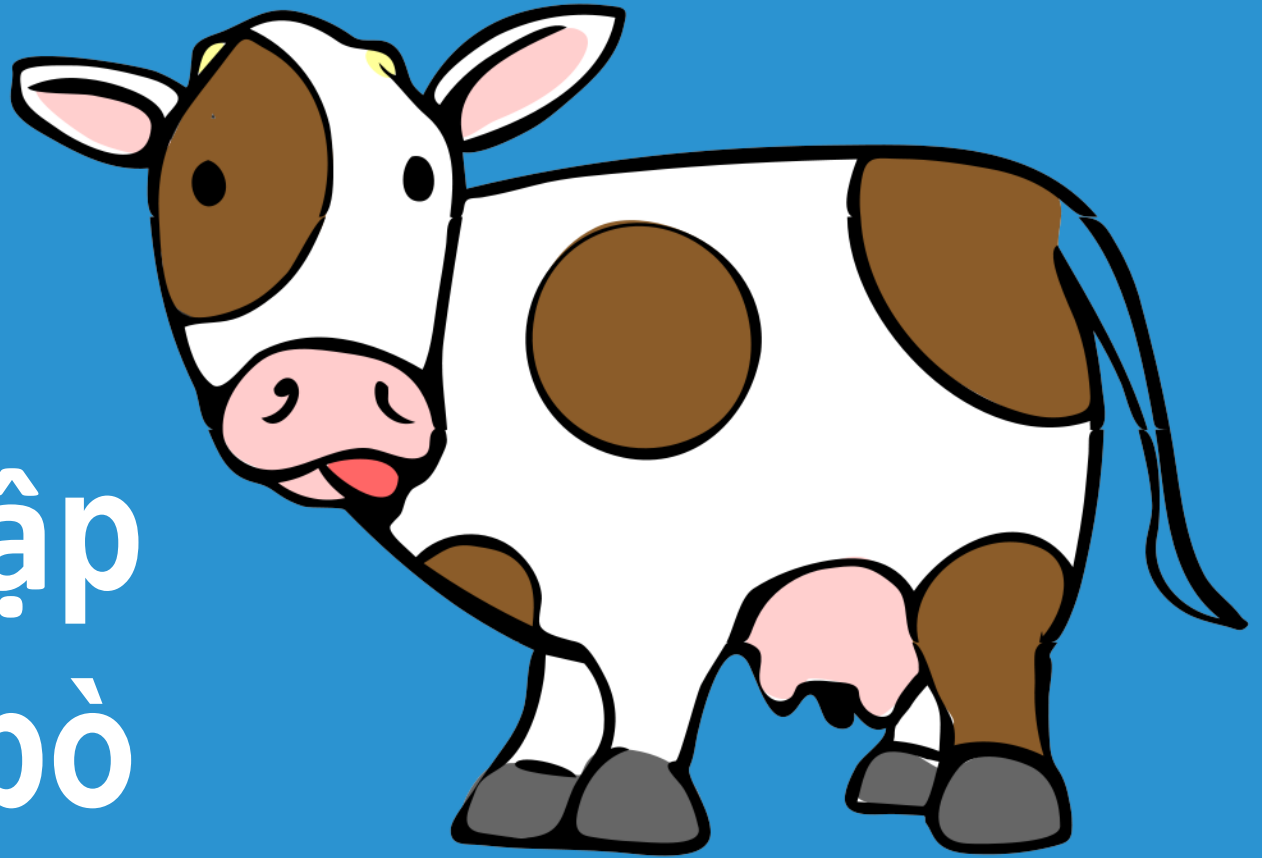
## WHAT ARE MY BENEFITS?



# **Tư duy 4:**

## **Cam kết khám phá**

Bài tập  
con bò  
ngó ngẩn



# Bài tập con bò ngớ ngẩn



**Time: 3 mins**

1. Trong các nhóm sinh viên tương ứng, phác thảo ra ba cách khác nhau mà con bò có thể được sử dụng để tạo ra giá trị cho khách hàng.
2. Phải sử dụng các đặc tính của một con bò (ví dụ: sản xuất sữa, ăn cỏ, kêu rống, v.v.) để phát triển các đề xuất giá trị sáng tạo.
3. Trình bày bản vẽ phác thảo của bạn cho lớp và giải thích các đề xuất giá trị.



# Tư duy 4: Cam kết khám phá

## **Yêu cầu:**

Phát triển khả năng khám phá. Trong mỗi dự án, một nhà tư duy thiết kế sẽ cần phải cam kết khám phá và suy nghĩ ra ngoài cách thông thường, tìm kiếm các giải pháp thường không được nghĩ đến trước đây.

Khám phá tất cả các khả năng là nền tảng cốt lõi của một nhà tư duy thiết kế, và không có nó thì không có sự phân kỳ và không có cơ sở cho sự đổi mới và sáng tạo.

## **Những đặc điểm cần tuân theo:**

- Luôn nhận ra rằng có nhiều hơn một giải pháp cho một vấn đề
- Tạo ra nhiều ý tưởng và khái niệm – không quan trọng chúng có khả thi hay không
- Liên tục lên ý tưởng với đồng đội
- Tham gia vào các hoạt động hợp tác và sáng tạo
- Không ngừng học hỏi từ những sai lầm và kinh nghiệm của người khác
- Nhận cảm hứng như một miếng bọt biển hút nước
- Chia sẻ ý tưởng với mọi người

## **Những đặc điểm cần tránh:**

- Tuân theo các quyết định của lãnh đạo một cách mù quáng mà không đặt câu hỏi.
- Tuân thủ các ràng buộc, các quen thuộc, và các khoảng cách an toàn mà không cần thảo luận
- Đồng ý với mọi điều người khác nói
- Bỏ qua phản hồi từ người dùng / khách hàng

# Tại sao chúng ta cần Lên ý tưởng

- Khám phá nhiều lựa chọn hơn
- Sẵn sàng để đưa ra các quyết định tốt
- Xây dựng ý tưởng từ kinh nghiệm đa dạng



# Các qui định khi Lên ý tưởng



# Làm thế nào để tạo điều kiện cho một phiên thảo luận?

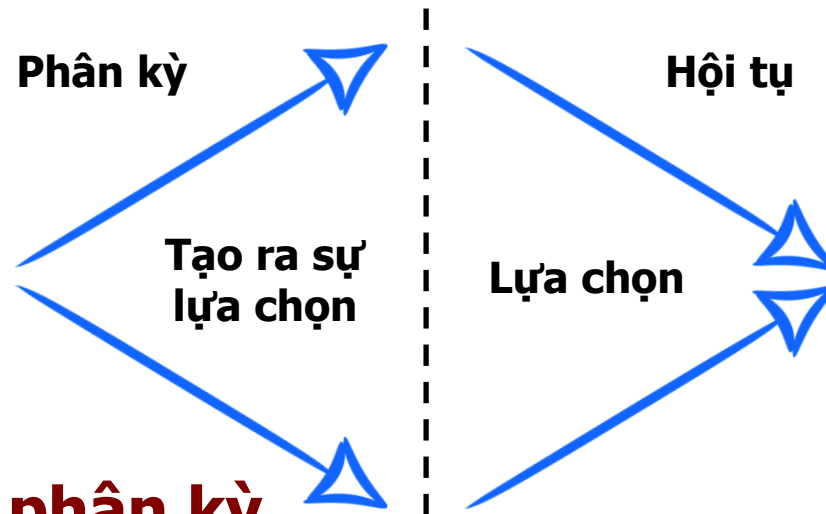
1. Quản lý không gian sáng tạo
2. Đặt kỳ vọng
3. Xác định vấn đề
4. Dẫn dắt việc lên ý tưởng
5. Sắp xếp các ý tưởng
6. Đánh giá và tạo các bước hành động

# 3 cách để giải phóng sự sáng tạo ở nơi làm việc

1. Có phần thưởng cho ý tưởng sáng tạo
2. Không gian làm việc sáng tạo
3. Khuyến khích hợp tác và đồng sáng tạo



# Các phương pháp lên ý tưởng



## Phương pháp phân kỳ

### 1. Khám phá ban đầu

- Viết ra
- Động não vấn đề (Nyaka)
- Chia sẻ động não (Phương pháp NHK)

### 2. Đẩy lùi các giới hạn

- Dùng câu hỏi S-C-A-M-P-E-R
- Cái gì xảy ra nếu...?

## Phương pháp hội tụ

- Dùng Bản đồ ưu tiên
- Dùng Bản đồ mối quan hệ
- Dùng Đánh giá ý tưởng

# Khám phá khởi đầu – Công não (Brainwriting)

## ■ Nó là gì?

- Công não là một phương pháp mạnh trong việc thúc đẩy việc xây dựng các ý tưởng một cách có hệ thống

## ■ Phương pháp

1. Xác định các vấn đề.
2. Mỗi người nên công não (brainstorm) ba ý tưởng trong hai phút viết lên một tờ giấy.
3. Sau đó bảo họ đưa tờ giấy cho người bên trái.
4. Người tiếp theo xây dựng hoặc thêm vào các ý tưởng hiện có bằng cách viết / vẽ ý tưởng của riêng họ bên dưới các ý tưởng hiện có. Cho phép 3 phút.
5. Lặp lại quy trình xung quanh bàn với người tiếp theo để xây dựng các ý tưởng hiện có hoặc thêm vào các ý tưởng mới, cho đến khi tờ giấy trên trở lại với người ban đầu.
6. Chia sẻ tất cả các ý tưởng đang có trên bàn và chọn ra một vài ý tưởng nổi bật.

# Khám phá khởi đầu- Công não vấn đề (Nyaka)

## ■ Định nghĩa

- Công não (brainstorming) Nyaka là một phương pháp nhấn mạnh vào việc khám phá các vấn đề và giải pháp cho các vấn đề. Nó thường được thực hiện với một hành trình hoặc quy trình được bóc tách thành nhiều vấn đề khác nhau cùng với trải nghiệm.
- Sau đó, nó cho phép hiểu đâu là vấn đề xấu và sau đó ưu tiên một hệ thống phân cấp các ý tưởng.

## Phương pháp

1. Nhóm xây dựng một hành trình khách hàng hoặc một quy trình làm việc mà họ muốn xác định các vấn đề.
2. Trưởng nhóm yêu cầu nhóm xác định có bao nhiêu điều sai với quy trình / dịch vụ / trải nghiệm thiết kế và viết chúng vào không gian bên trái của một dòng kẻ.
3. Trưởng nhóm yêu cầu nhóm xác định các giải pháp cho càng nhiều vấn đề được xác định càng tốt và viết chúng vào đúng không gian bên phải của dòng kẻ.
4. Tạo một hệ thống phân cấp các vấn đề và phân cấp các giải pháp cho từng vấn đề.
5. Dựa trên cuộc thảo luận, nhóm có thể quyết định giải pháp nào sẽ phát triển hơn nữa dựa trên các tiêu chí nhất định và tạo ra các nguyên mẫu.



# Khám phá khởi đầu - Công não chia sẻ (Phương pháp NHK)

## ■ Nó là gì?

- Phương pháp công não NHK cho phép các thành viên xây dựng ý tưởng thông qua việc chia sẻ ý tưởng từ một thành viên khác.

## ■ Phương pháp

1. Xác định các vấn đề
2. Mỗi người tham gia viết ra năm ý tưởng trên năm thẻ riêng biệt.
3. Trong nhóm 5 người, trong khi mỗi người chia sẻ một ý tưởng từ thẻ của mình, những người khác sẽ tạo ra một ý tưởng khác.
4. Trình tự tiếp tục vòng quanh cho đến khi có nhiều ý tưởng tạo ra.
5. Thu thập và nhóm các ý tưởng ra các loại có ý nghĩa hơn.
6. Chọn một vài ý tưởng nổi bật để tạo mẫu và thử nghiệm.

# Đẩy lùi các ranh giới – câu hỏi SCAMPER

## ■ Nó là gì?

- SCAMPER là một kỹ thuật công não và phương pháp đổi mới, sử dụng bảy từ như lời nhắc:

1. **Thay thế (Substitute)**
2. **Kết hợp (Combine)**
3. **Thích nghi (Adapt)**
4. **Sửa đổi (Modify)**
5. **Đưa cho sử dụng khác (Put to another use)**
6. **Loại bỏ (Eliminate)**
7. **Đảo ngược (Reverse)**

## ■ Thủ tục

1. Chọn một ý tưởng / khái niệm / sản phẩm hiện có để áp dụng phương pháp SCAMPER.
2. Người hướng dẫn sẽ dẫn dắt nhóm giải quyết vấn đề bằng cách đặt câu hỏi dựa trên SCAMPER
3. Tạo nhiều ý tưởng dựa trên các câu hỏi.
4. Phân tích và ưu tiên.
5. Chọn một vài ý tưởng để tiếp tục phát triển và tạo mẫu.

# Đẩy lùi các ranh giới - SCAMPER

## 1. Thay thế

- Những vật liệu hoặc yếu tố nào bạn có thể thay thế hoặc trao đổi để cải thiện sản phẩm?
- Những sản phẩm hoặc quá trình khác bạn có thể sử dụng?

## 2. Kết hợp

- Điều gì sẽ xảy ra nếu bạn kết hợp sản phẩm này với sản phẩm khác, để tạo ra thứ gì đó mới?
- Cách kết hợp các mục đích hoặc mục tiêu?

## 3. Thích nghi

- Những bối cảnh nào khác bạn có thể đặt sản phẩm của bạn vào
- Những sản phẩm hoặc ý tưởng khác bạn có thể sử dụng cho niềm cảm hứng?

## 4. Sửa đổi

- Làm thế nào bạn có thể thay đổi hình dạng, giao diện hoặc cảm nhận về sản phẩm của bạn?
- Những gì bạn có thể nhấn mạnh hoặc làm nổi bật để tạo ra nhiều giá trị hơn?

## 5. Đưa vào sử dụng khác

- Bạn có thể sử dụng sản phẩm này một số nơi khác, có lẽ trong một ngành công nghiệp khác?
- Ai khác có thể sử dụng sản phẩm này?

## 6. Loại bỏ

- Làm thế nào bạn có thể hợp lý hóa hoặc đơn giản hóa sản phẩm này?
- Điều gì sẽ xảy ra nếu bạn lấy đi một phần của sản phẩm này?

## 7. Nghịch đảo

- Làm thế nào bạn có thể tổ chức lại sản phẩm này?
- Điều gì sẽ xảy ra nếu bạn cố gắng làm điều ngược lại hoàn toàn với những gì bạn đang cố gắng làm bây giờ?

# Đẩy lùi Ranh giới - Điều gì xảy ra nếu?

## ■ Nó là gì?

- Chuyện gì xảy ra nếu? một kỹ thuật công não giúp đẩy ranh giới của những ràng buộc hoặc hạn chế đối với một khái niệm / sản phẩm hiện. Nó tuân theo nguyên tắc đặt câu hỏi mới nếu bạn muốn câu trả lời mới.

## ■ Phương pháp

1. Chọn một ý tưởng / khái niệm / sản phẩm hiện có để áp dụng phương pháp “điều gì xảy ra nếu”
2. Trưởng nhóm dẫn dắt nhóm giải quyết vấn đề bằng cách đặt câu hỏi dựa trên “điều gì xảy ra nếu”? Còn lại sẽ đóng góp ý vào các câu hỏi "chuyện gì xảy ra nếu"?
3. Tạo nhiều ý tưởng dựa trên các câu hỏi.
4. Phân tích và ưu tiên
5. Chọn một vài ý tưởng để tiếp tục phát triển và tạo mẫu.

# Đẩy lùi ranh giới - Điều gì xảy ra nếu?

## Các câu hỏi Chuyện gì xảy ra nếu:

### 1. Sự khan hiếm / dồi dào:

- Chuyện gì xảy ra nếu một chiếc xe có thể chạy mà không cần xăng?
- Điều gì nếu bạn có ngân sách không giới hạn để thay đổi trang web này?

### 2. Tính cực kỳ đơn giản:

- Nếu quân đội chiến đấu không có binh lính thì sao?
- Điều gì sẽ xảy ra nếu bạn có thể đăng ký vay ngân hàng trong chỉ 1 bước?

### 3. Đối nghịch:

- Điều gì sẽ xảy ra nếu điện thoại di động của bạn chạy đến bạn thay vì bạn chạy với điện thoại di động của bạn?
- Điều gì sẽ xảy ra nếu một nhân viên trả tiền cho công ty để làm việc thay vì công ty trả cho nhân viên?

# Bản đồ ưu tiên

## ■ Nó là gì?

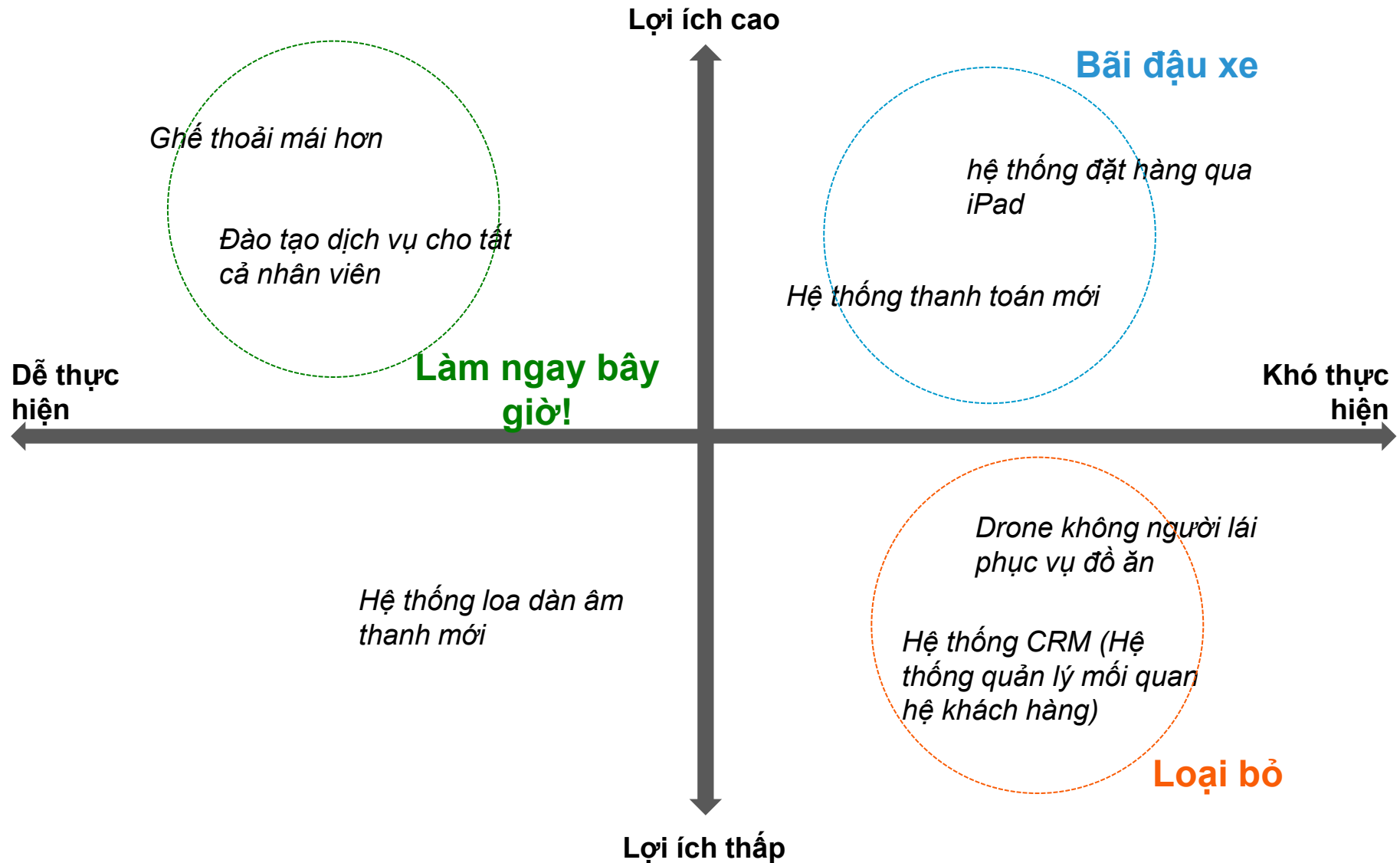
- Bản đồ ưu tiên cho phép bạn lập bản đồ ý tưởng của mình dựa trên mức độ dễ thực hiện theo mức độ lợi ích cho người dùng
- Điều này cho phép bạn đưa ra quyết định sáng suốt về ý tưởng nào sẽ bắt đầu thực hiện và ý tưởng nào sẽ được sử dụng để thực hiện trong tương lai.

## ■ Phương pháp

1. Ánh xạ tất cả các ý tưởng của bạn lên bản đồ ưu tiên
2. Quyết định những ý tưởng nào sẽ tốt để tiến hành - thường là những ý tưởng dễ thực hiện và có giá trị lợi ích cao nên được thực hiện trước tiên
3. Quyết định những ý tưởng khác mà bạn dự định thực hiện. Các ý tưởng có giá trị lợi ích cao nhưng khó thực hiện nên được xem xét cho lộ trình trong tương lai trong khi bạn có thể muốn loại bỏ một số ý tưởng có giá trị lợi ích thấp.

# Ví dụ về BẢN ĐỒ ƯU TIÊN

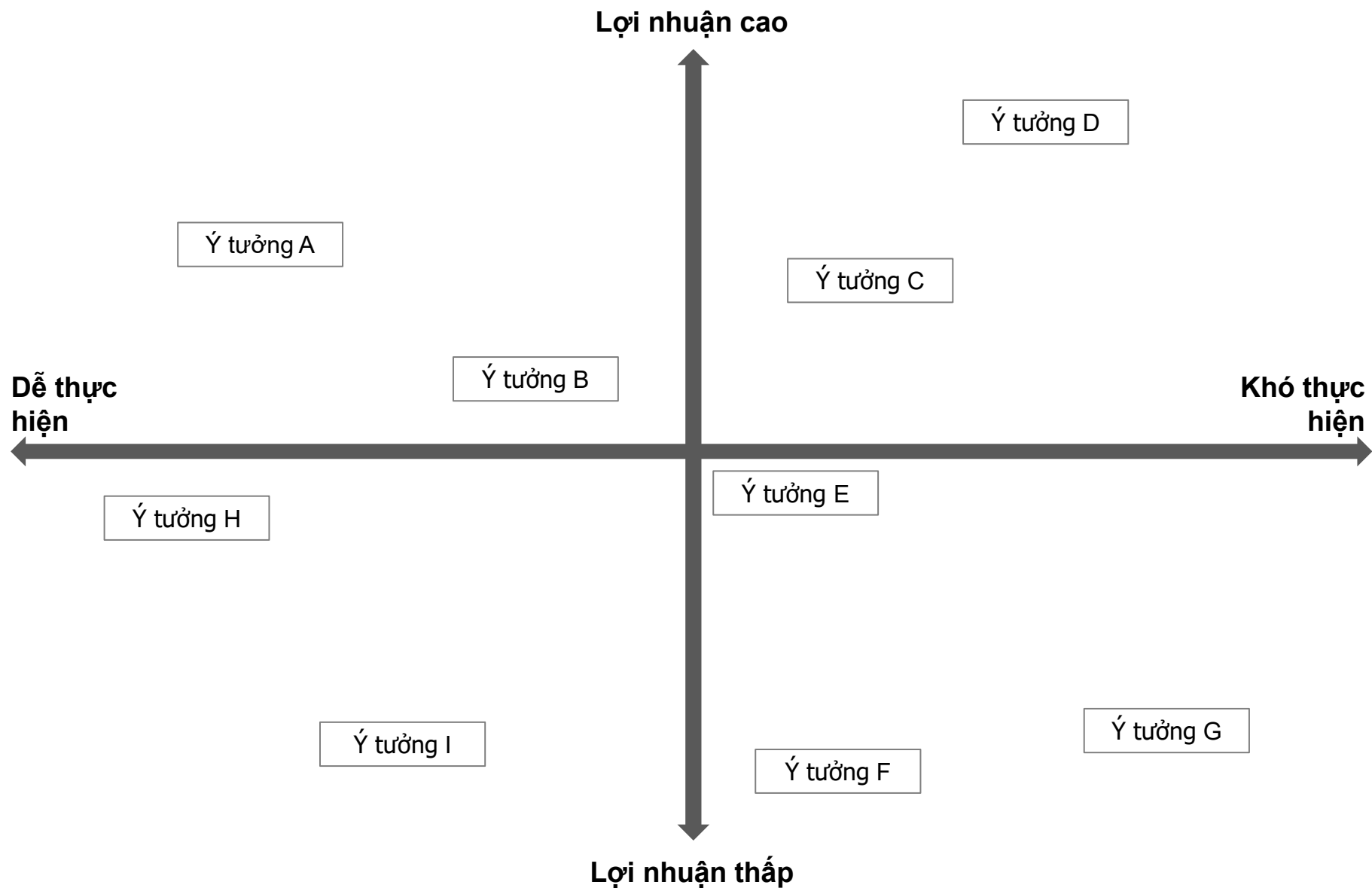
## Cải thiện trải nghiệm nhà hàng từ khách hàng



# MẪU BẢN ĐỒ ƯU TIÊN

Sắp xếp ý tưởng của bạn bằng cách ưu tiên dựa trên lợi ích và dễ thực hiện

*Sản phẩm cần nộp tại pha  
Tạo ý tưởng*





# Bản đồ mối quan hệ

## ■ Nó là gì?

- Bản đồ mối quan hệ là một phương pháp cho phép bạn phân tích và sắp xếp các ý tưởng của mình bằng cách khám phá các mối quan hệ để phát triển hướng thiết kế dựa trên mối quan hệ giữa các ý tưởng của bạn. Điều này có thể được thực hiện trong nhóm để thống nhất các ý tưởng trong các danh mục hợp lý.

## ■ Phương pháp

1. Ánh xạ tất cả các ý tưởng của bạn lên bản đồ mối quan hệ
2. Quyết định những ý tưởng nào có mối quan hệ với nhau và nhóm chúng lại với nhau và tạo tên cho nhóm ý tưởng này
3. Làm tương tự cho tất cả các ý tưởng cho đến khi bạn thấy rằng có 3 hoặc 4 nhóm ý tưởng rất mạnh mẽ. Loại bỏ phần còn lại của những ý tưởng mà bạn nghĩ không liên quan tới.
4. Bạn có thể quyết định với nhóm của mình hướng thiết kế nào có thể là cách để tiến hành

## Ý tưởng để tạo điều kiện học tập trong lớp học



**Các sticker dán ý tưởng ngẫu nhiên**



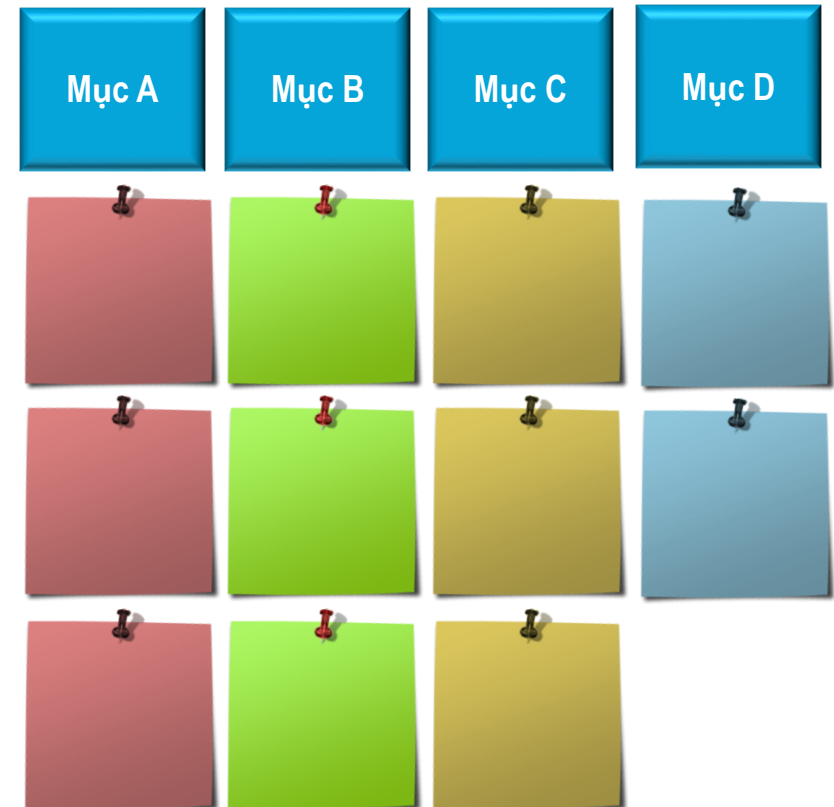
**Phân loại và nhóm các ý tưởng**

Sắp xếp ý tưởng của bạn bằng cách nhóm chúng trong các danh mục bảng

## Các sticker dán ý tưởng ngẫu nhiên



## Phân loại và nhóm các ý tưởng



# Đánh giá ý tưởng

## ■ Nó là gì?

- Đánh giá ý tưởng là một bảng các tiêu chí để so sánh và hiểu được sự khác biệt giữa các ý tưởng của bạn dựa trên các tiêu chí
- Điều này có thể được thực hiện nếu bạn muốn đánh giá và chọn ý tưởng cùng với các bên liên quan

## ■ Thủ tục

1. Ánh xạ tất cả các ý tưởng của bạn lên bảng đánh giá ý tưởng
2. Viết ra những điểm chính của từng ý tưởng dựa trên từng tiêu chí
3. Đánh giá và quyết định những ý tưởng đi trước bằng cách loại bỏ những ý tưởng không đáp ứng các tiêu chí quan trọng.

## Cách đánh giá 4 ý tưởng dựa trên tác động của khách hàng

Tiêu chí đánh giá	Ý tưởng A	Ý tưởng B	Ý tưởng C	Ý tưởng D
Tác động của khách hàng	+ Nói chung có lợi cho + khách hàng	- Có thể không	+ Có giá trị cho giới trẻ	+ Sẽ có lợi trong tương lai
Ảnh hưởng kinh doanh				
Cải thiện tiềm năng				
Tính khả thi				
Sáng tạo				
Khác				

Mẫu

Sắp xếp ý tưởng của bạn bằng cách đánh giá chúng dựa trên một bộ tiêu chí

Sản phẩm cần nộp ở Pha  
Lên ý tưởng

Tiêu chí đánh giá	Ý tưởng A	Ý tưởng B	Ý tưởng C	Ý tưởng D
Tác động của khách hàng				
Ảnh hưởng kinh doanh				
Cải thiện tiềm năng				
Tính khả thi				
Sáng tạo				
Khác				

# Hoạt động: Lên ý tưởng



**Time: 7 mins**

- 1 Phác thảo 5 *ý tưởng cấp tiến* của **VÍ TIỀN** dựa trên bản tóm tắt thiết kế của bạn!



Viết mô tả vấn đề (problem statement) của bạn ở trên

--	--	--	--	--

- 2 Ưu tiên, phân loại hoặc đánh giá ý tưởng của bạn bằng cách sử dụng bản đồ ưu tiên / bản đồ mối quan hệ/ đánh giá các mẫu ý tưởng.