



NATISOFT Design Thinking LAB

Secondo Workshop



AGENDA

1. SECONDO WORKSHOP

VISION STATEMENT

- Definisci una visione condivisa per il progetto
- Crea lo spazio creativo per concepire idee innovative
- “Quantity over quantity” prima, poi restringi il campo

VISION STATEMENT

WHO

Uno sviluppatore

- Chi sono i tuoi users?
- Chiarisci chi vuoi servire con la tua soluzione

WHAT

Non dovrebbe impiegare più di 30 minuti

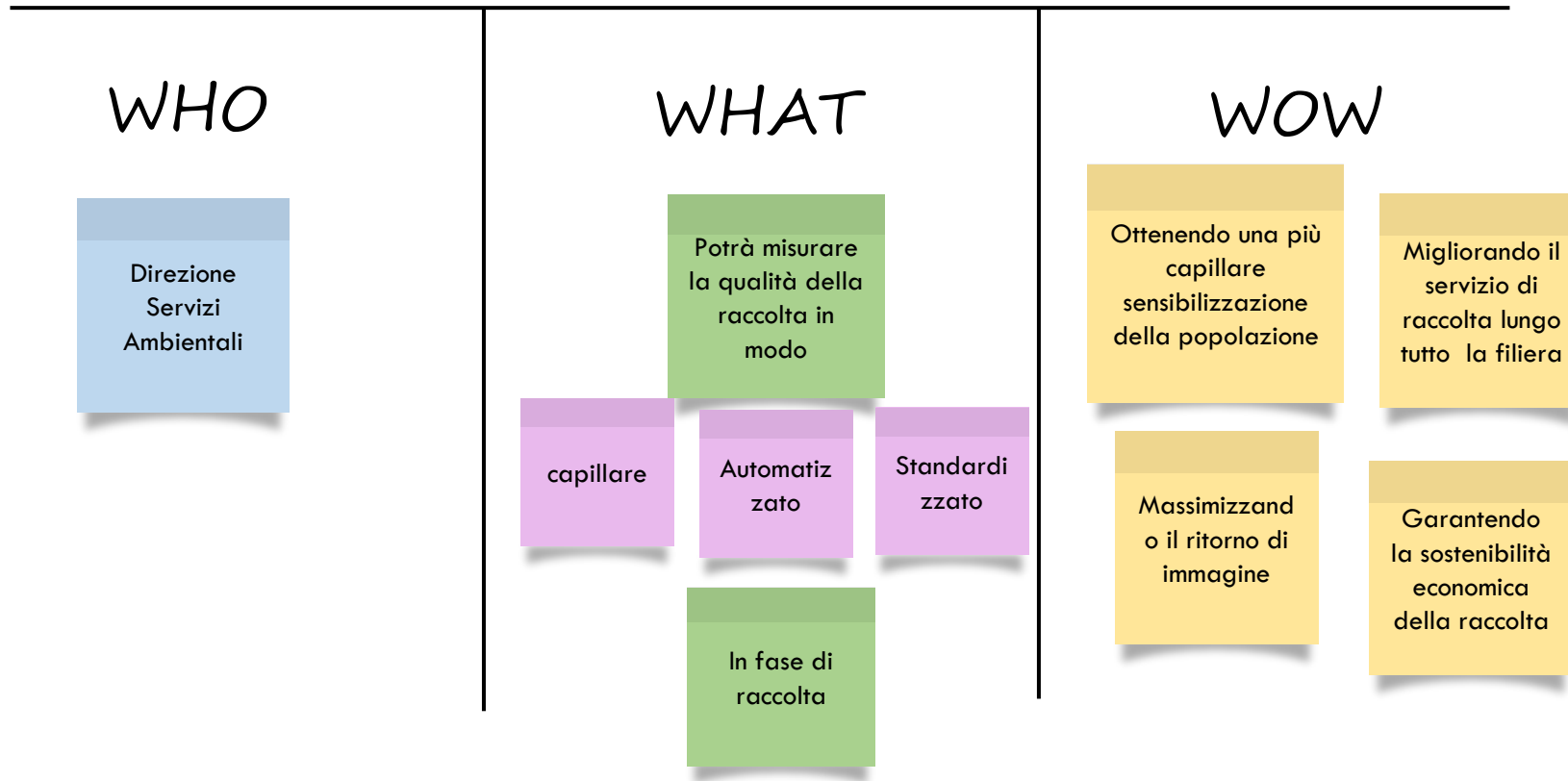
- Quali sono i bisogni che sta tentando di soddisfare?
- Qual è l'outcome che tu vuoi che loro raggiungano?

WOW

Per creare ed eseguire un app usando i servizi Google Cloud e API di terze parti

- L'elemento differenziante che da valore alla tua soluzione rispetto al non usarla o usare quella dei competitor

VISION STATEMENT



Esempio di Hill

La Direzione Servizi Ambientali potrà misurare la qualità della raccolta in modo capillare, automatizzato e standardizzato, ottenendo una più capillare sensibilizzazione della popolazione, migliorando tutta la filiera della raccolta, garantendo la sostenibilità economica della raccolta

- WHO
- WHAT
- WOW

BIG IDEAS

- Le **Big Ideas** sono concetti ampi e con focus sui need degli utenti
- Bisogna distinguerle dalle “features”, che invece sono più circoscritte, hanno una natura tattica e sono concentrati sulla soluzione
- “Sì, ed è tipo...”

BIG IDEAS

“Digital trusted best friend” che ti consiglia il miglior ristorante nel quartiere

- Concetto ampio
- Descrive una possibile esperienza dell'utente
- Focus sui needs dell'utente
- Va pensata come un frame singolo di uno storyboard

FEATURES

Sito web che raccoglie dati ed invia messaggi

- Funzione più ristretta
- Sono più dettagliate
- Focus sulla soluzione

NON DIMENTICARE LE IDEE ASSURDE!

- Ogni membro del team deve generare almeno un'**idea assurda**
- Le idee più “creative” aiutano a pensare “outside the box” e sono il punto di partenza per grandi soluzioni



*Hovercraft per il
data delivery*

*Delivery
personalizzata di
dati rilevanti per
l'utente in ogni
dominio*

SI, ED È TIPO COME...

- Leggi le Big Ideas dei tuoi colleghi, ragioniamoci collettivamente e, quando lo ritieni opportuno, aggiungi qualcosa alla proposta

TAXI ROBOT
DRIVER



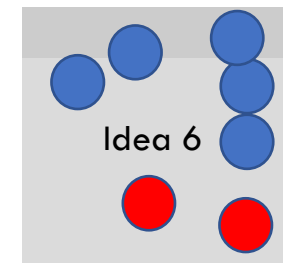
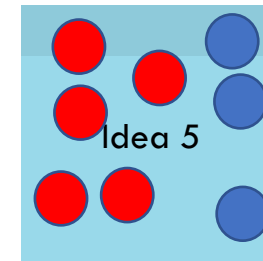
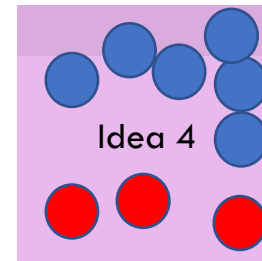
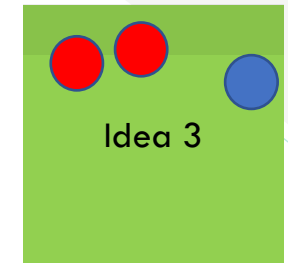
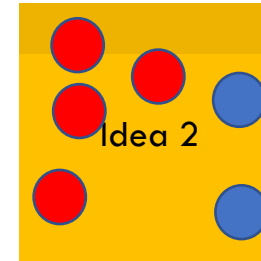
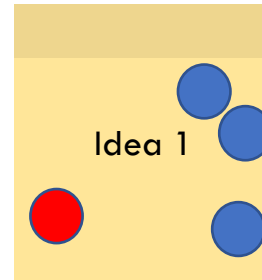
*Ti porta dove vuoi
prendendo il
percorso più breve e
meno trafficato
possibile*

PRIORITIZATION GRID

- Crea prima (Big Ideas), dopo valuti (Prioritization Grid)
- Quale di queste idee sono più importanti e fattibili entro il periodo che abbiamo pianificato?

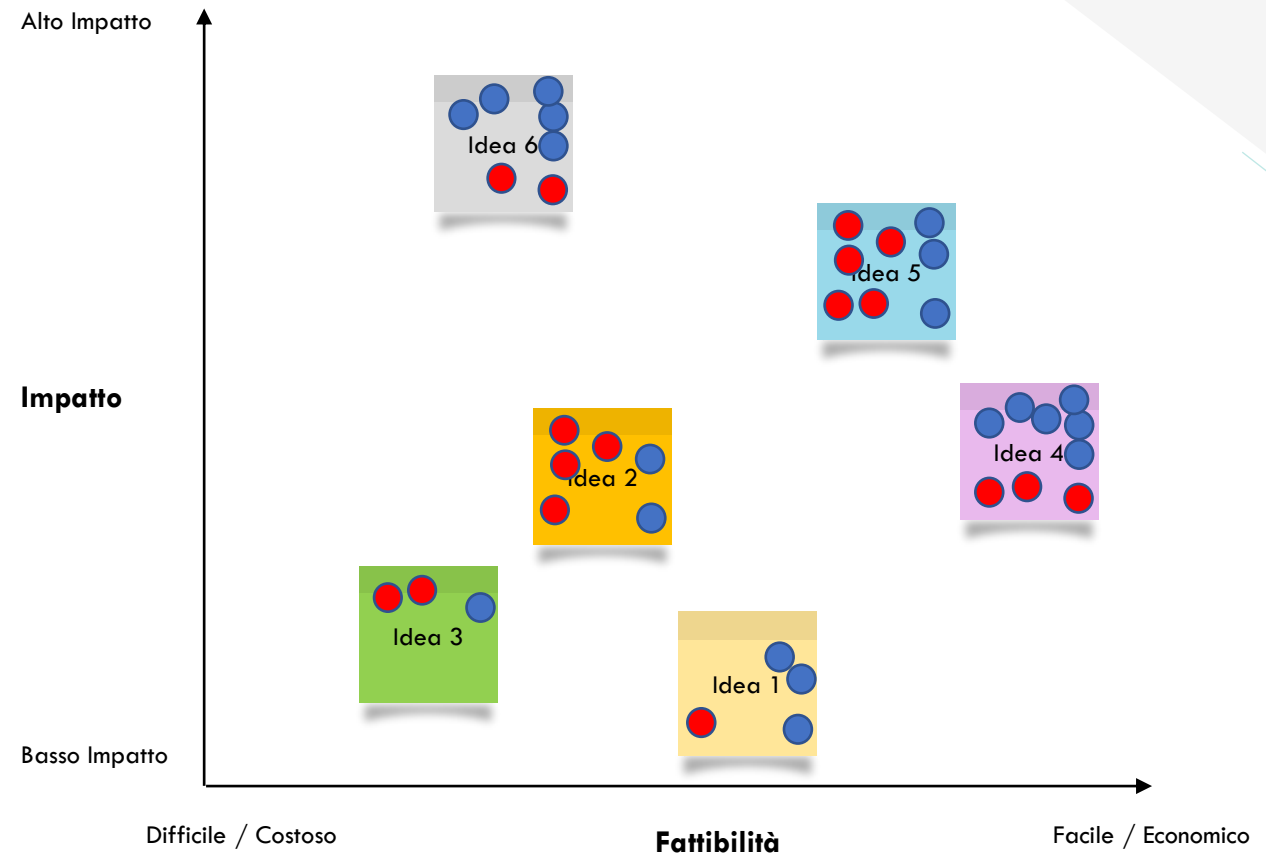
1. VOTA LE BIG IDEAS

- Vota le idee migliori rapidamente ed individualmente
- Ripeti l'attività per 2 votazioni: la prima per impatto, la seconda per fattibilità
- Ogni partecipante ha 4 voti per l'impatto e 4 per la fattibilità



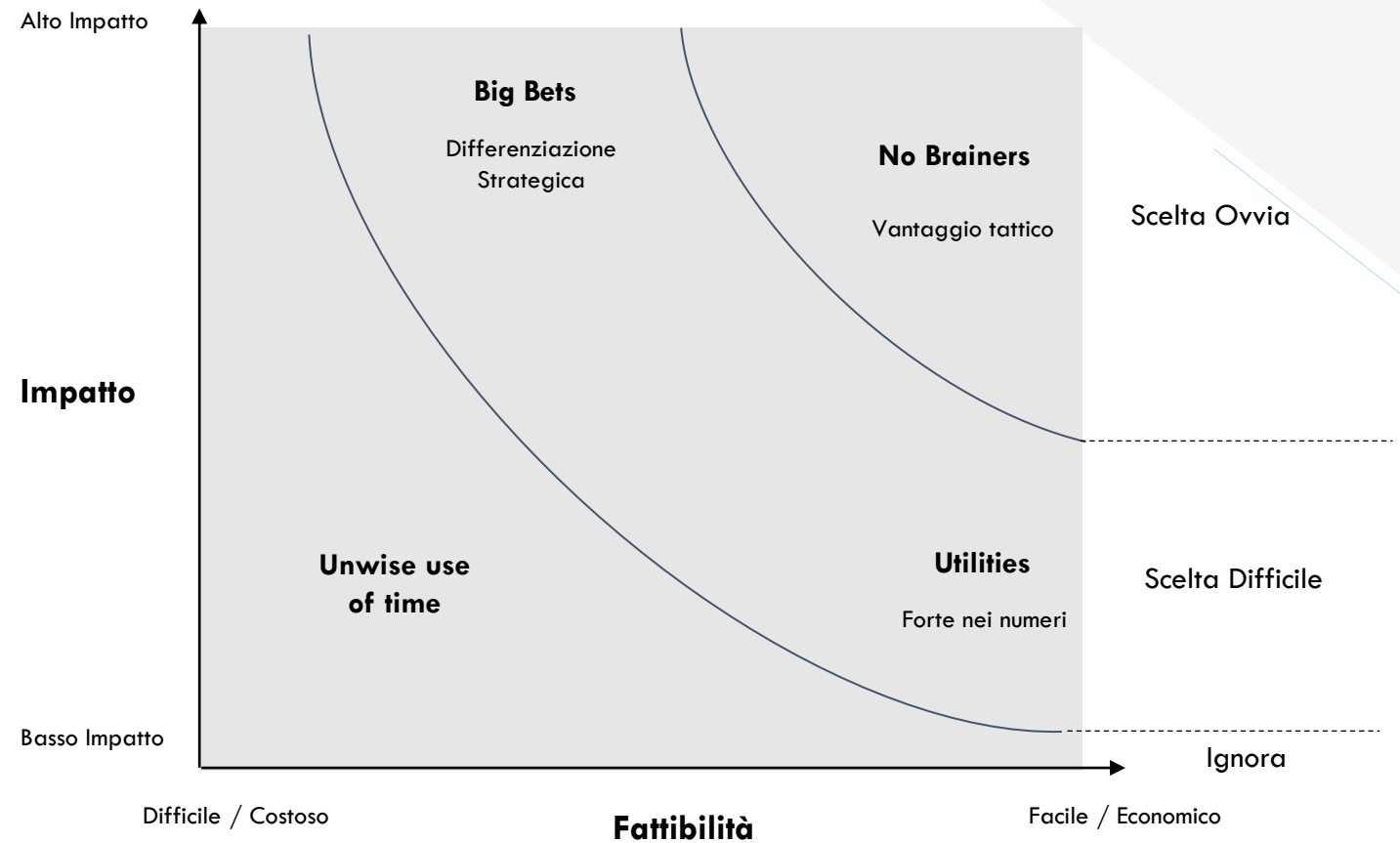
3. POSIZIONA LE BIG IDEAS NEL PRIORITIZATION GRID

- Crea un piano cartesiano che misuri la fattibilità sulle ascisse e l'impatto sulle ordinate
- Posiziona le Big Ideas basandoti sui voti ottenuti da ognuna



3. POSIZIONA LE BIG IDEAS NEL PRIORITIZATION GRID

- Discuti ed, eventualmente, modifica il posizionamento delle Big Idea
- Focalizza la discussione sulle Big Bets (fattibilità media – alta importanza) che sono probabilmente quelle con il maggior payout

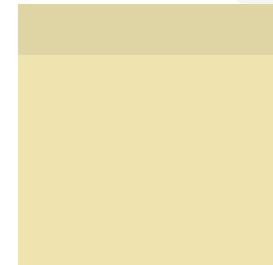
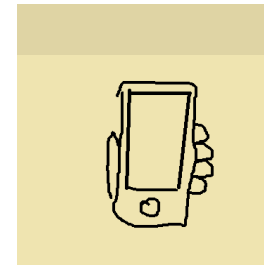


STORYBOARD

- Un modo per comunicare visivamente le idee e la nostra visione dell'esperienza futura dell'utente, oltre che allineare il team
- Se hai difficoltà a raccontare l'idea del TO-BE, lo storyboard ti aiuterà
- Lo Storyboard offre una base concreta su cui lavorare per creare il prototipo

CREA UNA MASTER STORYBOARD

- Focalizzati sull'esperienza TO-BE
- Racconta una storia che abbia un inizio, una parte centrale e una fine
- Immagina la tua storia con i personaggi, una trama, un conflitto e una risoluzione
- Mantieni il focus sull'utente, piuttosto che sugli screen della storia

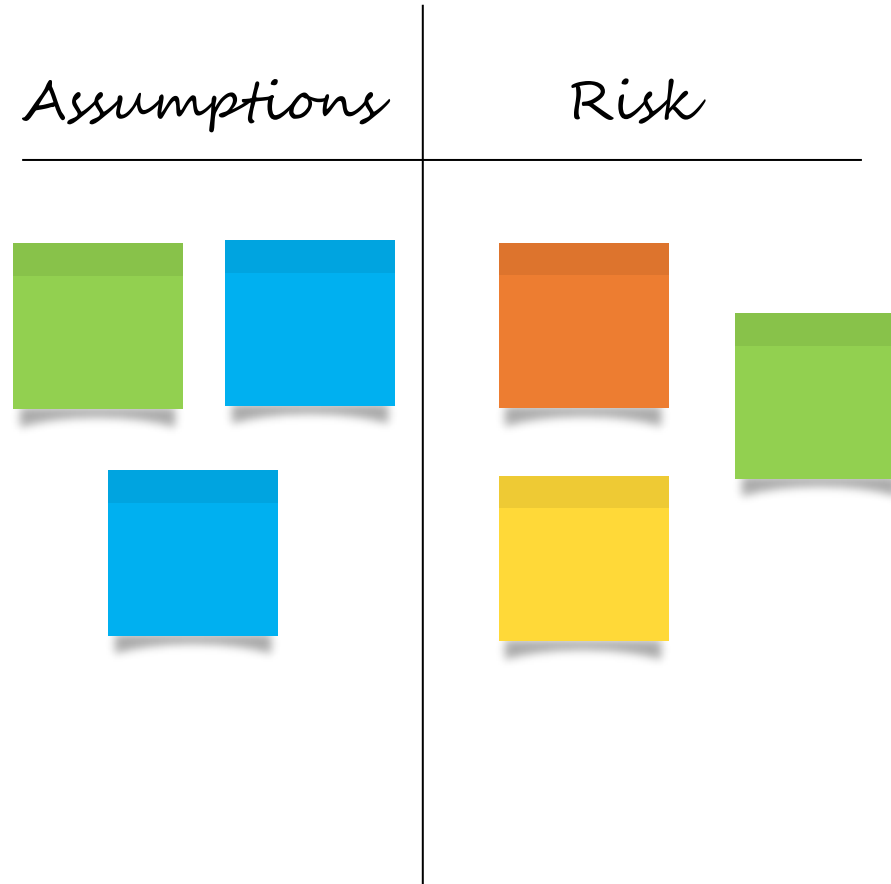


HYPOTHESIS AND TEST

- Individua i rischi e le ipotesi sottostanti il successo del progetto e prioritizza in base ad impatto e rischio
- Chiarisci da chi e come vanno validate le ipotesi individuate
- Raccogli i feedback ed organizza i feedback ricevuti

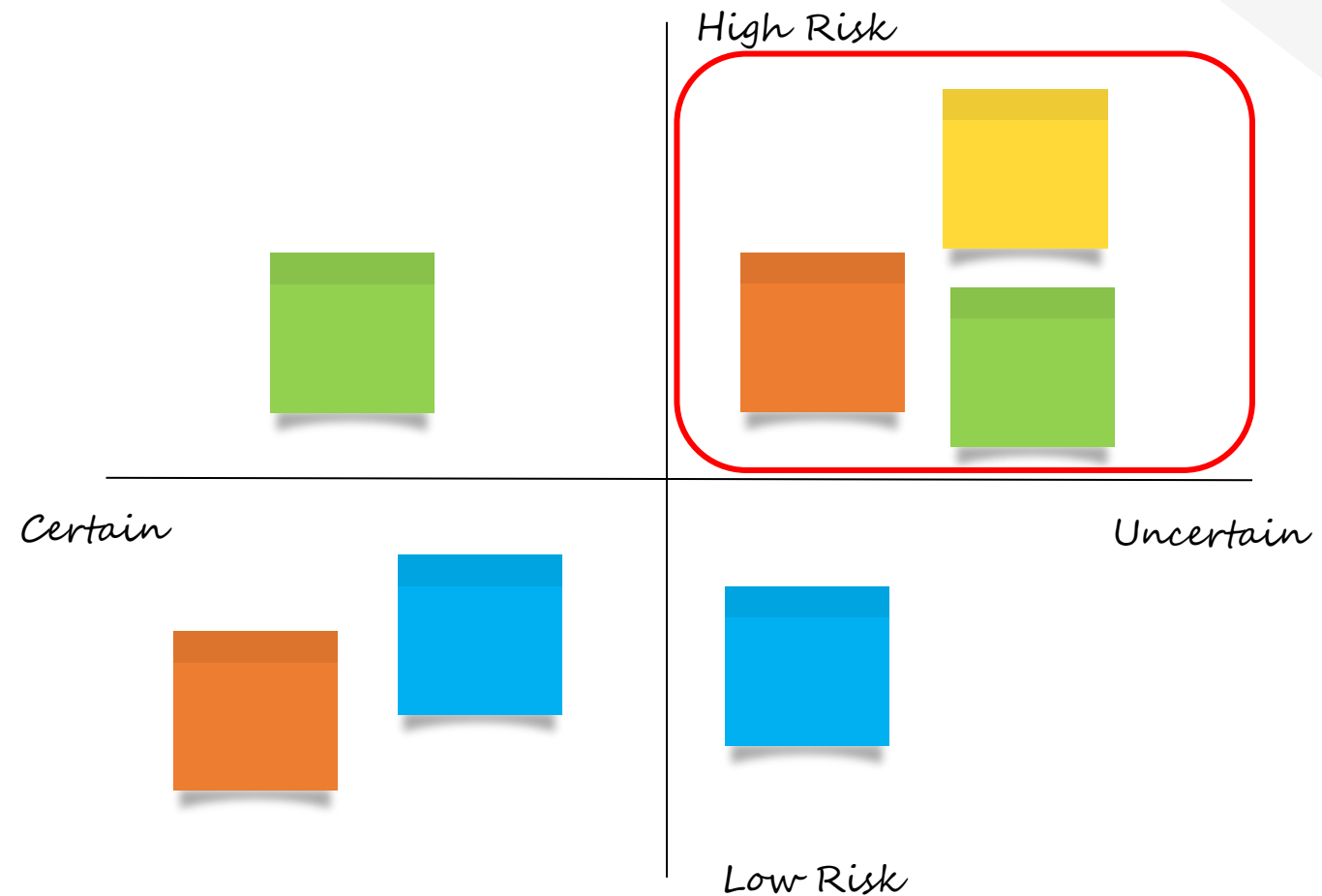
REALITY CHECK

- Individua le assunzioni e rischi che potrebbero mettere a rischio il successo del progetto



ASSUMPTION & RISK PRIORITIZATION

- Attraverso la prioritizzazione siamo in grado di definire cosa e come deve essere verificato tramite l'MVP



ASSUMPTION & RISK TESTING

- Individua le modalità attraverso il quale possiamo validare le ipotesi fatte

Assumptions



How

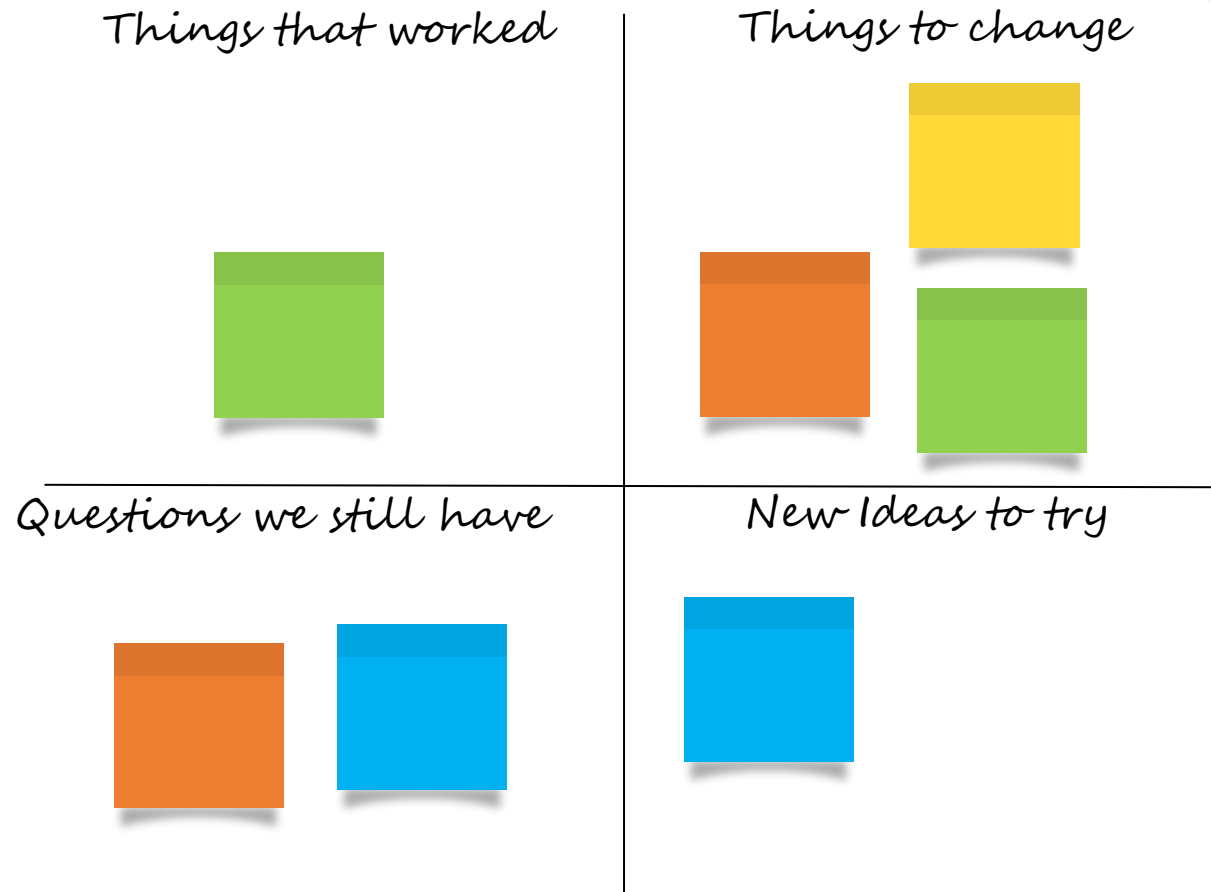


Who



RACCOLTA FEEDBACK

- Una volta testate le ipotesi attraverso l'MVP, raccogli i feedback in modo strutturato





Let us be your guide toward Digital Reinvention!

#WeAreBTO

