

День третий

Создания и развития успешных
цифровых продуктов!

I — Поиск идей

Урок №1 ■ Продуктовые исследования

Урок №2 ■ Customer Journey Map

Урок №3 ■ Дизайн мышление

Урок №4 ■ Jobs to be done / Job Stories

Урок №5 ■ ТРИЗ / АРИП

III — Развитие продукта

Урок №9 ■ AARRR / NorthStar фреймворк

Урок №10 ■ Юнит-экономика / Метрики

Урок №11 ■ UI/UX / Product Evolution Canvas

V — Взаимодействие в команде

Урок №14 ■ Servant Leadership

Урок №15 ■ метод Канбан

Урок №16 ■ Scrum фреймворк

Урок №17 ■ Инструменты фасилитации

II — Валидация идей

Урок №6 ■ MVP / MDP

Урок №7 ■ Problem-Solution / Validation board

Урок №8 ■ Lean Canvas

IV — Управление функциональностью продукта

Урок №12 ■ WSJF / User Story Mapping

Урок №13 ■ GIST /Impact / Road Planning

VI — Культура и организационные модели

Урок №18 ■ Видение, миссия и ценности компании

Урок №19 ■ Модель культур Шнейдера / OKR

VII — Управление изменениями

Урок №20 ■ Кайдзен / Теория ограничений

C.

Дизайн мышление

Большинство инноваций рождаются из практики, когда гениальная идея, возникнув однажды, обкатывается и наконец реализуется в виде новых возможностей.





Дмитрий Васин

Chief Product Officer (CPO)

**Руководитель корпоративного
стартап-инкубатора в HR-Tech**

Основатель сообщества
русскоязычных фаундеров
cofounder.space

Аккредитованный тренер Kanban
University (USA ,Seattle)
Сертифицированный Scrum-мастер

Опыт работы в топовых digital-
агентствах на позиции руководителя

www.dvasin.com

Пройти групповую работу решаю творчески известные бизнес проблемы.



Design thinking

Дизайн-мышление — это совместный процесс, который вовлекает интуицию и опыт профессионалов для того, чтобы превратить человеческие потребности в живой спрос.

Впервые понятие появилось в 1969 году в книге «Науки об искусственном» Герберта Саймона. Позднее её развили в Стэнфордском университете, после оформилась как *методология в фирме IDEO*

«Кто раньше ошибется, тот быстрее добьется успеха»

Тим Браун — генеральный директор и президент консалтинговой компании IDEO

Дизайн-мышление — это использование дизайнерских инструментов людьми, которые далеки от дизайна, для решения широкого спектра задач.

Дизайн-мышление основано преимущественно на интуиции, умении распознавать модели поведения и создавать идеи, которые несут не только функциональную, но и эмоциональную нагрузку.

Инновация находится на пересечении трех циклов:

- **вдохновение** — то, что мотивирует к поиску решений и возможностей;
- **создание идей** — процесс генерации, развития и тестирования идей;
- **применение** — путь из офиса на рынок.

Дизайн ограничения

Важно определить серьезные ограничения и оценить их.
Ограничения лучше всего рассматривать исходя из трех критериев успешных идей:

- **реализуемость** — насколько функциональна идея;
- **жизнеспособность** — может ли идея стать частью бизнес-модели;
- **целесообразность** — имеет ли идея смысл и ценность для людей.

Для дизайн-мыслителя не бывает правильного или неправильного поведения, любое поведение имеет определенный смысл. Его задача — понять, чего хотят люди, и дать им это.

Опытный дизайнер умеет преодолеть каждое из этих ограничений, а дизайн-мыслитель может их сбалансировать.

Настоящие дизайн-мыслители открыты для поиска новых направлений и идей

- Лучшие идеи возникают, когда вся экосистема организации, а не только дизайнеры и инженеры, имеют **пространство для эксперимента**.
- Члены команды, находящиеся в **изменяющейся среде** (*новые технологии, меняющаяся клиентская база, стратегические возможности*) — самые мотивированные сотрудники.
- Идеи нужно оценивать **без учета регалий** их создателей.
- Идеи, способные **«наделать много шума»** — самые перспективные.

Современная экономика — это экономика впечатлений: люди хотят не просто потреблять, а принимать участие в процессе.

Хорошей идеи недостаточно

Важно всё: качество продукта, привлекательная упаковка, креативная и надежная доставка, оригинальный маркетинг, реалистичная цена и многое другое. Ваш продукт на самом деле хорош, если он запоминается и его обсуждают.



Эмпатия: этот этап включает умение включиться в переживания и опыт других людей, понять, что на самом деле их волнует.

Это главное качество дизайн-мышления, так как именно оно позволяет отстраниться от своих предположений и убеждений, взглянуть на проблему глазами пользователя.



Уточнение: этот этап включает беспристрастное наблюдение за ситуацией. Он опирается на ориентированный на пользователя элемент дизайн-мышления и требует сопереживания тем, кого затронула проблема, задавая им вопросы об их болевых точках и определяя, что они решили. Затем вы можете использовать то, чему научились, чтобы создать формулировку проблемы или вопрос, который будет управлять остальной частью процесса дизайн-мышления.



Идея: начните мозговой штурм потенциальных решений. Возьмите формулировку проблемы или вопрос и подумайте, основываясь на шаблонах или наблюдениях, собранных на этапе уточнения. Это время, чтобы дать волю своему воображению и творчеству.



Разработка: разрабатывайте потенциальные решения, используя идеи, которые вы генерируете, затем тестируйте, экспериментируйте и повторяйте, чтобы определить, какие из них успешны, а какие нет. Будьте готовы вернуться к этапу формирования идей или уточнения на основе ваших результатов. Отступление в процессе является обычным явлением и поощряется в дизайн-мышлении.



Внедрение и тестирование: Наконец, внедрите решение, которое вы разработали. Опять же, вероятно, вам придется сделать несколько шагов назад и повторить свое окончательное решение, но это центральная часть этого этапа. После нескольких тестов и правок у вас будет решение, которое может дать положительные результаты.



Спасибо!