

Hvad er Design Thinking?

– hvorfor er det mere relevant end nogensinde før

Design Thinking is a human-centered approach to innovation that draws from the designer's toolkit to integrate the needs of people, the possibilities of technology, and the requirements for business success.

– Tim Brown, CEO i IDEO

ADRESSERE DEN NYE VIRKELIGHED



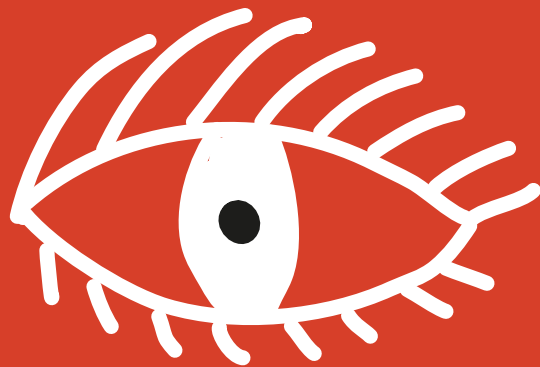
Charlotte Mathiesen
Designer &
Human Insights Senior Consultant

HVAD ER DESIGN THINKING? HVAD KAN DET? OG HVORFOR ER DET MERE RELEVANT NU, NÅR VERDEN ER I KRISE, END NOGENSINDE FØR?

Verden er i hastig forandring, og vi kan ikke antage, at vi kender svarene på vor tids udfordringer. Corona har for alvor forandret den spilleplade, som vi navigerer på. Vi kan derfor ikke tænke os til næste træk. Vi har nu endnu mere end før brug for processer og metoder, hvor vi kan adressere den nye virkelighed.

Læs med og få svar på

- Hvad er Design Thinking?
- Hvorfor skaber det værdi?
- Hvorfor er det mere relevant nu end nogensinde før?



**Indsigter skaber først rigtig værdi,
når de bliver bragt i spil i organisationen**

HVAD ER DESIGN THINKING?

Design Thinking er en tilgang til problemløsning, som indeholder greb fra designerens værktøjskasse, og som sikrer en systematisk og brugerdrevet proces. Brugeren og brugerindsigter er omdrejningspunktet, og processen er gennemsyret af fokus på brugeren.

Design Thinking er en tilgang, hvor vi har fokus på at løse det rigtige problem og løse det rigtigt.

Design Thinking sikrer de rigtige løsninger gennem undersøgelser, ideudvikling, prototyper (pre=før prototyper), og test med det formål at skabe succesfulde løsninger, der møder brugerbehovene.

Processens primære fokus er udvikling. Det kan være udvikling af alt fra produkter til services til organisationer, kulturer og strategier. På grund af Design Thinkings visuelle og inddragende natur har metoden et samlende element og fremmer samskabelse og en fælles forståelse. Metoden er derfor meget anvendelig til at løse komplekse problemstillinger og med resultater, der møder brugernes behov.

HVORFOR SKABER DET VÆRDI?

Design Thinking bruger en række greb, som sikrer:

- empati med brugeren
- forståelse for hinandens perspektiver
- forankring på tværs af organisationen
- test i virkeligheder i samspil med brugerne

Det er med til at sikre en værdiskabelse for brugeren og internt i organisationen.

EMPATI MED BRUGEREN OG FORSTÅELSE FOR HINANDENS PERSPEKTIVER

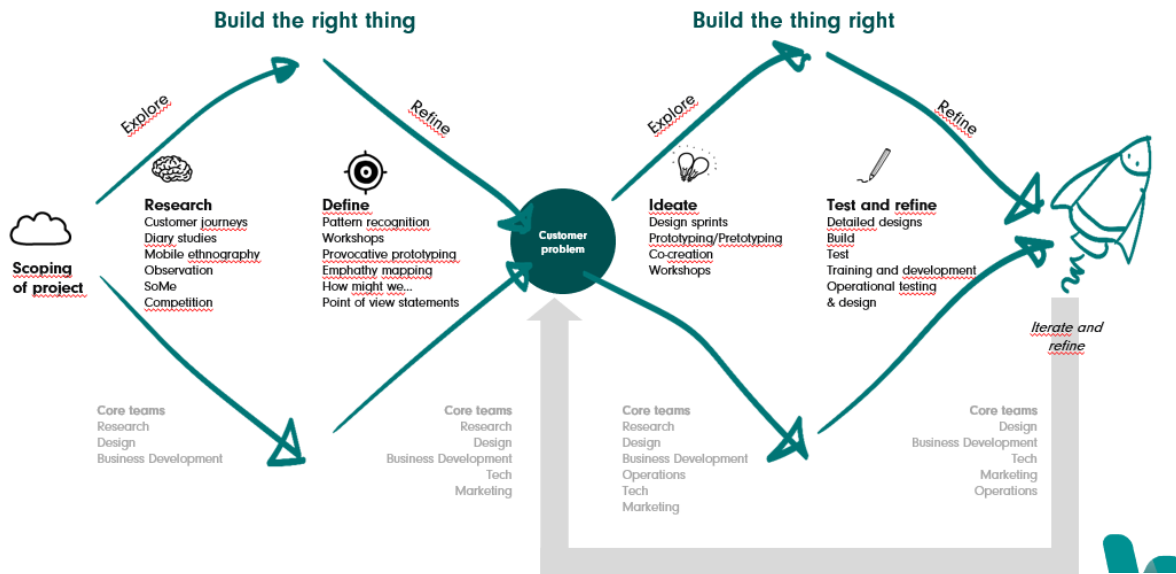
Empati er hovedingrediensen i Design Thinking. Med empati og forståelse for andre, det kan være jeres kunder, kollegaer og samarbejdspartnere, får I som organisation et fælles tredje at fokusere på. Empati hjælper jer til at se udover jeres egne udfordringer og samler energien mod at løse fælles udfordringer. Man kan kort sige, at empati nedbryder silotænkning og hjælper jer til at samarbejde på tværs.

Ved at formidle indsigter fra felten, indsamlet ved antropologiske metoder, opnås empati for kunder, kollegaer og samarbejdspartnere. Design Thinking indeholder en række værktøjer til at få empati ind under huden og arbejde med de indsigter, det bringer. Ved at tage et udefra-ind blik på jeres service, produkt eller virksomheden, får I et perspektivskifte, der i sig selv giver anledning til refleksion.

FORANKRING PÅ TVÆRS I ORGANISATIONEN

Design Thinking processen går på tværs af afdelinger og involverer mange stakeholders. Undervejs i processen deles og formidles delresultaterne visuelt og synligt for alle. Det gør, at resultaterne forankres i hele organisationen. For at fuldende forankringen af resultaterne, er det nødvendigt at arbejde tæt sammen for at få implementeret de ændringer, som indsigter og udviklingsarbejdet har givet anledning til.

Hos Wilke arbejde vi, med afsæt i Design Thinking, ud fra modellen Double Diamond. Nedenfor ses modellen og de elementer, de enkelte dele af processen indeholder. Nederst ses de afdelinger, som processen involverer.



MODELLEN MED DENS 5 FASER SOM VI ARBEJDER MED DEN I WILKE



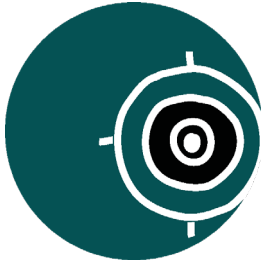
SCOPING

I scoping mødes vi og afstemmer projektet. Sammen uddyber vi jeres behov og jeres ønsker til projektet. Vi deler viden og dokumenter. Vi stiller uddybende og afklarende spørgsmål og danner os et fælles overblik over projektet.



RESEARCH

I research identificerer vi hypoteser og indsamler indsigter. Sammen definerer vi relevante hypoteser som afsæt for analysen. Vi observerer, taler med brugerne og indsamler data fra felten. Vi bruger antropologiske metoder som observationer, dybdeinterviews og mobiletnografi. Vi kommer tæt på brugerne og forsøger at forstå deres motivationer og behov. Det handler om at forstå de mennesker, som løsningen skal hjælpe.



DEFINE

I define bearbejder vi indsigterne fra felten, ser mønstre og sammenhænge, identificerer bagvedliggende motiver og definerer mulighedsrum. Mulighedsrum danner rammen for den videre udvikling og består af citater, identificerede Jobs-to-be-done, scenarier og visuelt materiale.



IDEATE

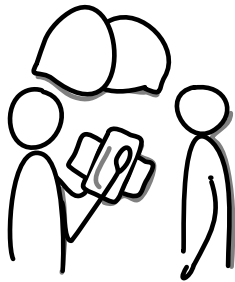
I ideate samskaber vi idéer på baggrund af identificerede brugerbehov og mulighedsrum. Vi udvikler idéer og koncepter og prøver at løse kundernes behov. Vi giver det en form, så vi hurtigt kan teste det, og så vi kan videreudvikle på de idéer, der reelt giver den ønskede værdi.



REFINE AND TEST

I test får idéerne liv. Vi bygger prototyper og tester idéerne med brugerne i virkeligheden. Vi forfiner idéerne og tester dem igen. Sammen skaber vi rammerne for at idéerne kan leve i organisationen.

TEST I VIRKELIGHEDER I SAMSPIL MED BRUGERNE



PRETOTYPING- PROTOTYPING- BRUGERTESTING

Når vi udvikler idéer og koncepter med afsæt i brugerindsigter, er der stor sandsynlighed for, at vi rammer ind i brugernes behov. Udvikling er en iterativ proces, og før vi investerer en masse tid og energi i idéen, skal den testes med brugerne, justeres og testes igen. Jo tidligere I får testet idéen, des hurtigere kan den justeres, så den skaber reel værdi.

TEST OG TEST-FORA I ORGANISATIONEN

Når vi har testet, justeret og testet igen, er vi klar til at bygge et test-fora, hvor den færdige idé afprøves. Her er det stadig vigtigt at få tilbagemeldinger fra brugere og medarbejdere. Et greb her er at arbejde systematisk med feedback loops og tavlemøder. Det er her vigtigt at facilitere tavlemøder, aftale klare roller og ansvarsfordeling og indarbejde en kultur for løbende forbedringer. Samtidig er det vigtigt at re-designe organisationen, så I kan håndtere de nye koncepter. Har I været gennem processen sammen, er ejerskabet hos medarbejderne skabt fra start, og selve implementeringen i organisationen har været i gang længe og vil opleves som en glidende overgang. Brugerindsigterne er med jer hele vejen. Det er indsigterne fra brugerne, som driver processen og sikrer dens succes.

Hvorfor er Design Thinking mere relevant nu end nogensinde før?

Under Corona-pandemien har vi set stor hastighed i ændringer. De virksomheder, som har været hurtige til at omstille sig, er kommet styrket ud af krisen. Eksperters spår, at pandemien fortsat vil være en katalysator for strukturelle og permanente ændringer i vores adfærd. Nedlukningen af samfundet vil for altid ændre vores måde at arbejde på og lære på samt vores måde at tænke produktion og levering af varer og serviceydelser. (kilde: Finans.dk).

Design Thinking kan hjælpe jer til sammen at lykkes med at komme styrket igennem den største forandring, vi nogensinde har været udsat for. Design Thinkings styrker ligger i, at vi:

- indsamler indsigter og løser udfordringer på baggrund af viden om brugerbehov og adfærd
- deler viden og samskaber i en co-creation proces på tværs af fagligheder
- tester i virkeligheder i samspil med brugerne og justerer løbende
- udvikler en kultur, hvor det er plads til fejl og tilpasning i en iterativ proces

Vi håber, at du er blevet klogere på hvad Design Thinking er, og hvordan det kan bidrage til at skabe værdi i en hastigt forandrende verden.
spørgeteknikken til at runde mødet af.

Om Wilke



📍 Hvad tror vi på?

Hos Wilke tror vi på, at indsigter indenfor adfærd, teknologi og trends er livsnerven i enhver virksomhed. Vinderne i markedet er dem, som forstår kundernes nuværende og fremtidige behov bedre end konkurrenten, og som kan omsætte deres viden til bedre løsninger.

Men indsigter i sig selv fører sjældent til bedre løsninger og en mere konkurrencedygtig forretning. Indsigterne skal bringes til live i de løsninger, som din virksomhed går til markedet med. Det er den proces, vi er specialister i hos Wilke.

📍 Hvad laver vi?

Wilke er et analyse- og konsulenthus, der siden 1999 har hjulpet virksomheder og organisationer i ind- og udland med at komme tættere på deres kunder.

Vores forretning er at forstå mennesker. Vi stiller de svære spørgsmål til ledelse, medarbejdere og kunder. Og vi omsætter svarene til præcis de indsigter, der skal til for at træffe de rigtige beslutninger.

I vores arbejde kombinerer vi analytisk ekspertise med en nysgerrig forretningsforståelse. Vi forstår mennesker, så det giver resultater i forretningen.

MØD HUMAN INSIGHTS

Wilkes Kvalitative Enhed

Kvalitative indsigter til forbedring af din forretning

Mange virksomheder har masser af data på deres marked og kunder i form af kvantitative informationer: Hvem, hvor mange, hvad køber de osv. Men hvis du for alvor vil forstå, hvad der driver dine (potentielle) kunder og din forretning, er du nødt til at komme helt tæt på menneskene, deres adfærd, og hvordan de skaber mening i de valg, de træffer. Vores team af antropologer, humanister og designere kan hjælpe dig til en bedre forståelse af dine forretningsmuligheder gennem kvalitative indsigter.

Lad os fx hjælpe dig med et kvalitativt blik på nye målgrupper, bedre produkter og services eller en sammenhængende kunderejse på tværs af alle kontaktpunkter. Vi har fokus på at forstå konteksten, kundens behov og de stjernestunder, der gør din kundes oplevelse hos dig bedre end hos konkurrenten.

Fra indsigt til handling

Hos os er kvalitative indsigter ikke en black box, og vi er allergiske over for støvsamlende rapporter. Vi tror på, at indsigter skal operationaliseres for at bringe værdi.

Med Wilke som partner bliver du inkluderet i hele indsigtsprocessen. Vi har fuld transparens i vores processer, inviterer dig med som observatør på interview, fokusgrupper, mobiletlogografi mv. og har et stærkt fokus på samskabelse i alle samarbejdets aspekter. Ofte bliver vi inkluderet i hele din implementerings- og transformation-sproces, hvor vi sørger for, at indsigterne lever og kan skaleres i din organisation, så du får den fulde værdi.

På samme måde, som vi er eksperter i målgruppeanalyser, har vi altid et skarpt øje for modtagerne af vores indsigter, og formidlingen heraf kan tage mange former: Video, plancher, digitale læringsplatforme, publikationer, rapporter, talepapirer med meget mere.

Med andre ord gør vi det så nemt som muligt at omsætte indsigter til handling.

100% of customers are people.

100% of employees are people.

**If you don't understand people, you
don't understand business**

- Simon Sinek



WILKE A/S
© 2020

www.wilke.dk
hej@wilke.dk