

CHƯƠNG TRÌNH IDEAS – VCCI TƯ DUY THIẾT KẾ TRONG QUÁ TRÌNH ĐỔI MỚI KINH DOANH

- ▣ Được trình bày bởi:
- ▣ TS. Anthony Paul Buckley
- ▣ Đại học Kinh Doanh
- ▣ Viện Công nghệ Dublin, Dublin, Ai Len

Nội dung học Ngày 1

- ▣ Giới thiệu về Tư duy Thiết kế
- ▣ Đồng cảm
- ▣ Định nghĩa
- ▣ Tưởng tượng
- ▣ Dựng mẫu
- ▣ Kiểm tra

Tư duy thiết kế là gì

- ▣ Tư duy thiết kế là phương pháp tiếp cận SỰ ĐỔI MỚI trong đó lấy con người làm trung tâm. Đây là chuỗi công cụ giúp tích hợp nhu cầu của con người với năng lực công nghệ và yêu cầu cần thiết để kế hoạch kinh doanh thành công.

NĂM BƯỚC

- ▣ ĐỒNG CẢM
- ▣ ĐỊNH NGHĨA
- ▣ TƯỢNG TƯỢNG
- ▣ DỰNG MẪU
- ▣ KIỂM TRA

Tư duy thiết kế là một quá trình phân kỳ và hội tụ

- ▣ Hiểu vấn đề > Định nghĩa vấn đề > Tưởng tượng > Dựng mẫu > Kiểm tra

▣ Dàn trải > Tập trung > Dàn trải > Tập trung

NGUYÊN TẮC TƯ DUY THIẾT KẾ

- ▣ Thiên vị
- ▣ Hợp tác xuyên biên giới
- ▣ Tập trung vào giá trị con người
- ▣ Lên ý tưởng
- ▣ Dựng mẫu
- ▣ Chỉ cho xem nhưng không giải thích

Tự tin sáng tạo nghĩa là bạn sở hữu nhiều ý tưởng lớn và bạn có khả năng thực hiện các ý tưởng đó.

-David Kelley, Nhà sáng lập, IDEO

The Internet of Things có tiềm năng thay đổi thế giới, giống như Internet đã từng làm. Thậm chí còn hơn thế nữa.

-Kevin Ashton

Người tiên phong trong lĩnh vực công nghệ

Công nghệ không là gì cả. Điều quan trọng là bạn có niềm tin vào con người rằng cơ bản họ là người tốt và thông minh, và nếu bạn đưa cho họ công cụ, họ sẽ làm được những điều kì diệu.

- Steve Jobs

Có ý tưởng không giống với sự sáng tạo. Sáng tạo là sự thực hiện, không phải sự cảm hứng.

-Kevin Ashton

Ý TƯỞNG v CƠ HỘI

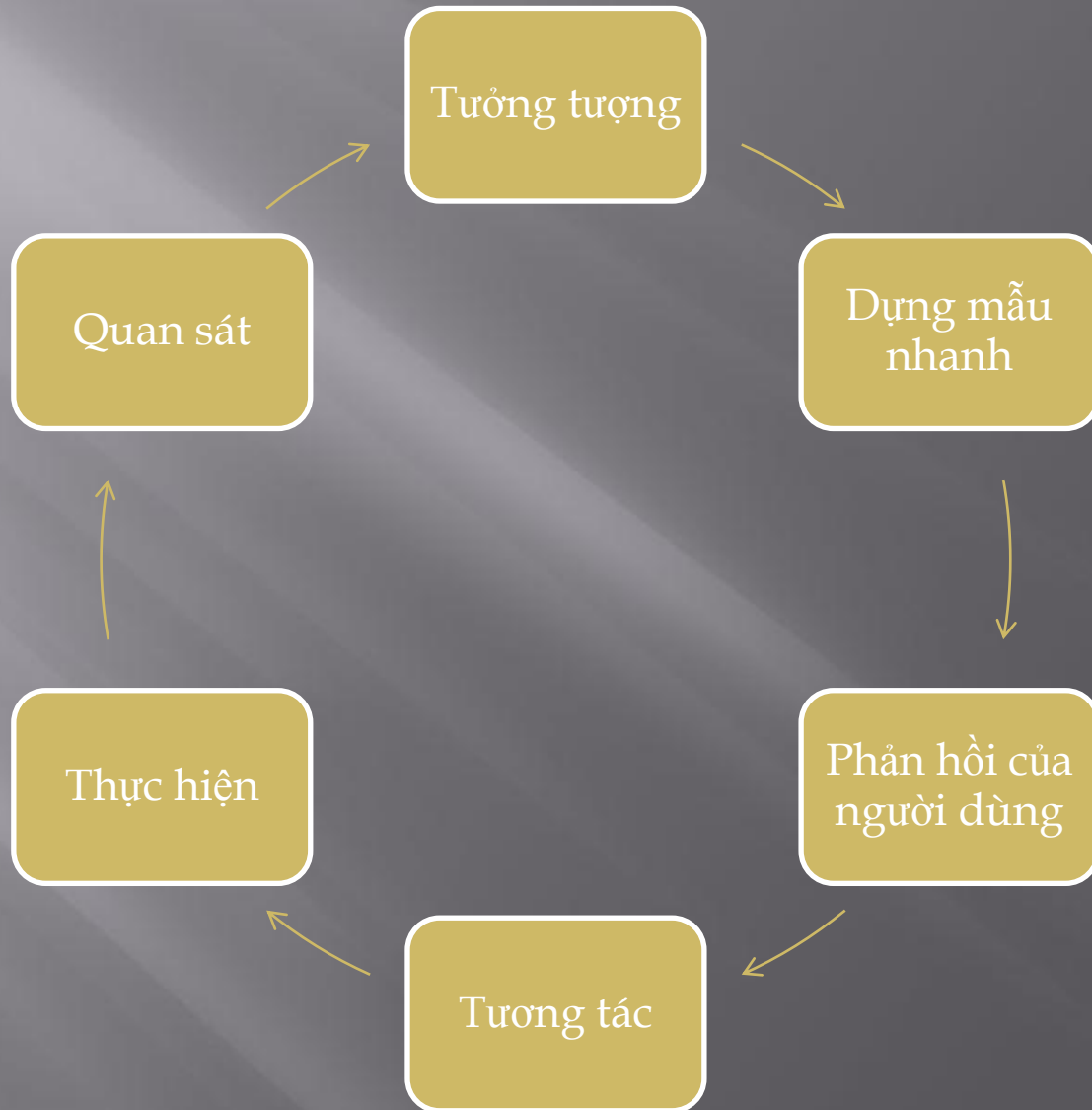
Vô tận hay Vô giá?

Tư duy Kinh doanh

- Vấn đề
- Giải pháp

Tư duy Thiết kế

- Hiểu
- Vấn đề
- Giải pháp
- Tư duy suy diễn
(tưởng tượng)



Tư duy thiết kế không phải điều gì to tát
mà chỉ là các bước vận dụng trí óc mà thôi

Design thinking is not
rocket science,
but it is a *mindset*.

ĐỒNG CẢM

ĐỒNG CẢM



Bước Đồng cảm LÀ GÌ:

Đồng cảm là nền tảng quá trình thiết kế xoay quanh trục con người. Để đồng cảm, bạn phải:

- Quan sát: con người và hành vi thường ngày của họ
- Tham gia: tương tác và phỏng vấn người dùng theo cách đặt lịch trước hoặc bất ngờ
- Hòa mình: trải nghiệm những gì người dùng đang trải nghiệm

ĐỒNG CẢM

- Quan sát
- Tham gia
- Hòa mình

Giả định về tư duy
của một người mới
bắt đầu

QUAN SÁT

Phương pháp

CÁI GÌ? NHƯ THẾ NÀO? TẠI SAO?

Tại sao dùng câu hỏi Cái gì? Như thế nào? Tại sao?

CÁI GÌ (Họ đang làm gì trong bức ảnh?)

NHƯ THẾ NÀO (Họ làm như thế nào?)

TẠI SAO (Tại sao họ làm theo cách đó? Đoán xem!)

-Đây là công cụ đơn giản giúp bạn có sự quan sát sâu hơn; cho phép bạn chuyển từ sự quan sát mang tính cố định về một tình huống đặc biệt sang những cảm xúc và động cơ mang tính trừu tượng hơn. Đây là một kỹ thuật cân bằng đặc biệt hiệu quả khi phân tích các bức ảnh mà nhóm bạn chụp vừa nhằm mục đích tổng hợp vừa định hướng nhóm tìm kiếm những khu vực cần thiết hơn

LẬP BẢN ĐỒ ĐỒNG CẢM

PHƯƠNG PHÁP BẢN ĐỒ ĐỒNG CẢM

Làm
Nói

Tư duy
Cảm nhận

TẠI SAO sử dụng Bản đồ Đồng cảm

Thiết kế tốt chỉ có được khi bạn hiểu sâu về đối tượng thiết kế. Nhà thiết kế có rất nhiều kỹ thuật để phát triển phương pháp đồng cảm này. Bản đồ đồng cảm là công cụ giúp bạn tổng hợp những quan sát và rút ra những hiểu biết không ngờ tới.

THAM GIA

PHƯƠNG PHÁP CHUẨN BỊ PHÒNG VẤN

TẠI SAO phải chuẩn bị phỏng vấn

Thời gian đối với người sử dụng rất quý giá, bạn cần tận dụng tối đa quỹ thời gian đó. Mặc dù có thể bạn may mắn khi người sử dụng chủ động trong cuộc đối thoại, nhưng bạn vẫn phải nhớ nhiệm vụ chuẩn bị cho cuộc phỏng vấn. Đặc biệt khi bạn đang theo dõi người sử dụng (sau khi kiểm tra, vv), việc lên kế hoạch phỏng vấn là điều bắt buộc. Bạn có thể không nhận được câu trả lời cho tất cả các câu hỏi bạn đã chuẩn bị nhưng dù sao bạn nên chuẩn bị kế hoạch tham gia

HÒA NHẬP

TẠO MẪU NGƯỜI SỬ DỤNG

NGƯỜI SỬ DỤNG MẪU

PHƯƠNG PHÁP

PROFILE CỦA ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU



- ▣ Long Bui -Thanh
- ▣ 38 tuổi
- ▣ 2 con
- ▣ Bị tiểu đường
- ▣ Điều dưỡng viên tự do
- ▣ Có xu hướng tiêu thụ và chuẩn bị thức ăn
- ▣ Biết cân bằng sức khỏe của mình và của người khác.
Quan tâm đến sức khỏe người khác

TẠI SAO SỬ DỤNG PROFILE CỦA ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU: đây là phương pháp hiệu quả để nhóm các quan sát của bạn thành một tính cách cụ thể, dễ nhận biết. Lý do là vì nhóm của bạn đôi khi tập trung vào những đặc điểm không cần thiết của một nhóm người sử dụng tiềm năng và phương pháp này giúp bạn có thể tập trung hơn vào những đặc điểm nổi bật và thích đáng của nhóm khách hàng bạn định tiếp cận. Việc tạo ra người sử dụng mẫu là phương cách tuyệt vời giúp bạn có được “mẫu thí nghiệm” để từ đó thúc đẩy công việc theo chiều hướng tốt hơn.

Loại hình đối tượng:

Tên:

Tuổi:

Nơi ở:

Tiện ích Kỹ thuật:

Chức danh:

Trọng tâm: Nói cho chúng tôi biết một chút về cuộc sống của họ

Động lực: Họ lo lắng về điều gì? Tại sao họ cần website/ dịch vụ này? Làm thế nào họ biết đến website này?

Tức giận: Điều gì khiến họ dừng sử dụng dịch vụ/ website này hoặc điều gì khiến họ tức giận?

Kinh nghiệm lý tưởng: Câu chuyện của họ có những nội dung và đặc điểm có thể giúp họ có nhiều kinh nghiệm hữu ích

Trích dẫn: Tổng kết kinh nghiệm với website/ tổ chức/ dịch vụ. Tích cực hoặc tiêu cực

Sơ đồ “điểm đau” khách hàng

Điểm chạm khách hàng

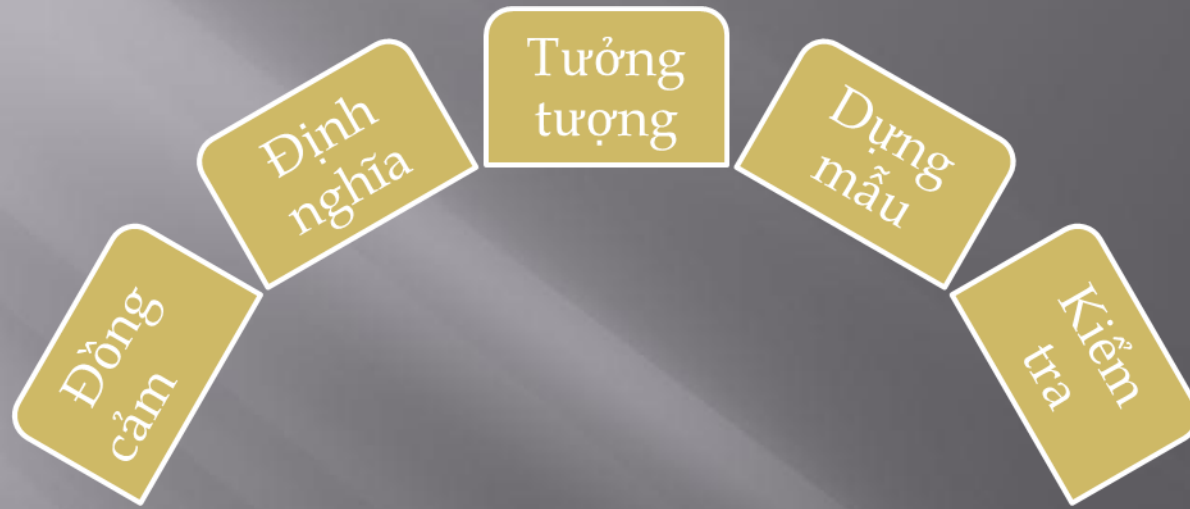
Nhận thức > Phát hiện > Tham gia > Khách hàng năng động > Khách hàng thành

Điểm chạm khách hàng	-Báo chí/truyền thông -Truyền thông xã hội -Quảng cáo -Tờ rơi -Tiếp thị từ xa	-Website -Brochure -Email liên hệ -Điện thoại liên hệ -Catalog sản phẩm	-Trích dẫn/Gợi ý -Chữ ký email -Website -Nhân viên bán hàng -Thi truyền thông xã hội -Lập cửa hàng -Chạy thử	-Chứng từ -Dịch vụ khách hàng -Lắp đặt	-Sự thỏa mãn của khách hàng -Nâng cấp sản phẩm -Cải tiến dịch vụ -Mua thêm	-Giới thiệu tới bạn bè -Cảm ơn -Chia sẻ trên kênh truyền thông xã hội
Họ muốn làm gì? Họ đang tìm gì?						
Ta muốn có trải nghiệm gì?						
Làm cách nào ta có thể cải thiện trải nghiệm đó?						



ĐỊNH NGHĨA

ĐỊNH NGHĨA



Định nghĩa là LÀ GÌ:

Định nghĩa là sự tổng hợp những dữ liệu thu thập thành các nhu cầu cấp thiết và xây dựng các thách thức cụ thể. Đây là phương pháp thiên về “tập trung” hơn là “sự dàn trải”. Có hai cách “tập trung” đó là phát triển sự hiểu biết sâu sắc về không gian thiết kế và người sử dụng và dựa vào sự hiểu biết đó, đưa ra **Quan điểm của mình**. Quan điểm của bạn nên tập trung vào những người sử dụng cụ thể, cũng như những nhận định và nhu cầu bạn phát hiện ở bước Đồng cảm.

Quan điểm

➤ **POV Madlib**

PHƯƠNG PHÁP POINT-OF-VIEW MADLIB

Tại sao sử dụng POV madlib:

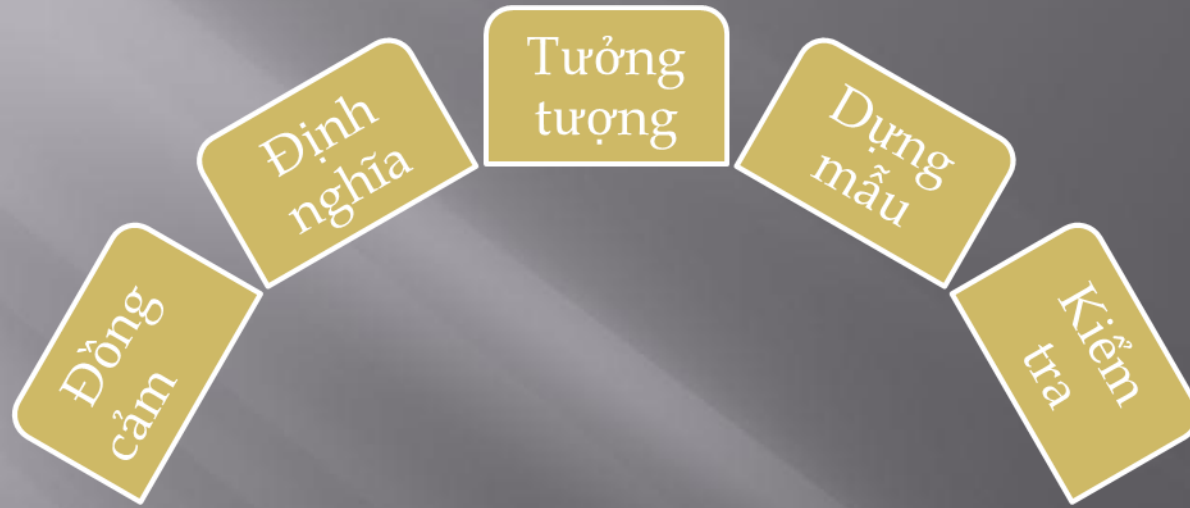
POV là phương pháp giúp bạn xây dựng thách thức thiết kế thành một ý tưởng khả thi. Một POV madlib sẽ cung cấp cho bạn một bộ khung để phát triển POV. Một POV tốt sẽ giúp bạn tưởng tượng theo phong cách trực tiếp bằng cách tạo câu hỏi How-Might-We (HMW) dựa trên POV của bạn (xem “Hỗ trợ Tư duy”). Quan trọng nhất, POV giúp bạn lưu giữ tầm nhìn về thiết kế - trách nhiệm và cơ hội với tư cách là một nhà thiết kế để phát hiện và kết nối các thách thức với nhau.

Đánh giá Phương pháp Mad-Libs

Đối với những người di chuyển bằng xe buýt cần được đón đúng giờ, Uber là tiện ích di động giúp kết nối họ với lái xe trong vòng vài phút. Không giống taxi, dịch vụ của chúng tôi sạch hơn, rẻ hơn và không cần dùng tiền mặt

Tưởng tượng

TƯỞNG TƯỢNG



Tượng tượng là LÀ GÌ:

Tượng tượng là một phần trong quy trình thiết kế nhằm tạo ra những lựa chọn thiết kế triệt để. Nó đại diện cho quy trình “phát triển rộng rãi” các khái niệm và kết quả - đó là phương pháp “dàn trải” chứ không phải “tập trung”. Mục đích của sự tượng tượng là khám phá quy mô giải pháp, cả về số lượng lẫn sự đa dạng các ý tưởng. Từ quỹ ý tưởng này, bạn có thể xây dựng mẫu để kiểm nghiệm với người sử dụng.

PHƯƠNG PHÁP PHÁC THẢO Ý TƯỞNG

CÁC NGUYÊN TẮC PHÁC THẢO

Một cuộc đối thoại một lần

Thiên về số lượng

Chủ đề

Xây dựng trên ý tưởng của người khác

Khuyến khích các ý tưởng điên rồ

Có tầm nhìn

Giữ vững chủ đề

Hạn chế phán xét – Không Block

TAI SAO phải phác thảo ý tưởng

Phác thảo ý tưởng (brainstorming) là phương cách hiệu quả giúp bạn nảy sinh nhiều ý tưởng mà bạn không thể có nếu chỉ ngồi đó với cây bút và tờ giấy. Mục đích của brainstorming nhằm giúp bạn thúc đẩy sự tư duy tập thể bằng cách phối hợp với nhau, lắng nghe lẫn nhau và xây dựng dựa trên ý tưởng của nhau. Việc brainstorm là một khoảng thời gian riêng biệt nhằm kích thích phần sáng tạo của não và giảm đi phần đánh giá, phán xét.

Brainstorming có thể được dùng xuyên suốt quá trình thiết kế - không chỉ riêng phần tìm giải pháp mà còn vào bất cứ lúc nào bạn cần ý tưởng ví dụ như lên kế hoạch thực hiện phương pháp đồng cảm ở đâu, suy nghĩ về dịch vụ và sản phẩm liên quan đến dự án của bạn.

Phương pháp Lựa chọn

TẠI SAO lựa chọn brainstorm lại quan trọng?

Brainstorm có thể đem đến cho bạn rất nhiều ý tưởng mang phạm vi rộng. Giờ chúng ta cùng đi thu hoạch ý tưởng để chúng không chỉ nằm im trên tấm bảng kia. Việc thu hoạch là sự thu thập các ý tưởng nhưng việc tưởng tượng các giải pháp thiết kế lại là sự lựa chọn các ý tưởng đó theo cách nào. Hãy đưa ra một loạt các ý tưởng để bạn có thể có nhiều giải pháp lựa chọn, đừng chỉ dựa vào sự lựa chọn an toàn!

TÓM TẮT NỘI DUNG NGÀY 1

Đồng cảm – Định nghĩa – Tưởng tượng