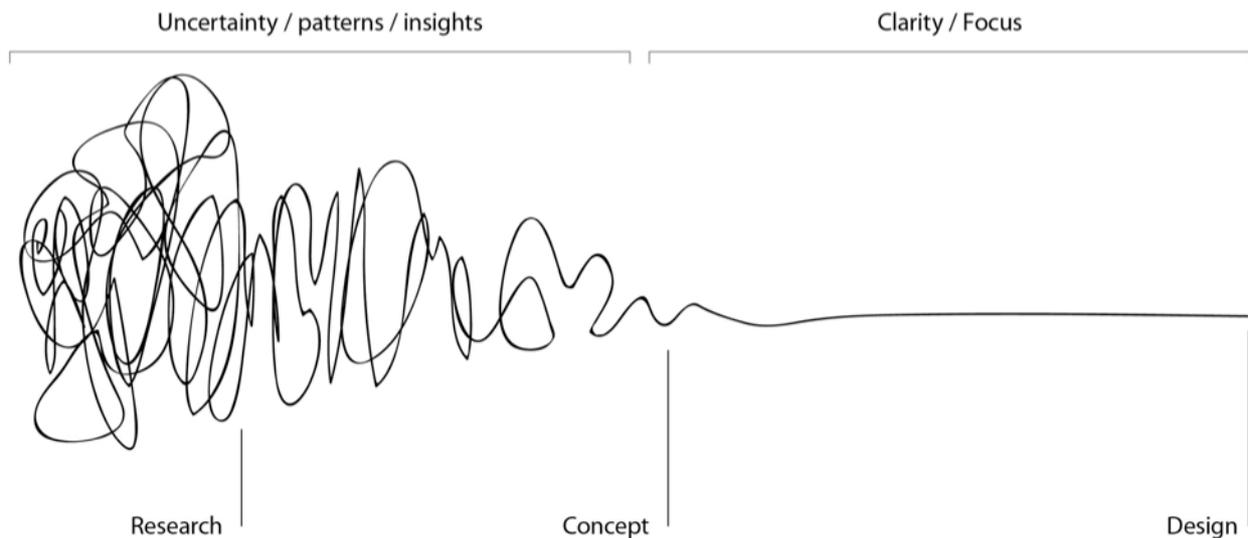


Cos'è il design thinking

Il design thinking è una collezione di tecniche che possono essere utilizzate al fine di accompagnare i progettisti nell'evoluzione del prodotto.



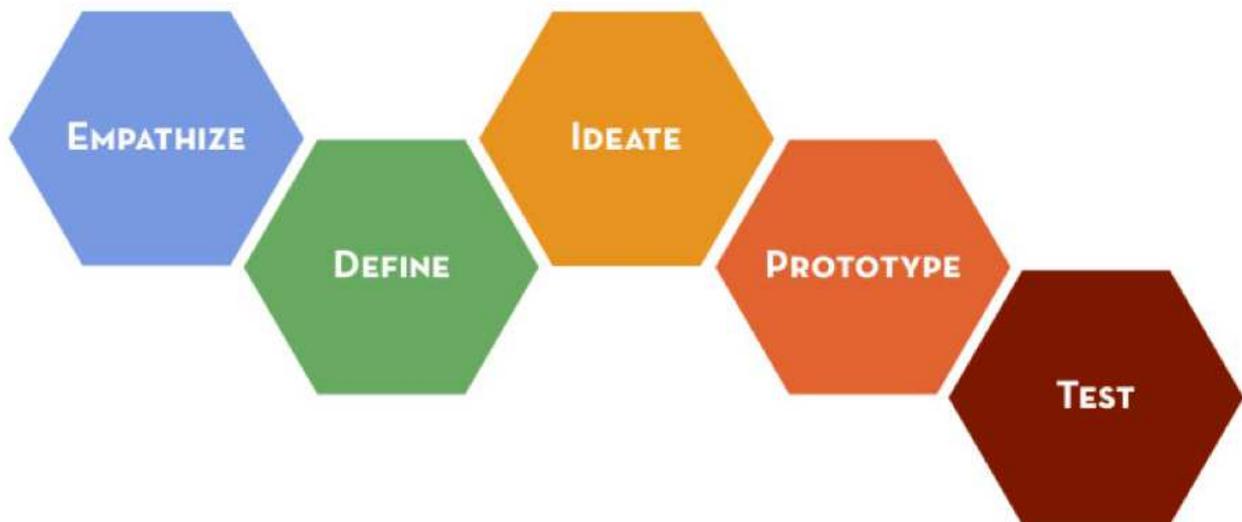
Il processo, applicato in maniera diversa da diversi progettisti e attori, fa riferimento a tre fasi principali, che vanno considerate fasi iterative:

- **esplorazione**, una fase di osservazione, ascolto e ricerca che porta i thinkers a definire e riassumere il problema che si vuole affrontare;
- **ideazione**, in cui si punta a far proliferare idee diverse e immaginare soluzioni alternative allo stesso problema;
- **creazione**, realizzazione di “dimostratori” dell’idea per essere testata e valutata.

Ogni fase può costituire uno stimolo e punto di ripartenza dell’intero processo: gli esiti del prodotto creato possono infatti far scoprire nuove necessità di esplorazione di nuovi aspetti, generare nuove idee su cui lavorare o richiedere la creazione di nuovi prototipi da valutare (e far valutare) a loro volta.

Ogni momento del processo diventa così un momento conoscitivo, snodo di tantissime potenziali evoluzioni, basterà scegliere quale strada imboccare.

Ripercorreremo qui alcune delle principali tecniche usate nel corso del processo facendo riferimento ad una suddivisione articolata in 5 fasi proposta da IDEO e DSchool.



Empathize

La fase iniziale di ogni processo impostato sul modello del design thinking prevede di entrare in “empatia” con i destinatari del servizio, conoscere gli obiettivi delle persone coinvolte nel progetto, ottenere degli “insights” che saranno utili ad assicurare che le fasi successive possano portare ad un’approccio innovativo, attento ai bisogni delle persone e sostenibile in termini economici e di fattibilità.

Tecniche

Osservazione partecipante: mutuata dall’etnografia, questa tecnica prevede l’osservazione degli utilizzatori di un servizio nel loro contesto abituale. Il progettista (qui nei panni dell’antropologo) avrà il compito di notare i loro comportamenti tenendo conto di cosa stanno facendo, come lo stanno facendo (in che modo? come si sentono?) e perchè (cosa li spinge ad agire in quel modo? che obiettivi cercano di raggiungere? cosa li limita?)

A cosa serve: comprendere i bisogni delle persone coinvolte.

Interviste: intervistare i potenziali utilizzatori di un (futuro) prodotto o servizio è un importante strumento per comprendere i loro pensieri, emozioni e motivazioni al fine di innovare tenendo conto delle loro necessità. L’intervistatore avrà l’accortezza di far emergere i “perché” nascosti dietro alle risposte degli intervistati incoraggiando il racconto e facendo emergere inconsistenze tra fatti e parole, ponendo domande aperte, evitando domande a cui si risponde sì o no, permettendo all’intervistato di riflettere a fondo sulle sue motivazioni più profonde.

A cosa serve: comprendere i bisogni delle persone coinvolte.

Empathy maps: un esercizio di sintesi che aiuta il progettista a mettersi nei panni degli utilizzatori indicando cosa fanno, cosa dicono, cosa potrebbero pensare e che emozioni potrebbero provare. Utile per sintetizzare il lavoro svolto “sul campo” o per facilitare le conversazioni tra diversi stakeholders e aiutarli ad empatizzare con gli utenti finali.

A cosa serve: sintetizzare il processo di needfinding e innescare un processo empatico in progettisti e stakeholders.

Whyhow laddering: un esercizio per stimolare l’intuizione attraverso la generazione di “perchè” ordinati gerarchicamente relativi a un pensiero o un comportamento di un utente.

A cosa serve: approfondire i bisogni individuati, astrarli e classificarli gerarchicamente.

Extreme users: intervistare utenti “estremi” (per esempio nel progetto di un servizio bibliotecario i bibliofili e persone che non frequentano le biblioteche) nel nostro campo di applicazione può essere utile per identificare bisogni che possono sfuggire nelle interviste ad utenti medi e di cui potrebbero beneficiare tutti.

Define

Dopo la prima fase esplorativa si passa ad una fase di analisi volta alla sintesi e definizione del problema di “design” da risolvere.

Tecniche

Point of View: una tecnica per riassumere gli insights ottenuti nella fase esplorativa attraverso la creazione di frasi tese a definire in maniera sintetica i bisogni espressi dall’utente.

A cosa serve: definire i problemi che si vogliono risolvere e le opportunità da cogliere.

Affinity diagram: utilizzato per organizzare le idee e i dati emersi nella fase esplorativa. Prevede la stesura su post-it e la suddivisione in cluster attraverso un lavoro di analisi e discussione da parte del team.

A cosa serve: strutturare le informazioni raccolte al fine di facilitare l’azione e le decisioni nelle fasi successive

Ideate

E’ tempo di passare all’ideazione: in questa fase sarà opportuno facilitare la generazione di idee molteplici e diverse da loro senza porre troppi limiti, scegliendo poi quelle più adatte per la fase di prototipazione. Le idee emerse in questa fase potrebbero aprire nuove prospettive e richiedere una nuova iterazione della fase esplorativa e di definizione al fine di centrare al meglio la nuova direzione di progetto ipotizzata.

Tecniche

How might we? Come potremmo soddisfare questo bisogno dell’utente? Nel “might” utilizzato nella formula inglese è nascosto uno degli aspetti peculiari del design thinking: per innovare realmente dobbiamo separare gli aspetti economici e di fattibilità e le discussioni sulle difficoltà che potremmo incontrare dalla fase di generazione di idee, che deve essere libera e scevra da preconcetti.

Brainstorming: il team di progetto si riunisce intorno ad un tavolo, ogni partecipante è incoraggiato a scrivere su dei post-it le proprie idee e condividerle con gli altri partecipanti. Sarà compito del moderatore aiutare il gruppo a non fissarsi sui problemi di fattibilità, a generare quante più idee possibili per poi selezionare quelle più adatte alla fase di prototipazione.

Prototype

Non c’è modo migliore di capire la bontà di un progetto di toccare con mano: attraverso la fase di prototipazione si potrà sperimentare una versione embrionale di quello che si vuole creare senza sprecare tempo e denaro e facendosi un’idea della direzione da prendere in tempi molto brevi.

Tecniche

Sketching: dei semplici scarabocchi su carta aiutano a visualizzare in brevissimo tempo ciò che pochi minuti prima era solo un'idea. Gli sketches possono essere mostrati agli altri membri del team per un feedback veloce ed efficace. Possono anche essere fatti testare da potenziali utenti per ottenere dei primi feedback utili alla creazione di nuovi sketches e prototipi.

A cosa serve: simulare e visualizzare alcuni comportamenti del funzionamento del prodotto/servizio.

Physical prototypes: costruire un prototipo semifunzionante, sia esso un oggetto fisico o un software, è un ottimo modo per farsi un'idea chiara e concreta di quale sarà l'oggetto finale. Un buon prototipo deve essere facile e veloce da costruire, comunicare in maniera semplice gli aspetti salienti, deve poter essere abbandonato per uno migliore senza rimpianti e può avere diversi livelli di fedeltà a seconda degli aspetti che stiamo prototipando e della fase di progetto in cui ci troviamo.

A cosa serve: permette di avere una base per testare opportunamente il progetto prima di spendere enormi risorse per svilupparlo.

Test

Mettere alla prova il prototipo è essenziale per verificarne la corrispondenza ai bisogni degli utenti a cui ci rivolgiamo. I risultati ottenuti dal test potrebbero portare a rivedere i prototipi fissando alcuni problemi di usabilità o a generare ulteriori insight che richiederanno di reiterare alcune fasi precedenti, come quella esplorativa o di definizione e ideazione.

Tecniche

Think aloud: il facilitatore si occuperà di accompagnare l'utente nel testing spingendo a descrivere ad alta voce quello che vede, come lo percepisce e quello che pensa di determinati aspetti del prototipo.

A cosa serve: far emergere le criticità del prodotto.

I like I wish what if: un metodo per incoraggiare il feedback aperto dei colleghi e degli stakeholders del progetto: menzionando gli aspetti positivi, i potenziali desiderata, e le possibili soluzioni si incanala il feedback in modo costruttivo anziché prescrittivo. Starà poi ai progettisti decidere se e in che modo incorporare il feedback ricevuto nelle specifiche di progetto.

A cosa serve: assicurare una comunicazione critica efficace e costruttiva.

Lontane dal costituire un metodo rigido e statico le tecniche qui delineate vanno intese come una cassetta degli attrezzi per costruire di volta in volta il processo più adatto in base alle caratteristiche del progetto e possono essere usate iterativamente per approfondire aspetti che ci erano sfuggiti nel corso di una fase e generare ulteriori insights e soluzioni.

Applicato in questo modo il processo di design thinking può portare a soluzioni innovative senza perdere di vista sostenibilità ed efficacia.