



FÖRSTA UPPLAGAN



DESIGN
THINKING
FÖR
BIBLIOTEK



EN VERKTYGSLÅDA FÖR
ANVÄNDARCENTRERAD DESIGN

IDEO



FÖRSTA UPPLAGAN/TVÅTUSENFEMTON

WWW.DESIGNTHINKINGFORLIBRARIES.COM

INNEHÅLLS- FÖRTECKNING

Innehåll

KAPITEL 1
KOMMA IGÅNG sid. 3

KAPITEL 2
INSPIRATION sid. 25

KAPITEL 3
IDÉUTVECKLING sid. 49

KAPITEL 4
ITERATION sid. 79

KAPITEL 5
SKALA UPP sid. 102

ORDLISTA sid. 117

BILAGA sid. 121



KAPITEL

1

KOMMA IGÅNG

Välkommen till verktyglådan design thinking för bibliotek.

I det här inledande kapitlet får du en övergripande presentation av konceptet design thinking, och du får lära dig om hur du kan använda verktyglådan i arbetet på ditt bibliotek. Vi är glada över att du vill lära dig hur du kan skapa bättre lösningar för dina användare och ditt samhälle!

KOMMA IGÅNG

DEN HÄR VERKTYGSLÅDAN ÄR TILL FÖR DIG

DEN HÄR VERKTYGSLÅDAN KAN HJÄLPA DIG ATT SKAPA LÖSNINGAR FÖR UTMANINGAR DU STÄLLS INFÖR DAGLIGEN.

Bibliotek har funnits i århundranden, men det har aldrig varit lägligare än nu att reflektera över deras framtid. I många samhällen runt om i världen är offentliga bibliotek fortfarande det enda ställe där vem som helst, oavsett utbildning eller yrkesmässig färdighet, kan få tillgång till information. Bibliotek har länge haft ett nära samband med städernas och samhällens utveckling och till en kunskapsekonomi. Andrew Carnegie sa att "ett bibliotek överträffar allt annat som ett samhälle kan göra för sina invånare. Det är en aldrig sinande källa i öknen."

Trots sin livskraft så förblir många bibliotek underutnyttjade och har begränsade budgetar och resurser. De utmaningar som bibliotekarier möter är reella, komplexa och varierande. Det föränderliga informationslandskapet kräver nya svar av bibliotekarierna, något som i sin tur kräver nya perspektiv, verktyg och metoder. För tydlighetens skull vänder sig den här verktygslådan främst till bibliotekarier, men faktum är att alla som jobbar inom biblioteksmiljön kan ha nytta av design thinking i det dagliga arbetet.

Det är viktigt att komma ihåg att vissa bibliotek har skiftat förhållningssätt och perspektiv för att anpassa sig till 2000-talets behov. Bibliotek omformulerar t. ex. kontinuerligt sina syften och sitt utbud, baserat på tanken om biblioteket som ett nav för medborgartjänster, ett samarbetsområde och en plattform för experiment. Vår förhoppning är att se mer av denna varierande användning i framtiden. Idag har du alla möjligheter att bli ambassadör för förändring.

DESIGN THINKING ÄR ETT AV DESSA FÖRHÅLLNINGSSÄTT

Vi skapade den här verktygslådan för att introducera ett arbetssätt som hjälper dig att stärka ditt bibliotek genom att förstå användarnas behov, och genom att involvera de olika användargrupperna, med hjälp av en metod som vi kallar design thinking. Flera andra branscher, i synnerhet inom företags- och utbildningsvärlden, har i årtionden använt detta personfokuserade förhållningssätt för att lösa problem. I den här verktygslådan har vi anpassat dessa metoder till biblioteksmiljön. Du kommer stegvis att lära dig utveckla bättre tjänster, verktyg och upplevelser för dina användare.

KOMMA IGÅNG

DAGS ATT AGERA

Som bibliotekarie eller annan bibliotekspersonal är det ditt uppdrag att förbättra samhället genom att underlätta kunskapsförmedling. Detta underlättande måste starta med samhället självt. För att du kontinuerligt ska kunna utveckla och förbättra bibliotekets utbud krävs att du har djup förståelse av behoven i ditt samhälle, såväl bland dem som besöker biblioteket och dem som inte gör det. Som bibliotekarie är du expert på ditt samhälle och grupperna som finns i det.

Vi vet att dina arbetsdagar ofta är väldigt stressiga och att kraven på bibliotekssystemet är höga, men desto större anledning att börja använda dig av nya tankesätt i ditt dagliga arbete. Du kanske undrar vad du kan göra åt bristen på finansiering eller resurser. Vårt svar är att du ska börja flytta fokus från vad du inte har till vad du har. Det är fullt möjligt att genomföra en omedelbar förändring där du befinner dig nu, och alla innovationer är inte helt nya. Man säger ibland att kreativitet växer bäst med vissa begränsningar, så behåll ett öppet sinne och låt detta förhållningssätt inspirera dig att få nya perspektiv på ditt arbete. Vi hoppas att du accepterar vår inbjudan.

VILKA ÄR VI?

Vi är IDEO, en global konsulttjänst för design och innovationer som arbetar med allt från nystartade företag och ideella organisationer till multinationella företag. Vi är kända för att vara företaget som designade Apples första mus och den första bärbara datorn. Idag använder vi design thinking för att lösa ett brett spektrum av problem, t.ex. att förbättra sanitetslösningar i Ghana och att designa om kafeterior i kommunala skolor i San Francisco.

Du kanske undrar vad vi vet om bibliotek och om jobbet som bibliotekarie? Som konsultbyrå arbetar vi ständigt med kunder i frågor där vi inte är experter. Vi studerar ett problem grundligt, och därefter erbjuder vi våra kunder ett nytt perspektiv på hur man tar itu med de stora problemen. Så även om du och dina medarbetare kanske inte ser er som "designers", ska du vara medvetna om att era nya perspektiv faktiskt kan vara till er fördel. Du behöver inte vara expertdesigner för att använda metoden design thinking.

Tack vare Bill and Melinda Gates Foundation och deras program Global Libraries har vi kunnat ägna över ett år åt ett nära samarbete med bibliotekarier för att skapa denna verktygslåda för design thinking. Vi samarbetade med Chicago Public Library i USA och Aarhus Kommunes Biblioteker i Aarhus i Danmark. Vi observerade fler än fyrtio bibliotekarier i tio länder, och sedan sammanställde vi våra lärdomar. Vi vill också tacka följande organisationer för deras stöd i utarbetandet av verktygslådan:

- Metropolitan Library i Bukarest
- READ Nepal
- Jamaica Library Service
- Regionala offentliga forskningsbiblioteket i Vinnysia
- Beyond Access, IREX

Vi har fått stor insikt i några av de utmaningar som du möter dagligen, men vi vet att det finns många som vi fortfarande inte känner till. Vi välkomnar er återkoppling, frågor och berättelser så att vi kan fortsätta att förbättra den här verktygslådan. Gå med i den här listan med bibliotek som alla arbetar med det här förhållningssättet, och dela dina erfarenheter: hello@designthinkingforlibraries.com. Låt oss komma igång!

“

Jag ändrade sätt att tänka kring vårt bokklubbsprogram. Ingen dök upp! Efter flera samtal med användare förstod jag att biblioteket kanske inte var den bästa platsen för klubben att mötas på. Jag bestämde mig för att göra ett nytt försök på ett ställe där människor träffas naturligt, på ett café längre ner på gatan. Detta förhållningssätt handlar till stor del om att prata med dina användare och att försöka något nytt.

Jeremy Kitchen, bibliotekarie vid biblioteket i Bridgeport vid Chicago Public Library, reflekterar kring design thinking.

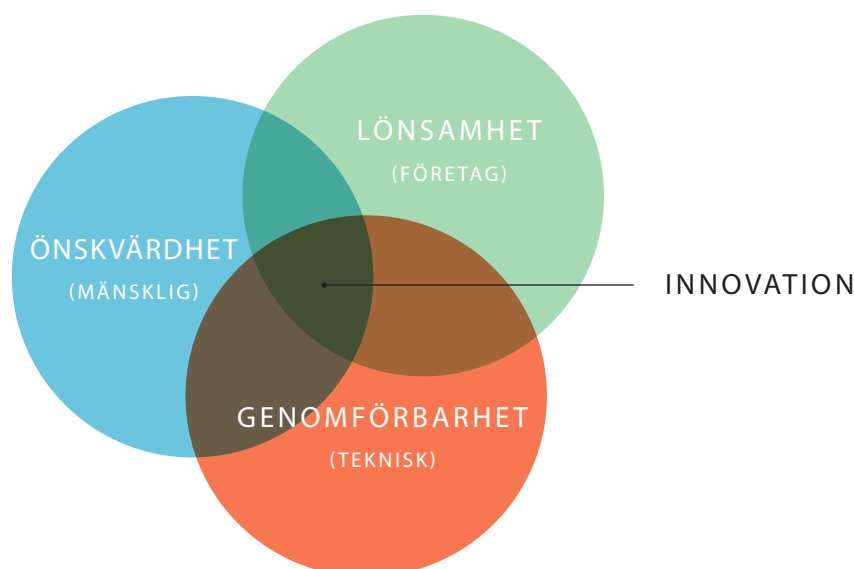
”

KOMMA IGÅNG

Vad är Design Thinking?

DESIGN THINKING ÄR BÅDE EN METOD OCH ETT TANKESÄTT.

Design thinking är ett kreativt förhållningssätt, eller en serie av åtgärder som hjälper dig att designa meningsfulla lösningar för ditt bibliotek. Om man ser på begreppet som ett Venndiagram, hittar man design thinking-lösningarna i brytpunkterna mellan tre faktorer: önskvärdhet, genomförbarhet och lönsamhet. Med andra ord: När metoden är önskvärd är den ekonomiskt lönsam och tekniskt genomförbar. Innovation uppstår där dessa faktorer överlappar varandra.



Konceptet kan förvisso verka skrämmande vid en första anblick, men design thinking är i själva verket en djupt empatisk och intuitiv process som berör förmågor som vi alla har inneboende, men som vi ofta förbiser. Du behöver med andra ord inte vara en designer för att lösa problem med hjälp av kreativa verktyg. Design thinking bygger istället på vår förmåga att vara intuitiva, att upptäcka mönster, att konstruera idéer och resonera känslomässigt och rationellt, och att uttrycka oss genom handling. Design thinking börjar med att man utvärderar människors behov, varför konceptet går hand i hand med en metodik som kallas "människocentrerad design."

Design thinking är också ett tankesätt, eftersom du börjar att se världen som en designer, även om du inte är en. Att tänka som en designer handlar inte om att veta hur man ska rita, det handlar om att omfamna det okända och om att vara kreativ inför det tvetydiga. Att anta en designers tankesätt hjälper dig att se problem som möjligheter och ger dig självförtroende att börja skapa transformativa lösningar. Vi vet att detta förhållningssätt kanske skiljer sig från hur du vanligtvis arbetar och tanken på att inte veta hur slutresultatet kommer att bli kan vara skrämmande, men kom i håg att det är viktigt att lita på processen.

KOMMA IGÅNG: VAD ÄR DESIGN THINKING?

EXEMPEL 1:

Nedan följer ett exempel som visar värdet av design thinking. Följande är ett utdrag från *Creative Confidence*, en bok av IDEO-grundarna Tom & David Kelley:

En av mina favoritberättelser om kreativt självförtroende kommer från Doug Dietz, designer på GE Healthcare. Han avslutade nyligen ett projekt där han arbetade med en helt ny magnetkamera. En dag då han var på sjukhuset för att studera sin design i arbete mötte han en ung patient som gick mot scanningrummet med sina föräldrar. Hon var uppenbart livrädd, med tårar rinnande ner för kinderna. Vid åsynen av den unga flickan kallade teknikern för magnetkameran omedelbart på narkosläkaren.

Detta ögonblick förändrade Dougs perspektiv för alltid och han visste att han var tvungen att göra en förändring. Han skrev in sig på en kurs på Stanford d.school och lärde sig att närma sig utmaningen från ett människocentrerat designperspektiv, något som slutligen skulle hjälpa honom att göra magnetresonanstomografi mindre skrämmande för barn. Doug visste att han inte skulle kunna få finansiering för att designa om en magnetkamera från grunden, så han fokuserade på själva upplevelsen istället. Han och hans team förvandlade magnetkameran till en äventyrsberättelse för barn, där patienten spelade huvudrollen. De satte på färgglada dekalerna på utsidan av maskinen och på alla ytor i rummet, så att de täckte utrustningen, golvet, innertaket och väggarna. De skapade även ett manus till teknikern som skulle leda patienterna genom äventyret.

I några av prototyperna ingick ett piratskepp - ett kaptensroder vid öppningen av rummet gjorde att ytan kändes mindre klaustrofobisk, och patienten fick välja en skatt från piratens kista efter undersökningen. Med den nya designen minskade antalet patienter som behövde lugnande läkemedel. Patienterna var gladare. Sjukhusen var gladare. Hans största bedrift var dock enligt honom själv när en liten flicka frågade sin mamma efter scanningen: "kan vi komma tillbaka i morgon?"

Om man närmar sig ett problem med ett kreativt tankesätt som Doug gjorde, kommer många nya möjligheter att dyka upp.

EXEMPEL 2

Här är ett annat exempel på design thinking i en undervisningsmiljö, med ett utdrag från en av våra andra open source-verktyglådor, *Design Thinking för pedagoger*:

Michael Schurr, lärare i en andraklass i New York, insåg att han aldrig frågade sina elever vad som skulle få dem att känna sig bekväma i klassrummet. Han hade lagt åtskilliga timmar på att samla in innehåll till anslagstavlorna i klassrummet, men eleverna brydde sig inte om dem.

Han påbörjade ett projekt inom design thinking med följande designutmaning: Hur skulle mitt klassrum kunna designas för att bättre fylla mina elevers behov? Han bestämde sig för att tala direkt med sina elever för att ta reda på vilken design som var bäst för deras miljö.

Medan han intervjuade sina elever kom han fram till att problemet var att eleverna inte kunde se anslagstavlorna.

Baserat på elevernas återkoppling kunde han designa om sitt klassrum för att bättre möta deras behov och önsknings. Han sänkte ner anslagstavlorna, så att eleverna faktiskt kunde se innehållet, och skapade ett bekvämare, halvt avskilt rum där eleverna kunde studera. Efter dessa små justeringar, är hans studenter mer engagerade och rör sig friare i klassrummet. Nu engagerar Michael konsekvent sina elever i att hjälpa honom med att på ett mer effektivt sätt forma inlärningsmiljön. Han använder design för att se sitt klassrum genom sina elevers perspektiv.



Exempel 1



Exempel 2

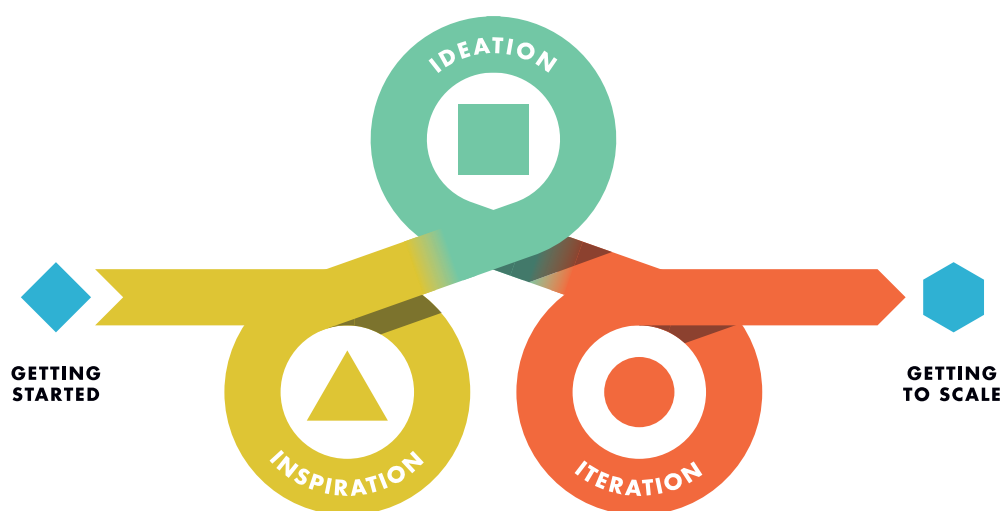
KOMMA IGÅNG

Design thinking- processen

Design thinking-processen beskrivs bäst som ett system av överlappande faser, snarare än en sekvens av ordnade steg. Det finns tre faser att hålla reda på: inspiration, idéutveckling och iteration. När väl en idé har utvecklats till ett hållbart alternativ, kallar vi detta för att "skala upp", vilket betyder att din idé har en större inverkan och förmågan att förändra på organisations- och systemnivå. När du läser dessa kapitel kommer du att få en djupare förståelse för varje fas inom design thinking genom att du lär dig om specifika projekt som IDEO har slutfört under årens lopp.

När du tar dig igenom dessa faser är det också viktigt att komma ihåg att processen är icke-linjär, dvs. den växlar mellan konvergent och divergent tänkande, mellan det abstrakta och det konkreta. När du börjar att lära dig om denna process genom att använda verktyglådan kommer du sannolikt att ta dig genom dessa faser i en viss sekvens, men i takt med att du får mer erfarenhet av design thinking kommer du att upptäcka att du kan röra dig mellan och genom dessa med en större lätthet och ett större självförtroende.

DESIGN THINKING-PROCESSEN



KOMMA IGÅNG: DESIGN THINKING-PROCESSEN

INSPIRATION

handlar om att utforma en designutmaning och få nya perspektiv på denna möjlighet.

IDÉUTVECKLING

handlar om att skapa idéer och göra dessa förståeliga.

ITERATION

handlar om kontinuerligt undersökande baserat på användaråterkoppling.



METODEN ÄR...

ANVÄNDARCENTRERAD

Det börjar och slutar med användarens behov (till skillnad från bibliotekets behov). Biblioteket som organisation kommer att följa efter när du sätter användaren först.

BASERAT PÅ LEARNING BY DOING

Det handlar om att lämna ditt skrivbord, mobilisera människor, kliva ut från din bekvämlighetszon och skita ner händerna.

EXPERIMENTELLT

Det är en icke-linjär process som kräver flexibilitet och ett sug efter konstant utveckling.

TANKESÄTTET ÄR...

BEFRIANDE NAIVT

Det handlar om att se på världen med nya ögon och med en nybörjares sinne, om att vilja lära sig någonting nytt om biblioteket som du redan känner till så väl.

KREATIVT SJÄLVSÄKER

Det handlar om att släppa rädslan för misslyckande och kritik, att vara okej med att inte veta "rätt" svar och om att se skönheten i det ofullkomliga och ofärdiga.

OPTIMISTISKT

Det är tron på att problem bara är förklädda möjligheter, och på att människor som arbetar tillsammans på ett nytt sätt kan förändra framtiden till det bättre.




KOMMA IGÅNG

En kommentar om språk

Terminologin som används för att beskriva design thinking-processen kan variera stort. Faktum är dock att inte ens termerna "människocentrerad design" eller "design thinking" är universella bland metodens utövare. För denna verktygslådas syften menar vi att människocentrerad design är filosofin bakom, och ursprunget till, metoden som beskrivs här, medan design thinking avser det praktiska utövandet av metoden och tankesättet.

När du upptäcker andra resurser i detta dokument, kommer du att lägga märke till flera olika beskrivningar för varje fas i designprocessen, vilka alla handlar om samma allmänna process, även om de kan vara nedbrutna i olika avsnitt med lite olika titlar.

ALTERNATIVA TERMER

 <p>INSPIRATION</p> <p>—</p> <p>Upptäckande Upptäck Lyssna Tolkning Känna empati Definiera</p>	 <p>IDÉUTVECKLING</p> <p>—</p> <p>Utveckla idéer Skapa Prototyp</p>	 <p>ITERATION</p> <p>—</p> <p>Implementering Experimenterande Leverera Utveckling Testa</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Vi har varit noga med att förtydliga våra termer, för att göra denna verktygslåda så förstälilig som möjligt. Många av termerna som vi använder i designprocessen har blivit vanliga i olika sammanhang, men vi förstår att det fortfarande finns många biblioteksmiljöer som inte har exponerats för de termer som vi använder i någon större utsträckning. Av denna anledning har vi gjort en ordlista. (sid. 119) med referensdefinitioner i slutet av denna verktygslåda.



NYFIKEN PÅ ANDRA
TERMER I DENNA
VERKTYGSLÅDA?
BESÖK VÅR ORDLISTA:

sida 117

KOMMA IGÅNG

Hur ser processen ut i praktiken?

Ett design thinking-team, bestående av fyra barnbibliotekarier och en platschef, träffades på Chicago Public Library (CPL) för att fundera kring barn och konceptet lek. Inspirerade av sin gemensamma uppfattning att lek är en viktig del av barns utveckling, ställde de sig följande fråga: Hur kan vi integrera leken i CPL:s kärnverksamheter för barn?

INSPIRATION

För att samla inspiration genomförde teamet intervjuer och observationer på Chicago Children's museum, Bronzeville Children's museum, Exploratorium och på andra bibliotek. De intervjuade experter kring ämnet lek, inklusive två bibliotekarier med motsatta åsikter - en som hyllade lekens betydelse och en som var skeptisk till dess betydelse. Dessa intervjuer gav teamet information om de olika attityder till lek som fanns bland bibliotekets anställda, och vilket stöd och vilka utmaningar som de kan komma att stöta på i sitt designprojekt. Slutligen intervjuade teamet tre familjer för att förstå hur familjer använde biblioteket tillsammans, och hur biblioteket passade in i helhetsbilden i deras liv.



En av bilderna tagen under en intervju med två syskon. Teamet bad barnen att delta i en collageövning som skulle hjälpa dem att uttrycka vad de önskade och behövde av ett bibliotek.

KOMMA IGÅNG: HUR SER PROCESSEN UT I PRAKTIKEN?

IDÉUTVECKLING

Teamet började skapa idéer genom att använda inspirationen från sin undersökning. Under flera teammöten delade de berättelser med varandra kring sina erfarenheter, satte ihop mönster, och formulerade flera insikter som skulle vägleda deras design. Detta är fyra av teamets slutsatser:

- Bibliotek upplevs som den tredje säkra platsen för barn, efter skola och hem, och därför finns det potentiellt en större tillåtelse att experimentera med olika erbjudanden.

- Biblioteket ska vara en del av den undersökande processen i ett barns liv.

- Föräldrar och bibliotekarier har en tendens att vilja kontrollera eller strukturera leken, så nya program måste balansera behovet av kontroll och behovet av flexibilitet som är en del av alla lekaktiviteter.

- Föräldrar till barn i skolåldern vill hålla isär lek och studier.

Teamet brainstormade snabbt kring sätt att överföra sina insikter till genomförbara idéer och prototyper. På bara fem timmar använde teamet grundläggande byggmaterial (mestadels av kapaskiva och leksaker) för att utveckla ett nytt slags rum där barnen kunde berätta historier för varandra. Genom lek kunde barnen använda rekvisita och ritverktyg för att lära sig att skapa en berättelse med en narrativ struktur med början, mitt och slut. För att göra idén förstäligen gjorde bibliotekspersonalen fysiska prototyper av designen. Deras prototyp innehöll flera element för sceniskt berättande, inklusive en scenbakgrund, (gjord av kapaskiva med en videoprojektion), enkla kostymer och handgjorda dockor.



Bilder av den prototyp som teamet skapade mellan de befintliga bibliotekshyllorna, genom att använda befintligt material som dockor, byggpapper, en projektor och en bärbar dator.

KOMMA IGÅNG: HUR SER PROCESSEN UT I PRAKTIKEN?

ITERATION

Teamets första prototyp var ett fönster i biblioteket, avsett för interaktivt berättande på bibliotekets filial i Chinatown, Chicago. Teamet skapade en stor sagoboksbakgrund som scen, och erbjöd barnen kostymer och diverse rekvisita, så att de kunde agera i olika scener. Dessutom skapade de ett skrivarcenter bredvid fönstret, med en magnetisk tavla där man kunde skriva ner berättelser och lägga till detaljer till scenen. Målet var att engagera barn i att skapa och agera i olika berättelser. Detta krävde medvetet minimalt med hjälp och inblandning av bibliotekarierna eftersom filialen i Chinatown, liksom många andra filialer, hade en låg personalbemanning. Medan minipilotprojektet pågick samlade teamet in återkoppling från föräldrar och barn på samma sätt och genomförde observationer. En besökande förskoleklass älskade det öppna rummet där de kunde dela med sig av boktips. Vissa barn tyckte om kostymerna, men detta var sällan kopplat till historieberättandet. Idéerna tilltalade huvudsakligen en yngre publik.

Teamet lärde sig två viktiga saker under minipilotprojektet. Först och främst upptäckte de att äldre barn var för självmedvetna för att uppträda i ett öppet rum. Därefter kom de fram till att barn var mer intresserade av att rita på tavlorna än av att skriva på dem; de skapade inte berättelser, utan ritade bilder. Baserat på observationerna ifrågasatte dessutom teamet huruvida barn känner sig bekväma med att uppträda inför andra barn, jämfört med att bara interagera med dem.

Inspirerade av denna fråga och sina andra lärdomar, planerade teamet ett annat minipilotprojekt, ett projekt som både byggde på barns intresse för att rita och som möjliggjorde för dem att skapa nya berättelser. Barnen uppmanades att skapa serier, antingen med befintliga välkända karaktärer från böcker de gillade, eller med nya karaktärer som de själva hittade på. Barnen kunde ge respons på varandras berättelser genom att tillsammans skapa en gemensam serie i realtid. Denna händelse fokuserade mer på interaktion än på utförande. I det här projektet var teamet mycket mer involverat, och de ledde aktiviteter som uppmanade barnen att samarbeta och som uppmanade dem att rita serier på fönsterkarmarna och skapa sina egna miniserietidningar.

Återigen genomförde teamet intervjuer och observationer. De kunde se att barnen gärna samarbetade med historieberättande och att de förstod konceptet kring en berättelses tydliga inledning, mitt och slut. Barnen älskade också att utföra aktiviteter som att skriva på väggarna, något som de inte kunde göra hemma.

Iterationen av experimentet gav flera nya lärdomar:

- Familjer behöver i varierande grad strukturerade aktiviteter, åtminstone till dess att lek på biblioteket blir rutin.

- Familjer behöver förstå att de får lov att vara högljudda i biblioteksmiljön, till skillnad från vad de har lärt sig.

- En del anställda kommer att behöva ändra sin uppfattning om oväsen och kontroll, vilket kan komma att kräva träning och förändrade attityder hos personalen.



Teamet observerar två barn vid skrivarcentret under det första minipilotprojektet.



Bilder på berättelsefönstret under teamets andra minipilotprojekt.

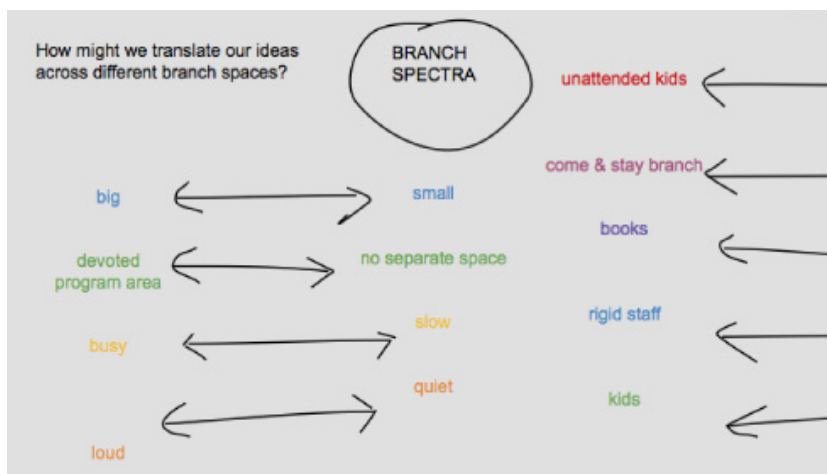
KOMMA IGÅNG: HUR SER PROCESSEN UT I PRAKTIKEN?

SKALA UPP

Baserat på dessa två aktiviteter uppstod en ny designutmaning - hur skulle vi kunna ta våra idéer vidare till andra filialer? Teamet hade gått igenom design thinking-processen och nu funderade de över hur de skulle kunna anpassa sin idé till andra platser.

Enligt teamledaren, John Glynn, insåg de att de skulle få en större systemomfattande påverkan kring lekens betydelse om de fokuserade mindre på verktyg (såsom lekmaterial och leksaker) och mer på tjänster och rollen som bibliotekarie. Samtidigt som de skapade program och aktiviteter för barn och anpassade dessa program till olika filialer, ville teamet vara lyhört för enskilda filialkulturer.

Medan de gjorde undersökningar i flera olika sammanhang, fortsatte teamet att lära sig hur en idé kan anpassas till väldigt olika miljöer och personalkulturer. Det som de lärde sig har använts som principer i utformandet av flera nya rum för barn, som lyfter fram lek som ett centralt tema. Genom att sprida sina lärdomar genom systemet, hoppas de kunna influera både omvandling av befintliga ytor och nybyggnation. Deras förhoppning är att varje filial skall innehålla en tjänst, ett utrymme och ett program som visar betydelsen av lek och historieberättande för barns inlärning.



(Överst) Teamet skapade ett ramverk som riktade sig till de olika filialernas egenskaper, vilket möjliggjorde för filialer att utvärdera sin egen beredskap för en ny typ av lekmöjlighet.

(Underst) En arkitektonisk återgivning av det nya rummet för barn i Albany Park i Chicago, inklusive väggarna med berättelsefönstret, vilka först utarbetades av teamet.

KOMMA IGÅNG

Varför är detta värdefullt för bibliotekarier?

Utöver att hitta lösningar på de utmaningar du ställs inför dagligen, kommer design thinking också att hjälpa dig och ditt bibliotek att utveckla ett nytt arbetssätt. Naturligtvis börjar design thinking med att dina användare engageras, men därifrån kan det spridas genom organisationen och ge flera fördelar för både biblioteket och dess användare.

“

Att se med nya ögon är gratis och tanken att innovation är dyrt är en missuppfattning! Allt du behöver är att titta på din värld på ett nytt sätt för att kunna se alla möjligheter som redan finns där.

Ett team fokuserade på programmering för ungdomar vid Chicago Public Library.

”



KOMMA IGÅNG

Vad kan du använda det till? Vem använder det?

DU KAN ANVÄNDA DESIGN THINKING FÖR ATT TACKLA VARJE UTMANING.

När människor tänker på design, tänker de ofta på estetik som form eller fysiska objekt, t.ex. en väldesignad stol. Men design thinking som process kan ha en mycket vidare påverkan, eftersom du kan använda konceptet för att lösa alla slags biblioteksutmaningar, inklusive utmaningar gällande program, rum, tjänster och system. Med detta i åtanke intervjuade vi bibliotekspartners runtom i världen och skapade en katalog över olika typer av utmaningar som bibliotek vanligtvis möter. Vi omvandlade dessa utmaningar till "Hur skulle vi kunna..."-frågor, eftersom du kanske ställer dig de samma frågorna själv, och det finns många möjliga svar och lösningar på varje fråga. Vi hoppas att denna katalog ger dig inspiration för hur du kan vilja använda design thinking i ditt eget bibliotek. Eftersom alla bibliotek möter olika utmaningar, inbjuder vi dig och ditt team att välja ut en verklig utmaning som ditt bibliotek möter och använda denna som grund för de övningar som vi snart kommer att introducera.



TJÄNSTER



RUM



SYSTEM

“

Ta små steg. Det du designar behöver inte vara en helt ny idé, ibland är det bättre att förbättra en idé som redan existerar i någon grad.

Ett team fokuserade på lek vid Chicago Public Library

”

KOMMA IGÅNG: VAD KAN DU ANVÄNDA DETTA TILL? VEM ANVÄNDER DETTA?



PROGRAM

Det lämpar sig väl att börja använda design thinking i biblioteksprogram, eftersom de är en serie händelser som är lätta att bygga vidare på, modifiera och iterera. Som bibliotekarie är du sannolikt redan en "mästerdesigner" av flera program, t.ex. en sommarläsningsutmaning eller en talarserie. När du designar program, kan du behöva ta i beaktande hur dessa ska underlättas, vilket innehåll och vilka resurser du kan komma att behöva, och i vilken kontext (fysisk eller virtuell) de äger rum.

Exempel

Hur skulle vi kunna...stödja och differentiera läskunnighetsprogram för småbarn genom att involvera hela familjen?

Hur skulle vi...kunna designa ett pedagogiskt dataspel som uppmuntrar fysiskt skapande och fysisk tillverkning i den digitala åldern?



RUM

Fysiska miljöer signalerar till människor hur de ska uppföra sig och påverkar hur de mår. Kom i håg att rum inte nödvändigtvis handlar om estetik, som färgen på väggen. Det viktiga är hur människor reagerar på färgen och vad den får dem att göra. Inom design thinking talar vi mindre om rum som ser ut som någonting, och mer om rum som agerar som någonting. När du ska designa om ett biblioteksrum, kan du komma att behöva ta i beaktande byggnadsbegränsningar, cirkulation och flöde av användare, och specifika verktyg i miljön som skulle kunna göra rummet mer interaktivt.

Exempel

Hur skulle vi kunna...skapa en välkomnande atmosfär i biblioteksmiljön som uppmuntrar användare att dröja sig kvar och stanna?

Hur skulle vi kunna... använda outnyttjade rum, eller omfördela rum så att användare kan upptäcka mer av vad biblioteket har att erbjuda?

TJÄNSTER

Medan program vanligtvis är tidsspecifika erbjudanden såsom kurser, är tjänster ofta en del av systemet, dvs. erbjudanden som människor inte bara deltar i, utan även använder och förespråkar. Design av tjänster fokuserar ofta på att göra systemen bakom tjänsterna, t.ex. kommunikation och teknologi, bättre för användaren. Bland några goda exempel kan nämnas tiffin-lunchlådorna i Indien, taxitjänster on-demand, och givetvis lån av biblioteksböcker! Bra tjänster utnyttjar bibliotekets kraft, bibliotekariernas kunskande, och bibliotekets alla resurser för att driva samhället framåt.

Exempel

Hur kan vi...skapa användarvänliga webbupplevelser som ligger i linje med 2000-talets digitala landskap?

Hur kan vi... erbjuda relevanta verktyg till vuxna som vill lära sig IT, i synnerhet till de vuxna som inte vill be om hjälp?



SYSTEM

På den högsta nivån representerar system flera intressenter, relationer och behov, som tillsammans kan betraktas som ett nätverk eller en organisation. Bland exemplen kan nämnas ett banksystem, ett stadstäckande matkupongsystem och återigen bibliotekssystemet. Att designa system innebär att integrera flera ömsesidigt beroende tjänster för att kunna påverka. Utmaningar involverar ofta strategier på hög nivå kring prioriteringar, policyer och viktig kommunikation.

Exempel

Hur kan vi...designa produktiva ömsesidigt fördelaktiga partnerskap med lokala skolor och andra utbildningsinstitutioner?

Hur kan vi... designa om biblioteksmetoder så att människor förstår bibliotekets värde på ett mer meningsfullt och känslomässigt sätt?

KOMMA IGÅNG

Hur denna verktygslåda fungerar

Verktygslådan är uppdelad i två delar: den här guiden, som består av litteratur och referenser, och en övningsbok där du lär dig genom att börja använda de olika metoderna. Eventuella uppgifter om tidsåtgång för varje metod och övning är bara förslag - hela verktygslådan tar uppskattningsvis 5-8 timmar per vecka under de kommande sex veckorna, men det kan ta mer eller mindre tid, beroende på hur mycket tid du har att tillgå.

OM UTVECKLING AV VERKTYGSLÅDOR

Vi har insett att denna verktygslåda har vissa begränsningar och vi vill gärna ta upp dessa med en gång. Inom design thinking kan du inte designa för alla, och vi kan heller inte skapa en verktygslåda för alla. Vi medger att:

· Först och främst finns det en språkförskjutning. Vi är baserade i USA och när vi har arbetat med bibliotekarier över hela världen har vi därför främst kommunicerat på engelska. Vår förhoppning är att kunna skriva den första verktygslådan på engelska, och att den sedan översätts så att fler kan få nytta av den.

· Många exempel i den här verktygslådan är också anpassade till förhållandena i USA och Europa. Det beror främst på att vi har samarbetet med Chicago Public Library och Hovedbiblioteket i Aarhus. Men vi har gjort så gott vi kan för att ta med många exempel från olika kontexter runtom i världen.

ONT OM TID?

Genom att läsa igenom denna verktygslåda tror vi att du kan gå genom processen utifrån olika tidsplaner, oavsett om du bara har en timme, en dag eller en månad. Du kanske inte kommer att kunna fördjupa dig så mycket i processen, men du kommer igång! Om du har mycket ont om tid rekommenderar vi att du hoppar till:

· Uppvärmning: Designa en bättre pendling, i övningsboken, som tar dig genom alla processfaser på under en timme.

En snabbguide, Design thinking på en dag, ett separat dokument som du kan ladda ner från: www.designthinkingförbibliotek.se, som sammanfattar metoden i ett nötskal.

ÄR DU REDO? KANSKE LITE NERVÖS?

Vi vet av erfarenhet att vem som helst kan lära sig om och använda design thinking för att påverka. Allt som krävs är övning och förberedelse. Med det i åtanke kan du använda kommande tre avsnitt för att förbereda ditt bibliotek för design thinking:

1. Samtal med ledningen
Skälen till att använda design thinking på bibliotek, från en chefs synvinkel.
2. Teambyggande 101
Tips för att skapa framgångsrika team.
3. Vanor och logistik
Arbetsätt som kommer att göra det lättare att lära sig design thinking.



HAR DU ONT OM TID? HOPPA TILL:

· Gå till övningsboken kapitel 1, övning 5, sidan 10

· En snabbguide, Design thinking på en dag, en separat fil på webbplatsen: www.designthinkingförbibliotek.se

SAMTAL MED LEDNINGEN

I samarbete med IDEO, har personal på AarhusKommunes Biblioteker och Chicago Public Library använt design thinking i sina bibliotek för att förbättra användarupplevelsen. I följande intervju bad vi ledare från båda dessa institutioner att reflektera över detta förhållningssätt, och över vilka råd de skulle ge till dem som är nya i processen.

ROLF HAPEL är chef för medborgar- och biblioteksservicen i danska Aarhus. Han har arbetat i fyra danska städer som bibliotekarie, biträdande chef och chef för offentliga tjänster, och blev 1994 chef för Aarhus Kommunes Biblioteker. Aarhus Kommunes Biblioteker har sedan långt tillbaka ett rykte om att skapa innovativa tjänster och utveckling genom att använda metoder för samskapande och användarengagemang. Biblioteket tilldelades European Centre of Excellence i slutet av 1990-talet och mottog "Access to learning Award" från Bill and Melinda Gates Foundation 2004. Rolf är för närvarande upptagen med byggandet av det nya huvudbiblioteket i Aarhus, Dokk1, som öppnar i mitten av 2015.

BRIAN BANNON är den 12:e kommissionären vid Chicago Public Library, en av de mest besökta allmänna institutionerna i staden och ett av de största offentliga bibliotekssystemen i USA. Som verkställande direktör har han fokuserat på att öka tillgången till Internet och avancerad teknologi på Chicagos 80 bibliotek, att utöka utbildningstjänster för familjer och att stödja ekonomisk utveckling för jobbsökare och små företag. Resultatet har blivit att rekordmånga Chicagobor använder biblioteket för att använda onlineverktyg, kolla in material, och nätverka med varandra genom det omfattande nätverket mellan biblioteksfilialer. Innan han började arbeta vid CPL, var Brian chef vid San Francisco Public Library och hade ledarskapspositioner inom Seattle Public Library och inom Bill and Melinda Gates Foundation.

F: VILKA FÖRDELAR TROR DU ATT DITT SAMHÄLLE ELLER DINA ANVÄNDARE KAN HA AV ATT DIN BIBLIOTEKSPERSONAL ARBETAR MED DESIGN THINKING?

Rolf: Jag ser två stora fördelar för våra användare: Deras behov och önskemål tas på allvar, och de känner sig hörda. De ses som aktiva resurser i en bibliotekstransformationsprocess, inte bara som passiva konsumenterna av tjänster - det är en demokratisk fördel. Den andra fördelen är att användarnas input verkligen omvandlas till nya eller bättre tjänster.

Brian: Det är välkänt att banbrytande innovationer ofta uppstår som en motreaktion på att en organisation försöker skapa nya innovationer. Framgångsrika nya tjänster och produkter syns ofta inte till en början, skapas av en tillfällighet eller initieras av en ledare som går sin egen väg. Den goda nyheten för bibliotek är att det inte behöver vara dyrt eller arbetsamt att stötta innovation. Vi tror att vi kan ta fram de bästa idéerna från våra team genom att uppmuntra dem att engagera sig i våra användares liv. Design thinking gör det möjligt för personal att lämna det typiska problemlösande förhållningssättet, genom att följa en färdplan som leder till insikter, vilka i sin tur leder till handling. Vi behöver inte uppfinna hjulet varje gång vi stöter på ett nytt problem eller vill följa upp en ny idé. Inom design thinking fokuserar man på experiment i ganska liten skala, så det behöver inte kosta mycket tid eller resurser. Vi behöver inte längre skapa ett helt nytt program utan att veta om det kommer fungera.

F: VILKA FÖRDELAR HADE DIN PERSONAL AV ATT ARBETA MED DESIGN THINKING?

Rolf: Bibliotekspersonal som har arbetat med design thinking har lärt sig en hel del på flera olika nivåer. Konkret har det lärt sig om de aktuella projekten - exempelvis hur användare föredrar funktionaliteten i vissa av bibliotekets servicepunkter. Ännu mer intressant är kanske att de har lärt sig hur bibliotekariens roll med hjälp av design thinking omvandlas till en mer underlättande roll: de finns där för att stimulera nya perspektiv och idéer, både bland personal och användare.

Brian: När vi ser tillbaka på vårt första års arbete med IDEO och Aarhus, blir det tydligt att vårt samhälle har dragit fördel av nya och revitaliserade tjänster, som kommit ur detta engagemang. En fördel som vi inte helt hade förutsett är den positiva påverkan som metoden har haft på vår personal och organisationskultur. Att personalen har fått uppmuntran, verktyg och ansvar att upptäcka nya tjänster har resulterat i ett kulturskifte. Deras framgångar och misslyckanden, som vi också har lärt oss från, har gett oss en tro på vår gemensamma förmåga att leda, och har skapat en solid grund att stå på när vi designar framtiden för Chicago Public Library.

F: VARFÖR TROR DU ATT DET ÄR VIKTIGT ATT KÄNNA TILL OCH ANVÄNDA DESIGN THINKING I EN BIBLIOTEKSMILJÖ?

Rolf: Jag tror verkligen att bibliotek kan lära sig av och gynnas enormt av metoder som har utvecklats inom andra samhällssektorer. Jag tror också att bibliotek har en fördel i och med att de i ett tidigt skede kan anta nya metoder, jämfört med andra offentliga institutioner, där statliga krav på nollvisioner kan begränsa förmågan att tänka utanför boxen.

Brian: Företag inom den privata sektorn har i årtal använt människocentrerad design för att lösa svåra problem och skapar nya produkter och tjänster i en föränderlig värld. Den ideella och den offentliga sektorn kan använda sig av samma förhållningssätt för att ta itu med utmaningar i sina respektive miljöer. Offentliga bibliotek har med framgång utvecklats för att möta den föränderliga världen omkring dem, och de är på många sätt mästare på utveckling. Men vi måste vara med och driva utvecklingen, och det är här som design thinking kommer in i bilden.

F: VILKET ÄR DITT VIKTIGASTE RÅD SOM LEDARE TILL ANDRA BIBLIOTEKSLEDARE SOM FUNDERAR ÖVER HUR DESIGN THINKING KAN IMPLEMENTERAS PÅ DERAS BIBLIOTEK?

Brian: Om du är tydlig med dina prioriteringar och din vision är design thinking ett kraftfullt redskap för att ta dig dit du vill. Det kan också vara en del i att bygga den organisationskultur som krävs för långsiktig framgång.

Rolf: Diskutera med personalen kring hur du skulle vilja tillämpa design thinking: vilka teman eller frågor är relevanta? Prova sedan på dina användare - det är faktiskt inte så svårt att använda sig av dessa metoder och jag lovar att resultaten kommer att bli goda.

KOMMA IGÅNG:

Förberedelser: Teambyggande 101

Starka team är motorerna som driver design thinking framåt.

Design thinking görs helt enkelt bäst i team. I början av processen kan du använda denna guide ensam, men vi rekommenderar starkt att man arbetar i grupp för att lära sig hur det känns att vara en del av ett designteam. Det är så vi skapar starka samarbeten som kommer driva projektet längre än om du arbetade ensam.

ARBETA MED DINA RUTINER

Med tanke på att din tid är begränsad och med tanke på att du måste planera in teammöten i ditt befintliga schema, kommer rutinen att underlätta detta.

STARTA I LITEN SKALA

Ett team fungerar bäst om det består av en kärngrupp av två till fem personer. Vissa säger att tre teammedlemmar är en perfekt storlek; om det uppstår en konflikt mellan två personer, kan den tredje hjälpa teamet att komma vidare. Hur som helst är det lättare att koordinera scheman och fatta beslut om man startar i liten skala. Om du fortfarande känner att det saknas personer i teamet, kan du använda dig av "extra teammedlemmar" utanför ditt kärnteam, och involvera dem i brainstorming, återkopplingssessioner, eller för att hjälpa dig när det behövs.

LETA EFTER MÅNGFALD

Om du väljer ut människor som har olika perspektiv på en fråga och som därför kan bidra från olika vinklar, ökar chansen att teamet hittar oväntade lösningar. Medlemmarna i din grupp kommer att ha väldigt olika arbetssätt, personligheter och preferenser, så avsätt tid åt att diskutera dessa skillnader vid ert första möte.

“

Uppmuntra mångfacetterade team - att ha teammedlemmar som representerar olika biblioteksområden, och med olika bakgrund och erfarenheter, kan leda till starkare och mer kreativa samarbeten.

Sidsel Bech-Petersen, en bibliotekstransformator vid Aarhus Kommunes Biblioteker

”

KOMMA IGÅNG: FÖRBEREDA TEAMBUILDING 101

DELA CENTRAL

Det kommer att vara lättare att schemalägga tid tillsammans och träffas om du och dina teammedlemmar redan arbetar på samma arbetsplats eller filial (eller åtminstone på en i närheten). Ni kommer också att få fler möjligheter att träffas och diskutera spontant om ni är på samma plats.

UPPMUNTRA ENTUSIASM

MÖJLIGGÖR EGENTID

Även om största delen av detta arbete görs i team, måste man även möjliggöra individuell arbetstid, eftersom enskilt tänkande, bearbetning, och planering ofta kan ge betydande framsteg.

UTSE EN TEAMLEDARE

Tänk på era respektive ansvarsområden, tidsbegränsningar, och expertis inom teamet. Teamledaren ska:

- Underlätta diskussioner i teamet, säkerställa att alla kommer till tals och lösa eventuella konflikter
- Känna till materialet i verktygslådan. Vi rekommenderar att man läser igenom kapitlen och extrareferenserna i slutet av varje kapitel.
- Övervaka framstegen inom projektet och uppdatera andra parter utanför teamet om nödvändigt.

Som teamledare kommer du sannolikt att tillbringa avsevärt mer tid än andra teammedlemmar med att organisera din grupp kring aktiviteter inom design thinking. Fundera också över hur din ledningsposition påverkar arbetet i teamet. Du vill inte vara så överlägsen att andra kanske inte vågar bidra, men du ska vara så erfaren att du har djupgående kontakter i samhället och att du känner dig helt bekväm med att pröva något nytt.

UTSE ANDRA ROLLER I DITT TEAM

Vi har sett att team arbetar bäst när alla har bestämda ansvarsområden och känner att de äger projektinnehållet. Tänk på andra roller som människor kan ha i ditt team, och anpassa dem efter medlemmarnas personligheter och likheter. Vi har en övning som kan hjälpa dig utse dessa roller. Se Övningsboken sidan 6.



Teamen vid Aarhus Kommunes Biblioteker bestod av 4-5 personer, ofta av en blandning av icke-bibliotekarier eller bibliotekarier med olika fokusområden, för att säkerställa ett mångfald av perspektiv.



REDO ATT UTSE TEAMROLLER?

Gå till övningsboken , kapitel 1, övning 3, sidan 6.

KOMMA IGÅNG:

Förberedelser: Vanor och logistik

DESIGN THINKING KAN VARA EN RÖRIG PROCESS, MEN MED NÅGRA ENKLA STEG KAN DU HÅLLA DEN TYDLIG OCH ORDNAD.



Ett Chicagoteams projektyta består av ett gemensamt bord, tillbehör och gott om väggutrymme där man kan sätta upp tankar och idéer.

“

Involvera hela teamet i hela processen. Om någon missar olika delar av processen, blir det svårt att få teamet att fungera när det är dags att designa längre fram.

Ett team från Aarhus Kommunes Biblioteker reflekterar över teaminvolvering.

”

KOMMA IGÅNG: FÖRBEREDELSE - VANOR OCH LOGISTIK

SKAPA RUM FÖR PROJEKTET

Design thinking-processen kräver arbetsplats för ditt team, men det behöver inte vara stort - en vägg kanske räcker. Med rummet kan teamet spara idéer och tankar på en central plats och fungerar också som en fysisk påminnelse om det jobb som har gjorts. Använd väggarna eller stora tavlor för att sätta upp inspirerande bilder eller anteckningar från dina undersökningar, så att teamet kontinuerligt kan fördjupa sig. Delade visuella påminnelser hjälper ditt team att spåra framsteg och att hålla fortsatt fokus på utmaningen. Om du börjar känna att du har fastnat, prova att byta arbetsplats och flytta till ett annat rum om dina tavlor är mobila.

VÄRNA OM TEAMTIDEN

Gör klart tidsåtgången för projektet med hela teamet närvarande. Skapa kalenderinbjudningar och meddela andra kollegor utanför kärnteamet, som du arbetar tillsammans med i projektet, för att göra klart vad som förväntas av schemat. Det enklaste sättet att tappa styrkraft är att hoppa över möten eller att dras åt för många håll. Hitta antingen en återkommande mötestid med ditt team eller, om mötestiden varierar, planera era möten så långt i förväg som möjligt.

FASTSTÄLL EN KOMMUNIKATIONSSTRATEGI

Bestäm på ert första möte hur du och ditt team skulle vilja kommunicera utanför mötena. Organisera allas kontaktinformation och notera när de är tillgängliga och hur de kan nås. När du börjar dokumentera ditt projekt kanske du också vill använda en digital plattform där media och framsteg kan sparas, t.ex. Google Docs, en Wordpress-blogg eller Tumblr.

VISUALISERA DET

Att uttrycka sina idéer på ett visuellt sätt är en av nycklarna till processen design thinking. När vi artikulerar idéer med bilder eller skisser istället för ord, stimulerar vi andra människors fantasi och skapar idéer på ett mer meningsfullt och minnesvärt sätt. Människor kan omedelbart förstå vad som händer på en bild - de kan peka på delar av den, tolka den på olika sätt, och enkelt bygga vidare på den!

DELA MED DIG

Att dela dina idéer går hand i hand med att vara visuell. Dela dina idéer, tankar, frågor och bekymmer. Istället för att skriva ner tankar i din egen anteckningsbok, testa att skriva med stor handskriven text på en lapp så att dina teammedlemmar ser. Dina tankar kommer inte att gå förlorade i samtalet, eftersom de sitter på väggen. Post-it-lappar, eller små klisterlappar, har också begränsat utrymme, så du kan inte skriva en uppsats på dem: du (och andra) måste förfina dina tankar så mycket som möjligt.

DOKUMENTERA FLITIGT

För att kunna få till en verklig förändring på ditt bibliotek kommer du till sist att behöva involvera fler personer än ditt kärnteam - kanske ledningen eller samhället i stort. Du kommer att behöva berätta historien om ditt arbete genom att visa upp själva processen. Förbered dig genom att dokumentera ditt projekt så mycket som möjligt under vägen. Det kan vara till hjälp att utse någon i ditt team till "dokumentatör", någon som avsätter tid efter varje möte för att dokumentera processen. Ta med dokumenteringsverktyg, t.ex. papper och penna, ett fickminne och viktigast av allt, en kamera (eller telefon), vart du än du går, så att du kan fånga ögonblick i flykten. Skapa en vana av att ladda upp, organisera och kommentera alla bilder och all media i slutet av varje dag eller vecka.

Lycka till
och ha så kul!

Referenser

LÄS

DESIGN THINKING FÖR SOCIAL INNOVATION

http://www.ideo.com/images/uploads/thoughts/2010_SSIR_DesignThinking.pdf

THE TEN FACES OF INNOVATION

<http://www.tenfacesofinnovation.com/tenfaces/index.htm>

DESIGN KIT

<http://www.designkit.org/>

MÄNNISKOCENTRERAD DESIGN FÖR SOCIAL INNOVATION

Komma igång och litteratur till kurs 1

<http://plusacumen.org/human-centered-design-for-social-innovation-course-materials/>

ÖVNINGAR

D.SCHOOL SNABBKURS

<http://dschool.stanford.edu/dgift/>

SE

IDEO:S VD TIM BROWNS TED TALK

http://www.ted.com/talks/tim_brown_on_creativity_and_play

TED TALK AV IDEO:S GRUNDARE DAVID KELLEY.

http://www.ted.com/talks/david_kelley_how_to_build_your_creative_confidence

IDEO DEEP DIVE - VARUKORGSVIDEO

<http://www.youtube.com/watch?v=M66ZU2PClM>

KREATIVT SJÄLVFÖRTROENDE

<http://www.designkit.org/mindsets/3>

KAPITEL

2

INSPIRATION

Att skapa meningsfulla lösningar för ditt bibliotek börjar med att du hittar inspiration i världen runtomkring dig och att du får en djup förståelse för människors behov.

Inspirationsfasen handlar om att lyssna, observera och att vara öppen för det oväntade. Medan vi kanske ibland ser på inspiration som någonting som drabbar en, är inspiration inom design thinking ett aktivt utforskande. Med rätt förberedelse kommer inspirationsfasen att ge dig nya erfarenheter och perspektiv och en god grund att stå på i den kommande designprocessen.



INSPIRATION

Översikt

STEG 1

DEFINIERA EN DESIGNUTMANING  sid. 27

- Identifiera användare sid. 28
- Identifiera problemet sid. 29
- Arbeta med begränsningar sid. 31

STEG 2

UTFORSKA UNDERSÖKNINGS-
METODER sid. 33

- Metodöversikt sid. 34
- Användarintervjuer sid. 36
- Expertintervjuer sid. 37
- Observationer sid. 38
- Fördjupade upplevelser sid. 39
- Analog erfarenheter sid. 40

STEG 3

PLANERA DIN UNDERSÖKNING sid. 41

- Förbereda för intervjuer sid. 42
- Hur man genomför en intervju sid. 43

STEG 4

DOKUMENTERA UNDER
UNDERSÖKNINGEN sid. 44

- Håll dig organiserad sid. 45

FALLSTUDIER sid. 46

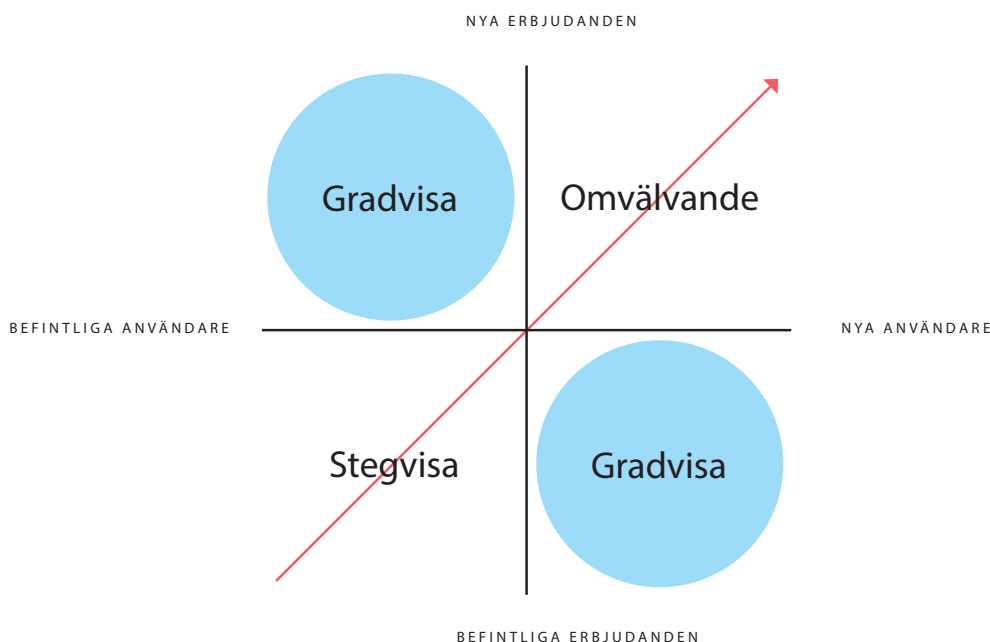
- Magkoll sid. 46
- Kinesiska dejtingtjänst sid. 47

REFERENSER sid. 48

STEG 1

DEFINIERA EN DESIGNUTMANING

Det första steget mot att få inspiration är att reflektera över olika typer av utmaningar som passar för design thinking på bibliotek: program, rummet, tjänster, eller system. Det kan även finnas operativa utmaningar: personalfrågor, ett ineffektivt hyllsystem eller en teknikupphandlingsprocess. Låt dig inte nedslås av detta. Förändring är en process som kan ske i tydliga steg, gradvis eller omvälvande, beroende på vad du skapar (erbjudandet) och för vem (användarna). När man startar en process med design thinking, rekommenderar vi att man strävar efter att skapa gradvisa lösningar, vilket innebär att man antingen skapar nya idéer för befintliga användare, eller utnyttjar befintliga idéer för nya användare.



För att kunna definiera din utmaning behöver du först identifiera en användargrupp och ett problem som behöver lösas. Därifrån ramar du in din utmaning i form av en fråga, och sätter upp en lämplig tidslinje för ditt projekt.



STEG 1: DEFINIERA EN DESIGNUTMANING

Identifiera målanvändare

Det första steget mot att definiera din designutmaning är att identifiera en målgrupp. Något vi har lärt oss med åren är att när man designar "för alla" designar man inte för någon. Målet med design thinking är inte att skapa ett designprojekt som passar alla, utan att fokusera på ett problem för en viss grupp människor. Detta innebär inte att andra användargrupper inte kommer gilla din idé - men försök att beskriva en specifik och meningsfull användare som en utgångspunkt för designen.

FOKUSERA PÅ ANVÄNDARENS PROBLEM, INTE DINA

När vi nu går tillbaka till den här idén om människocentrerad design, är det dags att rikta din uppmärksamhet mot dina användare. Vi vet att du har många problem att ta itu med, men i det här projektet behöver vi fokusera på dina användare. Ställ dig själv frågor som: "Vilka behov har vi identifierat för användargruppen lokala ungdomar?" eller "Hur får vi fler ungdomar att använda biblioteket?" Om du kan förklara varför det är viktigt att arbeta med utmaningen i just den här användargruppen har du kommit en bit på vägen.

BETEENDEN KONTRA DEMOGRAFI

Din målgrupp kommer att definieras baserat på både användarbeteenden och på demografi. Enbart demografi, t.ex. ålder, kön och socioekonomisk status, ger ingen helhetsbild av människors liv. Vi har kommit fram till att de djupare skikten i en användares beteenden, övertygelser och värderingar är mycket mer användbart för design. Exempel på sådana beteenden är hur människor använder teknik, hur människor använder biblioteket, hur människor pendlar, och så vidare. Beteenden tenderar att sträcka sig över demografiska gränser och är generellt sett enklare att designa för.

STARTA MED ETT SAMHÄLLE

Ett bra sätt att definiera beteenden är att identifiera en grupp av människor på ditt bibliotek. Exempel på sådana grupper är: släktforskare, barn som deltar i sagostunder eller tonåringar som spelar tevespel. Tänk på grupper som du känner till väl - grupper som du ofta ser eller som har väckt din nyfikenhet. Det är mer sannolikt att du har dessa personliga relationer på ett lokalt bibliotek än på ett stort huvudbibliotek, så vi rekommenderar att du förlägger din utmaning till en plats du känner väl till.



På Chicago Public Library bestod en bibliotekaries målgrupp av en grupp engelskstudenter, här på bilden.



STEG 1: DEFINIERA EN DESIGNUTMANING

Identifiera problemet

När du väl har valt målgrupp kan du fundera över vilka problem de möter på biblioteket. Snarare än att fokusera på dina bristande resurser bör du tänka på vad du önskar för din användargrupp. Det kan vara så att din målgrupp har ett inneboende problem. Om målgruppen t.ex. är "äldre människor som inte vet hur man använder datorer" är ditt problem uppenbart utifrån de beteenden du omedelbart identifierade. Om din målgrupp är "människor som kommer till biblioteket för att delta i gruppmöten för släktforskningsintresserade" kan du börja fundera över vilka deras problem kan vara. Vad kan du hjälpa dem med? Vilka stötestenar eller frustrationskällor kan de ha stött på? De har kanske inte rätt tillgång till de filer de behöver, eller så är rummet de använder inte anpassat till deras behov. I det här skedet behöver du definiera ett problem, men kom i håg att problemet oftast skiftar och förändras i takt med att du lär dig mer. Börja någonstans och var öppen för att din förståelse av problemet kan förändras.

“

Lägg en stabil grund för ditt projekt från start - välj ut en specifik användargrupp att fokusera på innan du gör någonting annat.

Mark Kaplan, bibliotekarie vid Bezasia-filialen vid Chicago Public Library.

”

TEAMLEDARE

AVGRÄNSA PROJEKTET

För att ditt team ska lyckas behöver du fundera över en genomförbar omfattning när ett problem identifieras. Du kanske har stora drömmar om att göra organisationen bättre, mindre byråkratisk, eller om att förändra allmänna uppfattningar om biblioteket. Nyckeln till att definiera en utmaning är dock att ringa in ett problem som går att lösa med den tid och de resurser som du har till förfogande. Vi upplever att stora drömmar bara kan uppfyllas med verklighetsförankrade, noga avgränsade projekt. När du väl har skapat en övertygande lösning för ett relativt litet designprojekt, kan du visa för andra vad som är möjligt och skala upp det därifrån, för att få en bredare inverkan.

FÅ GREPP OM MÖJLIGHETEN

Fundera över hur du kan vända din utmaning till en möjlighet. Vi gör detta genom att skriva ner en "Hur kan vi-fråga" (HKV). Hur bred och djup du gör din HKV-fråga är avgörande: Om du ställer en alltför bred fråga vet du inte var du ska börja. Ställ en fråga som är för snäv och du riskerar att kväva kreativiteten.



På regionbiblioteket i Vinnytsia i Ukraina kartlägger ett team möjliga utmaningar för målgruppen funktionshindrade användare på biblioteket.



STEG 1: DEFINIERA EN DESIGNUTMANING

Här är några enkla riktlinjer att följa då du skapar din utmaning, där din målgrupp och ett problem kombineras:

1. Fokusera på en specifik användargrupp på biblioteket
2. Säkerställ att din fråga rör ett problem
3. Skapa möjligheter att utforska flera lösningar
4. Säkerställ att projektet kan slutföras inom 5-6 veckor (eller inom den tid som du och ditt team tycker är lämplig)

Här är två exempel på designfrågor som team från Chicago Public Library skapade. Vi har inkluderat versioner av deras frågor som är för vida, för snäva samt de slutgiltiga, korrekta versionerna. Säkerställ också att frågan främst rör användaren.

EXEMPEL 1:

För bred: Hur kan vi få tonåringar att komma till biblioteket?

För snäv: Hur kan vi skapa kurser i digitala färdigheter för tonåringar?

Korrekt: Hur kan vi skapa relevanta digitala tjänster för missgynnade tonåringar som besöker biblioteket efter skolan?

I det alltför vida exemplet ställs en gigantisk fråga som inte går att besvara inom ramarna för ett enda designprojekt. Det är också problematiskt eftersom det handlar om att få en användare att göra någonting, en formulering som du alltid bör undvika i din HKV-fråga. Design thinking handlar inte om att kontrollera din användare, det handlar om att göra ett bättre jobb för att tillgodose deras behov. I det alltför snäva exemplet fokuserar man för mycket på lösningen istället för på helhetsproblemet. En framgångsrik designfråga öppnar för utforskande och flera lösningar. Dessutom beaktar inte sådana frågor användarens beteende; frasen "för tonåringar" säger inget om deras behov. Det korrekta exemplet fokuserar på en specifik användargrupp och dess behov på biblioteket, tar itu med ett problem och erbjuder en möjlighet att utforska flera lösningar. Det har också tillräckligt med fokus, så att du kan utforska frågan på djupet under 5-6 veckor.

EXEMPEL 2

För bred: Hur kan vi uppmuntra till mer lek på biblioteket?

För snäv: Hur kan vi uppmuntra barn till att leka med utklädningsdräkter under sagostunder?

Korrekt: Hur kan vi skapa mer lektillfällen för barn som kanske inte har tillgång till sådant i skolan?

Du kan se samma mönster i detta exempel. Det alltför vida exemplet är inte genomförbart under en kort tidsperiod; det alltför snäva exemplet är för fokuserat på en direkt lösning och inte tillräckligt för problemet i stort. Det korrekta exemplet öppnar dörren till flera lösningar och visar på behovet för denna specifika användargrupp.



STEG 1: DEFINIERA EN DESIGNUTMANING

Arbeta med begränsningar

Nu när du har tänkt ut en bra designutmaning är det tid att fundera över en del av de kontexter och begränsningar som du möter. Begränsningar kan verka skrämmande, men vi har lärt oss att den bästa designen ofta skapas med hårda begränsningar. Det som först kan tyckas vara en mängd begränsningar kan i själva verket hjälpa dig att ringa in och fokusera på rätt utmaningar. Begränsningar kan också hjälpa till att få fram andra kreativa möjligheter som man annars inte hade tänkt på.

BUDGET

Detta kan vara den största begränsningen du kommer att stöta på. Här är några frågor att tänka på när du påbörjar ditt projekt:

- Har du redan en budget? Hur stor är den i så fall?
- Kommer du att behöva samla in pengar för att slutföra ditt projekt? I så fall, var och hur kan du göra det?
- Har du redan all kompetens du behöver i ditt team?
- Måste du anslå pengar för att hyra in extern hjälp för att slutföra ditt projekt?
- Fundera över vad du kan behöva bygga.
- Kommer du att behöva avsätta en budget för detta?
- Kommer du att behöva ge de deltagare som du involverar i din undersökning incitament i form av t.ex. presentkort eller gratis kaffe?

MATERIAL

Inventera befintliga förråd, teknik, och verktyg som du redan har för att kunna förverkliga din designlösning. Beakta:

- Vilka slags prototypleveranser kommer du att behöva eller ha tillgång till? (T.ex. papper, lim, tejp, saxar, pennor.)
- Vilken slags teknik kommer du att behöva eller ha tillgång till? (T.ex. telefoner, datorer, skrivare.)
- Vilka verktyg kan du komma att behöva eller ha tillgång till? (T.ex. fickminne, post-it-lappar eller klisterlappar, stora anslagstavlor, anteckningsböcker till teammedlemmar.)



Vid Hovedbiblioteket i Aarhus organiserade bibliotekarier projektverktyg så att pennor, tejp och annat material alltid fanns tillgängligt.



STEG 1: DEFINIERA EN DESIGNUTMANING

TEAM BUILDING

I kapitel 1 talade vi om team building och hur man skapar starka team. Förutom att skapa ett mångfacetterat team, behöver du förbereda dig på att ditt teams behov kan skifta och ändras under projektets gång. Detta är normalt! Försök att behålla samma medlemmar i kärnteamet, men känn dig fri att kontakta andra experter om det behövs. Ställ följande frågor till dig själv:

- Hur mycket tid kan varje person rimligtvis ägna åt projektet? Hur kan teammedlemmar tilldelas olika ansvarsnivåer baserat på dessa begränsningar?
- Kommer teamet att behöva arbeta utanför ordinarie arbetstid? Vad finns det för incitament till detta?
- Teammedlemmarna lägger mycket tid på projektet, och hur kan utomstående stödja dem i deras roll? Måste någon, t.ex. biblioteksledningspersonal, godkänna att teammedlemmarna deltar i projektet?

TIDPLAN

Att fastställa en stabil arbetsplan och genomförbar kalender med mål, är en avgörande del av att definiera processens omfattning. På IDEO gillar vi att skriva ut stora kalenderaffischer med information om deadlines, resedatum, mellanmöten, semestrar m.m. så att hela teamet kan se alla aspekter av tidplanen. Fundera över frågorna nedan då du sätter din tidplan:

- Har du ett startdatum för ditt projekt?
- Har du en måldeadline för när du vill prova din första lösning?
- Har du nyckeldatum och milstolpar att ta med i beräkningen?
- Hur mycket flexibilitet har du i dintidplan? Saker går inte alltid som planerat!

Till sist föreslår vi att du avsätter 4-8 timmar per vecka i 5-6 veckor åt projektet, men detta är en grov uppskattning baserat på det antal timmar som vi förutser att dina studier och aktiviteter kommer att ta. Vi vet att det är en inte obetydlig tidsmängd varje vecka, men vi vet också av erfarenhet hur viktigt det är att hålla styrfart under hela processen. När du anstränger sig och lär dig nya koncept är det extra viktigt att du håller dig till ämnet och fokuserar på processen tillsammans med dina teammedlemmar, för att idéerna verkligen ska sjunka in.



REDO ATT DEFINIERA
DIN
DESIGNUTMANING?

Gå tillövningsboken,
kapitel 2, övning 1, sidan 16

STEG 2

UTFORSKA UNDERSÖKNINGS- METODER

I motsats till research i biblioteksmiljön, handlar research inom design thinking om att lyssna, observera och om att vara öppen för det oväntade. Designresearch, som vi kallar det, handlar om att öppna upp möjligheter snarare än om att pröva och lägga fram bevis. Med rätt förberedelse kan denna fas inspirera dig och ge dig nya, fräscha perspektiv på din utmaning och skapa en god grund för nästa steg i din design.

I undersökningsfasen kommer du att planera och genomföra undersökningar för att bättre förstå användarna och problemet. Denna research kommer att leda till nya insikter, vilket i sin tur leder till nya idéer. Var beredd på och var öppen för överraskande upptäckter om ditt bibliotek, dina användare och de problem som du vill ta itu med. Vi hoppas att dina efterforskningar inspirerar dig till att se ditt bibliotek med nya ögon.

“

Innovation börjar med människor, inte med idéer. Att lära från användarna först är nyckeln. Människor är viktigast i denna process. Genom att lägga tid på att intervjua och observera våra användare kan vi lära oss om vad som verkligen är viktigt för dem. Vi förblir relevanta och lägger vår energi och våra resurser där de påverkar mest.

Ett team vid Chicago Public Library reflekterar över sin efterforskning.

”



STEG
2 av 4



Yulia, bibliotekarie från Ukraina, ville bättre förstå de funktionshindrade användarnas behov. Hennes team besökte ett lokalt rehabiliteringscenter och diskuterade användarnas hobbies och intressen över en lunch.

STEG 2: UTFORSKA UNDERSÖKNINGSMETODER

Metodöversikt

I ditt projekt kommer du sannolikt att använda de flesta av de grundläggande undersökningsmetoderna nedan. Om du vill lägga till fler metoder finns förslag på sådana i slutet på vår lista. Alla projekt kräver olika förhållningssätt till efterforskning, men för att komma igång rekommenderar vi att man börjar med dessa grundmetoder.

Grundmetoderna ger dig en djupare förståelse för användaren som person genom samtal, observation, och genom att du bokstavligen sätter dig in i användarens situation. Kom i håg att människor inte alltid gör det de säger, och inte alltid säger hur de känner. Ditt jobb under efterforskningen är att försöka känna igen dessa nyanser och motsägelser och att förstå dem så långt det är möjligt.



GRUNDLÄGGANDE UNDERSÖKNINGSMETODER



ANVÄNDARINTERVJUER

En av grundstenarna i design thinking är att förstå användaren. Genom dessa intervjuer kan du fånga användarens behov, värderingar och övertygelser. Fundera över vem du kommer att designa för innan du börjar med intervjuerna. Fundera över huvudbibliotekets användare, bibliotekspersonalen och samhället omkring biblioteket.

Använd detta när:

Du behöver en grundläggande förståelse för användarens behov, värderingar och övertygelser. Det är bäst att göra dessa intervjuer i början av ditt projekt.



FÖRDJUPADE UPPLEVELSER

Denna metod som gör det möjligt för dig att känna empati med din användare kallas också deltagarobservation. Genom att fördjupa dig själv i en ny erfarenhet kan du bättre förstå användarnas motiv, tankar och känslor här och nu. Om du t.ex. designade för blinda skulle du kunna fördjupa dig själv i den erfarenheten genom att försöka utföra enkla uppgifter med förbundna ögon.

Använd detta när:

Du vill få djup empati för dina användare och se ditt bibliotek genom deras ögon.



EXPERTINTERVJUER

Expertintervjuer är ett bra sätt att snabbt lära sig mycket om ett problem. Fundera över vilka forskare eller organisationer som kan vara inspirerande för din designutmaning.

Använd detta när:

Du snabbt vill få en bättre förståelse för det problem som du arbetar med. Dessa intervjuer är bäst att genomföra precis i början av projektet.



ANALOGA MILJÖER

Att uppleva analoga miljöer kan hjälpa dig att sätta utmaning i ett nytt ljus: fundera över de aktiviteter, känslor och beteenden som utgör din utmaning. Sök sedan upp platser utanför biblioteket som har dessa aspekter gemensamt med din utmaning. Om du t.ex. funderar på att introducera lektillfällen på biblioteket kan du besöka ett museum med barnavdelning, en leksaksaffär, en dockteater eller en nöjespark.

Använd detta när:

Du vill se problemet ur en annorlunda synvinkel.



OBSERVATION

Ofta gör människor inte alls vad de säger. Intervjuer hjälper dig att förstå värderingar och övertygelser, men observationer kan visa faktiska beteenden. Observera personens ansiktsuttryck, kroppsspråk, gångstil och hur personen interagerar med andra och omvärlden.

Använd detta när:

Du vill förstå användarens verkliga behov och beteenden bättre.



STEG 2: UTFORSKA UNDERSÖKNINGSMETODER

Metodöversikt

YTTERLIGARE UNDERSÖKNINGSMETODER

Att samla in designresearchmetoder är ett omfattande, omväxlande och ständigt växande arbete.

Känn dig fri att experimentera med de extra metoderna, utöver grundmetoderna. De kan hjälpa dig att finslipa specifika saker som du vill lära dig, och kan vara bra komplement till dina samtal med användare.

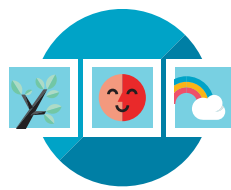


PERSONLIGA DAGBÖCKER

Be användare att skriva ner reflektioner kring särskilda tillfällen eller teman i slutet av dagen. Detta ger dem tid för personligt och ostört reflekterande, och du får läsa vad de tänker i deras egna ord.

Använd detta när:

Du vill lära dig om en användares erfarenhet över en längre tid.



FOTOUPPSATSER

Ge användare en engångskamera och en lista på föremål och/eller erfarenheter att fotografera under en vanlig dag. Detta ger dig ett visuellt förstahandsperspektiv på dina deltagare genom att du ser vad som är viktigt för dem och vad som ingår i deras dagliga liv. Du kommer att få en visuell presentation av "dag i livet" från användaren.

Använd detta när:

Du vill jämföra en grupp användares olika dagliga erfarenheter och verkligheter och ställa dem mot varandra.



RESEKARTOR

Be användare att skapa en personlig tidslinje över en erfarenhet, och be dem sedan kartlägga hur de kände sig vid olika punkter längs vägen. Använd kartan som en visuell utgångspunkt för samtal.

Använd detta när:

Du vill diskutera ett komplicerat system eller en serie interaktioner med en användare. (Processen med att köpa en bil är ett bra exempel.)



KORT

Skapa en serie kort med ett enda ord eller en enda bild på och be användarna att prioritera vad som är viktigast/minst viktigt, intressant eller relevant för dem.

Använd detta när:

Du vill att flera användare skall sälla i en uppsättning idéer, eller när du vill se mönster i användarnas värderingar.



PROVOKATIONER

Dessa är en serie idéskisser med tillhörande förklaringar. Idéerna kan vara avsedda att frammana en stark reaktion, eller tidiga idéer som du vill integrera i prototyper.

Använd detta när:

Du vill få tidig återkoppling kring varför användare tycker om eller inte tycker om vissa funktioner.



REDO ATT LISTA
IDÉER PÅ
UNDERSÖKNINGS-
METODER?

Gå till övningsboken,
kapitel 2, övning 2, sid. 20



STEG 2: UTFORSKA UNDERSÖKNINGSMETODER

Användarintervjuer

Grundprincipen inom design thinking är enkel: Vi lär oss av människor. Även om du har dina egna åsikter, antaganden, intressen och mål är det viktigt att du tillfälligt sätter dessa åt sidan för att istället lära av andra människor. Detta förhållningssätt uppmuntrar dig att tillbringa kvalitetstid med människor för att få djupare insikter och inspiration från deras liv. Vi vet också att det kan vara skrämmande att närma sig människor man inte känner och att ställa en rad frågor till dem. Men allt sådant blir lättare med övning och förberedelse. Så här kan du börja.

BRAINSTORMA FRAM VILKA MÄNNISKOR DU VILL TRÄFFA

Användarintervjuer är egentligen samtal med människor i en grupp som du vill bättre förstå för ditt projekt. Föreställ dig en karta över alla människor som kan tänkas ha åsikter och synpunkter om din designutmaning, t.ex. bibliotekspersonal och organisationer i lokalsamhället. Arbeta som ett team och bestäm er för vilka ni vill lära er från och hur ni vill komma i kontakt med dem.

TÄNK PÅ YTTERLIGHETER

Vanligtvis designar människor utifrån idén om användaren. Men att identifiera och intervju personer som känner till en produkt eller tjänst väldigt väl, eller inte känner till den alls, kan belysa viktiga frågor i utmaningen och ge värdefulla insikter som kan användas för förbättring. Tänk på människor du skulle vilja tala med som representerar ytterligheter i beteende: t.ex. superanvändare, icke-användare, lojala användare, skeptiker eller mestare.

PLANERA INTERAKTIONEN OCH LOGISTIKEN

Fundera på hur du vill att interaktionen med din användare ska se ut exakt. Var vill du träffa dem? Finns det någon aktivitet som ni kan göra tillsammans för att berika samtalet? Vilka frågor ska du ställa till dem? Intervjuer varar i allmänhet i omkring 45-60 minuter, och vi föreslår att man som mest tar med tre personer att intervju.

REKRYTERA DELTAGARE

Du kommer att behöva knyta kontakt med de människor som du vill intervju. Tveka inte att använda dina personliga nätverk - fråga dina vänner, familjemedlemmar och andra kolleger som kanske har ett större nätverk för att se vem som är intresserad av att hjälpa dig med ditt projekt. Du kan även rekrytera användare direkt på biblioteket. Även om du inte känner dem, tycker människor i allmänhet att det är roligt att dela med sig av sina kunskaper, särskilt om du talar om för dem att ditt mål är att skapa en positiv förändring på biblioteket. Ett sätt att öka intresset är att erbjuda ett litet incitament, t.ex. presentkort på kaffe eller någon annan liten tacksamhetsgest.

EXEMPEL

Ett team från Hovedbiblioteket i Aarhus arbetade med att förstå behoven som hör ihop med teknikanvändning på biblioteket. De använde sitt sociala nätverk för att hitta en mångfald användare. Vissa var tekniskt kunniga, andra hade mycket liten erfarenhet av teknik, som i exemplet med användaren här. De mejlade vänner och familj och hittade flera deltagare till intervjuer. De genomförde timplånga intervjuer hemma hos användarna för att lära sig om vad de hade för behov av tekniken på biblioteket. Som en del av intervjun bad designteamet deltagarna om att få se på deras mobiltelefoner och på andra apparater som de använde regelbundet. Vid slutet av intervjun fick deltagarna två biobiljetter var som tack för hjälpen.



STEG 2: UTFORSKA UNDERSÖKNINGSMETODER

Expertintervjuer

Expertintervjuer är precis vad de heter: intervjuer med någon som har en djup expertkunskap inom ett område som ingår i ditt projekt. Experter kan vara särskilt användbara när du behöver en stor mängd information på kort tid, eller om du vill veta det senaste inom ett område. Använd ditt eget nätverk för att hitta experter som kan inspirera dig. Det är bara att mejla människor och se om de vill tala med dig eller föra dig samman med andra experter.

VÄLJ UTGÅNGSPUNKT

Välj experter utefter ditt mål. Letar du efter någon med en radikal åsikt, eller vill du få en mer historisk översikt över vad som har fungerat och vad som inte har fungerat? Skaffa några olika perspektiv för att balansera upp din information.

EXEMPEL

IDEO intervjuade en professor och bibliotekarie vid University of Chicago Mansueto Library för ett projekt om framtiden för offentliga bibliotek. Deras bibliotek består av två delar: En del innehåller en traditionell samling monografier, och den andra delen är ett massivt underjordiskt arkivsystem som levererar böcker med hjälp av automatisk hämtning. Det underjordiska systemet är till för sällsynta böcker. Experterna hade en intressant syn på bibliotekens framtid. De menade att monografier så småningom kommer finnas helt tillgängliga digitalt, men det kommer fortfarande att finnas ett behov av sällsynta och speciella böcker på bibliotek. Detta gör arkivsystem som det på Mansueto särskilt viktiga för bokens framtid.



FÖRBEREDA FÖR ETT PRODUKTIVT SAMTAL

Planera noggrant hur du vill att samtaletska flyta. Be gärna experten att aktivt hjälpa dig utarbeta ett koncept i ett tidigt skede av processen. Med videokonferensverktyg som Skype kan du dela och utveckla visuella koncept i realtid.

EXEMPEL

En grupp bibliotekarier på Chicago Public Library intervjuade det egna bibliotekets chef för tonårsavdelningen, Jeremy Dunn, om ett projekt som handlade om att engagera tonåringar i biblioteksverksamheten. Glöm inte att medarbetare på ditt bibliotek kan vara experter att intervjuas.



STEG 2: UTFORSKA UNDERSÖKNINGSMETODER

Observationer

Observation är en viktig del av design thinking, eftersom människor kanske berättar en sak för dig och sedan gör en annan. I själva verket är människor ofta omedvetna om många saker de gör. Även om du lär dig om en persons motiv och värderingar i en intervju, är det idealiskt att lära sig om faktiskt beteende genom observation. Observation kan bli ett av dina bästa verktyg för design thinking. Nyckeln är att hålla ögonen öppna - titta aktivt efter vad dina användare gör, både på biblioteket och utanför.

PLANERA DINA OBSERVATIONER

Välj ut en grupp, en händelse eller aktivitet som du vill observera. Eller om du arbetar direkt med dina användare kan du ta dig tid och observera beteenden hos dem som är relevanta för ditt projekt. Du kan avsluta med att observera deras beteenden under en intervju. Du kan be människor visa dig hur de gör saker eller var de förvarar saker. Håll ögonen öppna för allt som är intressant eller oväntat.

REFLEKTERA ÖVER DET DU HAR OBSERVERAT.

Reflektera över de tillfällen som du tyckte var intressantast omedelbart efter observationen. Skriv ner dem på post-it-lappar eller i en anteckningsbok så att du kan dela dem med teamet på ett korrekt, levande och visuellt sätt.

EXEMPEL

I ett sjukvårdsprojekt på IDEO intervjuade vi en kvinna som tog flera receptbelagda mediciner. Kvinnan hade artros, så intervjuaren frågade henne om det var svårt för henne att öppna sin medicin. Hon svarade "nej." Intervjuaren frågade henne sedan om hon kunde visa dem hur hon öppnade sin medicin, och hon visade genom att använda en köttkvarn för att öppna flaskan. Detta var en viktig lärdom för teamet. Hon hade hittat en lösning som faktiskt gjorde det lätt för henne att öppna sina flaskor, men det var en extrem lösning. De skulle aldrig ha fått reda på detta om de inte hade observerat hennes faktiska beteende.



STEG 2: UTFORSKA UNDERSÖKNINGSMETODER

Fördjupade upplevelser

Fördjupade upplevelser, även kallat deltagarobservation, används ibland av etnologer och är en mycket användbar metod för design thinking. Det är ett utmärkt sätt att skapa empati med dina användare och att se världen ur deras synvinkel. Även om du inte behöver tillbringa hela veckor med dina användare i deras miljö, kan du se till att träffa dem i en miljö som de känner sig bekväma eller hemma i.

NYA ÖGON

Eftersom du arbetar på biblioteket dagligen har du utvecklat ingrodda vanor och perspektiv. Ett bra sätt att börja se med nya ögon är att tillbringa en dag i din användares skor. Var användare på biblioteket för en dag. Leta upp en bok, använd en dator eller gå till utrymmen som du vanligtvis inte besöker. Om du arbetar med barn, sätt dig på huk och se världen från deras perspektiv. Om du arbetar med rörelsehindrade människor, försök själv att ta dig runt staden eller biblioteket i rullstol. Dessa upplevelser kommer att förändra hur du ser på världen.

NYA UPPLEVELSER

En annan möjlighet är att leta efter nya upplevelsersom kan hjälpa dig att få empati med dina användare. Om du t.ex. letar nya idéer kring sätt att erbjuda hälsosammare matalternativ för folk som har det svårt kan du besöka en lågpriscafeteria eller en snabbmatsrestaurang under lunchruschen. Stå i kö, beställ en måltid och observera rummet medan du äter.

EXEMPEL

I ett projekt för IDEO Ethiopia om att öka inkomsterna för småbönder övernattade IDEO:s designteam i Arsi Negelle, Etiopien, och hjälpte till att plöja familjens åkrar nästa morgon. Övernattningen hjälpte teamet att se bortom de vanliga berättelserna som hjälporganisationer får höra, och istället praktiskt få ta del av en jordbrukares vardag och framtidsdrömmar.



STEG 2: UTFORSKA UNDERSÖKNINGSMETODER

Analoga upplevelser

Du känner förmodligen till konceptet analogi. Det är en associativ tankeprocess som hjälper dig att överföra mening från ett specifikt ämne till ett annat. Analog undersökning gör det samma: Du hämtar inspiration från en annorlunda kontext eller erfarenhet som på många sätt är inte rör ämnet för din designutmaning, men som kan ge dig ett nytt perspektiv.

BRAINSTORMA KRING ANALOGA ERFARENHETER

Tänk på erfarenheter som ligger utanför ditt ämnesområde, men som på något sätt är kopplade till det du undersöker. Om ditt mål t.ex. är att skapa en gemenskap, tänk på andra grupper som har lyckats med det. Ett team som arbetade med att skapa en känsla av samhörighet på en distansutbildning intervjuade en tidigare medlem i Navy SEAL, för att ta reda på hur utformade sina träningsläger för att skapa band mellan rekryterna.

Fråga dig själv, vilka olika roller biblioteket spelar? Var i kontexten till ditt problem finns det analoga problem eller situationer i världen som skulle kunna inspirera dig?

EXEMPEL 1

Betrakta biblioteket som en tredje plats. En tredje plats är ett socialt rum som är skild från hemmet och från arbetsplatsen. Finns det andra tredje platser som du skulle kunna utforska? Kanske ett café eller ett aktivitetscenter?

Betrakta biblioteket som ett inlärningscenter. I denna kontext kan en analog miljö vara ett museum, ett kulturcenter eller till och med en skola.

Andra miljöer som skulle kunna vara analoga till bibliotek är lekplatser, marknader, internetcaféer, trädgårdsföreningar och parker.

EXEMPEL 2

För ett biblioteksprojekt med design thinking i Danmark utforskade IDEO aktiviteter för barn och familjer. De betraktade biblioteket som en plats för interaktiva utställningar och bestämde sig för att besöka det lokala museet för att få inspiration. På museet fann de interaktiva utställningar som var gjorda för vuxna men som tilltalade barn, och de fann ett engagerande kreativt rum där både barn och vuxna kunde ta del av olika konst- och hantverksprojekt.

Exempel 1



STEG 3

PLANERA DINA UNDERSÖKNINGAR

Ett bra sätt att börja förbereda för efterforskning är att göra en önskelista för ditt mål. Fundera över vilka metoder som bäst kan hjälpa dig att förstå användarna och besvara frågor. Börja välja undersökningsmetoder och tänk på att dokumentera din forskning: om du gör dina observationer på biblioteket kan du med största sannolikhet fotografera och filma. Om du gör dina observationer på en annan plats kan du behöva tillstånd för detsamma.

Ett sätt som vi använder för att förbereda för dessa upplevelser är att vi låtsas vara turister som besöker ett annat land för första gången. Föreställ dig att du är på ditt bibliotek för första gången, så att du kan försöka se på det förutsättningslöst.

“
Studieresor var värdefulla. Vi fick inspiration och kunde öppna upp för nya idéer. Vi lärde oss att förändring inte behöver vara så svårt. När du förbereder din önskelista ska du vara medveten om att dessa resor är värda den tid det tar att ta sig till de olika platserna för att se vad andra organisationer gör. Vi kom tillbaka inspirerade och upprymda över vilka möjligheter det fanns för Chicago Public Library.”

Ett team vid Chicago Public Library reflekterar över sin efterforskning.

”



STEG
3 av 4

BE ATT FÅ FÖLJA MÄNNISKOR UNDER EN DAG

Som en del av din intervju, kan du få chans till en fördjupad upplevelse om du ber om att få följa någon under dennes dag eller rutiner. Fråga exempelvis en anställd på biblioteket eller en användare som tittar i en bok. Du kan ställa frågor om vad de gör under processen.

SÄTT DIG SJÄLV I DERAS SITUATION.

Istället för att följa någon under en dag kanske du kan uppleva biblioteket som någon som ingår i din målgrupp? Du kan delta i en workshop, titta i en bok, skriva eller läsa lite på biblioteket under en dag. Försök att se ditt bibliotek från användarens perspektiv.

FÅNGA IN VAD DU SER

Anteckna mycket och ta många bilder av vad du ser. Lyssna, känn, känn doften och smaka under ett studiebesök. Samla direkta citat när det går. Skriv ner dina spontana tankar utan att tänka på hur de kommer att uppfattas.

TA BILDER

Bilder hjälper dig att komma ihåg vem du talade med och vad du såg. Bilder tagna under dina intervjuer gör din efterforskning mer visuell, meningsfull och lättare att komma ihåg och navigera genom. Fråga alltid intervjuobjekt om det är okej att ta bilder, och använd aldrig dessa bilder för någonting utanför det interna projektet.



REDO ATT FÖRDJUPA
DIG I RESARCH-
PLANERING?

Gå till övningsboken
kapitel 2, övning 4, sid. 23.

STEG 3: PLANERA DINA UNDERSÖKNINGAR

Förbered för Intervjuer

Intervjuer är huvudsakligen samtal, men det betyder inte att det är enkelt att intervjua. Försök få deltagarna att känna sig bekväma när du talar med dem, det ska kännas som om ni tar en fika tillsammans. Det kanske låter konstigt, men en avslappnad intervju kräver rigorösa förberedelser.

När du väl har planerat dina intervjuer, är det dags att planera vad du vill fråga. Eftersom intervjuer är samtal vill du inte att de ska vara alltför formella, men det hjälper att ha en uppsättning frågor. Frågorna fungerar som en referens för att säkerställa att du får med alla diskussionsämnen, men du kan alltid ställa frågor som inte ingår i den planerade diskussionen.

IDENTIFIERA MÅL

Fundera över målet för er designutmaning som ett team. Ställ några grundläggande frågor till er själva: Varför gör du denna undersökning? Vad vill ni komma fram till? Kom ihåg att det mest värdefulla med att skapa en plan för intervjun är själva vägen dit.

ORGANISERA DINA FRÅGOR

En god tumregel är att starta med några enkla frågor, för att sedan gå på djupet. Detta ger ditt intervjuobjekt tid att känna sig bekväm i ditt sällskap.

- Samla grundläggande relevant demografi först. Fråga hur gamla de är, vad de arbetar med, om de har barn, osv.
- Börja med frågor som är enkla, men samtidigt breda. Du vill fånga större idéer innan du börjar gräva i detaljer. Om du exempelvis intervjuar någon om hur deras familj använder biblioteket, kan du börja med en snabb fråga som "Berätta för mig varför du tar med dina barn till biblioteket," eller "Berätta för mig om den senaste gången som din familj kom till biblioteket."

- Fördjupa dig: Ställ frågor om förhoppningar, rädslor och ambitioner. Det är bäst om dessa frågor är öppna, men ändå har en subtil koppling till din designutmaning. I exemplet med familjen som besöker biblioteket, kan du senare under intervjun ställa frågor som "Vad har du för förhoppningar och drömmar för dina barn?"

FORMULERA FRÅGOR STRATEGISKT

Ställ öppna frågor. Det hjälper dig att vidare utforska din utmaning och intressanta ämnen som du stöter på under djupare samtal.

PRÖVA ATT STÄLLA FRÅGOR SOM:

- "Berätta om en upplevelse..."
- "Berätta historien om..."
- "Berätta om den senaste gången du..."
- "Vad är det bästa/värsta med...?"
- "Kan du hjälpa mig att förstå mer om...?"

Uppmuntra människor att berätta hela sin historia och undvik frågor som leder till ja/nej-svar.





HUR-MAN GENOMFÖR EN INTERVJU

När du väl har rekryterat deltagare, behöver du intervjua dem.
Här är några allmänna riktlinjer som du kan följa.

FÅ DEN INTERVJUADE ATT KÄNNA TILLIT

Skapa en förtroendeingivande atmosfär genom att börja samtalet på ett avslappnat sätt. Prata först om något som inte har med din undersökning att göra, för att få intervjuobjektet att känna sig bekväm. Var noggrann med vilken miljö du väljer för intervjun, och se till att den är tillräckligt avskild.

- Lyssna tålmodigt. Avbryt inte och lämna rum för pauser som ger deltagarna tid att tänka.
- Använd icke-verbala gester som ögonkontakt, nickande, och leenden för att försäkra deltagarna om att du är engagerad i, och intresserad av, vad de har att säga.
- Uppmuntra deltagarna att visa såväl som att berätta.
Be deltagare att visa det föremål eller det rum de pratar om.
- Låt deltagare rita vad de pratar om.
- Fråga "varför?" efter följdsvår.

VET VAD DU LETAR EFTER

Leta efter tecken som avslöjar vad människor bryr sig om och kom ihåg att de kan säga emot

sig själva. Vad människor säger skiljer sig ofta från vad de faktiskt gör.

- Leta efter ledtrådar i sakerna som människor omger sig med eller i hur de uppför sig.
- Lägg märke till lösningar och anpassningar som människor hargjort för att ett system eller verktyg ska fungera bättre för dem.

FÅNGA VAD DU SER

Anteckna mycket och ta många bilder av vad du ser. Lyssna, känn, känn doften och smaka under ett fältbesök. Samla direkta citat när det går. Skriv ner dina spontana tankar utan att tänka på hur de kommer att uppfattas.

SAMLAT CITAT

Samla viktiga citat direkt under intervjun istället för att tolka vad du tror att personen säger. Senare, när du delar dina intervjuerfarenheter med ditt team, kommer du att ha en mer korrekt bild av vem personen är - på dennes villkor och med dennes språk.

BARA LÅT DET SJUNKA IN

Bekymra dig inte så mycket om att din upplevelse ska kunna förstås just nu. Senare kan den komma att påverka ditt projekt på sätt som du aldrig hade kunnat föreställa dig.

STEG 4

DOKUMENTERA UNDER UNDERSÖKNINGEN

Efter en intervju är det lätt att känna sig överväldigad av all den information du har fått. Att ta sig tid direkt efter en intervjust session för att samla vad du har observerat är en enorm hjälp för dig när du senare ska berätta om dina upplevelser för ditt team. Planera in 10-20 minuter extra efter en intervju eller observation så att du kan dela dina spontana intryck med dina teammedlemmar medan du har dem färskt i minnet. Det är viktigt att detta inte görs inför personen du precis har intervjuat. Om du är på biblioteket behöver du ta dig till en plats där det inte finns några användare. Jämför upplevelser och intryck, men bry dig inte om hur dessa ska tolkas ännu.

STEG
4 av 4

EFTERFORSKNINGENS TOPP 5

Ett enkelt sätt att närma sig detta, är att dokumentera dina fem viktigaste intryck, något som vi kallar: Efterforskningens topp 5. Det tar bara några minuter och sedan har du en bra grund för idéutvecklingsfasen. Du kommer att vilja överväga att lägga till flera saker i din Efterforskningens topp 5. Fanns det några minnesvärda citat eller berättelser? Vad förvånade dig mest? Vad var intressant med hur han/hon interagerade med omgivningen?

Fundera över frågor som du skulle vilja utforska i din nästa intervju. Fånga frågor eller idéer som uppkom efter intervjun för att lägga till dessa i din intervjuplan.



VILL DU HA MER TIPS
OM DOKUMENTATION?

Gå till lövningsboken,
kapitel 2, övning 5, sidan 25

STEG 4: DOKUMENTERA UNDER UNDERSÖKNINGEN

Håll dig organiserad

En viktig vana att utveckla när du efterforskar är att organisera all information som du samlar in. Se till att ladda upp alla bilder och videoklipp efter varje arbetsdag, och förvara dina anteckningar på din arbetsplats så att du lätt kan se och få tillgång till dem. Ju mer organiserad du är när du gör dina undersökningar, desto mer effektivt kommer du att kunna slutföra de kommande faserna i ditt projekt.

HA EN DOKUMENTATÖR I TEAMET

Det kommer att vara lättare att vara organiserad om någon i ditt team ansvarar för dokumentationen. Om du inte redan har gjort det, fundera över vilken teammedlem som är bäst lämpad för att kontinuerligt organisera och arkivera din all information. Denna person ansvarar också för att skriva ut bilder och för att dokumentera ditt teams framsteg i bilder.

ANVÄND ONLINEVERKTYG

Det finns många onlineverktyg som du kan använda för att få hjälp med att organisera ditt arbete. Nedan finner du gratisresurser som du kanske vill prova, särskilt om du gör mycket efterforskning eller har ett stort eller utökat team inblandat i ditt designprojekt. Om du inte känner till någon av dessa rekommenderar vi att du provar att använda dem tillsammans med teamet, eftersom ett verktyg inte passar alla, och man kan behöva pröva sig fram.

ARKIVERING

Basecamp är ett webbaserat projektledningsprogram. Det har en inbyggd kalenderfunktion, och kan lagra alla slags dokument som du kan dela med ditt team. Om något ändras eller diskuteras på Basecamp skickas ett meddelande omedelbart till ditt team, så att du kan hålla koll på händelseförloppet även om ni inte befinner er på samma plats.

Dropbox är en tjänst som du kan använda för att skicka videoklipp, bilder och alla andra slags filer till "molnet", så att du har tillgång till dessa dokument överallt. Detta är en bra resurs för att dela filer som är för stora för mejl.

SAMARBETE

Google Docs är det verktyg vi främst rekommenderar när man vill skriva tillsammans. Använd det för att samla frågor, dokumentera mötesanteckningar och för att skapa en gemensam resurs för insikter eller information. Det mesta av ditt arbete kommer att ske på väggarna i ditt projektutrymme, men Google Docs är användbart för att få ner tankarna på papper.

PLANERING

Doodle är en webbaserad tjänst som är bra om du vill planera ett möte med många människor. Använd Doodle för att hitta mötestider som passar alla.

Med Google Kalender, kan du bjuda in teammedlemmar till samma kalender och dela viktiga datum, möten och mötestider. Detta är praktiskt när du koordinerar efterforskning, längre möten med ditt team, eller sessioner för användaråterkoppling.

DELA

Wordpress är en bloggplattform som är bra för att fånga projektreflektioner. När du påbörjar ditt designprojekt är det viktigt att avsätta tid till att skriva och reflektera kring ditt teams framsteg.

Google Plus är bra om du har ett Googlekonto - om du inte har det, rekommenderar vi starkt att du skaffar ett. Google Plus är ett socialt nätverk där du kan se uppdateringar från vänner och grupper. Använd Google Plus för att dela information inom teamet, t.ex. webbplatser, bilder och videoklipp.





FALLSTUDIE Nr. 1

“gut-check”

UTMANINGEN

Tjocktarmscancer är den näst vanligaste orsaken till cancerrelaterade dödsfall i USA och drabbar både män och kvinnor i lika stor utsträckning. Screening är det bästa sättet att upptäcka sjukdomen i ett tidigt stadium, när behandlingen är som mest effektiv, men det är bara hälften av alla 50-åringar och äldre som genomgår screeningar. För att hantera detta problem samarbetade IDEO med Department of det amerikanska regeringsorganet Health and Human Services (HHS).

ÖVERSIKT

För att förstå varför människor inte screenas för tjocktarmscancer, genomförde IDEO efterforskning i flera olika miljöer. Dessa metoder innefattade: omfattande hemintervjuer med patienter med en rad kroniska till akuta symptom; “fluga på väggen”-observationer av samtal mellan patienter och läkare; diskussioner med olika slags läkare och möten med experter på beslutsfattande och överförande av medicinsk forskning till praxis. Teamet upptäckte att utmaningen handlar om gapet i kommunikation och perspektiv mellan läkare och patient. Läkarna, de medicinska experterna, har kunskapen att förklara betydelsen av en tjocktarmsscreening och vilka olika typer av tjocktarmsscreening som finns, medan patienterna är experter på sin egen livsstil och hur en behandling kommer att passa in i deras liv.

Designlösningen var en kommunikationsverktygslåda – webbplats, patientvittnesmål inspelade på video, kort med samtalstips, planscher, broschyrer, och t-shirts – som stödjer patienten i beslutsprocessen, från kunskap om olika screeningalternativ till steg mot att förbättra den egna hälsan.



VARFÖR INSPIRATION VAR VIKTIGT

Genom efterforskning insåg teamet att de behövde skapa ett verktyg för att underlätta bättre samtal. IDEO-designern Amy Schwartz förklarar hur de olika undersökningsmetoderna slutligen belyste det faktum att “läkare är från Mars och patienter är från Venus.” Med andra ord: genom att bevittna patienters och läkares samtal förstod teamet bättre hur olika utgångspunkter de båda parterna hade i frågan. Teamet var tvungna att betona, eller se, utmaningen utifrån användarens perspektiv, i detta fall var patientens.

För inspiration sökte de efter liknande situationer, där en icke-expert (patienten) och en expert (läkarna) var tvungna att kommunicera för att komma fram till en lösning tillsammans. Schwartz pekar på dynamiken mellan en frisör och en kund. Medan frisören förstår de tekniska skillnaderna mellan olika hårklippningar, baseras kundens behov, förutom utseende, på livsstilsval som hur ofta de vill få håret klippt under ett år och hur mycket tid de kan lägga på att fixa det.





FALLSTUDIE Nr.. 2

“Kinesisk dejtingtjänst”

UTMANINGEN

En av de ledande dejtingplattformarna i Kina har mer än 70 miljoner registrerade användare, men deras app användes inte alls i lika stor utsträckning. Samtidigt kände människor att dejtingupplevelsen var för övervakad. Företaget bad IDEO att anpassa upplevelsen med målet att skapa ett starkare engagemang genom att göra det roligare och mer romantiskt.

ÖVERSIKT

Teamet visste att de ville lära sig mer om användarna – unga singlar – och deras dejtingbeteenden, så de experimenterade med två innovativa undersökningsmetoder: bilddagböcker och gruppdiskussioner. Teamet bad fyra män och fyra kvinnor att skapa en Alla hjärtans dag-dagbok, bestående av “etnologiska selfies”, eller bilder som de tog av sig själva under en dag. Detta gav dem möjlighet att inte bara undersöka vad användarna sade sig värdesätta, utan också deras beteende. Dessutom arrangerade teamet en gruppdiskussion som började som en fest och utvecklades till en chatgrupp online, med målet att lära sig mer om socialt spel, samvaro och kärlek.

Slutligen designade IDEO om företagets app och bytte från en plattform som tidigare bara tillät användarna att kommunicera via e-post till en plattform med en mängd lekfulla och sociala interaktionsmöjligheter. De lärde sig t.ex. att folk vill rådgöra med sin familj och sina vänner om vem de dejtar, och byggde in ett socialt element i appen.

VARFÖR INSPIRATION VAR VIKTIGT

En intervju mellan två personer är en bra grund för research, men det ska ses som en utgångspunkt, inte en slutpunkt. Var inte rädd för att vara kreativ, som detta team blev när de använde olika undersökningsmetoder. “Det spelar roll vem som berättar en historia och hur den berättas,” säger IDEO-designern Ge Jin. “När människor berättar sina egna berättelser på ett avslappnat sätt får vi den mest insiktsfulla informationen.” Ju fler beröringspunkter eller möjligheter du har att få kontakt med dina användare, desto bättre förtroendefulla relationer med undersökningsdeltagarna genom ett flertal teknikkanaler. Att ordna en gruppchat som en del av ett forskningsprojekt var fördelaktigt på två nivåer: det möjliggjorde för designerna att observera gruppdynamik, fördjupa sig och ställa frågor som de kanske inte skulle ha tänkt på under de enskilda intervjuerna. Dessutom var det en ytterligare möjlighet och ett ytterligare sätt att knyta kontakter med användare och på så sätt ytterligare en möjlighet att vinna deras förtroende. Ofta ses ny teknik som ett hinder för kontakt, men detta var ett bra exempel på hur ny teknik gjorde det möjligt att skapa kontakt på ett nytt sätt.



Referenser



LÄS

DESIGN THINKING FOR
EDUCATORS TOOLKIT, 2:A UPPLAGAN

Utforska kapitel

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

DESIGNKIT INSPIRATIONSMETODER

<http://www.designkit.org/methods>

Hur intelligenta begränsningar främjar
kreativiteten

<http://blogs.hbr.org/2013/01/how-intelligent-constraints-dr/>

SE

MÄNNISKOCENTRERAD DESIGN I PRAKTIKEN

Lär dig mer om de olika undersökningsmetoderna som användes av IDEO.org-teamet som en del i ett projekt för rena kokplattor i Tanzania. Ladda ned den slutliga versionen av projektet:

<http://bit.ly/cookstovesdeliverable>

EMPATI

Emi Kolawole, chefredaktör på d.school vid Stanford University, pratar om vad empati betyder för designkitet.

<http://www.designkit.org/mindsets/4>

KAPITEL

3

IDÉUTVECKLING

I idéutvecklingsfasen omvandlar du efterforskning till användbara insikter, som sedan utgör grunden för konkret design.

Med hjälp av det du lärde dig i inspirationsfasen kommer du att utveckla insikter som hjälper dig att definiera designmöjligheter. Genom brainstorming kommer du att få många idéer. Slutligen kommer dina idéer att omvandlas till någonting konkret som du kan pröva i den verkliga världen.

IDÉUTVECKLING

Översikt

STEG 1

BERÄTTA HISTORIER sid. 51

- Dela historier med ditt team sid. 51

STEG 2

HITTA TEMAN sid. 53

- Identifiera mönster sid. 53
- En närmare titt: Utveckla dina anteckningar sid. 54
- Omvandla teman till insikter sid. 55
- Tillämpa ramverk sid. 57
- En närmare titt: Ramverk i praktiken sid. 58

STEG 3

SKAPA BRAINSTORMINGPUNKTER sid. 59

- Formulera Hur kan vi-frågor sid. 59

STEG 4

SKAPA IDÉER sid. 60

- Förbereda brainstorming sid. 60
- En närmare titt: Brainstormingregler sid. 62
- Hur ska: dina idéer visualiseras sid. 63
- Underlätta Brainstorming sid. 65
- Använd värmekartor för att välja idéer sid. 66

STEG 5

SKAPA PROTOTYPER sid. 67

- Gör en konceptkarta sid. 67
- Skapa en prototypplan sid. 69
- En närmare titt: Bryta ner ett koncept sid. 70
- En närmare titt: Sätt att prototypa sid. 71
- Planera en Göra-dag sid. 73

FALLSTUDIER sid. 76

- Skollunch sid. 76
- Brooks Pure Project sid. 77

REFERENSER sid. 78

STEG 1

BERÄTTA HISTORIER

“

Det var ett tidsödande arbete, men vi fick mycket insikter från studieresorna och intervjuerna som hela teamet kunde tala om. Erfarenheterna som inte delades genom historieberättande var nästan bortkastade.

John Glynn, Barnbibliotekarie
vid Chicago Public Library

”

Vid det här laget har du pratat med många människor och fått flera nya perspektiv på din utmaning. Det är tid att dela med dig av dina lärdomar till resten av ditt team, så att ni kan börja utveckla insikter och känna igen teman.

Dela berättelser med ditt team

Att dela berättelser handlar om att berätta med en särskild avsikt: att belysa områden med många möjligheter. En del team kanske har delat upp sig under sin efterforskning, medan andra gjorde allt tillsammans. Hur som helst är det nu avgörande att avsätta tid att berätta tankeväckande och stimulerande berättelser för varandra. Det är nu du kan fördjupa dig i olika användarperspektiv och få en djupare förståelse för hur din designutmaning påverkar människors liv.

TEAMLEDARE

FÖRBERED EN BERÄTTARSESSION

Planera minst 15 minuters berättande i teamet för varje intervju, analog erfarenhet eller annan efterforskningserfarenhet. Se till att det finns gott om plats på väggarna i rummet och dela ut pennor och klisterlappar till alla teammedlemmar. Skriv ut bilder från varje upplevelse, och ha tejp redo för att sätta upp dessa på väggen.

TURAS OM ATT TALA

Referera till din lista över erfarenheter från efterforskningen, som du organiserat utifrån typ av efterforskning och försök dela allt i kronologisk ordning. Om du berättar berättelsen, är det alltid till hjälp att gå tillbaka till anteckningarna du gjorde under din intervju eller observation.

LYSSNA AKTIVT

Medan ni lyssnar på varandra, ska du och dina kollegor jämföra och kontrastera det ni har lärt er. Vilka olika åsikter finns? Var finns spänningar och motsägelser? Leta efter framväxande mönster.



Ett biblioteksteam i Aarhus intervjuade en hel familj samtidigt, så de berättade historier utifrån varje familjemedlems perspektiv.

STEG 1: BERÄTTA HISTORIER

HUR MAN BERÄTTAR EN BRA HISTORIA

- Använd levande detaljer och beskrivningar när du berättar historier
- Undvik att generalisera, döma eller värdera

FÖR EN INTERVJU/OBSERVATION:

- Personliga detaljer: Vem mötte du? (namn, ålder, plats, yrke, familjeförhållanden)
- Intressanta historier: Vilken var den mest intressanta och/eller mest förvånande historia som denna person berättade för dig? Om du skulle göra en Efterforskningens topp 5, se tillbaka på dessa huvudpunkter för att friska upp minnet. Om detta var en observation, vad kunde du hämta från ansiktsuttryck, kroppsspråk, och handlingar i kontexten?
- B.V.Ö: Detta är en förkortning för att hjälpa dig att komma ihåg Beteenden, Värderingar och Övertygelser: grunderna för att uppnå de djupt funktionella och känslomässiga relationer som din person har till utmaningen i fråga. Vilka ritualer eller beteenden är unika för denna person? Vad värderade han/hon mest? Vad tror denna deltagare på?
- Motivation/hinder: Vad motiverar denna person? Vad bryr sig han/hon mest om? Vad var ett hinder för honom/henne? Vad tyckte han/hon var frustrerande?
- Kontext: Hur såg hans/hennes miljö (hemmet, kontoret, arbetsplatsen, annat) ut? Om denna miljö var biblioteket, hur interagerade han/hon med detta?
- Resterande frågor: Vilka frågor skulle du vilja utforska om du fick ett samtal till med denna deltagare?

FÖR EN FÖRDJUPAD/ LIKANDE UPPLEVELSE:

- Platsdetaljer: Vart gick ni och hur hör det ihop med din utmaning?
- Intressanta berättelser: Vilken var den mest minnesvärda eller förvånande delen av besöket? Hur gav upplevelsen dig ett nytt perspektiv på din utmaning?

SAMLA INFORMATIONEN I SMÅ ELLER LAGOM STORA BITAR.

När en person talar ska de andra anteckna på klisterlappar. Skriv stort och läsligt så att alla kan se anteckningarna. Använd kortfattade fraser eller meningar som alla i ditt team lätt förstår. Viktigt är att få med deltagarens röst i form av meningsfulla citat.

VISA DINA ANTECKNINGAR

Samla in alla anteckningar från en berättarsession och sätt upp dem på väggen på ett ordnat sätt. Börja med bilder, grundläggande detaljer om personen eller besöket och fyll sedan på med vad du har lärt dig. Det är viktigt att organisera anteckningarna så att du kan navigera bland dem och bygga vidare på dem i nästa steg.



Ett exempel på hur ett team visade sina anteckningar innan de berättade historier för varandra.



VILL DU LÄRA DIG MER OM ENGAGERANDE BERÄTTELSE?

- Gå till "En närmare titt: Utveckla dina anteckningar sidan 54
- Gå till övningsboken, kapitel 3, övning 2, sidan 29

STEG 2

HITTA TEMAN

Ni har era klisterlappar på väggen, bilder från era besök, och lärdomar från varje erfarenhet. Nu är det dags att hitta samband i er efterforskning, för att kunna identifiera mönster och teman.

Identifiera mönster

Titta på alla era anteckningar och börja notera var mönster kan växa fram. När du berättade historier i det förra steget, vilka citat, idéer, eller andra tankar återkom? Dessa är sannolikt utgångspunkten för teman, som går hand i hand med de rika insikter som driver din design.

SAMLA IHOP INFORMATION

Organisera relaterad information från intervjuer och forskningserfarenheter i kluster på din tavla. Vad nämnde många människor? Vilka frågor var uppenbara? När du börjar skapa kluster med ditt team, se till att diskutera eventuella meningsskiljaktigheter om var informationen ska ansamlas.

SE BORTOM YTAN

Identifiera vilken information som verkar framkalla mer energi från dina teammedlemmar. Vilka lärdomar väcker flest frågor och inbjuder dig att bygga vidare på? De anteckningar som diskuteras mest handlar ofta om saker som visar på svårigheter eller möjligheter. Dessa anteckningar har störst potential att leda till insikter.

IDENTIFIERA RELATIONER

Du kommer se att informationen i klustren hör ihop. Vad har de gemensamt? Vilken är den röda tråden? Dra dig inte för att gruppera och omgruppera dina kategorier; detta är en icke-linjär process och relationer kommer att förändras i takt med att du fortsätter att bearbeta och organisera ny information. Genom att definiera relationen kan du bättre formulera ett praktiskt användbart tema som kan tillämpas på varje anteckningskluster.

HITTA PRAKTISKT ANVÄNDBARA RUBRIKER

Namnge de kluster du precis har definierat med en praktiskt användbar rubrik – en kort fras som sammanfattar informationen under, men med tillräckligt djup för att det omedelbart framgår var det kan finnas ett behov eller en möjlighet. Rubriken ska peka på ett problem som informerar dig om hur du ska skapa idéer.



REDO ATT IDENTIFIERA MÖNSTER?

Gå till övningsboken, kapitel 3, övning 3, sidan 30



EN NÄRMARE TITT: UTVECKLA

DINA ANTECKNINGAR

Genom idéutveckling kommer ditt perspektiv på utmaningen att utvecklas och förändras. Genom att förstå dina observationer på djupet, är chansen större att du inspireras till nya idéer. Nyckeln är att låta din forskning mogna under flera faser. Undvik att omedelbart vända lärdomar till lösningar. Ta dig tid att organisera och bearbeta informationen. Ju djupare du tolkar dina lärdomar – i motsats till att dra för snabba slutsatser – desto mer öppen kan du vara för nya, ibland överraskande, insikter och idéer. Det kan vara lite obekvämt först, men ge inte upp. Med en genomtänkt tolkning kan du i högre grad komma fram till icke-uppenbara insikter, som till sist leder till bättre lösningar.

There are no fruit stands in the Community

LÄRDOMAR

Lärdomar är det du lär av din efterforskning på den mest grundläggande nivån, genom att dela berättelser: direktcitat, anekdoter, första intryck, anteckningar om den omgivande miljön, anteckningar om vad som var mest minnesvärt eller förvånande, och en samling från din Efterforskningens topp 5.

Problems with distribution

TEMAN

Teman växer fram när du organiserar dina lärdomar. De visar på en övergripande fråga eller ett övergripande behov. Det är viktigt att låta både namnet på temat, samt de lärdomar som hör ihop med det, synas på tavlan, så att du inte glömmer bort dina tankar när du går vidare till nästa steg.

There's little financial incentive for distributors to supply low-income neighborhoods with fruit

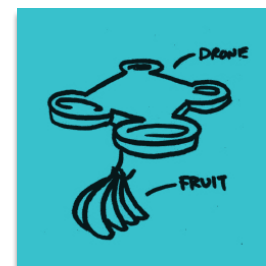
INSIKTER

Insikter är klagöranden som tolkar mönster i din forskning. De kan ge ny förståelse eller nya perspektiv på en fråga. Den information du har organiserat kommer att ge dig insikter som är djupt relevanta för den befintliga utmaningen. Dessa insikter kanske inte alltid är helt nya upptäckter, men de kan ge en förståelse för lärdomarna som du har samlat på dig och hur de hänger ihop.

HOW MIGHT WE INCENTIVIZE DISTRIBUTORS TO MAKE FRUIT DELIVERIES IN LOW-INCOME NEIGHBORHOODS?

HUR KAN VI (HKV-FRÅGOR)

Hur kan vi-frågor (HKV-frågor) på den här nivån utgöra grunden till brainstormingsessioner. Jämfört med arbetet med "Definiera en designutmaning", är dessa HKV-frågor mycket mer taktiska än dina utmaningsfrågor, och du kommer att ställa flera istället för bara en. Istället för att oroa dig för att frågan är för bred eller för snäv, bör du nu istället fokusera på att skapa frågor som ger mer och som känns spännande, och som har potential att ge många olika lösningar. Detta steg kommer att behandlas vidare i steg 3.



IDÉER

Idéer är koncept som skapas under brainstormingsessioner. Idéer kan vara praktiska och enkla eller vilda och galna (t.ex. med den hypotetiska leveransdrönaren i exemplet ovan, som skulle kunna leverera frukt till en låg kostnad). Vi rekommenderar att ni skapar så många idéer som möjligt och att dessa presenteras i form av visuella skisser i så stor utsträckning som möjligt. Detta steg kommer att behandlas vidare i steg 4.

STEG 2: HITTA TEMAN

Vänd teman till insikter

Insikter är de korta uttrycken för vad du har lärt dig under din efterforskning. De skapar en ny mening genom att kombinera observation med ingripande. De visar på en förståelse för den aktuella frågan och upplevs som oväntade, icke-uppenbara och intressanta. Insikter hjälper dig att se världen på ett nytt sätt och är katalysatorer för nya idéer.

Följande är några kriterier för en god insikt. Goda insikter är...

INTUITIVA

De är viktiga baserat på magkänslan. De känns förvånande, men ändå sanna.

INTE UPPENBARA

De belyser någonting som ligger under ytan. De klarar ett vadvi kallar "Än sen då?" test – vilket innebär att det finns ett svar till varför denna frågahar betydelse.

SKAPANDE

De ger möjligheter till nya idéer och koncept.

BESVÄRLIGA

De är djärva och återkommer i teamets diskussioner.



REDO ATT VÄNDA TEMAN TILL INSIKTER?

Gå till övningsboken, kapitel 3, övning 4, sidan 31

STEG 2: HITTA TEMAN

GÖR DINA TEMAN PRAKTISKT ANVÄNDBARA

Ta en titt på de teman ni har skapat för vart och ett av era kluster och se till att de motsvarar ett behov. När ni formar teman till insikter, kommer ni att vilja skriva ner fullständiga uttalanden, t.ex. "Det finns inga ekonomiska incitament för distributörer att leverera frukt ute i samhället." Skriv ner den fullständiga meningen på en klisterlapp och märk ert kluster med denna nya mening.

PRIORITERA INSIKTER SOM TALAR MOTER UTMANING

Granska din designutmaning igen: Hur hör era insikter ihop med utmaningen? Vilka insikter känns starkast och mest relevanta? Nu är det dags att höja blicken och välja ut de 3-5 viktigaste insikterna och redigera bort mindre viktig information.

FÖRFINA DINA INSIKTER

Experimentera med formuleringar och strukturer för att på bästa sätt kommunicera dina insikter. Sträva efter minnesvärda, korta meningar som på ett djärvt sätt uttrycker vad ni tror på, baserat på er efterforskning. En formulering som ni kan använda er av är denna:

Människor behöver/vill ha/har _____, men/ trots/på grund av _____.

t.ex. Människor behöver hjälp med de tillgängliga elektroniska resurserna på biblioteket, men är rädda för att fråga personalen vid IT-disken.

FÅ EN UTMOMSTÅENDES PERSPEKTIV

När ni väl har formulerat flera insikter, fundera på att bjuda in en extern person för att läsa igenom dessa. Detta nya perspektiv kan hjälpa er att filtrera vilka insikter som känns djärva, fräscha och fruktbara.

EXEMPEL

IDEO.org samarbetade med hjälporganisationen CGAP för att designa nya och mer tillgängliga besparingsprodukter för mexikaner med låga inkomster. När teamet från IDEO.org påbörjade sin efterforskning i Mexico City, lärde de sig att människor i själva verket sparade på alla möjliga slags, otroligt olika sätt. Men dessa besparingsmetoder ingick inte i det formella banksystemet och folket pratade inte om dem som något som hade med sparande att göra. Baserat på denna viktiga insikt började teamet designa en rad besparingsprodukter som byggde vidare på gruppens befintliga sparbetenden, istället för att ersätta dessa.



STEG 2: HITTA TEMAN

Tillämpa ramverk

Nu när ni har fått starka insikter är det dags att hitta rätt sätt att kommunicera dem. Vanligtvis kanaliseras våra insikter i ramverk så att vi kan göra följande: 1. Gör informationen mer visuell och 2. Fördjupa sig i de relationer som insikterna representerar. Ramverk hjälper till att organisera tankarna och ger en struktur för vidare tolkning.

VAR BEKVÄMA MED ATT INTE VETA

Att hitta teman, utveckla insikter och sedan kommunicera dessa insikter på meningsfulla sätt är sannolikt den mest mentalt utmattande delen av design thinking. Det beror på att det kan kännas som att du inte kommer någonstans, och att det finns fler frågor än svar. Försök att stänga ute misstron och fokusera på det som du rimligtvis kan tolka. Du är inne i en process där ny information skapas, och det krävs en avsevärd mängd mental energi och tid för att forma dessa tankar.

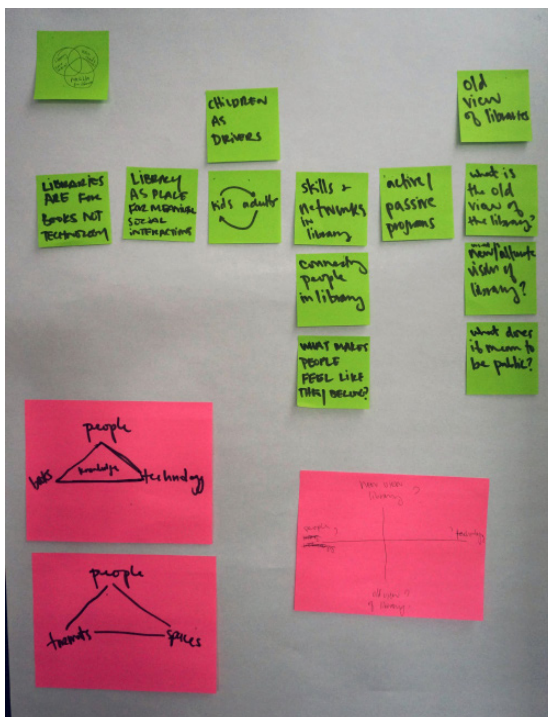
REFLEKTERA ÖVER DEN STORA BILDEN

När du tänker på ramverk som representerar eller integrerar dina insikter, ta ett steg tillbaka och fundera på problemet utifrån ett större perspektiv. Processen med att förstå sina insikter kan vara divergent (expansiv och går i flera riktningar) och konvergent (sammanfattande och avsmalnande i en riktning), och här vill vi att du ska gå i den divergenta riktningen. Hur kan du vara mer utforskande med de insikter du har fått? Vad kan dina ramverk visa utifrån de insikter du har fått? Hur kan dina ramverk belysa nya regler, relationer, eller uppfattningar av en idé?

OMARBETA VID BEHOV

Känns det som att du har kört fast i ett ramverk?

Känn dig fri att behandla dem som skisser på ett papper, och gå vidare till nästa, med vetskapen om att du kan komma tillbaka till det senare. Ramverk blir aldrig perfekta på första försöket, och vi uppmuntrar dig att se dem som idéer under ständig utveckling. Att experimentera med flera ramverk gör att du inte behöver bekymra dig lika mycket om att skapa ett fulländat paradigm, och att du kan ägna mer åt att snabbt identifiera flera olika sätt att betrakta ett problem. Ta inte ramverk på blodigt allvar - de är gjorda för att diskuteras, att bygga vidare på, att kritiseras, att bli uppbrutna och omstrukturerade!



Ett exempel på utforskande av flera ramverk under en workshop med Aarhus Kommunes Biblioteker.



EN NÄRMARE TITT: RAMVERK | PRAKTIKEN

Här är några exempel på ramverk som ni kanske vill undersöka, i takt med att ni lär er kommunicera era insikter på nya sätt.



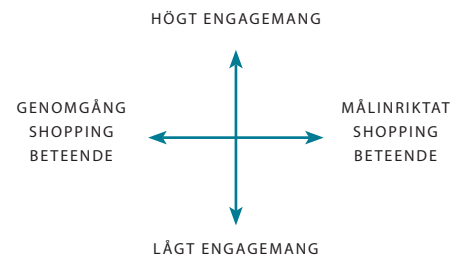
TJÄNSTEKARTA

En användarkarta är en bra utgångspunkt för att fundera kring en erfarenhet, en tjänst, eller en process över tid. En tjänstekarta är huvudsakligen ett diagram eller en karta som visar användares känslor och beteenden före, under och efter de använder en tjänst, och som visar hur användarna känner sig under olika faser av upplevelsen. Vilka är de känslomässiga hög- och lågpunkterna från användarens perspektiv, samt smärtpunkterna (tillfällen av kamp eller besvikelse) och möjlighetstillfällena?



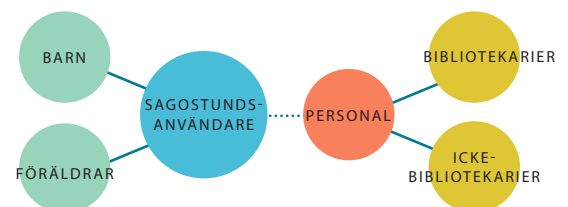
VENNDIAGRAM

Venndiagram är ett enkelt sätt att uttrycka relationer mellan idéer, samt var idéer överlappar och korsar varandra. Fundera på cirklarnas storlek och på i vilken grad de överlappar varandra. Vilken är den kritiska punkten och vad är helt och hållet utanför cirklarna?



TVÅ OCH TVÅ

Detta verktyg hjälper er att kartlägga beteende- och kvalitetsspektra. Det belyser spänningen mellan kategorier och kan peka på möjligheter att designa för inom varje kvadrant. Vilka typer av användarbeteenden designar du för? Om du tänker på olika typer av användare, vad skulle få dem att förflytta sig från en kvadrant till en annan?



RELATIONSKARTA

En relationskarta visualiserar olika parter i din tjänst eller organisation. Den kan även representera processflöden och samband i ett större system.

STEG 3

SKAPA BRAINSTORMING- PUNKTER

De insikter som du har fått tjäna som utgångspunkt för att skapa idéer. De riktar sig sannolikt redan till ett behov eller en möjlighet; knepet är att vända dessa insikter till en fråga som väcker många idéer.

Formulera Hur kan vi-frågor

Du kommer nu att formulera en ny omgång av "Hur kan vi"-frågor (HKV). Frågorna i detta skede handlar om att förbereda för en produktiv brainstorming, snarare än att dra upp riktlinjerna för ett helt projekt.

FORMULER LAGOM STORA FRÅGOR

Bygg vidare på dina uttalade insikter för att skapa frågor som börjar med "Hur kan vi...?" Denna fråga fungerar som en inbjudan till input och utforskande. Återigen finns det HKV-frågor för brainstorming som kan vara för snäva eller för breda. Nyckeln här är att säkerställa att frågan är tillräckligt bred för att tillåta flera olika lösningar, och tillräckligt snäv för att visa på omedelbara vägar att gå. Om du finner att dina frågor redan pekar på en viss lösning, zooma ut och fråga dig själv varför du vill ha den lösningen. Införliva sedan det skälet i din HKV-fråga. Exempelvis:

Insikt:

Människor behöver hjälp med de tillgängliga elektroniska resurserna på biblioteket, men är rädda för att fråga personalen i IT-disken.

Fråga:

Hur kan vi hjälpa människor som söker efter elektroniska resurser att söka hjälp från IT-disken på nya sätt?

VÄLJ UT BRAINSTORMINGFRÅGOR

Välj ut tre av dina bästa HKV-frågor för din brainstormingsession. Lita på din magkänsla och välj ut frågor som du känner är både spännande och som har störst potential att generera många idéer. Se till att välja ut de frågor som känns viktiga att lösa, även om de verkar svåra att besvara.



REDO ATT UTFORMA
HKV-FRÅGOR?

Gå till övningsboken,
kapitel 3, övning 5, sidan 32

STEG 4

SKAPA IDÉER

Ett av de bästa sätten att skapa många idéer på en gång är att förbereda en brainstormingsession. Det kan verka som att brainstorming är vilt och ostrukturerat, men det är i själva verket en fokuserad aktivitet som involverar både disciplin och förberedelse. Efter att ha förberett en brainstorming, kommer du att se att du enkelt kan införliva denna slags skapande aktivitet i andra möten och sessioner med teamarbete.

“

Att brainstorma fram många idéer som ett team och att skissera och välja idéer att gå vidare med skapade mycket entusiasm för projektets framtid!

Ett team från Chicago Public Library

”

Förbereda en brainstorming

Tänk på en brainstormingsession som ett särskilt slags möte. Du kommer att behöva beakta deltagare, plats, tidsåtgång och viktigt material. Avsätt lite tid för att göra lämpliga förberedelser för att få ut så mycket som möjligt av sessionen.

STEG
4 av 5



STEG 4: SKAPA IDÉER

BJUD IN EN VARIERAD GRUPP MÄNNISKOR

En brainstorming är ett bra tillfälle att utnyttja expertkunskaper hos personer utanför kärnteamet. Överväg att bjuda in övriga kollegor och personal, ledningen, experter eller andra människor som du tror kan vara intresserade av din designutmaning. Försök att inkludera totalt 6-8 personer.

TEAMLEDARE

RESERVERA ETT RUM

Beroende på hur många som ska delta i brainstormingen, välj ut ett rum (kan vara det befintliga projektarbetsrummet) med gott om utrymme för klisterlappar och idéer. Se till att alla har en stol att sitta på och utrymme att förflytta sig. Du kanske även vill visa tavlor med bilderna/anteckningarna från din efterforskning som ledde fram till dina huvudinsikter.

TEAMLEDARE

FÖRBERED RUMMET MED VIKTIGT MATERIAL

Samla ihop material såsom klisterlappar, pennor, märkpennor, tejp och papper (vi använder ofta halva brevpapper för större idéskisser). Underskatta inte betydelsen av dryck och lite snacks i rummet för att hålla energinivån uppe.

TEAMLEDARE

ORGANISERA VÄGGARNA

I början av brainstormingen, och ibland under den, kommer du att behöva hänvisa till de frågor som behandlas, samt till annan projektinformation. Du kanske vill visa upp tavlor från din forskning som visar vem du har pratat med, vilka ställen du har besökt, och vilka insikter som ledde till brainstormingen, om någon är nyfiken på din resa så långt. Se dessutom till att dina brainstormingpunkter är skrivna i stor stil och uppsatta på väggen, med ett tomt utrymme nedanför för nya idéer.

FÖRUTSE TIDSÅTGÅNG

En bra brainstorming håller inte på förlänge. Det verkar som att ju längre en brainstorming pågår, desto fler idéer kommer fram, men i själva verket varar en produktiv brainstorming bara i 45 minuter till en timme. Om du har tre punkter, kanske du vill ägna de fem första minuterna till att redogöra för projektets bakgrund för alla deltagare, och avsätta ungefär 15 minuter till varje fråga efter det. Om du känner att energin dör ut tidigt i en fråga, känn dig fri att gå vidare till nästa fråga. Tilldela någon rollen som tidtagare så att brainstormingen inte drar ut på tiden.



EN NÄRMARE TITT: BRAINSTORMING REGLER

Dessa sju regler kommer att göra din brainstormingsession fokuserad, effektiv och rolig. Förklara dem i början av varje brainstorming för att försäkra dig om att teamet har koll på reglerna.

VÄNTA MED ATT AVVISA IDÉER



Det finns inga dåliga idéer i en brainstorming, så håll inne med kritiken. Du vill skapa en säker plats som uppmuntrar även de blygaste människorna runt bordet att bidra med idéer.

UPPMUNTRA VILDA IDÉER



Det finns inget bättre tillfälle än en brainstorming för att komma fram till vilda, ambitiösa idéer. Även om en idé inte verkar vara realistisk, kan den väcka en idé hos någon annan.

BYGG VIDARE PÅ



ANDRAS IDÉER

När du hör en idé från en teamkollega, tänk "och...", snarare än "men..." för att kunna vara så skapande och öppen som möjligt. Fundera över hur du skulle kunna kombinera eller utöka idéer till nya områden.

FOKUSERA PÅ ÄMNET



Håll din brainstorming fokuserad på den aktuella frågan. Håll en rytm och ett tempo som skapar styrfart kring ämnet och undvik retoriska och filosofiska frågor.

ETT SAMTAL



I TAGET

Alla idéer skall höras, så låt bara en person i taget prata. Vänta på din tur att dela med dig och se till att hela gruppen lyssnar.

VAR VISUELL



Teckna dina idéer i stället för att bara skriva ner dem.

Streckgubbar och enkla skisser kan säga mycket mer än ord, och de är enklare att komma ihåg och bygga vidare på. För mer information om hur man kan visualisera, se HUR på nästa sida.

SATSA PÅ KVANTITET



Sätt ett överdrivet mål för det antal idéer du vill skapa – försök sedan att slå detta. Vi har sett att det bästa sättet att hitta en bra idé är att först få många idéer, så försök inte att censurera dig själv när du snabbt skapar många möjligheter.

HUR KAN MAN VISUALISERA IDÉER?



Del 1 av 2

En av nycklarna till att skapa kreativa effektiva koncept är att visualisera dina idéer. Det hjälper andra att omedelbart förstå din idé, samtidigt som dörren lämnas öppen för andra att bygga vidare på eller tolka din idé på meningsfulla sätt. Vi är övertygade om att vem som helst kan vara visuell, men det krävs lite övning. När du har tid kan du träna på att

teckna föremålen nedan. Snart kommer du finna att visuell kommunikation nästan alltid är mer effektiv (och roligare) än en skriven förklaring.

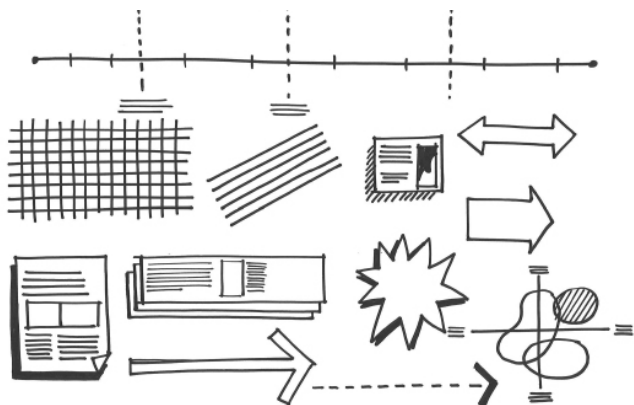
När du börjar öva, se till att du har tillräckligt med utrymme att röra inte bara din hand utan din kropp fritt. Ha en hög tomma kladdpapper redo, och fortsätt öva tills att dessa bilder går lätt och naturligt att teckna.

RAKA LINJER

Det kan låta förvånande, men cirklar och linjer utgör ungefär 80 % av byggstenarna du behöver när du tecknar. Börja med linjer. Istället för att försiktigt teckna ett antal linjer, se på en rak linje som ett direkt skott från punkt A till punkt B. Teckna två ändpunkter, och håll sedan ögat fäst på punkt B, medan du för pennan till pappret från punkt A. Visualisera åt vilket håll du vill att pennan ska röra sig, och dra sedan dessa linjer med självförtroende.

Raka linjer skapar:

- Ramar
- Pilar
- Fyrkanter
- Skuggor
- Rektanglar
- Ramverk



CIRKLAR

Cirklar är din näst bästa vän när det handlar om att skapa bilder. Glöm den "perfekta" cirkeln och fokusera på att snabbt teckna många cirklar, från små till stora. Fokusera på en jämn form och ett jämnt tryck mot pappret. När du har banat in rörelsen, träna på att få dina start- och stoppunkter att mötas i en fin mjuk cirkel.

Cirklar skapar:

- Rubriker
- Moln
- Cykler
- Struktur
- Böjda pilar



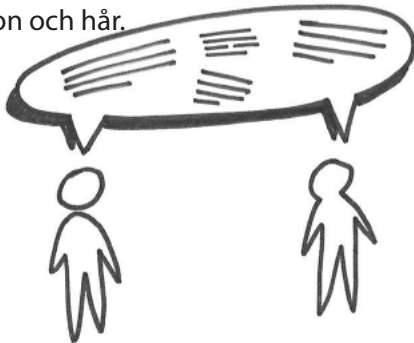
HUR KAN MAN VISUALISERA IDÉER?

Del 2 av 2



MÄNNISKOR

Hemligheten bakom att rita människor är abstraktion. Streckfigurer är bra, men nästa nivå uppåt (som är precis lika enkel) är att använda en cirkel som huvud och en stjärnform som kropp. Huvud är också förvånansvärt enkla att skapa. Allt du behöver göra är en cirkel som konturerna av ett ansikte, två cirklar till som ögon, och halvcirklar för öron och hår.



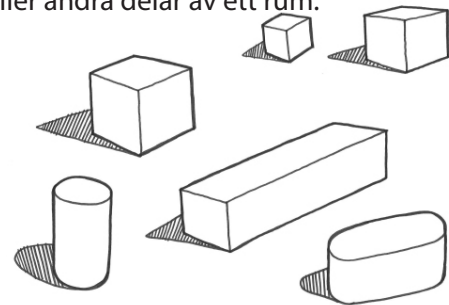
VERKTYG

När vi skissar ner idéer om tjänster integrerar vi ofta vanliga verktyg och gränssnitt (t.ex. en iPad-skärm eller [fattas text, ö.a.] som kan bidra till det övergripande konceptet. Öva på att teckna cirklar och linjer med små krökningar vid kanterna för att utforma saker som iPhone-skärmar, kiosker, bärbara datorer och andra apparater.



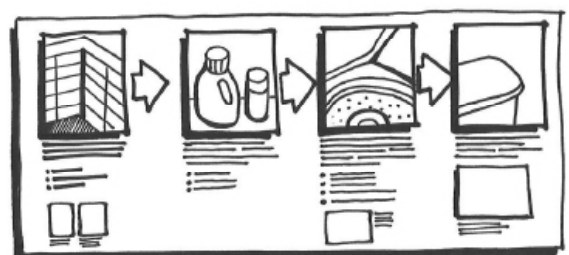
KULISSER

Om någon del av ditt koncept eller din idé äger rum inomhus, fundera på att förbereda scenen med några enkla steg så att den efterliknar en plats eller ett rum. Öva på att rita lådor och kuber som kan representera en byggnad eller ett rum i fågelperspektiv. Genom att variera storleken på denna kub, kan man skapa hyllor, bänkar, väggar, golv eller andra delar av ett rum.



SEKVENSER OCH RESOR

För vissa koncept är det viktigt att skissera upp händelser i en tidssekvens. Det är särskilt fallet om du återger en användarresa i en serie steg. Vad händer t.ex. hemma, på väg till biblioteket, på biblioteket, och efter besöket där? Numrera i så fall sekvensen så att det är tydligt vad som händer först, och använd pilar för att visa förloppet. Försök att i varje nivå av din skiss markera de delar som du upplever är viktigast för förståelsen av den övergripande idén.



STEG 4: SKAPA IDÉER

Underlätta en brainstorming

Nu när du har förberett en brainstormingsession, är det dags att ordna så att brainstormingen går smidigt. Här är några tips på hur man kan skapa en säker och positiv atmosfär så att teamet kan komma med bra idéer.

TEAMLEDARE

VÄLJ UT EN FACILITATOR

Personen som förberedde brainstormingen, eller teamledaren, skall underlätta sessionen. Underlättande innebär att du förstår reglerna för brainstormingen, punkterna, och innebär att du inte kommer att delta så mycket i idéskapandet som i att fånga teamets idéer.

TEAMLEDARE

INTRODUCERA

Avsätt lite tid i början av brainstormingen för att förklara syftet och punkterna, särskilt för dem i rummet som inte ingår i projektets kärnteam. Se också över brainstormingreglerna och kolla om någon har några frågor innan ni sätter igång.

TEAMLEDARE

DELA UT MATERIAL

Samla ditt team nära väggen där du sätter dina klisterlappar. Se till att alla deltagare har en hög klisterlappar och en penna. Om du använder halva pappersark, se till att du har tejp så att du kan sätta upp dina idéer på väggen. Påminn alla om att de ska skriva och rita i stor stil på anteckningarna, så att alla kan se idéerna.

SE TILL ATT ALLA HÖRS OCH SKRIVS NER.

Fokusera på en brainstormingpunkt i taget och sträva efter att föra ett samtal i taget. Om människor talar i munnen på varandra, riskerar ni att förlora idéer, och det känns inte så välkomnande att delta. Om du är facilitator, se till att varje person håller upp sin idé då den förklaras. Om du har en skiss av en idé hjälper det att lägga till en rubrik till din anteckning, så att människor har ett namn eller en fras på idén som de ser framför sig.

HÅLL ENERGINIVÅN HÖG

Säkerställ att tempot i brainstormingen förblir snabbt och dynamiskt. Varje idé bör bara ta 15-20 sekunder att förklara, och alla skall komma till tals, så att det inte blir ett idémonopol. Växla till en ny brainstormingpunkt efter 15 ungefär minuter.

“

Att dela idéer visuellt, eller att tänka högt tillsammans, är en viktig färdighet som verkligen hjälpte teamet att hålla ihop. Visuellt delande genom skisser och post-it-lappar är en övning som vi rekommenderar, men som vi fortfarande måste påminna oss själva om att göra vid våra möten. Det kommer inte naturligt ännu, men några av våra mest produktiva möten har innehållit visuella metoder för delande och dokumentation.

Ett team från
Chicago Public Library

STEG
4 av 5

”



REDO ATT BRAINSTORMA?

Gå till övningsboken
kapitel 3, övning 3, sidan 33

STEG 4: GENERERA IDÉER

Använd värmekartor för att välja ut idéer

Notera den passion och energi som ditt team har kring vissa idéer omedelbart efter en lyckad brainstorming. Genom att rösta på idéer eller "heatmapping", kommer du att se att rösterna koncentreras runt idéer som alla är positiva till, och områden av "värme" och "energi" skapas. Genom att rösta på idéer som en grupp kan du på ett bredare sätt involvera andra och få en riktning att följa.



FÖS SAMMAN IDÉER

Ägna några minuter efter brainstormingen åt att föra samman liknande eller relaterad information.

RÖSTA PÅ FAVORITER

Använd klistermärken (vi använder färgade prickar) eller klisterlappar för att ange en "röst" på en idé. Ge ditt team ett begränsat antal prickar - exempelvis, 3-5, beroende på hur många idéer det finns. Att begränsa antalet röster är ett sätt att få människor att välja de idéer som de känner starkast för. Be teamet att de ska rösta på idéer som känns både: 1. sannolika att lyckas och 2. fräscha och innovativa.

DISKUTERA RESULTAT

Ta ett steg tillbaka från dina idéer och se var det finns områden som har fått många prickar och därför flest röster. Utvärdera de mest lovande idéerna som ett team och bestäm vilka ni ska vidareutveckla. Var realistisk kring det antal som ni kan uppnå - sträva efter två eller tre idéer till att börja med.

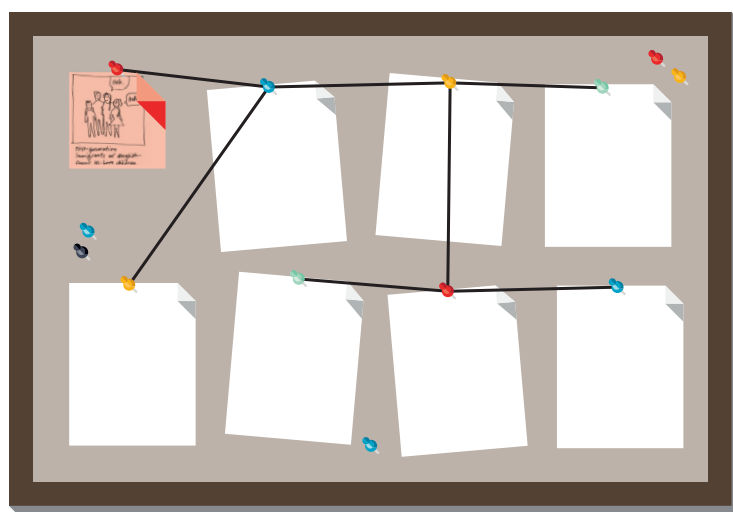
STEG 5

SKAPA PROTOTYPER

Det är nu dags att börja konkretisera de bästa idéerna. En prototyp, eller fysisk representation, av ditt koncept, gör att du kan dela en idé med andra människor, få återkoppling, och lära dig hur du ska ytterligare förfina den. Du kan göra prototyper av nästan vad som helst. I detta avsnitt kommer du att lära dig hur du börjar skapa prototyper, och i nästa kapitel kommer du att se hur du kan förfina prototyper för att lära dig från användare i en specifik kontext.

Gör en tankekarta

Granska dina bästa idéer på nytt och ta i beaktande hur du kan omvandla dem till prototyper. Som en del av detta steg, kan du komma att vilja förfina avsikten med ditt koncept, baserat på några nyckelfrågor. Genom att arbeta tillsammans med att beskriva era idéer kommer ditt team att få en bättre gemensam förståelse av vad ni vill uppnå, och det kommer att göra det mycket lättare att för er att fördela arbetet med att skapa prototyper.



Håll fast vid de klisterlappar från brainstormingen som beskriver era bästa idéer - dessa är en utgångspunkt för en tankekarta!

STEG 5: SKAPA PROTOTYPER

UTVÄRDERA DINA BÄSTA IDÉER

Gå tillbaka till din brainstorming och de idéer som fick flest prickar. Utvärdera de idéer som baseras på frågorna nedan som ett team. De kan hjälpa teamet att bestämma vilken idé som är bäst för att börja skapa en prototyp. Detta betyder inte att de andra idéerna kommer att försvinna. Du kan självklart behålla dem i ditt "arkiv över lovande idéer" och hantera dem senare.

- Rent spontant, hur positiv är du till denna idé?
- Hur innovativ och fräsch känns denna idé?
- Hur praktisk, realistisk, och genomförbar är denna idé?

FÖRFINA IDÉN

Sammanfatta idén med ditt team i en enda mening på ett stort pappersark. Ge ditt koncept en rubrik högst upp på pappret. Ta med klisterlapparna från er brainstorming kring denna idé, som en påminnelse om var idén kom från. Skriv ner några punkter om hur denna idé kommer att påverka utmaningen och användaren som ni riktar er till.

BRYT NER ANVÄNDARUPPLEVELSEN I MINDRE DELAR

Alla koncept som ni har funderat kring kommer att ha en start, en mittpunkt, och ett slut för användaren som upplever det. Även om du kanske bara har en eller två klisterlappar från din brainstorming som talar för din idé är det nu dags att reda ut betydelsen bakom konceptet, och verkligen bena ut varje steg av det program, den tjänst, eller det rum som du föreställer dig. Skissa upp en resa eller en serie scener genom att börja med en skiss och några listpunkter kring vem din idealanvändare är. Säkerställ att nedanstående frågor finns med i din tankekarta:

- Vem är din användare? Vilka beteenden och/eller egenskaper kännetecknar honom/henne?
- Hur får din användare veta om konceptet? Hur skapar du medvetenhet?
- Hur börjar din användare egentligen använda konceptet?
- Vad händer medan din användare upptäcker ditt koncept? Vem eller vad mer är involverat och behövs?
- Vad händer efter att användaren upptäcker konceptet?
- Hur hjälper konceptet din användare på lång sikt?
- Förespråkar din användare konceptet och berättar för andra om det?



REDO ATT SKAPA EN TANKEKARTA?

Gå till övningsboken, kapitel 3, sidan 34, övning 7

STEG 5: SKAPA PROTOTYPER

Skapa en Prototypspelplan

Efter att du har skapat en tankekarta kan det tyckas övermäktigt att göra prototyper av allt på en gång. Fokusera då istället på de prototyper som du kommer att lära dig mest av när du testar dem. Koncentrera dig tills vidare på att levandegöra idéerna i ditt team. Dessa inledande prototyper kommer att utgöra grunden för praktiska experiment, som du lär dig mer om i nästa kapitel.

STÄLL DE RÄTTA FRÅGORNA

Vi kan inte tillräckligt understryka betydelsen av att ställa de rätta frågorna för att lyckas med prototypskapandet. Om din fråga är för bred, kommer du inte att lära dig så mycket som du vill. Skriv ner den enskilt viktigaste frågan som ska besvaras i användarupplevelsen under varje nivå på din tankekarta.

Säg t.ex. att din utmaning handlar om ett läxhjälp för pojkar inom ett läsutvecklingsprogram efter skoltid. Om den första delen av din utmaning handlar om att anmäla sig till handledningsmöten online, så är din "fråga att besvara" i detta skede kanske: "Skulle användarna vara villiga att logga in och registrera sig för läxhjälp?"

Fundera därifrån på hur du skulle vilja testa denna fråga. Detta kan innebära att du skapar en eller flera låtsasskärmar av papper. Du kan förklara för dina användare hur webbplatsen skulle kunna se ut, hur den skulle kommunicera läxprogrammet och fråga dem om de skulle vilja använda detta registreringssystem.

PRIORITERA PROTOTYPER

Gå tillbaka till de frågor du hoppas kunna besvara. Vilken känns viktigast och mest akut? Vilken känns det helt ärligt som att du inte har något svar på? Vilka frågor har inneboende antaganden? Dessa frågor är sannolikt de som du ska skapa prototyper av först. Rangordna delarna på din tankekarta i prioritetsordning och välj ut de 1-2 bästa delarna av ditt koncept, och gör prototyper utifrån dessa.



REDO ATT SKAPA EN PROTOTYPSPELPLAN?

Gå till övningsboken, kapitel 3, övning 8, sidan 38



EN NÄRMARE TITT: BRYTA NER ETT KONCEPT

Kom ihåg att en prototyp huvudsakligen är ett konkret svar på en teoretisk fråga. Snarare än att testa en hel idé, kan prototyper hjälpa dig besvara väldigt specifika frågor inom en idé. Om du ställer en alltför bred fråga, eller utarbetar en prototyp alltför mycket, kanske du inte kommer att finna de svaren du söker och du kommer att förlora tid i designprocessen.

Exempel på delar av koncept omvandlade till prototyper:

Som en del i en workshop, funderade ett team över nya sätt att hjälpa ungdomar med alkoholmissbruk. De hade en idé som involverade mobila rådgivningscenter som kunde besöka olika grannskap. Teamet bestämde sig för att bygga en nedskalad prototyp av det mobila rådgivningscentret. Den här prototypen gav teamet en idé om hur centret skulle se ut, men hjälpte dem inte att besvara någon av frågorna om hur människor skulle kunna interagera med centret och vilken påverkan det skulle kunna få.

Så här kan du bryta ner denna större idé till mindre konkreta prototyper:

KONCEPT: MOBILT RÅDGIVNINGSCENTER

KONCEPT DEL 1:

Få kunskap om alkoholrådgivningssessionerna.

PROTOTYP:

Att trycka upp information om rådgivningssessioner på papper och plastpåsar som alkoholbutiker är skyldiga att använda.

SPECIFIK FRÅGA:

Gör reklam för rådgivningssessioner på platser där dessa användare naturligt uppehåller sig att de blir mer benägna att ta till sig reklamen?

KONCEPT DEL 2:

Registrering för en rådgivningssession.

PROTOTYP:

Skapa en hotline dit anhöriga till missbrukare kan ringa och där rådgivare kan kopplas till användare.

SPECIFIK FRÅGA:

Är arbete via vänskaps- och släkt nätverk ett mer eller mindre effektivt än andra sätt?

KONCEPT DEL 3:

Center som hjälper användare att förbli nyktra efter rådgivning.

PROTOTYP:

Ett flexibelt stödsystem som tillåter människor att designa sin egen mix av nyhetsbrev, stödgrupper, och incheckningssamtal.

SPECIFIK FRÅGA:

Vill människor designa sina egna stödsystem, och om så är fallet, vilka av centrets sätt att ge stöd föredrar de?



EN NÄRMARE TITT: SÄTT ATT PROTOTYPA

Del 1 av 2

Du kan presentera dina idéer konkret på en mängd sätt. Att skapa prototyper handlar inte om att det ska bli rätt från början, så testa flera olika metoder för att komma fram till vad som kan fungera tillsammans med idén du ser framför dig. Samla ihop det material du kan få tag i och börja bygg!

MATERIAL

Många av dessa material känns som att de hör hemma på en förskola, och det är okej. Hitta alla slags material som du tycker det skulle vara roligt att arbeta med och som inte är alltför dyra.

- Papper: Byggpapper, affischtavla, alla slags tunga papper, kapaskiva, kartong, lådor
- Vidhäftande material: limstift, limpistol, tejp
- Pennor: markeringspennor, kritor
- Tyger: bomullstussar, filt, tyg
- Hobbymaterial: glasspinnar, färg, band, piprensare
- Verktyg: linjaler, saxar, måttband, häftapparater



Sätt att skapa prototyper:

EN MODELL

Sätt ihop en enkel tredimensionell modell av din idé. Detta kan vara en skalmodell eller en upplevelse i full skala som du kan gå igenom med ditt team.



EN DIGITAL MODELL
Detta är ett exempel på en återgivning med hjälp av en modell där man använder befintliga resurser som skumplastblock, ett paraply, byggpapper, och så vidare.



Teamet skapade en prototyp av ett relativt komplext kirurginstrument till ett IDEO-projekt genom att använda en markeringspenna, en tom filmbehållare och en klämma (vänster) – denna enkla prototyp hjälpte teamet att föreställa sig ett nytt sätt att skapa ny, ergonomiskt utformad medicinsk utrustning för kirurger (färdig produkt till höger).



EN NÄRMARE TITT: SÄTT ATT PROTOTYPA

Del 2 av 2

Gör en modell av ett digitalt verktyg, med skisser av skärmar på papper. Tejpa fastpappret på skärmen till en enhet som en telefon eller dator för att efterlikna en den verkliga kontexten.

ETT ROLLSPEL

Agera ut upplevelsen av din idé. Prova på rollerna för människorna i situationen och avslöja de frågor som de kan tänkas ställa. Testa att montera enkel rekvisita, uniformer, eller andra verktyg som en tjänsteroll kan tänkas behöva medan denne engagerar en användare på biblioteket.



Som en del av ett IDEO-projekt för att förnya ett apotek, skapade en teammedlem en prototyp av en sjukvårdsguide som hjälper till att spela rollen som en ny sjukvårdsguide som hjälpte teamet att bättre förstå hur ett rådgivande samtal kunde kännas.

EN ANNONS

Skapa en modell av en annons som förespråkar din idé, oavsett om det är ett program, en tjänst, eller ett rum. Fundera på hur du skulle skapa medvetenhet om erbjudandet och hur du skulle kommunicera dess värde till olika användare.



Ett designteam skapade ett prototypflygblad med reklam för ett sanitetskoncept till en potentiell användare. En prototyp som denna kan hjälpa dig att förstå hur du skulle kunna kommunicera med användare.

ETT NYTT RUM

Om din prototyp innefattar design av ett rum, kan du undersöka om du kan skapa prototyper i det befintliga rummet eller skapa en scen som beskriver hur miljön skall kännas. Känn dig fri att bygga vidare på befintliga möbler och bänkar och var försiktig med inredningen. (I prototypvärlden kan t.ex. kartonger vara stolar, och bokvagnar kan fungera som bokhyllor!)



Ett team skapar en prototyp av komponenter i ett barnrum genom att använda en bokvagn som "hylla", sittkuddar, och leksaker.

STEG 5: SKAPA PROTOTYPER

Planera en skapardag

Ett av de bästa sätten att börja skapa prototyper på ett snabbt och roligt sätt, är att planera vad vi kallar en "skapardag", eller ett "skaparmaraton." Att avsätta en hel- eller halvdag med ditt team för att börja skapa saker är ett bra sätt att komma i stämning för att skapa snabbt och intuitivt. Med design thinking tror vi att det är mycket mer värdefullt att snabbt överföra idéer till konkreta prototyper än att noggrant planera för att en ny idé ska realiseras över en längre tidsperiod. Detta eftersom att vi tror att du kan lära dig mycket mer – och till en mycket lägre kostnad – med en enkel prototyp än med en stor, dyr åtgärd som inte bara tar pengar, utan även tid, i anspråk. Vi kallas dessa enkla prototyper för "lo-fi".

Idén med att skapa prototyper kan verka skrämmande vid en första anblick, särskilt om det var ett tag sedan du skapade saker med händerna. Minns när du var liten och inte hade några hämningar inför att teckna eller leka låtsaslekar med vad som helst. Du hade gott om resurser, var energisk och modig. Försök att komma tillbaka till detta tankesätt när du börjar skapa prototyper.

“

Kom ihåg att den första idén du skapar prototyper av kanske inte är "rätt" – det kommer den förmodligen inte vara – men den är ju inte slutprodukten! Du måste börja någonstans och sen bara göra det.

Ett team från Hovedbiblioteket i Aarhus

”



Ett team i Aarhus arbetar snabbt för att fokusera på en idé för att skapa prototyper på en skapardag.



REDO ATT PLANERA
EN SKAPARDAG?

Gå till övningsboken,
kapitel 3, övning 9, sidan 39

STEG 5: SKAPA PROTOTYPER

TEAMLEDARE

SÄTT IHOP ETT SCHEMA OCH ETT MÅL FÖR DAGEN.

Skapardagar fungerar bäst med en tight tidplan och ett omsorgsfullt schema. Att ha en tight tidsbegränsning kan hjälpa dig och ditt team att känna press och engagemang att skapa någonting nytt på bara några timmar. Sätt upp ett mål tillsammans av att ha skapat åtminstone 2-3 konceptprototyper i slutet av skapardagen, och dela upp ert team i underteam om ni är tillräckligt många för att göra så.

TALA MINDRE, GÖR MER

Beakta detta mantra under prototypskapandet: Ägna mindre tid åt att diskutera kring en idé och mer tid åt att använda dina händer för att skapa eller skissera upp en idé. Nu är inte tillfälle att ha långa samtal eller filosofiska argument. Nu är det dags att göra saker intuitivt utan rädsla för vad andra ska tycka. Det handlar inte om att ha det rätta svaret, det handlar om att ha åtminstone ETT svar. Spara kritiken och den intellektuella diskussionen till senare.

SAMLAMLA IHOP MATERIAL OCH SKAPA RUM

Granska materiallistan i "En närmare titt: sätt att skapa prototyper" och samla ihop så mycket som möjligt av detta material. Reservera ett rum i ert bibliotek där ni kan sprida ut er, eftersom det kan bli lite rörigt när du påbörjar prototyparbetet.

ÖVA PÅ ATT DELA DIN PROTOTYP

Avsätt tid i slutet av dagen för att samlas hela teamet och utvärdera vad ni har skapat. Om ni har externa medlemmar i teamet – t.ex. intresserade medborgare eller andra parter – kan detta vara ett bra läge att involvera dem i skapardagen. Om ni har flera prototyper i teamet, presentera dem för varandra och försök om det går att uppleva varandras prototyper, även i rollspel eller "lätsassituationer."



Under en skapardag vid Hovedbiblioteket i Aarhus delar och förklarar teamet sin prototyp med andra biblioteksteam och annan bibliotekspersonal.

KOM IHÅG ATT MISSLYCKAS FRAMÅT

Vissa prototyper kommer att kännas jättebra, medan andra kommer att falla platt till marken. Försök att inte grubbla över vad som kan verka som ett misslyckande, eftersom vi i själva verket lär oss något nytt när vi misslyckas. Innan du ens påbörjar prototypskapandet, omfamna idén att en prototyp som inte fungerar kan ge kunskap för hur du ska gå vidare (vi kallar denna idé för att "misslyckas framåt"). I nästa kapitel står hur du ska kunna få så produktiv återkoppling från människor som möjligt och hur denna driver designprocessen framåt.

STEG 5: SKAPA PROTOTYPER

EXEMPEL: CPL SKAPARDAG

Som en del av skapardagen, fokuserade ett bibliotekarieteam vid Chicago Public Library på att skapa ett samarbetsrum på biblioteket, och skapade prototyper av ett koncept för en kurs i publicering. Konceptet var en kurs i liten skala som skulle lära intresserade användare hur man publicerar en bok online. Under några timmar diskuterade teamet hur konceptet skulle fungera, möblerade om i biblioteket för att skapa en möjlig klassrumsmiljö, och skapade kommunikation för att sprida medvetenhet om programidén.



Mark Kaplan, en teamledare vid Chicago Public Library, förklarar teamets prototyp för övrig personal och biblioteksledning i slutet av skapardagen.



Teamet skapade en prototyp av en digital månadskalender för programmering, för att sprida medvetenhet till användare, genom att använda enkla material som färgat papper och märkpenor.



Teamet drömde om att kunna integrera ett kafé i kurskonceptet, så de gjorde en enkel prototyp av en skylt och kaffemuggar i papper för att återge idén.



FALLSTUDIE Nr.. 1

“Skollunch”

UTMANINGEN

När lunchklockan ringde på San Francisco Unified School District (SFUSD), dök 72 procent av dem som hade råd med lunch inte upp. Distriktet hade redan hyrt in Revolution Foods, en cateringfirma som serverar några av de mest näringsrika måltiderna i landet, så det handlade inte bara om mat. Det handlade om upplevelsen av att äta i skolan. I en värld där studenter var vana att uttrycka sina åsikter på sociala medier, hade de ingen möjlighet att forma sin lunchupplevelse.

ÖVERSIKT

IDEO och SFUSD samarbetade för att designa om skollunchen tillsammans med fler än 1300 studenter, föräldrar, fackliga representanter, matpersonal, styrelsekommissionärer, rektorer, lärare, och gemenskapsgrupper. Teamet upptäckte en mängd hinder, inklusive det faktum att distriktet hade en begränsad kundtjänstkapacitet. Studenter väntade i långa köer, stressade för att hinna äta klart, och åt i provisoriska utrymmen. Många barn valde helt enkelt bort skolmaten och lämnade skolområdet tillsammans med vänner, eller valde att inte äta alls.

Teamet utvecklade rekommendationer för tre åldersrelaterade matupplevelser: gemensamma måltider, studentdesignade utrymmen, och nya teknikplattformar. För att säkerställa att dessa idéer skulle lösa de praktiska problemen arbetade IDEO i ett nära samarbete med SFUSD för att utveckla en robust affärsmodell – genom att ta tusentals datapunkter i beaktande, såsom kostnaden per måltid för en lastbilsleverans, och var ketchupen placerades i kafeterian.

I September 2013 uttryckte San Francisco Unified School Board en enhällig entusiasm för IDEO:s arbete, och rörde vägen för att denna nya vision om elevcentrerad lunch skulle kunna slå rot.

SHIFTING THE CAFETERIA FLOW



INTEGRATING FOOD INTO THE DAY



PLAYING WITH PRESENTATION



ACTIVATING COMMUNITY PARTICIPATION



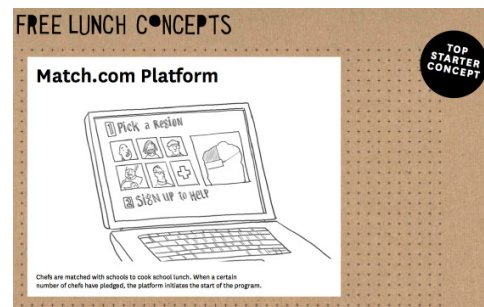
ENGAGING PARENTS



Workshopdeltagare delade upp sig i grupper och ägnade en timme åt att brainstorma och utveckla prototyper som de kunde presentera för gruppen.

VARFÖR IDÉUTVECKLINGSFASEN VAR VIKTIG

På samma sätt som vi har diskuterat hur de olika faserna inom design thinking inte är linjära, rörde sig designteamet från efterforskning till idéutveckling, tillbaka till efterforskning och sen till idéutveckling igen, innan de sammanställde sina rön. Teamet delade de tre mest minnesvärda citaten från varje person de mötte, samt tre Hur kan vi-frågor och tre lösningorienterade idéer. Denna process av att snabbt växla mellan inspirations- och idéutvecklingsfaserna resulterade i över 50 koncept i slutet av efterforskningsfasen.



Utifrån insikten att distriktet skulle växla från en ersättningsberoende modell till en som integrerar strategiska partnerskap, kom teamet med idén att matcha kokkar med skolor för tillagning av skollunch.

Teamet höll därefter en workshop för att kartlägga sex framtidsorienterade scenarier med intressenter. Ett exempelscenario kallades “smart lunch”, och gick ut på att studenter kunde använda sina smartphones för att beställa sin lunch på morgonen. Detta gav en känsla av valfrihet till studenten och hjälpte också systemet att förutsäga efterfrågan. Sedan växlade de snabbt aktivitet från att brainstorma fram idéer till att skapa lo-fi-prototyper – i fallet med smart lunch bestod denna av en kartongkiosk med en hylla för en iPad-aktiverad beställningsapp. Detta arbete följdes upp med olika slags aktiviteter i det lokala samhället (workshops, onlineundersökningar, en offentlig utställning osv.). Teamet värderade alla seriösa idéer utifrån genomförbarhet, önskvärdhet och lönsamhet för att bedöma om de var värda att fullfölja.



Teamet höll workshops med intressenter för att involvera alla i designprocessen.



FALLSTUDIE Nr.. 2

“Brooks Pure Project”

UTMANINGEN

Företaget Brooks Sports, som tillverkar högpresterande skor, kläder och tillbehör, var känt som ett favoritmärke för seriösa löpare, och nu hade företaget en ny uppgift i att skapa löparskor som gav en “perfekt löppupplevelse under varje löptur.” Trots sina framgångar ville Brooks bredda sin kundbas av löpare. Brooks missade inte bara att haka på trenden mot ultralätta skor och/eller barfotalöpning, de ville också bättre förstå löparens behov och vände sig till IDEO för hjälp.

ÖVERSIKT

Tre samarbetsprojekt fokuserade på att hjälpa Brooks till att bättre förstå löparens känslomässiga behov och att leva upp till sitt varumärke och leverera sina första lättviktsskor: PureProject Collection.

För att ta reda på vilken roll löpning spelade i människors liv utförde teamet intervjuer i kontext och följde med motionslöpare i åldern 25-35 över hela USA och Europa och shoppade. I denna grupp ingick nya löpare, löpare som hade slutat löpa av olika anledningar, och människor som löptränade tre gånger per vecka eller mindre. Teamet drog slutsatsen att dessa löpare ville ha en enklare, mer avskalad löparupplevelse, men att de också ville ha en pålitlig och autentisk löparvänlig löparsko.

Samarbetet resulterade i en skokollektion och en varumärkesberättelse som tilltalar både nya och erfarna löpare, eftersom den fokuserar på den enkla, avskalade löparglädjen. Brooks skokollektion PureProject främjar en naturlig löpstil med lättviktsmaterial och adaptiva inlägg. Brooks försäljning sköt i höjden. Skokollektionen PureProject är finns att köpa i fler än 35 länder och i över 700 butiker i USA.



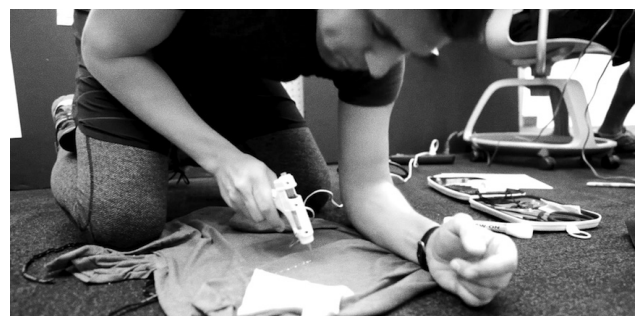
Teamet brainstormade tillsammans kring idén om drömskon, och använde enkla material som filt och limpistoler för att möta löparens behov när det gäller “känslan” i löpningen.

VARFÖR IDÉUTVECKLINGSFASEN VAR VIKTIG

Snarare än att förlita sig på interna designidéer eller trendanalys, talade teamet med en grupp löpare direkt. De överförde sin undersökning till bland annat följande användbara insikter:

- I takt med att löparskor har blivit alltmer tekniska och komplicerade tilltalar människor mer av skor med intuitiva funktioner och meningsfull design.
- Människor vill hitta skor som passar sina unika behov och stilar och vill känna sig trygga med sina val.
- Det finns olika typer av löparefarenheter. Ibland vill löpare “känna” och få kontakt med sin löpning. Andra vill “sväva” under sin löpning och njuta av en god stötdämpning och av att kunna sätta i hörlurar i öronen för att avskärma sig från omgivningen.

Baserat på dessa insikter ställde teamet frågan: Hur kan vi möta behoven hos löpare som vill “känna”, snarare än “sväva”? Och hur kan vi skapa skor som passar människors unika stilar, och som samtidigt är intuitiva och strömlinjeformade? För att kunna skapa så många idéer som möjligt, planerade teamet en gemensam brainstormingsession där inte bara IDEO-designers deltog, utan även kundteamet från Brooks. Gruppen representerade en mångfald av löpare och tillsammans utvecklade de idéer genom att skapa en egen prototyp av en “drömsko”. Denna prototyp var gjord av tyg, silvertejp, kartong och andra enkla material. Prototyperna representerade den unika stilen och de unika behoven hos varje enskild löpare, och hjälpte till att definiera kärndesignen för den ikoniska skokollektionen PureProject. Slutligen utvecklades diskussionen om löparupplevelsen till en diskussion om ett känslomässigt spektrum och om man kan låta löpare välja sin egen upplevelse av löpningen.



Deltagare i “icke-fokus”-grupperna skapade en mängd olika snabba prototyper för att designa sina idealiska löparskor.

Referenser

LÄS

DESIGN THINKING FOR
EDUCATORS TOOLKIT, 2:A UPPLAGAN

Tolknings- och idéutvecklingskapitel
<http://www.designthinkingforeducators.com/>

DESIGN KIT IDÉUTVECKLINGS- METODER
<http://www.designkit.org/methods>

AFFÄRSIDÉKURSER + KURSER I SOCIAL
INNOVATION
Kurs 2 Litteratur: Utveckla idéer

Idéutvecklingsfasen i praktiken

- Melissa Rohde arbetar med en grupp på den indiska landsbygden, med att designa nya sätt att minska vattenbristen och öka livsmedels-säkerheten. Läs mer om hennes process under idéutvecklingsfasen: <http://bit.ly/HCDinIndia>
- Carla Lopez reflekterar över några av de utmaningar som hennes team mötte under idéutvecklingsfasen i ett IDEO-projekt där man utformade nya sätt att utbilda bönder på den kenyanska landsbygden i teknik: <http://bit.ly/JKandIDEOorg>

SE

DESIGN THINKING FOR EDUCATORS EDUTOPIA
COURSE: VECKA 3, IDÉUTVECKLING

Hör från IDEO och utbildare om hur de kom fram till idéer.

<http://www.edutopia.org/design-thinking-for-educators-ideation-week-three>

OMFAMNA TVETYDIGHET

Patrice Martin, biträdande chef på IDEO.org, diskuterar omfamnande av tvetydighet i Design Kit.

<http://www.designkit.org/mindsets/4>

SKAPA DET

Krista Donaldson är designer och VD för D-Rev, ett San Francisco-baserat företag som designar medicinsk utrustning som förbättrar livet för människor som lever på mindre än 4 \$ per dag. Hon diskuterar tillverkning och prototypskapande med Design Kit.

<http://www.designkit.org/mindsets/4>

KAPITEL

4

Iteration

Iterationsfasen tar dina idéer och utvecklardem baserat på användaråterkoppling. Din första idé är oftast inte den bästa idén, och du måste iterera, eller bygga vidare på den idén för att förbättra den.

I denna fas börjar du att experimentera genom att realisera dina prototyper, samla in återkoppling, och ta ditt koncept vidare. Tankesättet inom design thinking är inte alltid linjärt, så du kommer kanske fram till att du måste återgå till tidigare faser i processen för att kunna fortsätta utveckla dina idéer, erfarenheter och perspektiv, och detta kommer att ge dig en stabil grund inför designprocessens kommande faser.



ITERATION

Översikt

STEG 1

FUNDERA KRING ITERATION sid. 81

STEG 2

FÅ ANVÄNDARÅTERKOPPLING sid. 84

- Planera Återkopplingsintervjuer sid. 84
- Underlätta bra återkoppling sid. 86
- Sammanställ återkoppling sid. 87

STEG 3

GENOMFÖR EN MINIPILOT sid. 88

- Utforma en minipilot sid. 88
- En närmare titt: Utformning av minipiloter sid. 91

STEG 4

BEDÖM DINA FRAMSTEG sid. 94

- Integrera direktåterkoppling sid. 94
- Omvärdera ditt koncept sid. 96

FALLSTUDIER sid. 98

- Swipesense sid. 98
- IT i biblioteksmiljön sid. 99

REFERENSER sid. 101

STEG 1

FUNDERA KRING ITERATION

Iterativ design baseras på en process av prototypskapande och undersökande. Du kommer att skapa konkreta koncept, hämta in användaråterkoppling, sammanställa information, och utveckla ditt koncept. I en idealisk situation kommer du att börja med prototyper, testa dina prototyper på biblioteket, och slutligen implementera din idé som en del av bibliotekets huvudutbud.

Det är viktigt att komma ihåg att iteration tar tid. I motsats till inspirations- och idéutvecklingsfaserna kan du behöva bearbeta ditt koncept i flera iterationsomgångar innan du är redo att fullt ut implementera en idé. Målet här är att skapa en serie tester, eller minipiloter, som bygger vidare på din ursprungliga prototyp, och att förbli öppen för idén att användaråterkoppling kommer att leda dig i nya oförutsedda riktningar. Se på denna fas som en informerad, avsiktlig version av trial-and-error – att testa någonting i vetskap om att ditt koncept är ofullkomligt och att kontinuerligt lära sig hur detta kan förbättras under vägen.

PROTOTYPSKAPANDE – MINIPILOT – IMPLEMENTERING

I detta skede av processen, kommer vi att dra upp skiljelinjer mellan olika iterationer av din idé, i takt med att dessa utvecklas över en sekvens med tre lägen: prototypskapande, genomförande av minipilot, och implementering.



Ett team vid Hovedbiblioteket i Aarhus skapar en prototyp av enkla material.

STEG 1:FUNDERA KRING ITERATION

PROTOTYPSKAPANDE

är, såsom du lärde dig i förra kapitlet, det första steget till att konkretisera idéer. Prototypskapande omvandlar idéer i ditt huvud till en form som kan förstås av andra. Prototyper är ofta ofullständiga och enkla. De är tillräckligt representativa för att vemsomhelst skall kunna förstå eller föreställa sig din idé. I denna kontext blir de också byggstenar för en minipilot.



Ett designteam vid IDEO ville designa en ny diagnostisk process för att göra hörselhjälpmedel mer tillgängliga på den indiska landsbygden. De utformade en minipilot genom att träna de befintliga teknikerna, och tillbringade flera dagar i samhällen där de testade den diagnostiska utrustningen på människor med hörselproblem. De lärde sig väldigt snabbt – redan efter de första sessionerna – att deras arbetssätt var för komplext för användare och behövde förenklas.

MINIPILOTER

omvandlar dina prototyper till mer fullständiga upplevelser för dina biblioteksanvändare. Att planera och genomföra en minipilot gör det möjligt för dig att utveckla ditt koncept för att det ska kunna användas i den verkliga världen. När du genomför dina minipiloter (eller experiment, som vi ibland kallar dem), kommer du att samla in bevis för att gå vidare mot att implementera ditt koncept. I motsats till en prototyp ska minipiloterna inom detta projekt fungera utan alltför mycket förklaring. Människor skall kunna stiga fram och använda dem utan vägledning eller underlättande från ditt team. Även om pilotundersökningar inte är lika enkla som en prototyp, är de fortfarande ofullständiga och bra både för att generera återkoppling och för att utveckla ditt koncept.



Maker Lab är ett utrymme som representerar implementeringen av en idé om ett hacker- eller maker-orienterat labb på biblioteket. Samtidigt som det är fullt fungerande från dag till dag, fortsätter det ändå att iterera och förändras, beroende på vad samhället behöver i framtiden.

STEG 1:FUNDERA KRING ITERATION

IMPLEMENTERING

är att realisera din idé på ett mer permanent sätt. Detta betyder inte att det är en slutlig lösning. Du kan fortsätta att iterera, men din lösning är nu i ett skede där du är redo att introducera idén vid sidan av ditt befintliga kärnutbud. Vi likställer ofta implementering med att skapa ett pilotprojekt. Det är med andra ord ett mer fullständigt utförande, eller ett fullständigare test, av en idé över en längre tidsperiod. Implementering möjliggörs ofta av en större grupp intressenter, inklusive partners, ledning och övrig personal, som hjälper till att realisera den. I detta skede behöver din lösning testas och mätas, baserat på statistik och framgångsindikatorer som du skapade under minipilotfasen.

När du går vidare från prototypskapande till att genomföra minipiloten, kommer du att ställa frågor som:

- Är detta värdefullt för min användare?
- Vilka aspekter av prototypen är värda att utveckla?

När du går vidare från minipiloter till fullskalig implementering, kommer du att ställa lite annorlunda frågor:

- Håller detta över tid?
- Har det potential att kunna bli ett kärnerbjudande?

Följande diagram visar på varje del av iterationsfasen:

	PROTOTYP (utarbetea en idé)	MINI-KARTLÄGGNING (testa den i praktiken)	IMPLEMENTERING (göra den hållbar)
SYFTE	konkretiserar omedelbart en idé	medvetet designad med avsikt och för att besvara specifika frågor	ett fullständigt uttryck av visionen och dess beståndsdelar
SYFTE	kan möjligen engagera användare	funktionell för användare utan förklaring	både tillräckligt funktionell och hållbar för användare under en längre tidsperiod
SYFTE	framkallar reaktioner från användare	börjar skapa bevis, och kan avslöja ny statistik	grundligt utvärderad, valideringsorienterad
SYFTE	driven av nyckelsikter	driven av nyckelfrågor	driven av statistik eller framgångsindikatorer
MILJÖ	i ett "test" eller i en skyddande omgivning, t.ex. teamets arbetsplats	direkt och i realtid inom biblioteket	existerar vid sidan av befintliga tjänster på ett mer permanent sätt
MILJÖ	inte nödvändigtvis inom en befintlig kontext	kontextuell	anpassningsbar till flera platser
TEKNOLOGI	lågteknologisk och endast en återgivning av en idé	en teknologi som vilken användare som helst kan förstå	ser ut och fungerar som den verkliga saken
TEKNOLOGI	har utarbetats snabbt och används för att bearbeta idéer	kräver omfattande planering och utbenande av idéer	ett utförande av en fullt utformad idé
TEKNOLOGI	möjliggjord av kärndesignteamet	möjliggjord av både kärnteamet och partners eller övrig bibliotekspersonal	möjliggjord av ett stort intressentnätverk
TIDSÅTGÅNG	skapar exempel eller modeller med begränsad livslängd	starkt iterativ och episodisk till sin natur	skapade för att hålla en längre tidsperiod



REDO ATT REFLEKTERA
KRING ITERATION?

Gå till övningsboken,
kapitel 4, övning 1, sidan 42

STEG 2

FÅ ANVÄNDAR-ÅTERKOPPLING

I idéutvecklingsfasen skapade du prototyper. Nu är det dags att använda dina prototyper för att få användaråterkoppling, vilket är ett av de mest värdefulla verktygen för att utveckla en idé.

Inom design thinking finns det åtminstone två punkter där det är avgörande att tala med människor: i början av ett projekt för att få inspiration och när du har utarbetat prototyper, eller minipiloter, för att få återkoppling. Även i detta skede är återkopplingen som du samlar in tänkt att vara skapande, så att du kontinuerligt kan anpassa din prototyp. Återkoppling kommer fortfarande att vara utforskande, i motsats till valideringsbaserad: det handlar inte om huruvida din idé är rätt eller fel – det handlar om att göra idén bättre.

Planera Återkopplingsintervjuer

Återkopplingsintervjuer liknar till viss del de tidigare intervjuerna, men du kommer att fokusera mer på att lära dig vad användare tycker om din prototyp, i motsats till att lära dig om användarnas liv i allmänhet. Du vill få ärlig återkoppling – både positiv och negativ – för att kunna utveckla dina idéer. Här är några tips på hur återkopplingsintervjuer kan genomföras.

TA MILJÖN I BEAKTANDE

Bestäm i vilken miljö du vill dela din idé. Är det till hjälp att vara i en informell miljö som du känner väl till? Eller kommer du att lära dig mest av att se din prototyp i den kontext där den kommer att användas?

DEFINIERA VAD SOM SKA TESTAS

Bestäm vilken slags återkoppling du behöver: Vill du ha återkoppling på det första intrycket av din idé? Försöker du att komma fram till om människor skulle vilja delta i en ny aktivitet som du har designat? Undrar du hur människor skulle kunna bete sig annorlunda med ditt nya koncept? Skapa en lista som påminner dig om målen med din undersökning.



Som en del av ett IDEO-projekt kring hushålls energianvändning samlade vi in återkoppling från ett par genom att visa dem en modell av en iPad-app som kunde hjälpa dem att spara energi. Genom att använda ett gränssnitt bestående av pappersskärmar frågade teamet paret vad som fungerade bra och vad som krävde ytterligare förtydligande.

STEG 2: HÄMTA IN ANVÄNDARÅTERKOPPLING

VÄLJ UT ÅTERKOPPLINGSDELTAGARE

Människor som har sett din idé utvecklas kan ge detaljerad återkoppling, medan de som är nya inför konceptet kan hjälpa dig förstå vilka aspekter som är mest tilltalande eller svåra. Fundera över vilka perspektiv som är viktigast. Skapa, baserat på detta, en lista över människor som du vill engagera i återkopplingsprocessen och från vilka du kommer att lära dig mest. Ibland kommer den mest fruktbara återkopplingen från korta, spontana diskussioner. Inkludera människor som du har träffat under dina undersökningar, såväl som nya deltagare. Kom ihåg att du kan nå ut till dina sociala nätverk och biblioteksanvändare.

PLANERA INTERAKTIONEN OCH LOGISTIKEN

Bestäm en mötesplats och en tidsram för dina återkopplings-sessioner. Överväg att be deltagarna använda din prototyp innan de träffar dig. Ett bra återkopplingssamtal är en blandning av spontana reaktioner på din prototyp, samt strukturerade frågor utformade för att jämföra olika personers åsikter om samma ämne. Förbered en frågeguide som hjälper dig att navigera genom båda samtalstyperna.

STÄLL ÖPPNA FRÅGOR

Gå tillbaka till frågor som dök upp under idéutvecklingen. Välj ut de som du vill inkludera i återkopplings-sessioner. Diskutera övriga områden att utforska med ditt team.



Som en del av en återkopplingsstrategi höll ett IDEO-team korta improviserade samtal med människor på gatan för att höra deras tankar om sin dagliga pendling. Teamet kom förberedda med skisser och frågor organiserade på en skrivplatta för att snabbt kunna få reaktioner från förbipasserande.

UTFORMA FRÅGOR SOM UPPMUNTRAR BYGGANDE

Formulera dina frågor så att de leder till konstruktiv återkoppling och uppmuntra deltagare att bygga vidare på din idé, t.ex. genom att fråga:

- "Kan du beskriva vad som engagerar dig mest med denna idé, och varför?"
- "Om du kunde ändra en sak med denna prototyp, vad skulle det vara?"
- "Vad skulle du vilja förbättra med denna idé?"
- "Vad i denna idé gillar du inte?"

Organisera dina frågor enligt följande struktur:

1. Börja med allmänna intryck. Låt deltagarna dela sina inledande tankar om ditt koncept.
2. Be om specifik återkoppling kring din idé.
3. Öppna upp diskussionen och uppmuntra ett bredare samtal.

Skapa ett läsbart format av frågeguiden, så att du kan kasta en snabb blick på den under ditt samtal.

STEG 2: FÅ ANVÄNDARÅTERKOPPLING

Underlätta bra återkoppling

Den viktigaste ingrediensen i ett återkopplingsamtal är ärlighet: människor kan känna sig blyga inför att berätta för dig vad de egentligen tycker om din idé om de vet att du har investerat mycket i den. Skapa en miljö som uppmuntrar ett öppet samtal och tänk på följande tips när du genomför din intervju.

UPPMUNTRA ÄRLIGHET OCH ÖPPENHET

Introducera din prototyp som en skiss somdu arbetar på. Gör klart att din idé fortfarande är under utveckling, och att du inte har ägnat mycket tid åt att förfina prototypdetaljerna.

HÅLL DIG NEUTRAL

Presentera alla koncept i en neutral ton. Var inte defensiv. Lyssna till all återkoppling och anteckna kring både de positiva och negativa kommentarerna.

ANPASSA UNDER INTERVJUNS GÅNG

Uppmuntra deltagare att bygga vidare på idén, och förändra din prototyp under intervjuens gång. Var redo att eliminera eller förändra aspekter av idén.

SAMLÄ ÅTERKOPPLING

Återkopplingsamtal är rika på information och deltagarnas subtila reaktioner är oftast det som är viktigast att komma ihåg. Avsätt lite tid direkt efter din session för att samla det du har observerat. Diskutera hur din prototyp ska kunna förbättras och fånga omedelbart in idéer för kommande iteration. Planera in lite extratid efter en återkopplingsession, så att du kan dela dina intryck direkt efter ditt samtal, när du fortfarande har dem färskt i minnet.

“

Det är viktigt att fråga vad användarna gillar med prototypen, men det är minst lika viktigt att fråga vad de INTE gillar... människor vill inte såra dig, men du kommer att lära dig så mycket mer av dessa frågor till skillnad från av frågorna om vad de gillar.

Marianne, IT-teamet vid Aarhus Kommunes Biblioteker

”



STEG
2 av 4



REDO ATT PLANERA OCH UNDERLÄTTA ÅTERKOPPLING?

Gå till övningsboken, kapitel 4, övning 2, sidan 43

STEG 2: FÅ ANVÄNDARÅTERKOPPLING

Sammanställ återkoppling

Återkoppling är ovärderligt för att utveckla en idé, men kan också vara ganska förvirrande. Det du hör från olika användare kan vara motsägelsefullt, eller ligger kanske inte i linje med dina mål. Sällna bland svaren du får och bestäm vad du ska ta med i din nästa iteration.

DELA DINA INTRYCK

Diskutera samtalet med ditt team och jämför varandras lärdomar. Anteckna medan du beaktar följande punkter:

- Vad värdesatte deltagarna mest?
- Vad engagerade dem?
- Vad skulle kunna övertyga dem om idén?
- Vilka delar av idén skulle deltagarna vilja förbättra?
- Vad fungerade inte?
- Vad kräver vidare utredning?

SAMLÅ ÅTERKOPPLINGEN I KLUSTER

Dela intrycken du fångade direkt efter dina återkopplingssamtal. Anteckna på klisterlappar. Sortera och för samman återkopplingen i kluster: Vad togs emot positivt? Vilka bekymmer framkom? Vilka förslag och vidareutvecklingsidéer fann du?

UTVÄRDERA RELEVANSEN

Ta en liten stund för att gå tillbaka till din utgångspunkt. Vad har du försökt att lära dig? Titta på dina tidigare lärdomar och idéer. Vilken var din ursprungliga avsikt? Gäller den fortfarande efter den återkoppling du har fått?

PRIORITERA BLAND ÅTERKOPPLINGEN

Vad är viktigast att ta fasta på för att din idé ska lyckas? Sortera bland dina anteckningar och skapa en överblick av den återkoppling du vill använda dig av. Du kan prioritera förändringar där människor såg hinder, och betona det som mottogs väl. Sedan är det dags att iterera! Skapa en ny och förbättrad prototyp som du kan dela, eller bygg vidare på din befintliga prototyp. Att gå genom flera återkopplingscykler kommer att vara en god hjälp för dig att förbättra ditt koncept. Du kommer att lära dig mer om detta i kommande steg.



Ett team diskuterar återkoppling och jämför slutsatser kort efter att de har testat en prototyp.



REDO ATT SAMMANSTÄLLA ÅTERKOPPLING?

Gå till övningsboken, kapitel 4, övning 3, sidan 45

STEG 3

GENOMFÖR EN MINI-PILOT

En minipilot genomförs mellan utarbetandet av en prototyp och implementeringen av en idé. Medan en prototyp konkretiserar en idé, är minipiloten ett sätt att utveckla din prototyp till en upplevelse för användarna. Den ger dig en chans att förbättra din idé innan du fullt ut satsar på den och presenterar den för dina användare. Här följer en bred översikt av vad som är viktigt att komma ihåg när du ska genomföra en minipilot på ditt bibliotek.

“
Du har en prototyp med ett syfte: se prototyperna som inlärningsverktyg - detta är inte slumpmässigt undersökande, det är undersökande med ett syfte och en hypotes om vad som kommer att hända.

Ett team från Aarhus kommunes biblioteker

”

Utforma en minipilot

Det finns flera sätt att utforma din minipilot på. Du kan ha ett endags- eller entimmes pop-up-evenemang för att engagera användare i din idé: du kan också genomföra ett evenemang över flera dagar eller ett längre löpande experiment. Viktigast av allt är att du prövar en hypotes och besvarar nyckelfrågor som hjälper dig att vidareutveckla idén.

UTVECKLA EN HYPOTES

Med tanke på vad du nu vet om prototypen, dina användare och beteenden, vad förmodar du kommer att hända under minipiloten? Vilken är den idealiska händelseutvecklingen? Din hypotes kanske inte alltid kommer att stämma, men den kommer att hjälpa dig formulera mål, antaganden och förväntningar.

UTARBETA NYCKELFRÅGOR

Detta är avgörande – att arbeta utan nyckelfrågor är att testa utan målbild. Bara några få nyckelfrågor som du vill utforska kommer att ge dig mer klarhet i vad som behöver göras för din minipilot. En av de vanliga fallgroparna när man skapar en minipilot efter de inledande prototyperna är att man tror att den måste vara utarbetad eller högteknologisk. Det är en missuppfattning! Se istället på ditt experiment som ett verkligt fokuserat försök, specifikt utarbetat för att besvara dina nyckelfrågor.

Fundera på följande när du utvecklar dina nyckelfrågor:

- Vad är viktigast att lära sig för att förbättra din idé?
- På vilken del av idén känner du dig mest osäker? Hur kan detta utvecklas till en nyckelfråga?
- Vilka antaganden är inbyggda i din minipilot? Hur kan dessa omvandlas till nyckelfrågor, så att du inte antar någonting?

STEG 3: GENOMFÖR EN MINIPILOT

EXEMPEL

Ett team från IDEO.org skapade ett vatten-, närings- och hälsoföretag med tre komponenter: en dörr-till-dörr-försäljare, en lokal kiosk där människor kunde registrera sig för vattenleverans och hälsoprodukter, och en leveranstjänst som levererade rent vatten direkt hem till kunderna.

De skapade tre minipiloter som testade dessa idéer mer i detalj, under loppet av flera dagar. För att få ut mesta möjliga av sin undersökning fokuserade de på följande nyckelfrågor:

1. Vill människor bara dricka vatten, eller vill de ha tillgång till rent vatten för att kunna utföra andra uppgifter också (tvätt, städning och matlagning?)
2. Är människor villiga att betala för något i förväg utan att de har möjligheten att se det (t.ex. betala för vatten som levereras följande dag?)
3. Är det en bra idé att sälja hälso- och näringsprodukter tillsammans med vatten?

I slutet av minipilotens första dag hade de 10 vattenbeställningar att leverera till betalande kunder, och lärde sig massor från denna första grupp av kunder. Eftersom de utvecklade en uppsättning med specifika och fokuserade nyckelfrågor innan de påbörjade undersökningen, kunde de koncentrera sig på svar och lärdomar som ledde dem till nästa iteration.



Försäljare för Smart Life business.

DEFINIERA KONTEXTEN

Planera platsen för din minipilot. I motsats till en prototyp, måste din minipilot vara rotad i en relevant kontext. Om du t.ex. designar för digitala läskurser för tonåringar på biblioteket kan du genomföra din minipilot i ett datorlabb eller på en plats med åtkomst till digitala resurser. Tänk på följande när du funderar på kontexten för din minipilot:

- Baserat på dina nyckelfrågor, är det bäst att minipiloten äger rum inne på biblioteket eller utanför?
- Om du väljer en specifik filial för din minipilot, tänk på din målgrupp. Vart är det mest sannolikt att de går?
- Var har du mest resurser och undersökningsmöjligheter? Tänk på en kontext där du kommer att ha större handlingsfrihet och större möjlighet att ta risker.
- I vilken kontext är det mest sannolikt att du kommer att kunna engagera användare? Eftersom du vill öka dina chanser till att få bra återkoppling kanske du vill välja en kontext där användarinteraktion redan sker naturligt.



För att bättre förstå filialkontexten för sin nästa minipilot, besökte medlemmar från ett team vid Chicago Public Library filialen i förväg för att planera för hur deras idé skulle kunna anpassas till det befintliga rummet.

STEG 3: GENOMFÖR EN MINIPILOT

IDENTIFIERA RESURSER

Din minipilot kommer att kräva resurser. Fundera över vad du kommer att behöva medan du planerar. Ofta kräver en minipilot mer ansträngning och mer resurser än en enkel prototyp, eftersom den innebär att realisera en idé för en användare som ska fungera utan mycket förklaring. Eftersom den också kommer att äga rum direkt och i realtid i din miljö kommer du kanske även behöva informera och involvera övrig personal och övriga intressenter i minipiloten. Ta reda på följande när du samlar in resurser till din nästa iteration:

- Vilka tillstånd behöver du för att få komma igång? Kan du engagera andra så att de känner sig involverade på ett positivt sätt?
- Vem kommer du att behöva ge förhandsinformation? Påminn alla som är skeptiska om att detta är ett tillfälligt projekt och att vissa tjänster måste förbättras, annars händer ingenting, och det kommer råda status quo. Och det är inte vad design thinking handlar om!
- Vems tid behöver du ta i anspråk och schemalägga? På vilka tider kommer du att genomföra din minipilot och behöver den bemannas eller underlättas på något sätt?
- Vilket ytterligare material behöver du? Tänk återigen på vad du som minst behöver för att verkställa idén, baserat på de frågor som du försöker besvara.

SKAPA EN PLAN

Till att börja med vill du också skissa en plan.

Gå tillbaka till din tankekarta som du gjorde när du först började skapa en prototyp. Du avsatte tid och lärde dig förhoppningsvis en del nytt om vad som fungerade och vad som inte fungerade i dessa prototyper. Nu är du redo för att potentiellt kunna integrera fler av dessa moment, förankrat i de prototyper som du har gjort.

Nästa steg ska innehålla följande framsteg: Din minipilot ska förbättras och integrera de prototyper som du redan har gjort, och du ska utforska hur du kan bygga andra delar av kartan för att skapa en mer fullständig användarupplevelse. Det kan även vara användbart att omformulera din tankekarta så att den passar andra ramverk för undersökande design.



REDO ATT UTFORMA EN MINI-PILOT?

Gå till övningsboken,
kapitel 4, övning 4, sidan 46,



EN NÄRMARE TITT:

MINI-PILOTDESIGN

Del 1 av 4

Eftersom du redan har en tankekarta för din idé kan du använda följande ramverk för att vidareutveckla dina tankar medan du planerar din minipilot. Dessa ramverk hjälper dig att visualisera upplevelser, så att du kan se på din idé utifrån ett övergripande perspektiv.

ANVÄNDARRESA



Ditt koncept kanske redan har med en löst sammansatt serie händelser: användarresan. Genom att kategorisera delar av en upplevelse i dessa tillfälliga moment, kan du vara säker på att ditt team noggrant överväger hela upplevelsen och inte bara skapar prototyper av upplevelsen. Här är ett exempel på en uppsättning faser i en användarresa:

LOCKA

Hur skapar du medvetenhet för din idé hos användaren?

- Vad gör den tilltalande för din användare?

SÄTT IGÅNG

- Hur är upplevelsen för en användare som ser ditt koncept för första gången?
- Vad är det första intrycket?

ENGAGERA

Hur interagerar användaren med din idé?

- Vilka är de funktionella och känslomässiga fördelarna med att använda din idé?

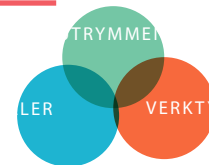
AVSLUTA

- Vad händer i slutet av upplevelsen?
- Vilken känsla dröjer sig kvar hos användaren?

UTÖKA

- Vad händer med användaren efter att den har använt ditt koncept eller din idé?
- Hur kan din användare fortsätta använda ditt koncept?

TJÄNSTERAMVERK



Om du designar en tjänst på biblioteket kan det vara användbart att kartlägga din minipilot i termer av ett tjänsteramverk. Vi tror att alla tjänster huvudsakligen består av tre komponenter: rum, roller (människor) och verktyg. Om du ser till att ha tänkt på alla tre delar som en del av din tjänst, kan det vara en garant för att du noggrant har tänkt genom hela användarupplevelsen i din tjänst.

RUM

Vilka rum tar din tjänst i anspråk?

Hur ser miljön ut, hur känns den, hur fungerar den?

ROLLER

Vem kan underlätta användningen av tjänsten?

Finns det befintliga eller nya roller involverade i tjänsten?

Kräver din tjänst någon rollutbildning?

VERKTYG

Vilka verktyg och resurser kommer din tjänst att kräva?

Är verktyg inbyggda eller inbäddade i rummen eller i rollerna på något sätt?



En exempelgrupp visade en liknande användarresa med skisser och idéer för varje del av resan.



EN NÄRMARE TITT: MINI-PILOT DESIGN

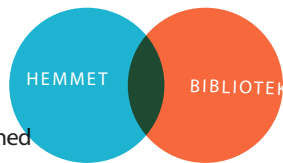
Del 2 av 4

VENNDIAGRAM ÖVER HEMMET/ BIBLIOTEKET

Ett annat väldigt enkelt sätt att kartlägga din minipilot är att fundera över ur den kan påverka användaren både hemma och på biblioteket. Ofta tänker du att användare alltid befinner sig i biblioteksmiljön, men det kan vara väldigt användbart att föreställa dig hur din minipilot fungerar även när de är hemma. Rita ett venndiagram med en cirkel som representerar "hemmet" och en annan som representerar "biblioteket" och fundera igenom följande frågor.

HEMMET

- Hur kan användare få tillgång till information om din idé hemifrån?
- Hur kan användare hålla sig uppkopplade till ditt koncept hemifrån?
- Hur talar användare om konceptet med sina vänner och familjer?



BIBLIOTEKET

- Hur kan användare engagera sig i din minipilot på biblioteket? På hela biblioteket?
- I vilken form möter användaren minipiloten?

EXEMPEL

CHICAGO PUBLIC LIBRARY:S POP-UP-EVENEMANG FÖR TONÅRNINGAR

Ett team vid Chicago Public Library hade designutmaningen att skapa fler aktiviteter för att locka ungdomar till biblioteket. Genom användarintervjuer drog de slutsatsen att ungdomar behöver tillräckligt mycket struktur för att fortsätta vara engagerade, men även en del frihet för att utforska och improvisera – ungdomarna behövde en balans mellan strukturerade och ostrukturerade aktiviteter. Under en skapardag skapade teamet en mobilt scen för tonåringar, som erbjöd både struktur och frihet på ett sätt som uppmuntrade självuttryck. Sedan intervjuade de ungdomar för att få återkoppling på sin inledande idé. Baserat på denna återkoppling, började deras idé utvecklas till en upplevelse som liknade ett medialabb, där ungdomar kunde umgås och testa nya former av digitala och analoga medier.

I sitt arbete med att överföra det de lärde sig i sin första prototyp



Matthew, en av medlemmarna i projektteamet, talar med övrig bibliotekspersonal om deras inledande prototyp, som innehöll gardiner som skulle föreställa väggar, och kartonglådor som skulle föreställa högtalare.

till en minipilot, lade teamet tid på att utveckla en hypotes och utforma nyckelfrågor. Nedan följer några av dessa frågor: Är tonåringar intresserade både av analogt och digitalt baserade aktiviteter? Hur mycket underlättande behöver ungdomarna? Hur mycket tid krävdes för att biblioteket skulle kunna ordna ett evenemang som detta?

De genomförde sin första minipilot på ett filialbibliotek i Chicago.



Matthew, en musikälskande bibliotekarie, visar tonåringar hur de kan göra musik med en iPad under teamets första minipilot.



EN NÄRMARE TITT: MINI-PILOT DESIGN

Del 3 av 4

De förberedde ett multifunktionellt rum med stationer för digital musik, ett selfiebås, en målarstation, och en station med en manuell skrivmaskin. Varje station bemannades av en bibliotekarie som hjälpte till att på ett försiktigt sätt underlätta aktiviteterna.

Till teamets förvåning var inte ungdomarna särskilt intresserade av digital media, utan ville måla och leka med skrivmaskinen. Ungdomarna drogs till de aktiviteter som inte krävde mycket stöd från bibliotekarierna. De insåg också att de typer av aktiviteter som erbjöds sannolikt skulle ha ett samband med vad för fritidsaktiviteter som erbjöds i ett visst område, och att aktiviteterna i labbet skulle komplettera redan befintliga fritidsaktiviteter. Efter att ha sammanställt sina lärdomar började teamet att planera sin nästa iteration.

För nästa iteration vidareutvecklade teamet sitt koncept genom att lära sig mer om det utvalda bibliotekets lokala kontext, och de inrättade ett rum med aktiviteter som var mindre digitala och mer analoga. En av de aktiviteter som ungdomarna gillade var väggmålning med tvättbar färg.



En tonåring målar en vägg med tvättbar färg vid teamets andra undersökning vid filialbiblioteket Legler i Chicago.



Teamet kom fram till att mer analoga aktiviteter, som målande och historieberättande med en skrivmaskin, var nya för de tekniskt kunniga tonåringarna, och var de populäraste aktiviteterna för dem under eventet.

Teamet observerade att ungdomarna gillade känslan av att bryta mot reglerna, och att göra någonting på biblioteket som de inte hade möjlighet till hemma – att måla på väggarna med vad de ville!

Teamet fortsatte iterera och utvecklade ett ungdomsprogram som de döpte till Make Noise, ett fritidsaktivitetsprogram där ungdomar kunde umgås och vara kreativa. Programmet pågick under en dag i veckan på ett filialbibliotek. Utifrån dessa erfarenheter har teamet kunnat vara med och skapa en grupp tonårsbibliotekarier på Chicago Public Library, och de har hjälpt till att handleda andra bibliotekarier som vill utveckla program för tonåringar.

MAKE. NOISE.

TEENAGERS JOIN US TO...

HANG OUT.

MAKE.

CREATE.

Tuesdays
January 21-February 11
3:30-5 p.m.

West Belmont Branch
3104 N. Narragansett Avenue
60634
(312) 746-5142

City of Chicago Mayor RAJESH RAJESH
Chicago Public Library
chicagopubliclibrary.org

Please call for accessibility: (312) 746-4251 / TDD (312) 746-4064 / TTY

Please consider the environment when disposing of this material. - Recycle. Recycle.

En affisch gjorde reklam för det pågående tonårsevenemanget.

STEG 4

BEDÖM DINA FRAMSTEG

Efter att du har samlat in din användaråterkoppling, och efter att du har observerat användarna i kontexten med din minipilot, ska du sammanställa informationen för att utvärdera dina framsteg. Mycket av iterationsfasen handlar om att vara reflekterande; du kommer konstant att använda dig av återkoppling, och arbeta med ditt team för att bygga vidare mot nästa iteration. I detta skede rekommenderar vi även att du bedömer de praktiska begränsningarna, eftersom du snart kommer att börja tänka på hur du kommer att kunna slutföra din minipilot och hur du vill implementera dina idéer på ett mer permanent sätt.

Integrera direktåterkoppling

STEG
4 av 4

En stor mängd arbete har investerats i att utveckla din idé, och det är nu dags att hålla farten uppe genom att reflektera över vad du har lärt dig och använda den informationen för att förbättra din idé.



Nicole Steeves, bibliotekarie vid Chicago Public Library, ger en rundtur i ett nyskapat rum för studier i engelska språket, och tar emot direktåterkoppling från en grupp språkhandledare.

STEG 4: UTVÄRDERA DINA FRAMSTEG

GRANSKA LÄRDOMAR

Jämför anteckningar på samma sätt som du gjorde efter att du hade fått återkoppling på dina inledande prototyper. Eftersom du i en minipilot har haft mer tid att observera användare i sina naturliga kontexter, är det viktigt att inte förbise de subtila signalerna kring hur de interagerade med din idé. Anteckna under ditt samtal. Överväg att använda följande punkter:

- Vad värdesatte deltagarna mest?
- Vad engagerade dem?
- Vad skulle kunna övertyga dem om idén?
- Vilka delar av idén skulle deltagarna vilja förbättra?
- Vad fungerade inte?
- Vad kräver vidare utredning?

LETA EFTER DET OVÄNTADE

Ett av de mest produktiva sätten att reflektera över din minipilot är att leta efter förvånande eller oväntade beteenden hos användarna. Om en användare interagerade med undersökningen på ett sätt som du inte avsåg, eller som du inte förutsåg, kan det beteendet ofta vara mer användbart än om användarna hade agerat som förväntat. Diskutera med ditt team om någon lade märke till oväntade beteenden från användare under minipiloten. Observationerna kan innehålla nyanser som gångvägar, ansiktsuttryck, kroppsspråk osv.

GRANSKA DINA NYCKELFRÅGOR

Gå tillbaka till dina nyckelfrågor som du utvecklade när du utformade din minipilot. Vilka frågor har du besvarat och vilka kvarstår fortfarande? Vilka frågor kan ha ändrats, baserat på det du har lärt dig så här långt? Vilka nya frågor har uppstått, baserat på din senaste minipilot?

IDENTIFIERA KOMMANDE STEG

Titta på din tankekarta och eventuella ramverk som du utvecklade när du designade din minipilot. Diskutera med ditt team hur du skulle vilja gå vidare till nästa iteration. Fundera över frågor som:

- Vad känns önskvärt, genomförbart och lönsamt för både användarna och biblioteket?
- Vilka delar av minipiloten svarar bäst upp mot den ursprungliga designutmaningen?
- Vad behöver vi fortfarande lösa som team?



REDO ATT INTEGRERA ÅTERKOPPLING?

Gå till övningsboken, kapitel 4, övning 5, sidan 49

STEG 4: BEDÖM DINA FRAMSTEG

Omvärdera ditt koncept

Du har nu sammanställt återkoppling från din minipilot och utvecklat din idé hela vägen från din ursprungliga designutmaning, genom inspirations-, idéutvecklings- och nu iterationsfasen. Gratulera ditt team till att ha arbetat igenom hela design thinking-processen. Detta är ett gigantiskt första steg mot en förändring på ditt bibliotek.

I nästa kapitel kommer du att lära dig mer om hur du ska implementera din idé som ett arbetsprogram, en tjänst eller ett rum, vid sidan av det redan existerande arbetet på ditt bibliotek. I allmänhet krävs det flera omgångar av pilotarbete och reflekterande innan du kanske är redo att fundera på implementering. Tveka inte att granska de första faserna i processen – inspiration och idéutveckling – och återanvänd dessa metoder för att iterera din väg framåt. Ta nedanstående punkter i beaktande när du omvärderar ditt koncept:

VAR FÖRSIKTIG MED ATT INTEGRERA HELT NYA IDÉER.

Din minipilot kan ha gett upphov till idéer som hör ihop, men som ändå är helt separata. Vi uppmanar dig att fånga de idéerna och spara dem till ett senare tillfälle, snarare än att försöka integrera dem i din befintliga minipilot. Det är frestande att kasta in så många nya idéer som möjligt för att se vilka användarna fastnar för. Faran är att du förlorar fokus på din huvudsakliga uppgift och på huvudfrågorna som du vill besvara med din minipilot. Överväg istället att testa dessa idéer senare, eller kanske parallellt med ett annat projektteam.

UNDERSÖK OMFATTNINGEN

Tänk på den ursprungliga omfattningen, eller undersökningsbredd, för ditt projekt. Har den utökats eller komprimerats? Om den har utökats, fråga dig själv om du fortfarande har tillräckligt med fokus för att arbeta direkt mot din ursprungliga designutmaning. Om den har komprimerats, fråga dig själv om du kommer att få så stor påverkan på dina användare att du känner att din idé kommer att göra skillnad. Beakta: Går den att implementera? Är den tillräckligt genomarbetad för att lanseras?

SÄTT UPP MÅL

Kom i håg att målen och hypoteserna för din minipilot kan förändras till följd av flera iterationer. Vid sidan av detta kommer dina idéer om vad som gör en minipilot framgångsrik också att ändras. Inom bibliotekssfären brukar framgångsparametrar ofta kunna kokas ner till kvantitativa åtgärder som bokutlåning och programdeltagande. Andra framgångsindikatorer är dock lika viktiga, om inte ännu viktigare, för utvecklingen av din idé. Börja utvärdera undersökningen från din minipilot genom att använda andra slags meningsfulla parametrar som:

- Samtalslängd mellan bibliotekarie och användare
- Antal användare som har engagerats via hörsägen
- Antal förstagångs-användare på biblioteket
- Antal nya relationer som har uppstått mellan bibliotekarier och användare

“

Dina första idéer är sällan de bästa, så ett sätt att förbättra saker är att prova sig fram mot en bättre framtid.

En ledare från Chicago Public Library

”

STEG 4: UTVÄRDERA DINA FRAMSTEG

OUR LEARNINGS

- Trusted adults build connections with teens
- Low barrier activities are important to build engagement
- Teens were unaware that you could do these kinds of activities in the library
- Library staff needs to be nimble and flexible when presenting services for teens.
- Socializing needs to happen alongside activities

Ett team som fokuserade på programmering för tonåringar, höll koll på sina framsteg med hjälp av en lista som tydligt angav de viktigaste lärdomarna. Ett tips är att du organiserar dina lärdomar över tid så att du tydligt kan formulera framstegen för externa intressenter.

LÄRANDE ÄR NYCKELN TILL FRAMGÅNG

Vi uppmuntrar dig att seantalet lärdomar från varje minipilot som nyckeln till att mäta framgång. Du kan ha en minipilot som drar hundratals användare men som ändå är misslyckad om teamet inte lärde sig någonting nytt av erfarenheten. På samma sätt kanske din minipilot bara drar ett fåtal användare, och den påverkar inte lånestatistiken. Men om du har lärt dig mer om dina användare och om hur du kan förbättra din idé är det ändå en framgång.

TEAMLEDARE

PLANERA FÖR FORTSATT UNDERSÖKNINGAR

Minipiloter kräver olika resurser och förmågor, nämligen pengar, tid och människor. När du planerar dina kommande frågor och minipiloten för att få svar på dessa frågor, bör du börja skapa en plan för hur du kan arbeta effektivt och produktivt med testning som pågår under en längre tid.

UPPSKATTA TIDSRAMAR

Ange hur mycket tid du behöver för att skapa nästa iteration av ditt koncept. Behöver du tid för förberedelse? Behöver någon utbildas? Vill du använda en befintlig mötestid på ett annat sätt? Vid det här laget kommer du veta mycket mer om hur mycket tid det krävs för att skapa en minipilot med ditt team.

ANGE MATERIAL

Gör en lista över allt material du kommer att behöva för att förändra eller iterera ditt koncept. Finns materialet på ditt bibliotek? Behöver du köpa några nya saker?

GÖR EN EKONOMISK KALKYL

Vi vet att pengar kan vara en bristvara på bibliotek. Låt dig inte nedså av det. Många idéer kräver inte mycket pengar, ibland inga alls. Brainstorma runt hur din idé kan realiseras med begränsade medel som utgångspunkt, som en brainstormingsutmaning. Överväg också möjligheterna att flytta medel från befintliga budgetar. Fundera på kreativa sätt att skaffa pengar eller använd befintliga resurser.

“

Många piloter tillsammans kan skapa mycket stor inverkan. Behåll fokus på din designutmaning och din designavsikt genom de många iterationerna, och kör på!

En design thinking coach

”



REDO ATT OMVÄRDERA DITT KONCEPT?

Gå till övningsboken,
kapitel 4, övning 6, sidan 50



FALLSTUDIE Nr.. 1

“Swipe Sense”

UTMANINGEN

Vi går till sjukhus med förhoppningen att bli friska. Men i många fall, blir man bara sjukare. Enligt Centers for Disease Control and Prevention, drabbas över 2 miljoner amerikaner varje år av sjukhusförvärvade infektioner, vilket årligen resulterar i 100 000 dödsfall och över 30 miljarder \$ i kostnader för sjukvårdssystemet. Experterna är överens: enda sättet att förhindra sådana onödiga infektioner är att förbättra sjukhuspersonalens handtvättsvanor. Mert Iseri och Yuri Malina, med examen från Northwestern University, grundade SwipeSense, Inc. 2012, med målet att skapa incitament för god handhygien, med hjälp av smarta bärbara geldispensrar och en webbaserad övervakningsplattform.

ÖVERSIKT

Medan sjukhus har många gemensamma tvättställ och tvåldispensrar, används de helt enkelt inte av tidspressade vårdgivare, och övervakning av handtvätt görs fortfarande manuellt med penna och papper. För att komma underfund med varför efterlevnaden är så låg, tillbringade Mert och Yuri veckor med att observera personal vid North Shore University Health System. De noterade att medicinsk personal torkade av sina händer på sina arbetskläder, vilket ledde till en viktig insikt för att brainstorma kring möjliga lösningar.

SwipeSense samarbetade med IDEO för att skapa prototyper på alternativa produkter och förhållningssätt i både den fysiska och den digitala sfären. Teamet arbetade tillsammans med att testa fler än 70 designiterationer. Målet förblev detsamma – eliminera infektioner på sjukhuset – förändrades projektets omfattning för varje iteration. Utöver att skapa själva handtvättsanordningen, undersökte teamet hur man kunde skapa mervärde för SwipeSense och sjukvårdssystemet i stort genom att få fram mer data om handtvätt.



Teamet skissade upp en mängd olika möjliga iterationer.

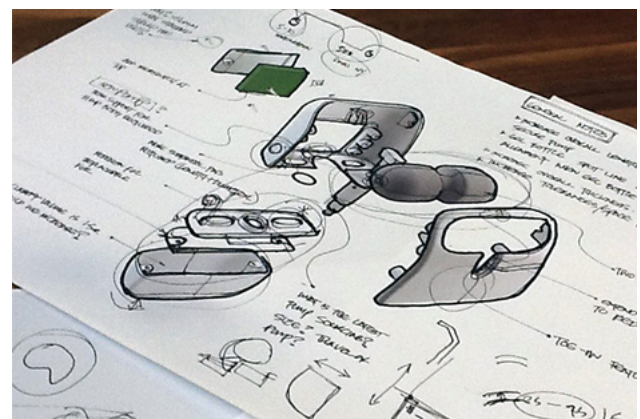
VARFÖR ITERATIONSFASEN VAR VIKTIG

Mert skissade upp SwipeSenses' fyra iterationssteg: Första steget var att upptäcka en vanlig ovana: Människor torkar av händerna på sina byxor för att "tvätta" dem. Iseri och Malina kom med idén att bygga vidare på den ovanan för att skapa en handtvättslösning. Teamet behövde ett snabbt och enkelt sätt att konkretisera sin idé, så den första prototypen bestod av toppen på en deodorantflaska, fäst på byxorna, som de kunde torka av händerna på. Sedan betraktade de sina användare, sjukhuspersonal, och såg dem testa olika prototyper för att förstå vad som fungerade och vad som inte fungerade.

“Det är en process som böljar fram och tillbaka. Du måste vara ödmjuk nog att erkänna att din första idé förmodligen är en dålig idé,” säger Mert och tillägger, “Skapa bara så mycket som du behöver för att kunna använda den i praktiken, och bekymra dig inte så mycket om att hitta ett svar, utan ansträng dig för att ställa en bättre fråga.”

Från observationer av användare som interagerade med prototypen, rörde sig teamet i en riktning som baserades på “svep för att trycka.” Sedan designade de systemet genom att skapa en geldispenser med en funktion som samlar in sanitetsdata. I varje skede förändrades både frågorna och projektets omfattning. Slutligen handlade projektet inte enbart om handrengöring, utan om den medicinska yrkesgruppen i stort.

I takt med att de fortsätter att iterera prototyper, fortsätter de att designa mot ett mål som är lönsamt, pålitligt och kommersiellt önskvärt. Men som Mert vidhöll, “arbetet är inte över förrän du har löst problemet. Det kommer aldrig att finnas någon slutgiltig version, eftersom universum är i ständig förändring, och vi kommer alltid att behöva göra vår produkt mer värdefull.” Eftersom SwipeSense lanserade en patentsökt produkt 2013 – med en användarvänlig design som är lätt att sätta fast på sjukhuskläder och som registrerar när användare tvättar sina händer – vet teamet att de kommer att fortsätta iterera. Deras slutliga mål: att förhindra 100 000 onödiga dödsfall varje år.



En tidig prototyp på SwipeSense.

FALLSTUDIE Nr.. 2

“IT i biblioteksmiljön”

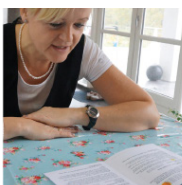
Sida 1 av 2

UTMANINGEN

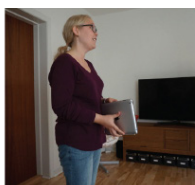
På biblioteket i Aarhus påbörjade teamet en utmaning inom design thinking med följande fråga: Hur kan vi förbättra de tekniska färdigheterna hos människor som har flera olika kunskaper och erfarenheter?

ÖVERSIKTEN

Teamet påbörjade projektet genom att intervjua många olika biblioteksanvändare som hade en rad tekniska färdigheter. För att få flera olika perspektiv talade teamet med flera biblioteksanvändare och icke-användare, däribland en mamma som knappt använde någon teknik alls (hon skickade ingen e-post, och hon visste inte hur man laddar ner appar t.ex.), och en ung yrkesmänniska som var mycket tekniskt kunnig. De genomförde även expertintervjuer med en tekniskt ansvarig bibliotekarie, samt med stadsarkivets chef. Till var och en av dessa intervjuer formulerade teamet Hur kan vi-frågor som ringade in behoven hos dessa användare, inom ramen för den större designutmaningen.



EVA, 39
Why: A total beginner, doesn't have email.
I: HMW create a service which will improve IT skills for total beginners?



BRITT, 34
Why: Uses almost all media
I: HMW create a social aspect to media consumption in the library?



STEEN, 37
Why: Has a library, never goes to the library.
I: Does self-sufficiency negate engagement with the library?

En sammanställning av några av användarintervjuerna som IT-teamet genomförde, med en nyckelfråga från varje intervju

En av de större insikterna som teamet kom fram till var faktumet att det var många fler nybörjare på teknik än vad teamet ursprungligen hade förutsett. De hade antagit att gruppen "nybörjare" huvudsakligen bestod av äldre medborgare. När de besökte Eva, mamman som inte använde e-post regelbundet hemma, noterade de att hon hade en broschyr om ett teknikfärdighetsprogram på biblioteket, men att den riktade sig till äldre medborgare. Eva kände sig obekvämd med att delta eftersom hon inte ingick i den avsedda målgruppen. Dessutom ville andra användare ha rekommendationer på appar för att hålla sig uppdaterade kring ämnen som böcker, men de ville att rekommendationerna skulle komma från en betrodd rådgivare med ungefär samma smak som dem.

Med koncepttiden "4 bra appar", lade IT-teamet ut flygblad på ämnesrelaterade platser; t.ex. lades detta blad om 4 bra matlagningsappar ut i avdelningen för kokböcker.



Dorthe, bibliotekarie i Aarhus, till vänster, hjälper en användare i minipiloten med iPad Spa.

Baserat på dessa insikter, skapade teamet en inledande idé som de kallade iPad Spa, ett område på biblioteket dit människor kunde ta med sin iPad, lära sig om dess funktioner och ladda ner nya appar. Spa-metforen användes eftersom tjänsten skulle vara en personlig interaktion, en mot en, mellan bibliotekarie och användare. Genom undersökningar kom de snabbt fram till att deras medvetandekampanj – där de la flygblad i böcker för att göra reklam för tjänsten – inte var effektiv, och att den timplånga sessionen var för lång för användarna. Dessutom förändrades tjänsten snabbt i riktning mot en IT-workshop, en befintlig IT-hjälptjänst, istället för en tjänst där man rekommenderade appar.

I nästa iteration fokuserade IT-teamet mer medvetet på personalens rekommendationer. De gjorde en prototyp på en idé om att kommunicera "4 bra appar," och istället för att lägga flygblad i böcker placerade de ut dem strategiskt i hela biblioteket i relevanta avdelningar.



FALLSTUDIE Nr.. 2

“IT i biblioteksmiljön”

Sida 2 av 2

De talade med biblioteksanvändare i form av snabba intervjuer. IT-teamet lärde sig att användarna tycker om att diskutera intressanta appar, som de använder själva och vilka appar andra användare rekommenderar.



IT-teamet genomför snabbintervjuer för att prata om hur människor reagerar på "4 bra appar."

Dessa observationer hjälpte teamet med den tredje iterationen, ett koncept för samtal om sociala appar. En bibliotekarie underlättade ett samtal om appar mellan användare, och slapp på så sätt kravet att själv vara expert på området, och användarna fick ett forum för att jämföra anteckningar sinsemellan om olika appar. Teamet lärde sig att dessa sociala samtal var mer livliga och avslappnade än IT-hjälpsessionerna, där bibliotekarier erbjöd hjälp en och en. Att involvera flera användare på det här sättet kändes mer informellt och engagerande. Teamet har nu anammat dessa underlättade samtal i flera av sina IT-hjälpprogram. Det har gett användarna ett mer bekvämt forum där de kan lära sig av varandra, istället för att förlita sig enbart på en bibliotekarie.



Användare diskuterar appar under IT-teamets serie "samtal om sociala appar"

VARFÖR ITERATIONSFASEN VAR VIKTIG

Teamet i Aarhus gick igenom flera iterationer av sin minipilot och skapade snabbt prototyper baserat på lärdomarna i deras senaste iteration. På detta sätt kunde de komma underfund med vilka delar av prototypen som människor svarade bra på, och sedan förstärka egenskaperna för dessa i nästa iteration. "Var inte rädd för att utveckla din designutmaning" säger teamledare Marianne Krogbaek. "Den kan förändras beroende på användarinput, och du vill vara säker på att du fortfarande brinner för den."

Marianne och hennes team gick igenom processen med vetskap om att deras första idé sannolikt inte var den bästa. Men istället för att planera en serie av formella händelser, och istället för att lägga ner massor av resurser i planeringen av det pågående "iPad Spa", använde de istället design thinking för att testa konceptet i en enkel miljö, på ett enkelt sätt, med få användare. Det ledde till en rad lärdomar genom deras iterationer, som nu integreras i många av deras IT-erbjudanden.

"Våra iterationer drevs inte bara av användarna, utan även personalen var inblandad," säger Marianne. Att ha ett utökat team av övrig personal accelererade inte bara lärdomarna och produktionsprocessen som krävs för att genomföra minipiloter; det undersökte även hur personal skulle kunna upprätthålla dessa tjänster över tid. I en slutlig anteckning ger Marianne följande råd: "Se bara till att lämna ditt skrivbord eller ditt projektrum! Du kommer att lära dig så mycket mer av att visa en prototyp eller genomföra en minipilot med dina användare än vad du skulle ha gjort i ditt personalmötesrum."

Referenser

LÄS

DESIGN THINKING FOR
EDUCATORS TOOLKIT, 2:A UPPLAGAN

Undersöknings- och utvecklingskapitel
<http://www.designthinkingforeducators.com/>

METODER FÖR ATT IMPLEMENTERA DESIGN KIT
<http://www.designkit.org/methods>

KURSER I AFFÄRSIDÉUTVECKLING OCH SOCIAL
INNOVATION

Kurs 4 Litteratur: Prototyp

Idéutvecklingsfasen i praktiken

· The Pepper Eater Team arbetar på landsbygden i Etiopien för att skapa ett enkelt verktyg som drastiskt förbättrar chilipepparbearbetningen. Läs mer om de prototypskaparmetoder som teamet använder som en del av den människo-centrerade designprocessen:
<http://bit.ly/MiJSC4>

· MIT:s Kevin Kung arbetar med ett projekt i Kenya för att omvandla organiskt avfall till kol. Läs mer om Kevins resa genom prototypskaparp-processen inom människo-centrerad design här:
<http://bit.ly/HCDinKenya>

SE

DESIGN THINKING FÖR UTBILDARE
IDEO:S LEKSAKSLABORATORIUM
PROTOTYPSKAPAR EN
NY ELMO-APP

<http://www.youtube.com/watch?v=-SOeMA3DUEs>

EDUTOPIA KURS I DESIGN THINKING FÖR
UTBILDARE: VECKA FYRA

Hur realiserar du idéer?

<http://www.edutopia.org/design-thinking-for-educators-experimentation-evolution-week-four>

ITERERA, ITERERA, ITERERA

Gaby Brink, grundare av och chefsdesigner vid Tomorrow Partners, och Vd för Sparkwise, diskuterar betydelsen av iteration på Design Kit.
<http://www.designkit.org/mindsets/7>

LÄR AV MISSLYCKANDEN

Tim Brown, vd för IDEO, diskuterar utformning av undersökningar i Design Kit.
<http://www.designkit.org/mindsets/1>

KAPITEL

5

SKALA UPP

Att skala upp handlar om att planera och förverkliga din idé på ett mer varaktigt sätt.

Detta kan innebära att du tar din minipilot till flera nya kontexter, eller vidareutvecklar idén för att göra den hållbar i långa loppet. Denna fas hjälper dig att ta undersökandet till nästa implementeringsnivå, men det betyder inte att idéutvecklingen stannar där. Du kommer att lära dig hur man berättar övertygande kring sin idé, gör en långsiktig färdplan, och kontinuerligt styr projektet när det väl är igång och genomförs.

Under denna fas får du också chansen att reflektera kring allt du har lärt dig så här långt, och fundera över hur du kan stötta andra som vill lära sig om processen design thinking.



SKALA UPP

Översikt

STEG 1

BERÄTTA DIN HISTORIA sid. 104

- Skapa en presentation sid. 104

STEG 2

UTVECKLA EN FÄRDPLAN sid. 106

- Gör en plan sid. 106
- Utvärdera resultat sid. 108

STEG 3

FÖRVALTA PROJEKTET sid. 110

- Förvaltningsplan sid. 110

STEG 4

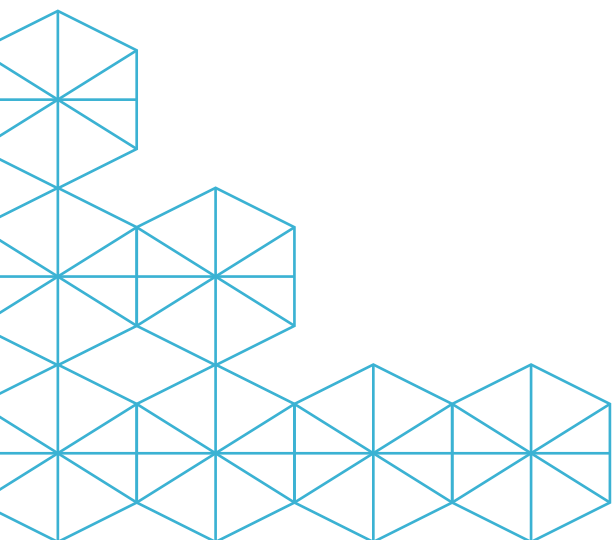
UTVECKLA DETTA VERKTYG sid. 111

- Handleda andra sid. 111
- Dela din återkoppling med oss sid. 112

FALLSTUDIER sid. 113

- Clean Team sid. 113
- Innova sid. 115

REFERENSER sid. 116



STEG 1

BERÄTTA DIN HISTORIA

För att kunna implementera ditt koncept, kommer du sannolikt att behöva samtycke från en större intressentgrupp. Att informera andra om det arbete du har gjort, värdet av din idé, och dess potential i biblioteket är centralt inom design thinking-processen. På IDEO ägnar vi tid åt att utforma den kommunikationen på ett övertygande sätt, så att andra blir inspirerade av arbetet och vill engagera sig. Läs vidare för tips och tekniker som hjälper dig bygga en stark berättelse för att samla ytterligare stöd.

Skapa en presentation

Innan du utformar din presentation, fundera på den stora variation av människor som kommer att utgöra din publik och hur du kommunicerar med dem. Fundera på vem mer utanför ditt kärnteam som behöver höra berättelsen för att kunna hjälpa din idé att växa till full implementering. Ju fler människor du engagerar genom hela systemet, desto fler människor kommer att förstå hur design thinking kan leda till bättre tjänster i biblioteket.

(foto nedan till vänster) Marianne Krogbaek, från Aarhus Kommunes Biblioteker, framför en presentation där hon berättar om framstegen som hennes team har gjort.



REDO ATT SKAPA EN PRESENTATION?

Gå till övningsboken, kapitel 5, övning 1, sidan 53



STEG
1 av 4

STEG 1: BERÄTTA DIN HISTORIA

FOKUSERA PÅ ETT SYFTE

Tänk på din presentation som ett förespråkarverktyg. Du kan använda en övertygande presentation för att:

- Be om ytterligare ekonomiska medel, eller ekonomiskt stöd
- Introducera din idé för möjliga partners
- Reflektera över framsteg i den större organisationen
- Rekrytera fler teammedlemmar
- Skapa mer styrfart åt ditt projekt

TÄNK PÅ PUBLIKEN

Din presentation är ett verktyg för att kommunicera till många typer av intressenter, inklusive:

- Ledningen för din organisation
- Dina användare
- Övriga användare, utöver din målgrupp
- Dina kollegor
- Utökade teammedlemmar som inte har varit starkt involverade i projektet
- Potentiella partners utanför din organisation
- Allmänheten

Skapa en logisk och tillgänglig historia och anpassa utifrån detta din presentation för olika publikter. Kom i håg att presentationen

ska kunna förstås av alla, även de som inte är bekanta med konceptet design thinking.

VÄLJ UT ETT FORMAT

Efter att du har funderat över syfte och publik för din presentation, välj hur du vill presentera den för att nå rätt människor. Ska du hålla presentationen inför en grupp människor? Ska du skicka ut en bildpresentation via e-post? Eller vill du göra både och, och behöver därför en flexibel presentation som kan återanvändas?

ORGANISERA DIN BERÄTTELSE

Skapa en logisk progression i din berättelse genom att använda det föreslagna formatet nedan. Du kanske vill rama in presentationen som en "pitch," eller en kort uppmaning till handling för din publik. En föreslagen presentationssekvens:

- Introducera dig själv:
Vem är du? Vilka är ditt team?
- Definiera din utmaning:
Vilket problem kunde du se, och vilka är användarna?
- Inspiration:
Vem talade du med och observerade, och vilka var de viktigaste lärdomarna av detta?
- Idéutveckling:
Vilka koncept kom du fram till, och hur skapade du prototyper för dem?
- Iteration:
Vilken återkoppling fick du och hur byggde du vidare på denna genom fortsatta undersökningar?
- Agera nu:
Vad ska ditt team göra härnäst?

Ett team vid en skola skapade en "Guide till undersökande inlärning," en broschyr för nya lärare som ville lära sig om aktiviteter inom design thinking.



STEG 2

UTVECKLA EN FÄRDPLAN

Skapa en långsiktig plan genom att börja formulera dina långsiktiga mål. Tänk på följande frågor när du funderar över ditt projekts framtid: Vilka är dina slutgiltiga mål? Hur föreställer du dig att din idé kan bli en del av bibliotekets arbete på ett hållbart sätt?

Skapa en plan

Du kommer nu att behöva utforma en färdplan, eller tidslinje, för att implementera mål. Fundera över milstolpar, eller viktiga mål, och mindre veckomål. De gradvisa förändringarna kommer utan tvivel att ta mer tid i anspråk, men du måste börja någonstans med en plan.

FUNDERA ÖVER KORTSIKTIGA OCH LÅNGSIKTIGA TIDSLINJER

Utmana ditt team att fundera över vad som kan realiseras vid olika tidpunkter. Vad behöver du uppnå på kort sikt? Du kanske behöver två veckor för att skapa en ögonblicksbild över ditt projekt. Men överväg även en längre tidsperiod. Vad behöver du uppnå på ett år? Kanske har du statistik som behöver omvärderas efter sex månader, och sedan igen efter ett år. När du ställer dina framsteg i relation till din tidslinje, kommer du kanske se att din tidslinje förändras beroende på en mängd olika faktorer.

EXEMPEL

I Kambodja noterade ett team från IDE, en internationell ideell organisation, att de flesta av deras lösningar föll när det gällde det "befintliga utbudet" inom innovationsmatrisen, eftersom organisationen har en tydligt definierad målgrupp. Ändå passade lösningarna alltifrån aktuella projekt och program till nya utbudsområden. Teamet identifierade även lösningar som skulle starta i det nedre vänstra hörnet, som anpassningar av befintliga lösningar med befintliga användare, men över tid skulle de hjälpa organisationen att migrera till de andra kvadranterna. Medan många organisationer inledningsvis tilltalar av idén om gradvisa innovationer, kan en innovationsledning som fokuserar på befintliga förmågor, eller som riktar sig till befintliga kunder, vara den starkaste strategin på kort sikt.



STEG 2: UTVECKLA EN FÄRDPLAN

KOORDINERA MILSTOLPAR

Fundera på vilka deadlines eller andra tidsmarkörer som skulle kunna påverka ditt projekt. Finns det t.ex. finansieringscykler som man behöver känna till?

Var och en av dessa presenteras i detalj i följande avsnitt i detta kapitel:

- Styra ditt koncept
- Utforma och berätta din historia för att få samtycke från intressenter
- Bedöma ditt projekts påverkan på bibliotekets arbete
- Organisera ditt projekt över tid

Här är en testplan. Du måste inte följa denna exakt, men den ger en idé om hur du kan skapa din egen plan. Eftersom processen inom design thinking är iterativ och icke-linjär, konceptualiserade vi den som en cyklisk process.

ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN

Vilka är dina huvudsakliga teammedlemmar och vilka är deras roller? Vidareutveckling av roller som ursprungligen var avsedda för teamet, utformande av roller för piloten och för implementeringsfaserna. En person som inledningsvis var skribent kan nu bli officiell dokumentatör på bloggen. Beakta också de roller som dina partners kommer att ta; du kan behöva be dem förespråka och stötta ditt projekt.

PILOT

Nästa steg är att genomföra en pilot. I iterationskapitlet behandlade vi skillnaden mellan prototyper, experiment eller minipiloter och piloter. Som en påminnelse är piloter detsamma som konceptets fulla uttryck. I likhet med en minipilot fungerar den på egen hand, men den är mer funktionell och hållbar så att den kan användas över en lång tidsperiod. Iterationen kan fortsätta under pilotfasen, men du vill försäkra dig om att den senaste iterationen ser ut som och fungerar som den verkliga produkten och att den kan existera vid sidan av andra tjänster. Genom att använda statistik kan pilotundersökningar beräknas och valideras så att du kan samla in bevis på hur ditt koncept påverkar och skapar värde för biblioteket.

Även om man bara ska lansera en liten pilot, är det många saker man behöver tänka på först. Här är några av dem:

- Partners: Vilka partners kommer du att behöva?
Dina partners är intressenter som kommer att hjälpa till med att stötta din process. Det kan vara partnerbibliotek, ledningspersonal, bibliotekschefer eller till och med politiska ledare.
- Personal: Vilka är dina huvudsakliga teammedlemmar och vilka är deras roller?
- Plats: Vad kommer att hända på ditt bibliotek? På ett annat bibliotek?
- Resurser: Vad behöver du till en pågående pilotundersökning?
- Statistik: Hur bedömer du din pilotundersöknings påverkan?



REDO ATT SKAPA
EN FÄRDPLAN?

Gå till övningsboken,
kapitel 5, övning 2, sidan 55

STEG 2: UTARBETA EN FÄRDPLAN

Utvärdera resultat

Statistik är de mätstandarder, med hjälp av vilka man bedömer företeelser som effektivitet, utförande och framsteg. De är ett sätt att mäta resultaten av din pilotundersökning över tid. Att mäta resultat är avgörande för inlärningscykeln. Kan man inte bedöma den påverkan som en lösning har haft, har man ofta inte nog med information att sätta riktningen för kommande designrundor. Att bedöma påverkan är viktigt för alla - implementeraren, finansiären, designteamet och det omgivande samhället. Mätning av resultat hjälper människor att förstå var de bäst kan investera sina resurser. Det är en möjlighet att bedöma och planera för framtiden.

Syftet med statistik är att visa den effekt som din nya tjänst har på bibliotekets arbete. Tänk på vad som behöver mätas i din pilotundersökning för att kunna demonstrera denna effekt. Inom bibliotekssfären brukar ofta framgångsparametrar kunna kokas ner till kvantitativa åtgärder som utlåning och programdeltagande. Andra framgångsindikatorer är dock lika viktiga, om inte ännu viktigare, för utvecklingen av din idé. Vi rekommenderar att du funderar över två faktorer: statistik som din organisation kommer att värdesätta, och statistik som återspeglar det du har lärt dig när du utvecklat ditt koncept.

Undersök följande typer av statistiska indikatorer som du kan använda för att mäta framgång. Med dessa kan du mäta de positiva eller negativa, de avsedda eller icke-avsedda effekterna av din pilotundersökning.



STEG 2: UTVECKLA EN FÄRDPLAN

TYPER AV INDIKATORER

LEDANDE

Det kan ofta ta lite tid innan betydelsen av vissa lösningar blir uppenbar, alltifrån månader till år. I dessa fall, är det till hjälp att hitta ledande indikatorer. Ledande indikatorer är kvantitativa åtgärder som visar en förändring som kan vara nära associerad med ditt projekt.

Om en del av målet t.ex. är att få fler barn att läsa nya böcker, är en ledande indikator antalet utlånade barnböcker under din minipilot. Om ditt mål är att starta en ny bokklubb är en ledande indikator antalet personer som deltar i bokklubbar. Ledande indikatorer kan mätas genom uppgifter som samlas in av biblioteket, som deltagande och utlån. Du kan också samla in dessa data genom undersökning som genomförs i slutet av ett evenemang.

ANALOGA

Ibland är det svårt att se direkt påverkan. Detta gäller i synnerhet när din designutmaning handlar om någonting som inte är omedelbart konkret eller synligt, som att bygga en gemenskap eller förbättra relationer. Försök i dessa fall att hitta en indikator som logiskt sett kan leda dig till att avgöra huruvida ditt mål har uppnåtts eller inte. Om ditt mål t.ex. är att få tonåringar mer delaktiga i ditt bibliotek, kan du mäta hur många tonåringar som får kontakt med varandra och skapar relationer under en workshop eller en kurs. Liknande indikatorer kan samlas in genom intervjuer och observationer.

MEDVETENHET

När ditt mål inbegriper att engagera människor i eller få dem att anta någonting nytt, är första steget att ta reda på om de är medvetna om lösningen eller designen. Att mäta medvetenhet är en bra tidig indikator för att förstå hur stor lösningens påverkan kan bli. Medvetenhet mäts bäst genom en undersökning eller snabba intervjuer på biblioteket.

ENGAGEMANG

Liksom i fallet med medvetenhet är det ofta väldigt meningsfullt att mäta hur många personer som är engagerade i ett nytt program. Om målet t.ex. är att öka tonåringars tillgång till kreativa program, är antalet tonåringar som aktivt söker upp och deltar i programmet en användbar indikator. Du kan även mäta hur många tonåringar som stannar kvar i programmet över tid, och hur många av dessa som berättar för sina vänner om programmet. Engagemangsindikatorer kan samlas in genom intervjuer och undersökningar.

DYNAMISKA FÖRÄNDRINGAR

När en ny lösning introduceras är det viktigt att kunna spåra de ändringar som sker i gruppen, på biblioteket, och t.o.m. i hushåll, över tid. Dessa förändringar kan vara helt oväntade och är positiva ibland och negativa ibland. Det är avgörande att hålla koll på dessa förändringar tidigt i implementeringsfasen. Dynamiska förändringsindikatorer samlas ofta in genom observation. Du kan även titta på långsgående förändringar genom att genomföra undersökningar vid olika tidpunkter för att se hur gensvaret utvecklas över tid.



REDO ATT
UTVÄRDERA RESULTAT?

Gå till övningsboken,
kapitel 5, övning 3, sidan 56

STEG 3

ORGANISERA PROJEKTET

När du väl har satt igång en pilotundersökning, vill du kunna styra utveckling som levande program, tjänst, rum eller system. Kom ihåg att eftersom världen hela tiden förändras, måste du engagera dig i din idé och anpassa den i enlighet med detta engagemang. Om dina användares behov förändras, kommer konceptet att behöva utvecklas. Med andra ord är design thinking-processen en pågående process för att upprätthålla ett önskvärt lönsamt och genomförbart koncept över tid. Vi kallar denna process – där du, ditt team och andra intressenter förvaltar projektet över tid – för förvaltarskap.

Plan för förvaltarskap

De grundläggande målen för förvaltarskap är att rekrytera hjälp, säkerställa kontinuitet och hålla möten för att bestämma om konceptet fortfarande är framgångsrikt och vad som behöver förändras för att det skall kunna förbättras.

REKRYTERA HJÄLP

Du behöver inte ensam ta på dig ansvaret för detta projekt för alltid. Det är ditt beslut, antingen individuellt eller som team, att fortsätta vara centralt eller perifert involverade i det. Då du planerar förvaltarskapet, fundera på vem i bibliotekspersonalen som ska bjudas in att dela ansvaret för bibliotekets framtida utveckling. Förtydliga din framtidsplan för alla inblandade.

SÄKERSTÄLL KONTINUITET

Kontinuitet är en central del av förvaltarskap. I takt med att din idé börjar skalas upp, hur säkerställer du att den behåller sina kärnvärderingar? Vad händer om ditt koncept är säsongsbetonat och endast genomförs under sommaren? Hur håller du det konsekvent? Skapa planer för hur din idé ska kunna förbli konsekvent på olika platser, med olika människor, och från år till år.

ORDNA MÖTEN

I takt med att du rör dig längre bort från det ursprungliga projektet, överväg att schemalägga möten för att spåra framstegen för din idé. Beroende hur inblandad i projektet du är vid denna tidpunkt, kan du vilja schemalägga milstolpemöten med teamet som förvaltar projektet. Dessa möten kommer vara till hjälp när det kommer till att bibehålla kontinuiteten och möjliggöra inläring när du anpassar ditt koncept.



REDO ATT PLANERA
FÖR FÖRVALTARSKAP?

Gå till övningsboken,
kapitel 5, övning 4, sidan 57



STEG 4

UTVECKLA DETTA VERKTYG

Reflektera över din erfarenhet Den människocentrerade designprocessen handlar helt och hållet om ett kreativt samarbete och om att tvinga dig ut ur din bekvämlighetszon. Det är mycket värdefullt att reflektera över denna process för att förbättra och skapa förtroende för ditt nästa projekt. När du väl har avslutat processen bör du avsätta tid för att reflektera som grupp kring gruppdynamik, arbetsstilar, och hur det var att samarbeta som designers. När ni skapar en presentation och utarbetar ert projekts berättelse, kommer många minnen och lärdomar att komma upp till ytan. Notera dessa och diskutera dem som grupp, och se till att du delar dina reflektioner med ditt designteam.

HANDLEDA ANDRA

Nu när du har fullfört ett projekt inom design thinking, kanske du vill inspirera andra att påbörja sina egna projekt. Kanske kommer du att finna dig själv i en position där du handleder en ny grupp eller där du underlättar design thinking-processen i en ny kontext. Nedan ger vi några tips på mentorskap.

- Ta reda på vilka de svåra delarna är och hjälp andra genom dem. De svåraste delarna är oftast att finna kraftfulla insikter och att röra sig från insikter till design. Förbered dig för att hjälpa andra genom denna mer komplexa fas av att tolka och skapa förståelse.
- Visa andra hur de kan känna igen produktiva kontra improduktiva undersökningslinjer. Hänvisa till teamets designutmaning som en påminnelse om hur ni ska hålla er på rätt spår.
- Hjälptill till att planera de kommande stegen i processen. Hjälptill andra att förstå vad de kan förvänta sig och var beredd på vilka steg som kan ta mer tid att genomföra.
- Var en förespråkare för ett designteam. Stärk dem i att be om mer resurser och samtycke från intressenter.
- Hjälptill till att forma och underlätta gruppdynamik.

“

Vår grupp blev ett starkt team eftersom våra roller och vår struktur utvecklades naturligt, och eftersom vår teamledare också var en lagspelare. Vi träffades konsekvent som ett helt team. Vi hade verkligen turen att humor föll sig naturligt för de flesta av våra teammedlemmar.

En reflektion kring erfarenheten av design thinking från ett team vid Chicago Public Library.

”



Ett team på Chicago Public Library framför en presentation för andra bibliotekariere på Next Library-konferensen, om utformningen av bättre bibliotekstjänster.



STEG 4: UTVECKLA DETTA VERKTYG

EXEMPEL

Nicole Steeves, språk- och litteraturvetenskapsbibliotekarie vid Chicago Public Library, har gått igenom design thinking-processen flera gånger. "Projekt inom design thinking är lättare andra gången," reflekterar Nicole. "Någonting som jag upplever att jag förstår bättre efter genomförandet av mer än ett design-thinking-projekt är resonemanget bakom varför design thinking överhuvudtaget ska användas. Med det menar jag att vem som helst kan ha en idé om att starta ett konstprojektlabb för tonåringar efter skoltid, eller ställa bord och stolar i ett rum för engelskstudier, eller vad som helst. Men, om du INTE använder design thinking som en utgångspunkt för dessa beslut, riskerar du att inte få ett bra svar till varför du tog dem. Med design thinking kan jag säga att dessa val kom från att ha talat med biblioteksanvändare och ämnesexperter. Och det har betydelse, eftersom vi i biblioteksvärlden ständigt bekymrar oss över om vi är tillräckligt relevanta, men design thinking är en metodisk, noggrant övervägd metod för problemlösning och beslutsfattande, som hjälper bibliotekarier att vara relevanta, utan att de ska behöva gissa och hoppas att projektet - vilket det än är - passar användarnas behov.

Nicole har använt detta argument på skeptiska kollegor när de frågar henne om värdet med design thinking. Du har kanske kollegor på biblioteket som redan har köpt konceptet, men som har tappat engagemanget och är trötta på den långsamma processen i arbetet med verktygslådan.

Nicole har därefter handlett andra team i design thinking. Hon betonade betydelsen av en oräddhet inför att verkligen testa metoderna i verktygslådan, och hur detta på ett positivt sätt kan smitta andra. Inledningsvis fick Nicole många frågor från de som var nya i processen, t.ex. "Vill de verkligen att vi ska göra [intervjuer, prototyper, denna övning, den videon, etc.]" Nicole säger, "Mitt svar var alltid ja, och att det alltid är värt det, och nu är det inte lika många som frågar."



Nicole Steeves, bibliotekarie och coach inom design thinking vid Chicago Public Library, reflekterar över att testa metoder inom konceptet i flera projekt.

DELA DIN ÅTERKOPPLING MED OSS.

Slutligen vill vi ha din återkoppling, så att vi kan utveckla verktygslådan och göra den mer användbar och relevant för bibliotek över hela världen. Betrakta denna verktygslåda som en prototyp! Låt oss få veta vad som fungerade bra, vad som var förvirrande, och vad vi kan göra bättre. Dessutom, om du har satt igång ett eget designprojekt, berätta för oss om det! Dela din erfarenhet genom att skicka oss dina personliga berättelser, bilder av dina prototyper, och reflektioner kring processen. Skicka ett meddelande till oss på: www.designthinkingforlibraries.com



**REDO ATT REFLEKTERA
KRING DIN ERFARENHET?**

Gå till övningsboken,
kapitel 5, övning 5, sidan 58



STEG
4 av 4



FALLSTUDIE Nr.. 1

“Clean Team”

Sida 1 av 2

UTMANINGEN

Omkring 1 miljard stadsbor runtom i världen saknar adekvata sanitetsfaciliteter i sina hem. I Kumasi, Ghana, en stad med 2,5 miljoner invånare, har mindre än 20 % av befolkningen sanitetsfaciliteter i hemmet. Många människor går långa sträckor till offentliga toaletter; andra använder “flygande toaletter” (plastpåsar som de kastar utanför hemmet efter användning). Unilever and Water and Sanitation for the Urban Poor (WSUP) tog hjälp av IDEO.org för att designa en lämplig toalett- och avfallshanteringstjänst, för att skapa en komplett sanitetslösning för hemmet.



Första leveransen av Uniloo-toaletter.



ÖVERSIKT

Teamet från IDEO.org började med att tillbringa tid med familjer i Kumasi för att få kunskap om deras sanitära behov- och önsknningar. IDEO.org:s teammedlem Danny Alexander nämner att “den svåraste – men även mest fascinerande – delen med att arbeta i ett sanitetsprojekt är det tabu som omger ämnet. Ofta är det omöjligt att ställa frågor direkt, och vi fick istället vara kreativa och ställa frågor om människors grannar, vänner, osv.” Teamet använde sig även av människocentrerade designverktyg som att observera människor i sina hem för att få insikter om deras livsstil.

Idéutvecklingsfasen var ett blixtnabbt språng från inläring till prototypskapande och involverade inte bara den fysiska produkten, utan även olika tjänstemodeller ur ett logistik- och affärsperspektiv. Teamet ställde nyckelfrågor som: Vilket utseende tycker människor om? Hur skulle en urinseparerande toalett fungera? Skulle människor känna sig bekväma med att ha hantverkare i sina hem? Genom att skapa en handfull prototyper och modifiera befintliga portabla toaletter, satte teamet konkreta delar av tjänsten i händerna på ghaneserna. De lärde sig hur tjänsten skulle placeras och utvecklade tidigt idéer kring marknadsföring och reklam, och insåg att tekniska begränsningar, som vattenbrist, skulle begränsa spolningsfunktionerna.

Slutligen, återvände designteamet från IDEO.org till Kumasi för att under några kvällar testa fyra prototyper av vattenspolnings- och torrtoaletter, i användares hem. När de återvände för att kontrollera toaletterna, upptäckte de att vattenspolningstoalletterna hade svämmat över. Medan denna variant inledningsvis hade varit favorit bland toaletterna, resulterade översvämningsproblemet, tillsammans med en handfull andra utmaningar, i att vattenspolningstoalletterna enhälligt skrotades. Därefter uppenbarade sig en klar vinnare – toaletten Uniloo – ett inledande pilotförsök genomfördes 2011 med omkring 60 hushåll. Pilotundersökningen visade att låginkomsttagare i Kumasi gillade Uniloo-toalletterna och var villiga och hade möjlighet att betala för tjänsten, som var mycket billigare än att använda offentliga toaletter för en familj på fem personer. Projektet fortsätter att utvecklas i samarbete med ett lokalt baserat team. Vid slutet av 2012 servade Clean Team 106 hushåll och hade påbörjat produktionen av 1000 nya Uniloo-toaletter, och i januari 2013 anlände en containerlast med 384 Uniloo-toaletter till Kumasi. Hösten 2014 hade de 550 toaletter och en ny central plats.



FALLSTUDIE

“Clean Team”

Nr.. 1

Sida 2 av 2

VARFÖR DET VAR VIKTIGT

ATT SKALA UPP PROJEKTET

Om man ska komma igång med en rad pilotundersökningar under uppskalningsfasen måste flera viktiga faktorer beaktas.

Samtycke: Att få samtycke från samhället var avgörande, så teamet mötte företrädare för kommunen, lokala stamhövdingar (Ashantifolket), och det kommunala vattenbolaget (KMA) i Kumasi, för att få deras återkoppling. De hade också ett möte i stadshuset med lokala företagare och en slambilsförare för att se om dessa skulle ge sitt samtycke till franchising av tjänsten, eller registrera sig för att arbeta tillsammans med Clean Team. Att huvudpartnern Unilever var ett respekterat märke i det lokala samhället var en fördel.

Berättande: Mun till mun-metoden, såsom grannar som pratar med andra grannar, var en viktig orsak till att programmet växte. Samma människor som gav samtycke till konceptet behövde även hjälp med att dela övertygande berättelser om Clean Teams värde och med att verka som inofficiella ambassadörer för programmet.

Designen: När de utformade toaletterna var teamet tvungna att fundera över vilken slags typ av fysisk produktdesign som skulle kunna växa i den skala som Clean Team förutsåg. Det innebar att ta i beaktande alltifrån kostnad till biologiskt nedbrytbarhet till tillverkningskapacitet.

Varumärkesstrategi: Teamet insåg att allt som såg handgjort ut inte togs på allvar. Varumärkesskapandet och marknadsföringen – såväl som alltifrån logotypen till hantverkarkläder – behövde se professionella ut. Genom att toaletterna runt om i samhället såg likadana ut blev programmet inte bara en samtalsöppnare, utan även någonting som man kände igen och kunde lita på.

Lokala samarbetspartners: Affärsplanen var uppbyggd kring skapandet av en hållbar affärsmodell. Det innebar skapandet av ett lokalt team på marken, som kunde tala med användare, förstå lokala normer och vanor, samla in återkoppling, och genomföra den dagliga verksamheten.



Ett konsekvent varumärkesskapande var centralt för Clean Teams kampanj, inklusive arbetskläder med företagets logotyp för all personal.



FALLSTUDIE Nr. 2

“Innova”

UTMANINGEN

Trots en framväxande medelklass och en snabbt växande ekonomi rankas utbildningssystemet i Peru på plats 65 av 65 länder. Innova Schools visste att de kunde prestera bättre än så. De såg framför sig en utbildning i världsklass till en överkomlig kostnad för Perus missgynnade ungdomar, med de kunde inte göra det på egen hand.

ÖVERSIKT

Teamet ingick ett samarbete med IDEO för att omforma Innovas hela inlärningsfärdplan och strategi, K-11, och utvecklade en läroplan, inlärningsstrategier, klassrum och byggnader, såväl som operativa planer och en underliggande ekonomisk modell för att driva nätverket av skolor. Efter mycket efterforskning landade teamet i fyra huvudinnovationer:

- Självstyrd inläring genom en blandad modell som kombinerar lärarledda, projektbaserade erfarenheter i små grupper med självstyrd digitalt baserad inläring.
- Multimodala byggnader som möjliggör flexibilitet, som gemensamma lokaler, medialabb och kaféer.
- Lärarhandledning genom ett lärarresurscenter online som innehåller en databas med mer än 18 000 vanliga lektionsplaneringar baserade på nya pedagogiska rön.
- En integrerad affärsmodell som satsar på överkomlighet och som utnyttjar både skalfördelar som kommer av skapandet av ett nätverk av skolor, och centralt skapade verktyg, såsom datasystem, för att möjliggöra gemensam inläring för nätverket.

Vid tiden för det här materialets utgivning är Innova det största privata skolnätverket i Peru med 30 skolor, till en låg kostnad av 130 \$ per student och månad. Enligt Perus utbildningsdepartement, som genomför tester på nationell nivå i alla privata och offentliga skolor, var Innovas resultat 2013 tre gånger högre än det nationella genomsnittet i matematik, och två gånger högre i språk. Slutligen möjliggjorde detta arbete för Innova att göra exakt det som de hade hoppats på: bygga fler skolor, som ger Perus nästa generation chansen att konkurrera på den globala marknaden.



De blandade inlärningsmetoden kombinerar självstyrd tid och grupp tid.

VARFÖR DET VAR VIKTIGT

ATT SKALA UPP PROJEKTET

Innova-teamet är ett bevis på att inga ambitioner är för höga. Att utforma ett helt nytt skolsystem är ett massivt åtagande, och de ansträngningar som gjordes för att skapa en färdplan, och för att se den större långsiktiga bilden från början – alltifrån en akademisk modell för byggnadsdesign till fysiska och digitala resurser för lärarhandledning – var avgörande. Precis som när man skapar vilket företag som helst, innebar detta en kartläggning av allting för att skapa en hållbar ekonomisk modell.

Vid varje punkt i färdplanen tvingades Innova att ta hänsyn till ett nätverk av ömsesidiga beslut, motsvarande ett oräkneligt antal förhandlingseffergifter. Ett ökat studentantal innebar ökade studentintäkter, men det innebar ett behov av fler lärare och lärarlöner; användandet av delade lokaler innebar ett minskat fotavtryck för enskilda klassrum och en ökning av flexibla, mångsidiga rum.

För Innova var det väsentligt att prioritera delar av färdplanen för planeringen av skollansering över en period av två och ett halvt år. Teamet kartlade varje komponent, från den akademiska modellen, till lokalerna till den digitala träningsmodellen, och visade tidslinjen för framstegen som gjorts, från byggande till förfinande till uppskalning.

ROADMAP

* Baseras på data från 2012 och 2013.

	NOW	AUG 2012	2013	2014+
ACADEMIC MODEL Innova Schools Educational Services Curriculum Development Classroom Design Teacher Training Operational Programs Subsidies	<p>Utvärdera akademiska</p> <p>AKADEMISKA DESIGNER: Kvalitet, kostnad, och skalbarhet. Utvärdera akademiska modeller från andra skolor. Utvärdera akademiska modeller från andra länder. Utvärdera akademiska modeller från andra länder.</p> <p>Utvärdera akademiska</p> <p>AKADEMISKA DESIGNER: Kvalitet, kostnad, och skalbarhet. Utvärdera akademiska modeller från andra skolor. Utvärdera akademiska modeller från andra länder. Utvärdera akademiska modeller från andra länder.</p>	<p>Utvärdera akademiska</p> <p>AKADEMISKA DESIGNER: Kvalitet, kostnad, och skalbarhet. Utvärdera akademiska modeller från andra skolor. Utvärdera akademiska modeller från andra länder. Utvärdera akademiska modeller från andra länder.</p>	<p>Utvärdera akademiska</p> <p>AKADEMISKA DESIGNER: Kvalitet, kostnad, och skalbarhet. Utvärdera akademiska modeller från andra skolor. Utvärdera akademiska modeller från andra länder. Utvärdera akademiska modeller från andra länder.</p>	<p>Utvärdera akademiska</p> <p>AKADEMISKA DESIGNER: Kvalitet, kostnad, och skalbarhet. Utvärdera akademiska modeller från andra skolor. Utvärdera akademiska modeller från andra länder. Utvärdera akademiska modeller från andra länder.</p>
TEACHER RESOURCE CENTER	<p>Värde: Utveckling</p> <p>Utveckling av lärarhandledning och resurser. Utveckling av lärarhandledning och resurser. Utveckling av lärarhandledning och resurser.</p>	<p>Värde: Utveckling</p> <p>Utveckling av lärarhandledning och resurser. Utveckling av lärarhandledning och resurser. Utveckling av lärarhandledning och resurser.</p>	<p>Värde: Utveckling</p> <p>Utveckling av lärarhandledning och resurser. Utveckling av lärarhandledning och resurser. Utveckling av lärarhandledning och resurser.</p>	<p>Värde: Utveckling</p> <p>Utveckling av lärarhandledning och resurser. Utveckling av lärarhandledning och resurser. Utveckling av lärarhandledning och resurser.</p>
DIGITAL TRAINING	<p>Värde: Utveckling</p> <p>Utveckling av digitala träningsmodeller. Utveckling av digitala träningsmodeller. Utveckling av digitala träningsmodeller.</p>	<p>Värde: Utveckling</p> <p>Utveckling av digitala träningsmodeller. Utveckling av digitala träningsmodeller. Utveckling av digitala träningsmodeller.</p>	<p>Värde: Utveckling</p> <p>Utveckling av digitala träningsmodeller. Utveckling av digitala träningsmodeller. Utveckling av digitala träningsmodeller.</p>	<p>Värde: Utveckling</p> <p>Utveckling av digitala träningsmodeller. Utveckling av digitala träningsmodeller. Utveckling av digitala träningsmodeller.</p>

Referenser



LÄS

DESIGN THINKING FOR
EDUCATORS TOOLKIT, 2:A UPPLAGAN

Utvecklingskapitel
<http://www.designthinkingforeducators.com/>

ITERATIONSMETODER FÖR DESIGN KIT
<http://www.designkit.org/methods>

AFFÄRSIDÉKURSER OCH KURSER I SOCIAL
INNOVATION

Kurs 5 Litteratur: Gå vidare

SE

EDUTOPIA KURS I DESIGN THINKING FÖR
UTBILDARE: VECKA FEM

Nästa steg
<http://vimeo.com/46066965>

OPTIMISM

John Bielenberg, medgrundare till Future
Partners, diskuterar optimism inför tuffa
utmaningar för Design Kit.

<http://www.designkit.org/mindsets/6>

ORDLISTA

ANVÄNDARE / Kund eller grupp av kunder, för vilka du designar. Notera: en användare kan även inkludera en person som för närvarande inte använder bibliotekets tjänster.

DIVERGENT /Beskriver ett expansivt tankesätt som är fokuserat på att skapa och utforska idéer.

DESIGNUTMANING/Det projekt som du har valt att fokusera på, ofta beskrivet i form av en "Hur kan vi"-fråga.

DESIGN THINKING/En kreativ, avsiktlig problemlösningsprocess som sätter användaren i centrum.

EFTERFORSKNING / är inom design thinking den process av utforskande av utmaningar och samlande av inspiration, som driver designen framåt. Denna genomförs i form av användar- och expertintervjuer, fördjupade och analoga upplevelser, och andra metoder.

EMPATI/ En nyckelprincip i processen inom design thinking och människo-centrerad design, där användarens perspektiv alltid finns representerat.

FÄRDPLAN / En huvudplan och tidslinje för de kommande stegen i ett projekt. Färdplanen är en huvudkomponent i uppskalningsfasen.

HUR KAN VI?/(HKV) En positiv, användbar fråga som ramar in utmaningen, men inte pekar på någon lösning.

IDÉUTVECKLA/Att komma på eller generera många idéer. Detta är en utforskande aktivitet som öppnar upp fantasin för en mängd möjligheter.

INSIKTER / Idéer eller begrepp uttryckta som kortfattade uttalanden som tolkar mönster i din efterforskning och som kan tillhandahålla ny förståelse eller nya perspektiv på frågan.

INTRESSENT / Person eller enhet som har ett intresse i, eller som på något sätt påverkas av designprojektet eller lösningen. Exempel på intressenter är: förmånstagare, rådgivare, ledare, samhällsmedborgare, m.fl.

ORDLISTA

KOMBINATIONSDIAGRAM / Ett slags ramverk med motsatta axlar, som visar ett spektrum längs med en särskild dimension på varje axel. Detta ramverk används för att organisera idéer inom de fyra kvadranterna, eller för att demonstrera kartläggningar av idéer över flera dimensioner.

KONVERGENT / Beskriver en process där idéer skalas av eller snävas in.

LÄGGA NED / Processen att dela berättelser från efterforskning (i synnerhet fältresor och användarintervjuer) med hela designteamet. Teammedlemmar lyssnar aktivt och antecknar på klisterlappar.

LÅGTEKNOLOGISK / Beskrivning av en idéns grovhet eller ofullständighet; anger att idéns uttryck inte kräver mycket tid eller pengar i anspråk, och därför innebär en liten risk eller ingen risk alls. Det är motsatsen till högteknologisk, som ofta kräver en investering i form av tid, och i vissa fall av pengar.

LÄRDOMAR / Den mest grundläggande nivån av information som du dokumenterar i din efterforskning, inklusive direktcitat, anekdoter, första intryck, anteckningar om miljön, anteckningar om vad som var mest minnesvärt eller förvånande osv.

LÖSNING / En användares personliga lösning på ett problem med en tjänst eller en produkt, som kringgår standardförfarandet. Denna är ofta temporär eller provisorisk. Observation av dessa beteenden leder ofta till fruktbara framsteg när det gäller insikter och inspiration.

MINIPILOT / Fasen efter prototypfasen, där du testar prototypen på användare i en naturlig kontext. Vi kallar även undersökningsfasen för en minipilot, och den föregår den fullskaliga pilotfasen.

MÄNNISKOCENTRERAD ("FOLKCENTRERAD") / Sätter användaren och dennes perspektiv i centrum för en lösning. Människocentrerad eller folkcentrerad design kräver empati med användarna för att lösa deras specifika behov. Denna filosofi innebär att man startar med människor och önskvärdhet först, innan man går vidare till genomförbarhet och lönsamhet.

ORDLISTA

PARKERINGSPLATS/Inte den slags parkeringsplats där du parkerar din bil. En parkeringsplats inom design thinking är en plats där du samlar de goda idéerna som inte kommer att användas i det aktuella projektet, eller i den aktuella prototypen. Parkeringsplatsen är en plats där du kan lagra och komma ihåg dina goda idéer, så att du kan plocka fram dem igen senare, såsom ett skriftligt dokument eller en affischtavla.

PILOT/Även känd som implementeringsfasen. I denna konkretiseras din idé på ett mer varaktigt sätt, vid sidan av befintligt utbud. I detta skede kommer din lösning att behöva testas och mätas utifrån en statistisk grundval, och kan fortfarande iterera, beroende på dess utförande.

PROTOTYP / En grov, modellbaserad manifestation av din idé. Dessa är lågteknologiska och kort och gott representativa för ditt koncept.

SAMMANSTÄLLNING/Processen av förståelseskapande, i vilken forskning överförs och tolkas till insikter som kräver design. Användbara ramverk för sammanställning är resor, venndiagram, kombinationsdiagram och kartor.

SKAPARDAG ELLER SKAPARMARATON/En halvdags- eller heldagslång arbetssession, som ägnas åt omvandlingen av idéer och koncept till konkreta prototyper. Skapardagar kräver de mest grundläggande prototypmaterialen, t.ex. kartong, färgat papper, saxar, och piprensare.

SNABBINTERVJU / Spontana, vardagliga och korta samtal med användare i en naturlig kontext. Oplanerade intervjuer som ger direktåterkoppling till din minipilot.

TJÄNSTEÖGONBLICK / Diskreta punkter av interaktion mellan en användare och en tjänst, ofta kartlagda i en användarresa. Ett exempel på ett tjänsteögonblick är när en kund reserverar en bok, vilket kan göras hemifrån, via webbplatsen, på biblioteket, via webbplatsen eller vid lånedisken.

UNDERSÖKNING / Se "minipilot"

BILAGA

BILAGA.

LICENSIERING/ERKÄNNANDEN

LICENSIERING

Denna verktygslåda inom Design Thinking för bibliotek är licensierad i enlighet med Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported license (CC BY-NC -SA 3.0). Denna fullständiga licenstexten finns tillgänglig här: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>.

I ENLIGHET MED DENNA LICENS HAR DU RÄTT ATT:

Dela – att kopiera, distribuera och vidarebefordra arbetet

Omdesigna – att anpassa arbetet

Under följande villkor:

Tillskriva – du måste tillskriva verket på det sätt som anges i "IDEO:s tillskrivning" nedan. Du kan inte tillskriva dig rätten till verket på något sätt som antyder att IDEO stöder dig eller din användning av detta.

Icke-kommersiell – du kan inte använda detta verk för kommersiella syften.

Dela lika – om du ändrar, omvandlar, eller bygger vidare på detta verk, får du endast distribuera det slutgiltiga verket i enlighet med samma Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported license (CC BY-NC -SA 3.0). Se fullständig text för denna licens (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>) för att kunna se alla rättigheter och begränsningar som är associerade med den.

ÖVERSÄTTNINGAR:

Om du skapar översatta versioner av denna verktygslåda (i överensstämmelse med denna licens), vänligen underrätta IDEO på hello@designthinkingforlibraries.com. IDEO kan välja att distribuera och/eller länka till dylika översatta versioner (antingen i befintligt skick, eller som ytterligare modifierade av IDEO).

BILAGA

IDEO:S TILLSKRIVNING:

© 2014 IDEO LP. Med ensamrätt. <http://designthinkingforlibraries.com/>

ERKÄNNANDEN

Denna verktygslåda är resultatet av ett projekt finansierat av det globala biblioteksprogrammet vid Bill & Melinda Gates Foundation. IDEO ledde skapandet av denna verktygslåda, som i stor utsträckning formades av erfarenheter av arbete tillsammans med bibliotekarier i deras arbetsmiljöer under 2013-2014. Vi samarbetade med Chicago Public Library i USA, och Aarhus Kommunes Biblioteker i Danmark, observerade mer än fyrtio bibliotekarier i tio länder, och sammanställde lärdomar från deras inledande designundersökningar till denna verktygslåda. Vi vill tacka följande organisationer för deras outtröttliga stöd i skapandet av denna verktygslåda:

- Metropolitan Library i Bukarest
- READ Nepal
- Jamaica Library Service
- Det regionala offentliga forskningsbiblioteket i Vinnytsia
- Beyond Access, IREX

Detta är en arbetsprototyp. Vi uppmuntrar återkoppling och berättelser från din egen erfarenhet av användning till hello@designthinkingforlibraries.com. Dina berättelser kommer att inspirera andra att förbättra bibliotek till det bättre. Låt oss fortsätta iterera, dela och lära oss tillsammans.

