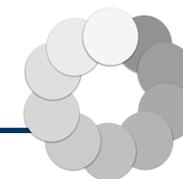


Strumenti per la definizione di nuove opportunità di business

Introduzione al Design Thinking

Riccardo Cariani

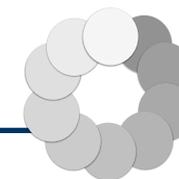
Di cosa stiamo parlando?



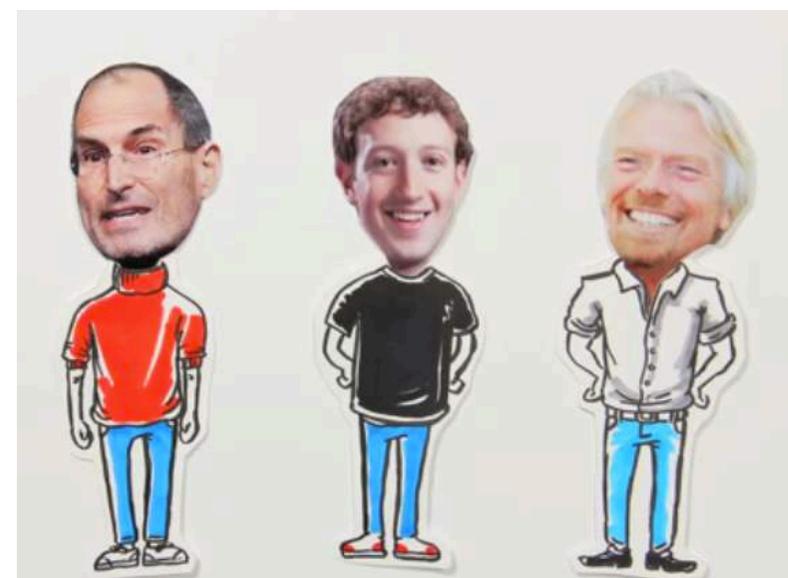
creatività



Di cosa stiamo parlando?

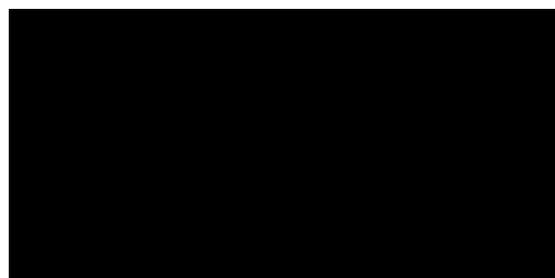


Mark Zuckerberg



Steve Jobs

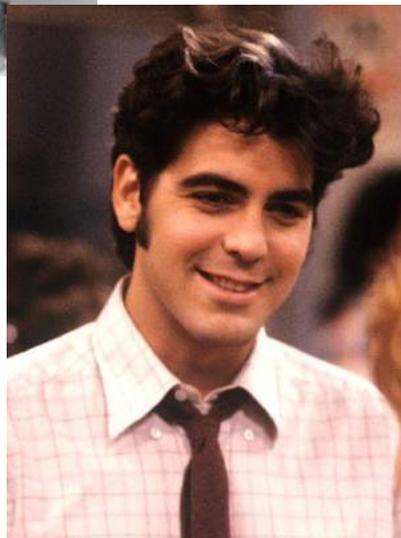
Richard Branson



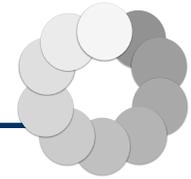
Leonardo Da Vinci



... cambiando prospettiva ...



L'imprenditore



“... l'imprenditore è un non-conformista dotato di creatività, un individuo motivato dalla gioia di creare e dal piacere del successo che può portare. [...] la differenza tra l'essere e il non essere un imprenditore è come la **differenza tra nuotare con il favore della corrente e nuotare contro-corrente**”



L'imprenditorialità è uno stato mentale e un processo volto a creare e sviluppare l'attività economica combinando disponibilità a rischiare, creatività e/o innovazione con una sana gestione nell'ambito di un'organizzazione nuova o esistente



Mark Zuckerberg was not an overnight success. His journey to fame and fortune began as a dream; a desire he was willing to sacrifice all for

Learn to take risks

Be focused

Dare

Be diligent

Have a dream

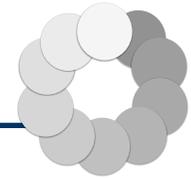
Think big

Start small

Believe in yourself

Follow your passion

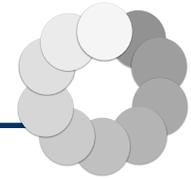
Be prepare for criticism



* John Cleese - *A lecture on Creativity*

* Esistono in realtà **alcune condizioni che favoriscono l'azione del pensiero creativo**, ma si tratta in realtà di condizioni non prettamente meccaniche o scientifiche essendo la genesi delle idee un processo sostanzialmente spontaneo che, anche se stimolato, può comunque portare a momenti di assoluta sterilità. [...]
Ci sono comunque cinque condizioni fondamentali che contribuiscono a determinare l'ambiente favorevole alla nascita di idee, ovvero ...

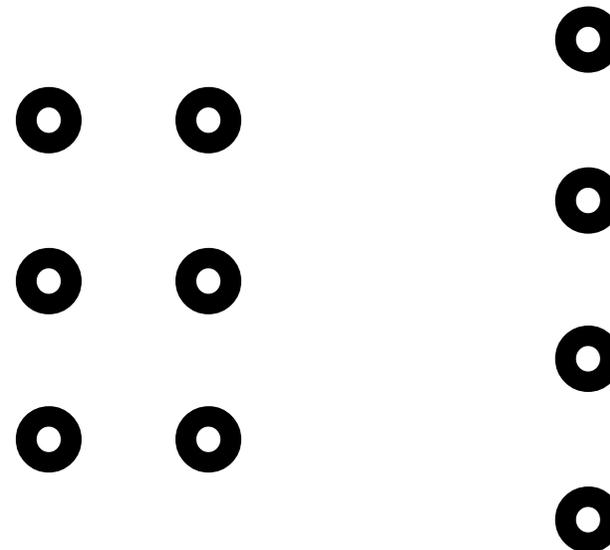
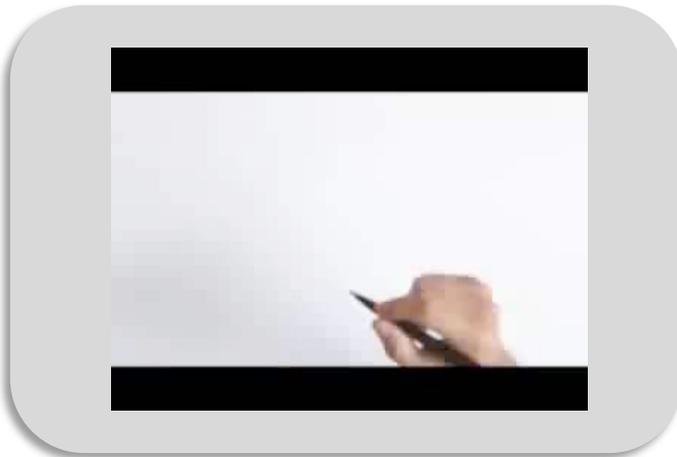


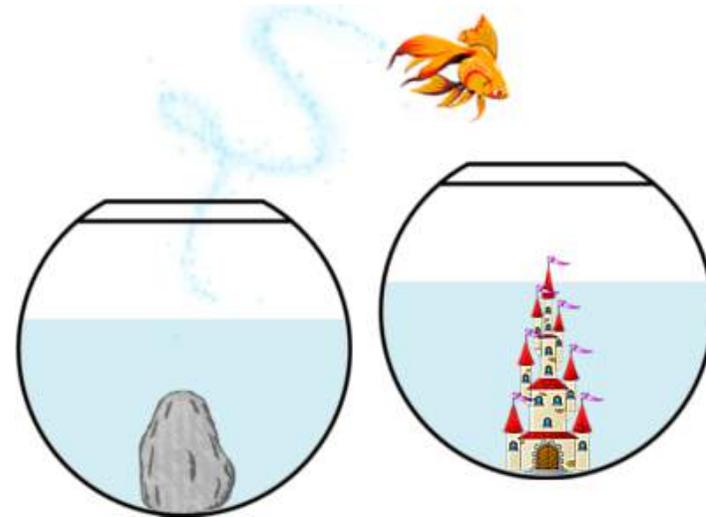
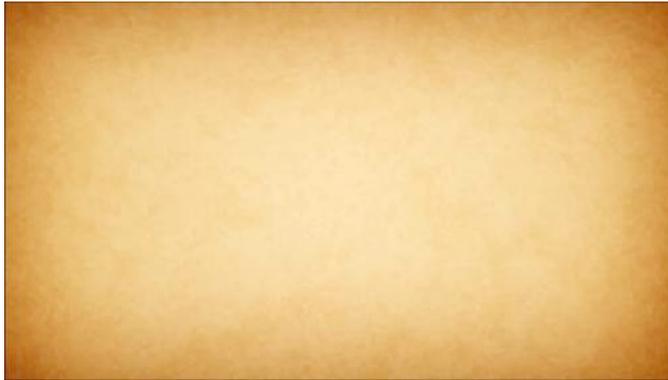
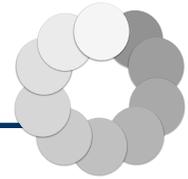


Problema

Sotto un ponte passano nuotando due anatre davanti a due anatre, due anatre dietro a due anatre e due anatre in mezzo.

Quante anatre ci sono in tutto?





Problema

Un carceriere astuto e maligno vi tiene prigionieri in una villa in riva ad un lago.

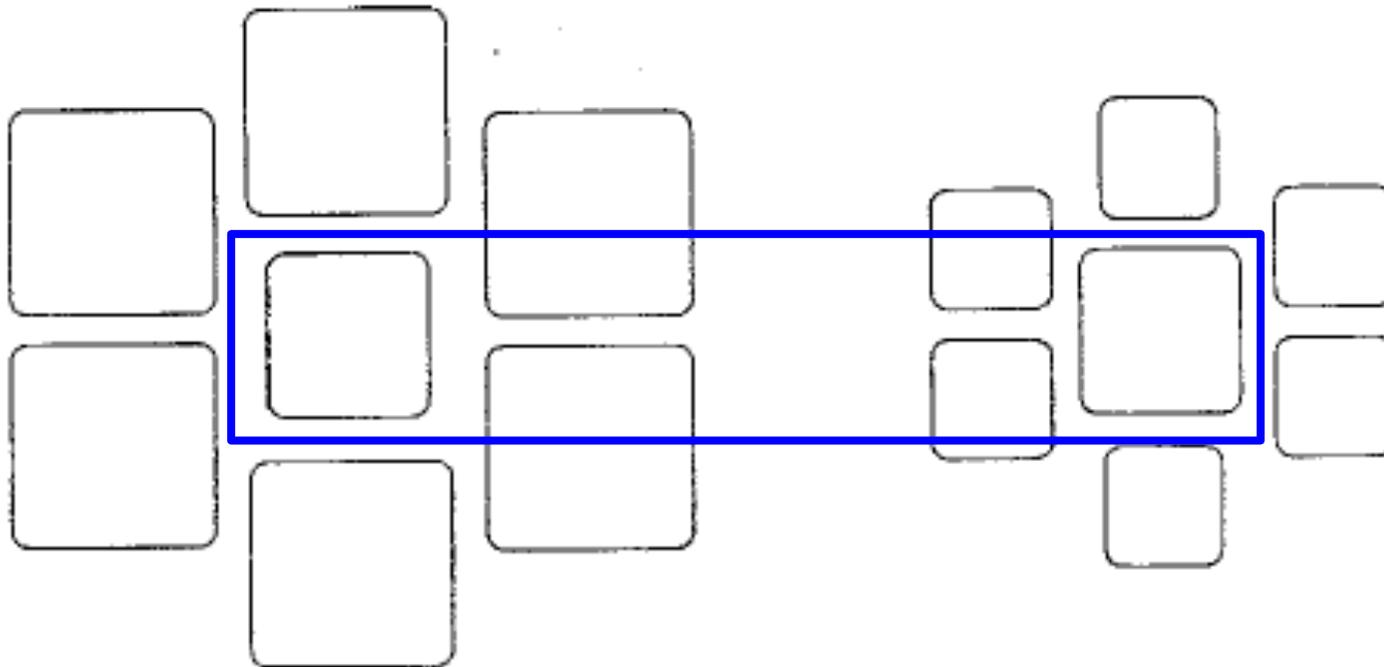
Un giorno, durante l'ora d'aria, il carceriere vi avvicina e vi propone la libertà se da una borsa, in cui avrebbe messo due sassolini uno bianco e un nero, avreste estratto quello bianco. Voi accettate la proposta.

Il carceriere si china e raccoglie dal viletto di ghiaia del giardino due sassolini poi li mette nella borsa e vi invita a scegliere. Però voi vi accorgete che lui ha scelto irregolarmente due sassolini neri.

Che fate?



Quale dei due quadrati centrali è più grande?

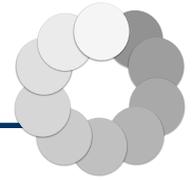


I due quadrati centrali sono perfettamente identici. In realtà ciò che cambia è la dimensione degli oggetti che circondano l'elemento centrale, ma l'*elemento centrale è identico*.

L'insieme influenza la percezione delle sue parti e ciò inganna la nostra mente fino a farla cadere in contraddizione

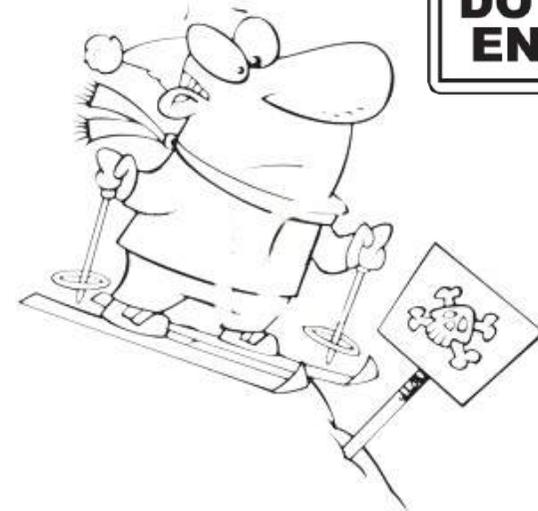
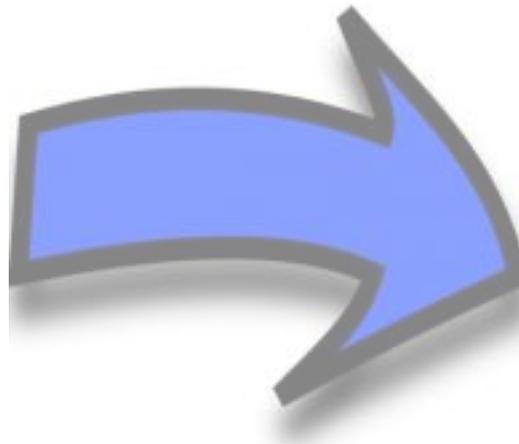


... getting out of the "comfort zone" ...

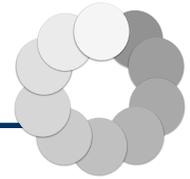


* Alasdair A. K. White - "From Comfort Zone to Performance Management"

La **comfort zone** è uno stato comportamentale entro cui una persona opera in una condizione priva di ansia [*an anxiety-neutral condition*], utilizzando un numero limitato di comportamenti per fornire un livello costante di prestazioni, di solito senza alcuna percezione di rischio. *



Avere coraggio ... *anche di sbagliare*



“... i bambini si buttano in tutto quello che fanno. Se non sanno qualcosa, ci provano. **Non hanno paura di sbagliare.** Ora, non voglio dire che sbagliare è uguale a essere creativi.

Ciò che sappiamo è che *se non sei preparato a sbagliare, non ti verrà mai in mente qualcosa di originale.*

E quando diventano adulti la maggior parte di loro ha perso quella capacità. ***Sono diventati terrorizzati dalla possibilità di sbagliare.***

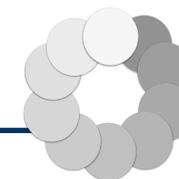
E noi gestiamo le nostre aziende in quel modo, stigmatizziamo errori.

E abbiamo sistemi nazionali d'istruzione che sostengono che gli errori sono la cosa più grave che puoi fare” *



* *Sir Ken Robinson says schools kill creativity* – TED talks

Avere spirito risolutivo (*problem solving*)



Come prendere una buona decisione?

Il processo di decisione è articolato in 5 fasi:

- ✓ Creare un contesto per il successo
- ✓ Inquadrare il problema in modo appropriato
- ✓ Individuare le alternative
- ✓ Valutare le alternative
- ✓ Scegliere l'alternativa migliore

Il problema, dunque, non corrisponde all'ostacolo, ma a una condizione in cui, a causa della presenza di ostacoli o impedimenti, siamo costretti a individuare nuove azioni, chiamate **soluzioni**, per raggiungere i nostri obiettivi



Facciamo un esempio:

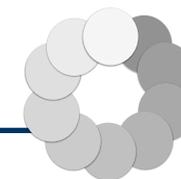
Per raggiungere lo chalet dove ci attendono per una festa stiamo percorrendo una strada di montagna con la nostra auto.



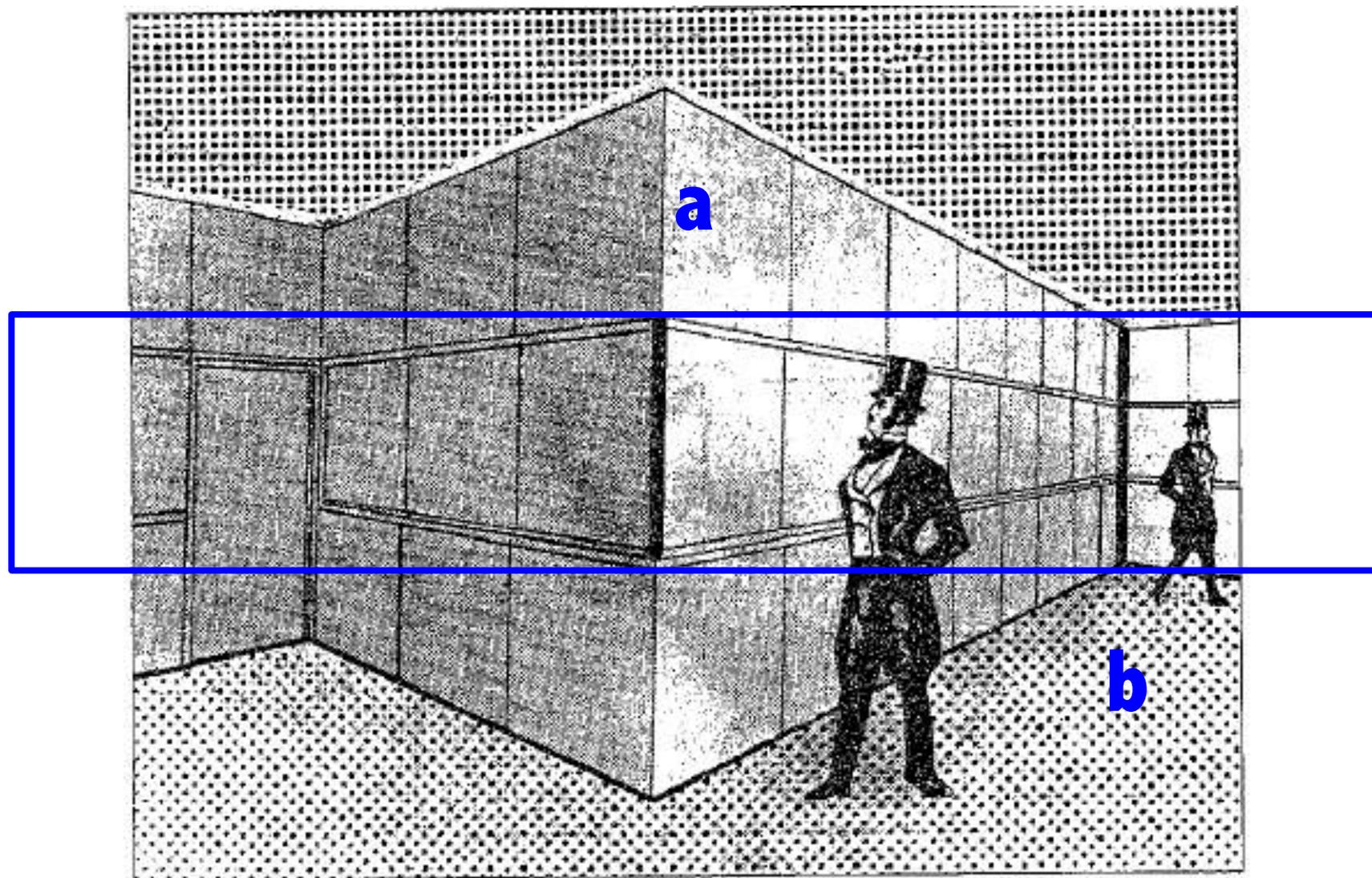
Ad un tratto incontriamo un **albero caduto che ci sbarra la via**.
Il nostro obiettivo è andare avanti ma l'albero non si può spostare.

Che fare?

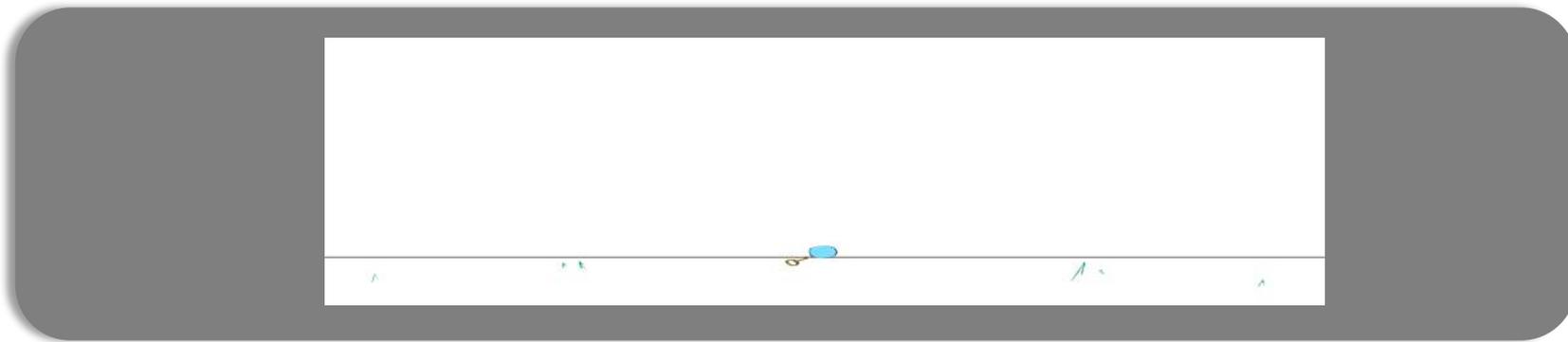
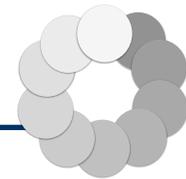
... un po' di esercizi prima di proseguire ...



Le due linee verticali (a) e (b) sono uguali?



... un po' di esercizi prima di proseguire ...



In un cassetto vi sono 10 calze BLU, 10 calze ROSSE e 20 calze NERE.

Siete al buio.

Qual è il numero minimo di calze che basta prendere per essere sicuri di avere un paio dello stesso colore?

Se cinque gatti prendono cinque topi in cinque minuti ...
... quanti gatti ci vogliono per prendere cento topi in cento minuti?



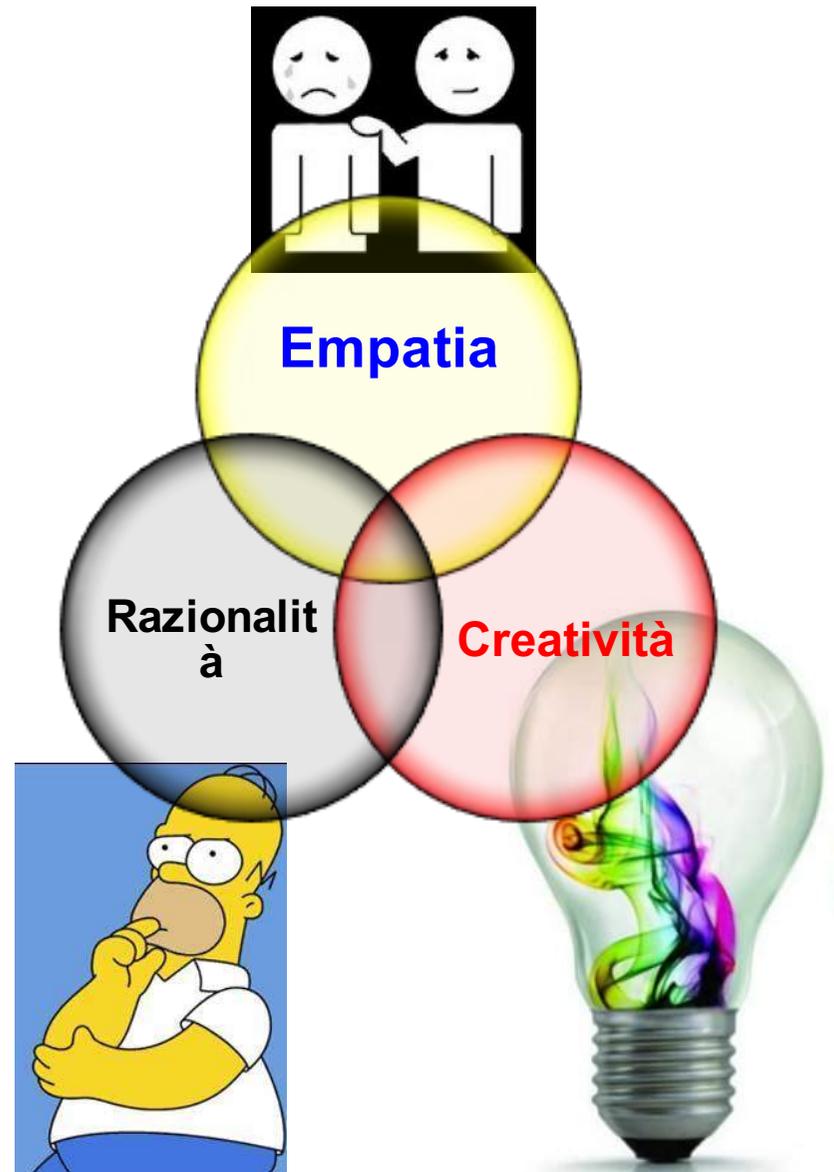
Il Design Thinking: quadro di riferimento



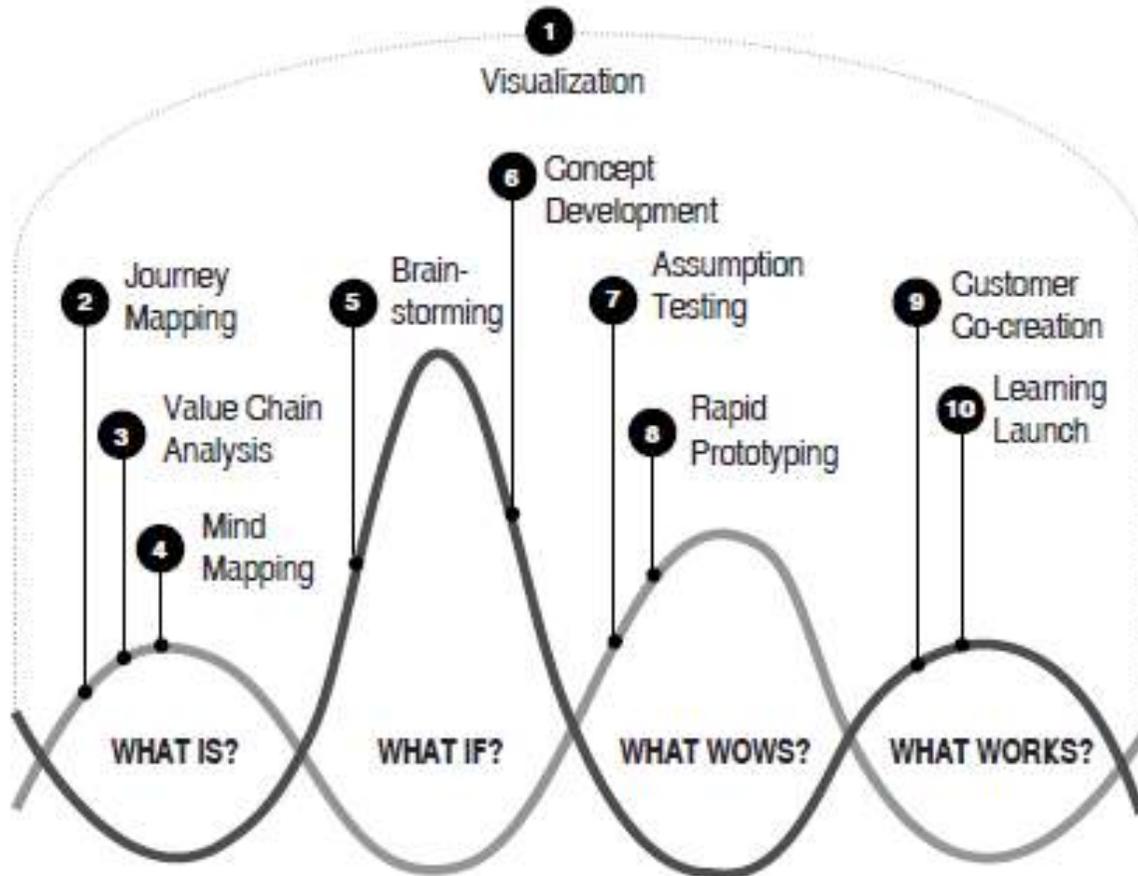
Nei paesi anglosassoni si parla e si utilizza il **Design Thinking** da diversi anni come processo creativo o *design process* volto a garantire risultati qualitativamente alti nella fase di project definition & management, facilitando le strategie aziendali, il marketing e l'ideazione di nuovi servizi e/o prodotti.

Un primo inquadramento di tale percorso definisce il *Design Thinking* una metodologia appartenente al mondo del Design, un processo progettuale strutturato che si è ottimizzato ed evoluto a tal punto che se usato bene fa sia da collante tra tutte le figure che partecipano al progetto che da garante del risultato finale rispetto alla visione iniziale.

Volendo invece individuare una definizione più accurata della metodologia strutturata a ciò riferita, il Design Thinking diventa lo **strumento** che esalta la capacità di **coniugare empatia con il contesto di un problema, la creatività con la generazione di intuizioni e soluzioni, e la razionalità con l'analisi e l'individuazione di soluzioni idonee al contesto di riferimento**



La metodologia



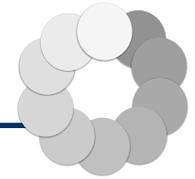
Il percorso è corredato di **dieci tools** essenziali che un “*design thinker*” utilizza per affrontare ciascuna delle quattro fasi e quindi per meglio orientarsi in questo modello di pensiero divergente e convergente

La metodologia presa a riferimento è quella della **University of Virginia** che si struttura su **4 macro-fasi** e **10 diversi tools** a supporto operativo di ogni fase del percorso.

Nello specifico le **4 fasi** si riferiscono ai quattro momenti consecutivi del processo generativo e valutativo, ovvero:

- ① **What is** – esplorazione della realtà attuale così come ci appare
- ② **What if** – costruzione ipotetica di un futuro possibile
- ③ **What wows** – individuazione delle azioni prioritarie su cui intervenire
- ④ **What works** – “prototipizzazione” e lancio sul mercato dell’idea maggiormente efficace

Il percorso

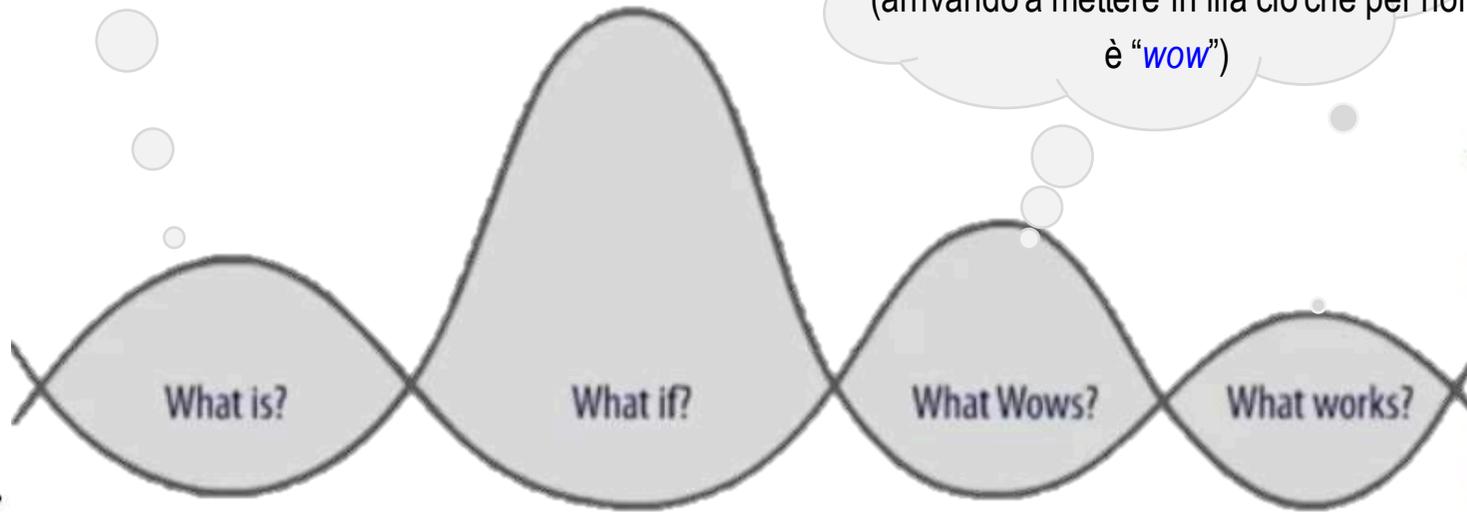


Tutte le innovazioni vincenti partono da una precisa ricostruzione del **presente** (della realtà che ci circonda)

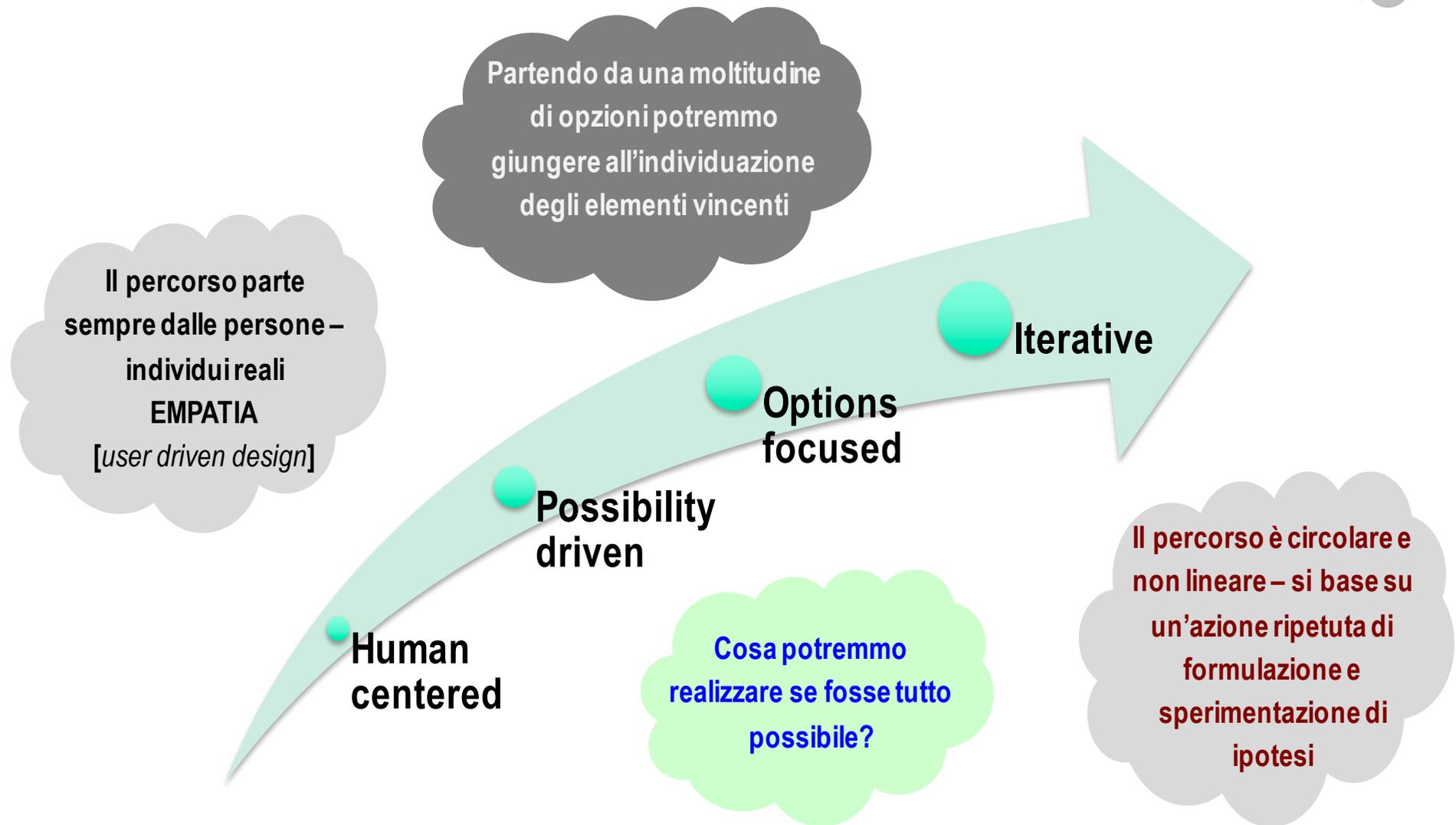
Dopo aver ricostruito il quadro della realtà attuale possiamo cominciare a considerare nuove **opportunità, tendenze e scenari** (iniziamo a sviluppare ipotesi su come potrà essere il futuro)

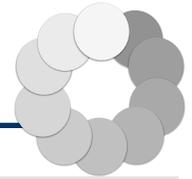
Grazie ad una diretta sperimentazione sul campo delle *ipotesi "wow"* riusciamo a comprendere ciò che realmente **può funzionare**

Rispetto alle svariate **ipotesi** elaborate iniziamo a ragionare sulle **priorità di intervento** che ci vogliamo porre (arrivando a mettere in fila ciò che per noi è "*wow*")



Il percorso





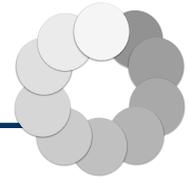
Esplora la realtà attuale

Tutte le innovazioni vincenti partono da una precisa ricostruzione del presente (del mondo che ci circonda)

Bisogna realmente partire da una migliore comprensione della realtà attuale e delle sue *caratteristiche intrinseche*

Concentrandoci sul presente ci dà la possibilità di definire meglio i problemi che vogliamo affrontare e quindi individuare le relative possibili soluzioni

La precisa conoscenza della realtà attuale riduce la necessità di fare ricorso esclusivamente alla nostra immaginazione per generare idee vincenti e ci avvicina fortemente ai bisogni reali dei nostri *stakeholders*



I Visualization

La visualizzazione è la trasformazione delle informazioni in immagini

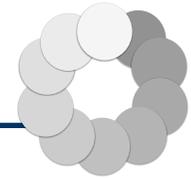
La visualizzazione rende l'idea tangibile e concreta

Un semplice testo è molto più soggetto a diverse interpretazioni che non le **immagini** o le **storie**

Il **VEDERE** spesso è l'anticamera del **FARE**







2 Journey Mapping

... è la rappresentazione grafica dell'esperienza vissuta dai clienti che si interfacciano con i nostri prodotti / servizi

EMPATIA: mettersi nei panni dell'altro – rappresenta la capacità di un individuo di comprendere in modo immediato i pensieri e gli stati d'animo di un'altra persona

Il *designer* oggi parte sempre dall'osservazione dei clienti nel loro ambiente naturale per catturare ciò che realmente vedono e provano

Trattandosi di un'analisi profonda è necessario costruirsi alcune "*personas*" che siano significativi del mercato di riferimento [personaggi che esprimono idealtipi sociali]



The Journey of

Responsible Party						
Description of Step	1	2	3	4	5	6

Emotional High	
Neutral	
Emotional Low	

Notes & References	
--------------------	--