

# DESIGN THINKING



dynargie

NOVEMBER 2020

*Design Thinking*  
σε ένα αβέβαιο  
και μεταβαλλόμενο  
περιβάλλον

**ΜΙΑ ΑΝΘΡΩΠΟΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ**

# Η ανάγκη για καινοτομία στη σημερινή πραγματικότητα

Το τελευταίο χρονικό διάστημα όλοι μας βιώνουμε πρωτόγνωρες αλλαγές στην ζωή μας και στην εργασία μας. Πράγματα που θεωρούσαμε δεδομένα καταρρίπτονται, “ιερές αγελάδες” και στερεότυπα που πιστεύαμε ότι δεν μπορούν να αλλάξουν, τελικά αλλάζουν με απίστευτη ταχύτητα και πρωτοφανή αποδοχή. Ποτέ άλλοτε η πίεση και απαίτηση για Καινοτομία στις επιχειρήσεις δεν ήταν τόσο μεγάλη. Λέγεται πως η ανάγκη για καινοτομία δημιουργείται κυρίως όταν συντρέχει κάποιος από τους παρακάτω λόγους:

- Υπάρχει ανάγκη για

**διαφοροποίηση** από τον ανταγωνισμό.

- Πραγματοποιείται είσοδος σε **αχαρτογράφητες περιοχές** και δραστηριότητες.

- Δοκιμασμένες **πρακτικές και λύσεις** σταματούν πλέον να φέρνουν τα αποτελέσματα που έφεραν στο παρελθόν, χωρίς αυτό να σημαίνει όμως ότι έχει μειωθεί η αποδοτικότητα του οργανισμού.

- Οι **συνήθειες και ανάγκες των πελατών/καταναλωτών** έχουν αλλάξει σε καθοριστικό βαθμό.

Στην σημερινή πραγματικότητα, για πολλές επιχειρήσεις συμβαίνουν όλα τα

παραπάνω μαζί, και σε αρκετές σε υπερθετικό βαθμό.

Το **Design Thinking**, ως μια ανθρωποκεντρική μέθοδος καινοτομίας, μπορεί να αξιοποιηθεί για να απαντήσουμε στις παραπάνω προκλήσεις με ένα δομημένο τρόπο. Επαναπροσδιορίζοντας τις λύσεις που μια εταιρεία προσφέρει, μέσω της απαιτούμενης επανασύνδεσης με τον πελάτη και μελέτης των νέων πλέον αναγκών και περιορισμών του.



# Γιατί μπορείς να βασιστείς στο Design Thinking;

## EMPATHIZE

Κατά το 1ο βήμα του Design Thinking, ερχόμαστε σε άμεση επαφή με τους υπάρχοντες και πιθανούς πελάτες και προσπαθούμε να καταλάβουμε τη δική τους οπτική γωνία. Αυτό σήμερα είναι σημαντικό όσο ποτέ άλλοτε, καθώς οι ανάγκες έχουν μεταβληθεί και οτιδήποτε θεωρούσαμε δεδομένο πλέον δεν υφίσταται.

Μικρά παραδείγματα γρήγορης αλλαγής συμπεριφορών των πελατών / καταναλωτών είναι η ραγδαία αύξηση:

- του ποσοστού των ηλικιωμένων οι οποίοι επικοινωνούν πλέον μέσω βιντεοκλήσεων (skype, messenger κ.α.), κάτι το οποίο δε φανταζόμασταν ότι θα μπορούσε να συμβεί πριν από 6 μήνες.

- των on-line αγορών ακόμα και για είδη που δε συνηθιζόταν στο παρελθόν όπως μεγάλες συσκευές (π.χ. ψυγεία).

- της κίνησης των εταιριών courier.

Είναι επομένως σημαντικό οι επιχειρήσεις να «ξαναδούν» τους πελάτες τους, τις σημερινές ανάγκες τους και την αλλαγή στην νοοτροπία τους.



## DEFINE

Κατά το 2° βήμα του Design Thinking, οι επιχειρήσεις οριοθετούν και προσδιορίζουν το πρόβλημα που έχει νόημα να λύσουν. Κάτι το οποίο είναι ιδιαίτερα σημαντικό σήμερα λόγω των ραγδαίων εξελίξεων που έχουν συμβεί τους τελευταίους μήνες, γεγονός που έχει επαναπροσδιορίσει το αντικείμενο σε πάρα πολλούς κλάδους.

Για παράδειγμα, το πρόβλημα το οποίο καλούνταν να λύσει ένας εκπαιδευτικός οργανισμός στο παρελθόν ήταν το «πώς μπορεί να παρέχει καλύτερη εμπειρία εκπαίδευσης στο χώρο του».

Σήμερα, στη εποχή της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης, καλείται να μελετήσει το «πώς μπορεί ο εκπαιδευόμενος να έχει την καλύτερη δυνατή πρόσβαση στη γνώση». Αντίστοιχα ένας Τραπεζικός Οργανισμός, στο παρελθόν,



# DESIGN THINKING

έπρεπε να παρέχει την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση με βάση τις υπάρχουσες δομές. Σήμερα θα πρέπει να μελετήσει το «πώς να βοηθήσει τους πελάτες να εξυπηρετηθούν σε όλα τα επίπεδα από όπου και αν βρίσκονται». Το πλεονέκτημα του Design Thinking είναι ότι ξεκινάει από αυτήν ακριβώς τη διερεύνηση.

## IDEATE

Κατά το 3<sup>ο</sup> βήμα του Design Thinking, έχοντας προσδιορίσει το πρόβλημα, γίνεται διερεύνηση πιθανών λύσεων και ιδεών. Σήμερα, το στάδιο αυτό αποκτά πολύ μεγάλο ενδιαφέρον λόγω των δομικών αλλαγών που συμβαίνουν σε διάφορους κλάδους, που απαιτούν νέες ιδέες και καινοτομικές προσεγγίσεις.

## PROTOTYPE

Σε αυτή τη φάση διαμορφώνεται σταδιακά η λύση κάνοντας συχνά πειράματα ώστε να αυξηθεί η πιθανότητα επιτυχίας. Η σταδιακή αυτή ανάπτυξη της ιδέας δεν μας εγκλωβίζει σε μια συγκεκριμένη λύση από την αρχή, αλλά μας δίνει τη δυνατότητα να ενσωματώσουμε πιθανές αλλαγές και βελτιώσεις στη λύση, βάσει του feedback. Η προσέγγιση του Design Thinking βοηθάει ώστε να ενσωματωθούν οι απαιτήσεις των πελατών πολύ νωρίς στην υπό διαμόρφωση ιδέα.

## TEST

Κατά το 5<sup>ο</sup> βήμα θα πρέπει να αφουγκραστούμε εκ νέου τους πελάτες. Επομένως, γίνονται πειράματα μικρού βεληνεκούς για να πάρουμε feedback από τους πελάτες και να προβούμε σε βελτιώσεις της ιδέας.

Με τα σημερινά νέα δεδομένα ταχύτατων αλλαγών στη συμπεριφορά των πελατών / καταναλωτών, κατά την προσπάθεια αυτή θα πρέπει να είμαστε ανοιχτοί στο απροσδόκητο!

## IMPLEMENT

Στην τελευταία φάση του Design Thinking λανσάρουμε τη νέα λύση στην αγορά.

Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι μέσω του Design Thinking, οι επιχειρήσεις μπορούν να απαντήσουν με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο στην ανάγκη να επαναπροσδιορίσουν την αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, κάτι που εμφανίζεται όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια σε όλους τους κλάδους.

# Remote Design Thinking

Το ερώτημα που προκύπτει σήμερα είναι: Πώς διατηρούμε ζωντανή την Καινοτομία όταν δουλεύουμε απομακρυσμένα; Πώς συνεργαζόμαστε, όταν πλέον οι χώροι εργασίας και οι αίθουσες συσκέψεων δεν είναι προσβάσιμοι;

Η ουσιαστική **επίτευξη αποτελεσμάτων καινοτομίας μέσω συνεργασίας από απόσταση** δεν είναι απλά εφικτή αλλά μπορεί και να «ξεκλειδώσει» σημαντικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τον παραδοσιακό τρόπο δουλειάς:

1. Με τα σημερινά δεδομένα, δίνεται η δυνατότητα σε ανθρώπους από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου να δουλέψουν απομακρυσμένα.
2. Όταν οι άνθρωποι βρίσκονται σε έναν χώρο, ως κοινωνικά όντα, μπορούν να αντιμετωπίσουν πολλούς περισπασμούς, ενώ σε μία «απομακρυσμένη συνεργασία» η ομαδική εργασία και η κοινωνικοποίηση δε συγχέονται.
3. Όλοι γνωρίζουμε ότι ο «εικονικός κόσμος» έχει επιτρέψει στους ανθρώπους να είναι πιο τολμηροί με τις σκέψεις και τα συναισθήματά τους.

Η ελευθερία της έκφρασης μπορεί να αποτελέσει θετικό στοιχείο, επιτρέποντας να μοιραζόμαστε ακόμα και τις πιο τρελές ιδέες μας.

4. Δουλεύοντας μέσα σε ένα εικονικό περιβάλλον και όντας οι ίδιοι μέλη μιας εικονικής κοινότητας, μας επιτρέπει να κατανοήσουμε από πρώτο χέρι τις νέες προκλήσεις και ανάγκες των πελατών και έτσι να καινοτομήσουμε για έναν εικονικό κόσμο.

Τέλος, με τόσες διαθέσιμες πλατφόρμες που επιτρέπουν την πολύ καλή συνεργασία μέσα σε ένα εικονικό περιβάλλον, μπορούμε να είμαστε σίγουροι ότι αυτή **η ανθρωποκεντρική μέθοδος καινοτομίας ευδοκیمی στη νέα μας πραγματικότητα**, και επιτρέπει σε οποιονδήποτε και κάτω από οποιαδήποτε περίσταση να καινοτομήσει και να οδηγηθεί στην επιτυχία!

Τάκης Μόρφης, Managing Partner  
Dynargie Greece



A stylized, handwritten signature in black ink, appearing to read 'Takis Morfhis'.