

ITARICON®

WORKSHOP DESIGN THINKING



GRUNDLAGEN

WORKSHOP MIT DESIGN THINKING ZU KUNDENZENTRIERTEN INNOVATIONSIDEEN



Design Thinking ist ein moderner Ansatz, um das Wissen und die Kreativität eines interdisziplinären Teams zu bündeln, damit die Entwicklung innovativer und kundenzentrierter Konzepte gefördert wird. In einem iterativen, mehrstufigen Verfahren werden zunächst Bedürfnisse des Kunden erforscht, kreatives Potenzial freigesetzt und anhand agiler Prototypen Konzepte praktisch getestet.

WORKSHOP

ZIELE, INHALTE & METHODEN

Design Thinking kann Konzeptionsprozesse zwischen verschiedenen Fachbereichen und Teams fördern und im Umgang mit Kunden eine zielgerichtete Technik zur Bedarfsanalyse bereitstellen. Zum Vermitteln der zugehörigen Methoden und Werkzeuge eignet sich ein Design Thinking-Workshop.

WARUM DESIGN THINKING

Bedürfnisse der Kunden und Nutzer besser verstehen

Wissen und Kreativität eines interdisziplinären Teams bündeln

Schnell innovative Lösungen entwickeln

Komplexe Fragestellungen beantworten

Evaluation von Lösungen mit Rapid Prototyping

ZIELE DES WORKSHOPS

Sensibilisierung einer nutzerzentrierten Denkweise

Erlernen verschiedener Kreativitätstechniken zum Generieren von Ideen

Fähigkeit zum Produzieren agiler Prototypen

Analyse und Weiterentwicklung der Konzepte durch unmittelbares Testen

Verwendung von Design Thinking im Business-Alltag

WORKSHOP ZIELE, INHALTE & METHODEN

Im Kontext von Design Thinking existiert eine reichhaltige Bandbreite an Vorgehensweisen, Methoden und Werkzeugen. Im Kern beinhalten alle Ansätze die fünf iterativen Teilschritte: Empathie, Zieldefinition, Ideenfindung, Prototyping und Evaluation. Der Fokus liegt während des gesamten Prozesses auf der „Empathie“ gegenüber dem Endnutzer, wodurch Vorbehalte und voreilige Schlüsse vom Forschungsprozess ausgeschlossen werden. Dies ermöglicht es uns wirklich zu verstehen, wer unsere Nutzer sind, um folglich essentielle Einsichten für Produkt- und Design-Innovationen zu erhalten.

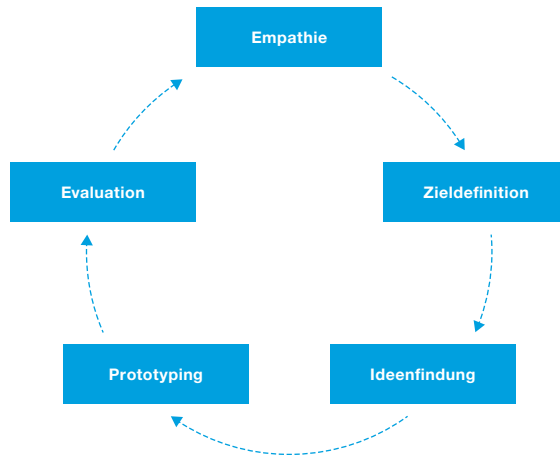


Abb.: Die fünf Teilschritte des Design-Thinking-Prozesses

Empathie – Wirklich verstehen wer der Nutzer ist.
Was sind die Bedürfnisse der Zielgruppe?

Zieldefinition – Strukturierte Analyse der Erkenntnisse, um Probleme zu identifizieren, Point-of-Views zu formulieren und eine Zielstellung zu definieren.

Ideenfindung – Anwendung von Kreativitätstechniken, um so viele Ideen wie möglich zu generieren.

Prototyping – Erstellen agiler Prototypen für eine Vorschau und Hands-On-Evaluation der Lösungen.

Evaluation – Experimentieren und Evaluieren mit den Prototypen, um auf Basis gemeinsamen Feedbacks und konstruktiver Diskussion die Konzepte iterativ zu verbessern.

WORKSHOP AGENDA 1/2

BEGINN

INHALTE

9:00 Einführung in Design Thinking als Workshop-Format

9:15 Methodik: Hoffnungen und Ängste

9:25 Erläuterung der weiteren Vorgehensweise und Regeln

9:30 Wissensaustausch

10:00 Methodik: Wie könnten wir ... ? (Individuell)

10:20 Methodik: POV/Designchallenge

10:40 Generierung verschiedener Lösungskonzepte

10:45 Methodik: Brainstorming (Gruppe)

11:05 Methodik: Crazy-8 (Individuell) – Diskussion der Ideen

12:00 Mittagspause

WORKSHOP AGENDA 2/2

BEGINN

INHALTE

12:45

Selektion der besten Ideen

12:50

Methodik: SWAT-Analyse

13:15

Validierung und nächste Schritte

Welche offenen Fragen gibt es?

Roadmap erstellen

Ergebnisse zusammenfassen

Next steps deklarieren

13:45

Auswertung des Workshops und Feedback

IHR WORKSHOP

PRAXISNAH & INDIVIDUELL



PRAXISNAH UND UNTER REALEN BEDINGUNGEN

Sie haben bereits ein Thema, eine Problemstellung oder suchen nach einer neuen Lösung für einen bestimmten Bereich oder Service? Dann werden wir gemeinsam mit Ihnen an Ihrem Beispiel Design-Thinking anwenden und Sie während wir an Lösungen arbeiten, gleich mit den nötigen praktischen Methoden vertraut machen. Im besten Fall wissen Sie danach nicht nur wie Design Thinking funktioniert, sondern haben auch gleich eine Lösung für Ihr Thema.



BEI IHNEN VOR ORT

Der Workshop findet bei Ihnen statt. Sie sorgen für ausreichend Platz und kreativen Freiraum für die gewünschte Teilnehmerzahl. Die Anzahl der teilnehmende Mitarbeiter sollten 12 Personen nicht übersteigen.

Benötigte Infrastruktur

- Beamerwand oder geeignete Wand
- Whiteboard



ODER BEI UNS

Der Workshop findet in unseren Räumlichkeiten statt. Diese Variante ist optional und beinhaltet zusätzlich zu den Materialien Getränke und ein kleines Catering. Auch hier sollte eine Teilnehmerzahl von 12 Personen nicht überschritten werden.

Büro Dresden

ITARICON Digital Customer Solutions
Wiener Platz 9
01069 Dresden

SICHERN SIE SICH JETZT IHREN **WORKSHOP**

IHR KONTAKT FÜR RÜCKFRAGEN



Martin Mühlbach
Head of Sales & Marketing

Mobil
+49 351 485078 540

Mail:
martin.muehlbach@itaricon.de