Design Thinking Cursus: Dag 1

Joris Blok, MSc Strategic Product Design @ Delft University of Technology

TU Delft





Joris Blok

MSc Strategic Product Design &
Founding Mindsweeper



Johan van der Schaaf

MSc Strategic Product Design &
Founding Mindsweeper



Willemijn Brouwer

Creativity expert | Serious game
designer | Teacher @TUDelft







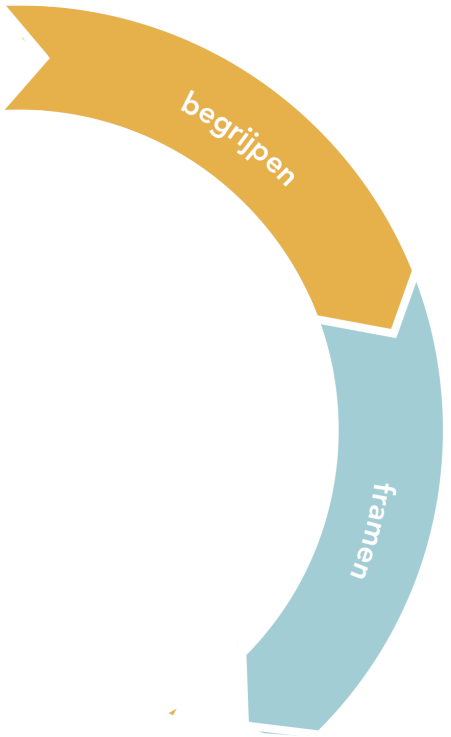






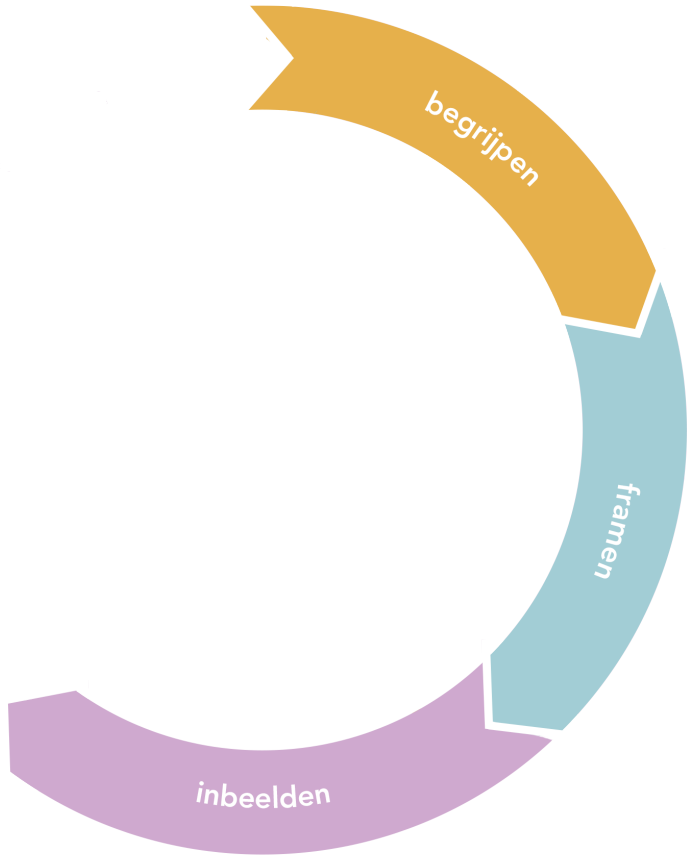
Begrijpen

Wat is het probleem?
Wie zijn er allemaal bij betrokken en hoe?
Definieer uitdagingen
Verken de menselijke context



Framen

Waarom is het probleem belangrijk? Onderzoek, observeer en formuleer het probleem vanuit een andere invalshoek.

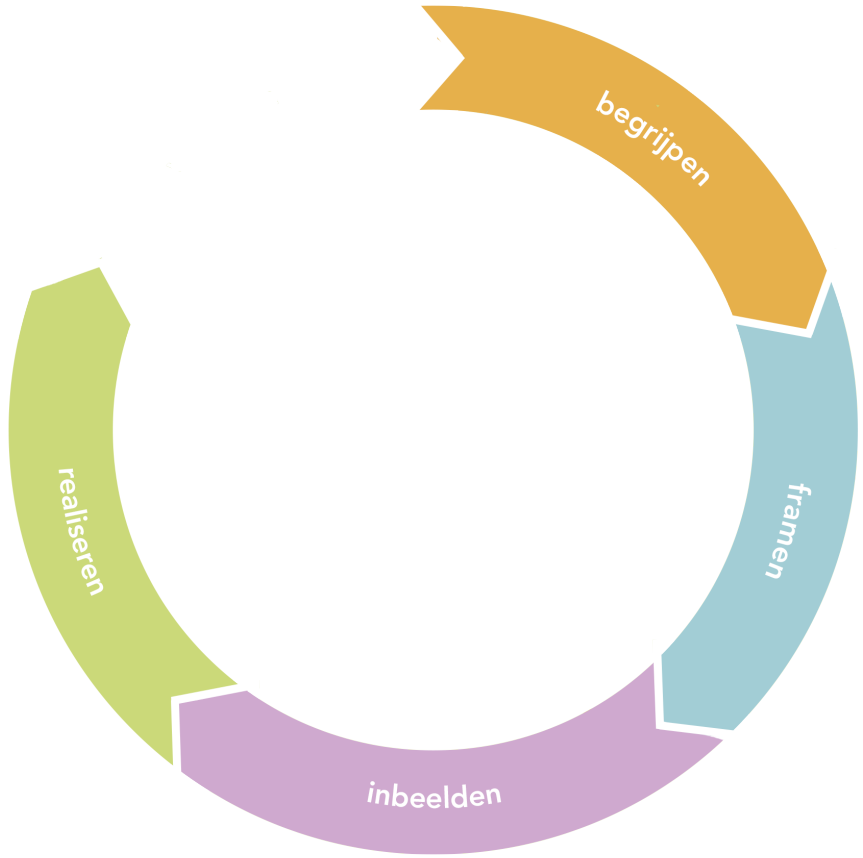


Inbeelden

Hoe kunnen we het oplossen?
Brainstorm goede en slechte ideeën
Stop niet bij de voor de hand liggende ideeën!

Realiseren

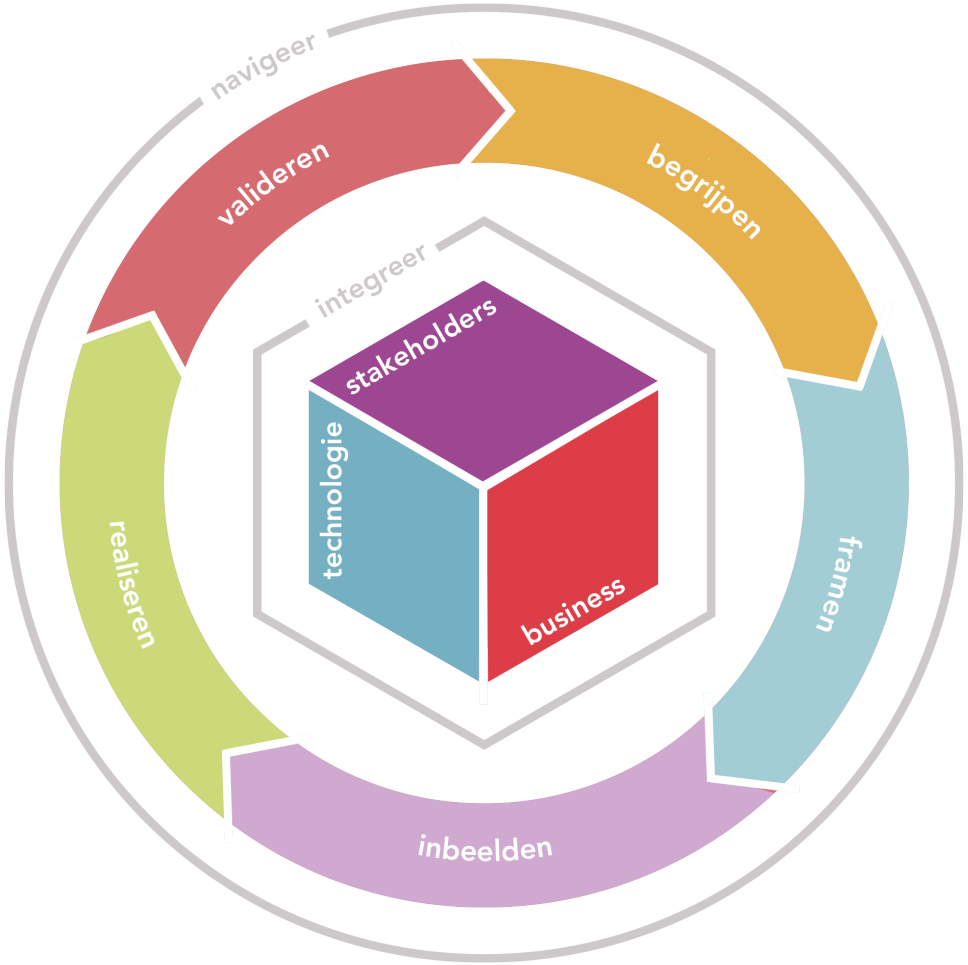
Hoe kunnen we het maken?
Start met maken en experimenteren.
Faal goedkoop en snel!

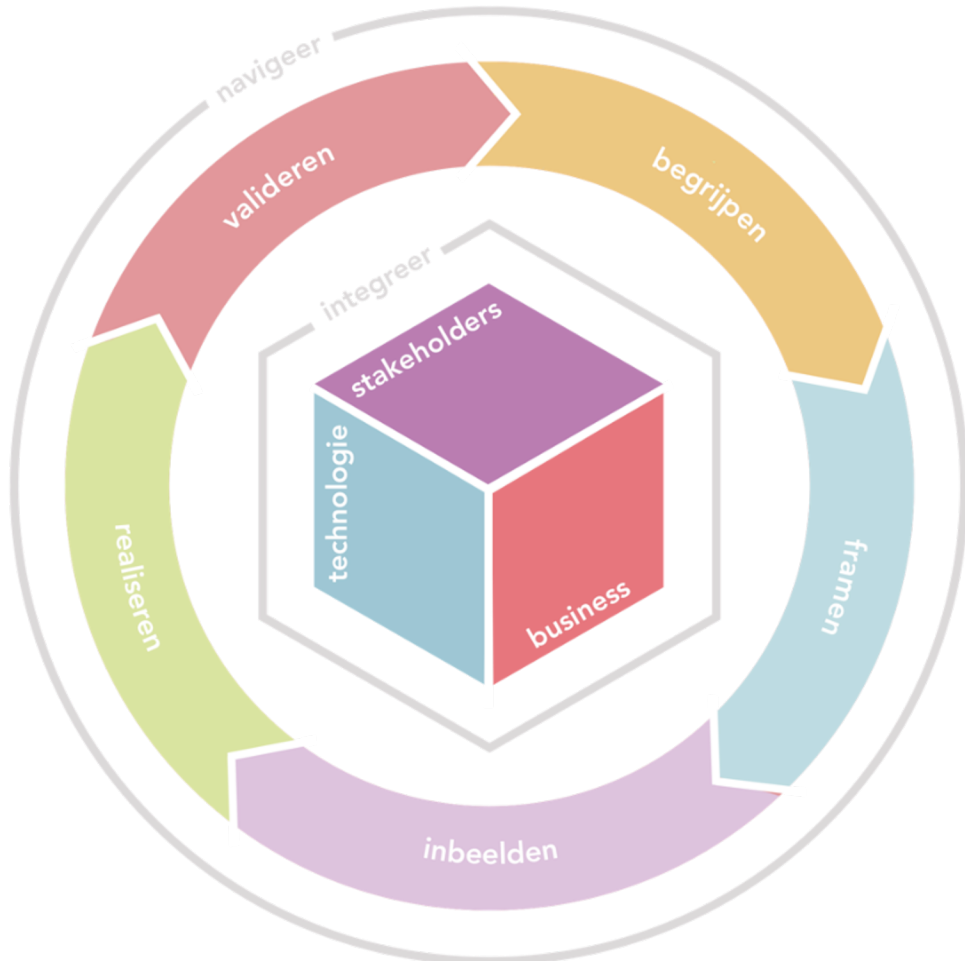


Valideren

Wekt het? Test het!
Laat het zien maar zeg niks.
Verfijn het.




navigeer
valideren
begrijpen
integreer
stakeholders
technologie
business
realiseren
framen
inbeelden


navigeer
valideren
begrijpen
integreer
stakeholders
technologie
business
realiseren
framen
inbeelden



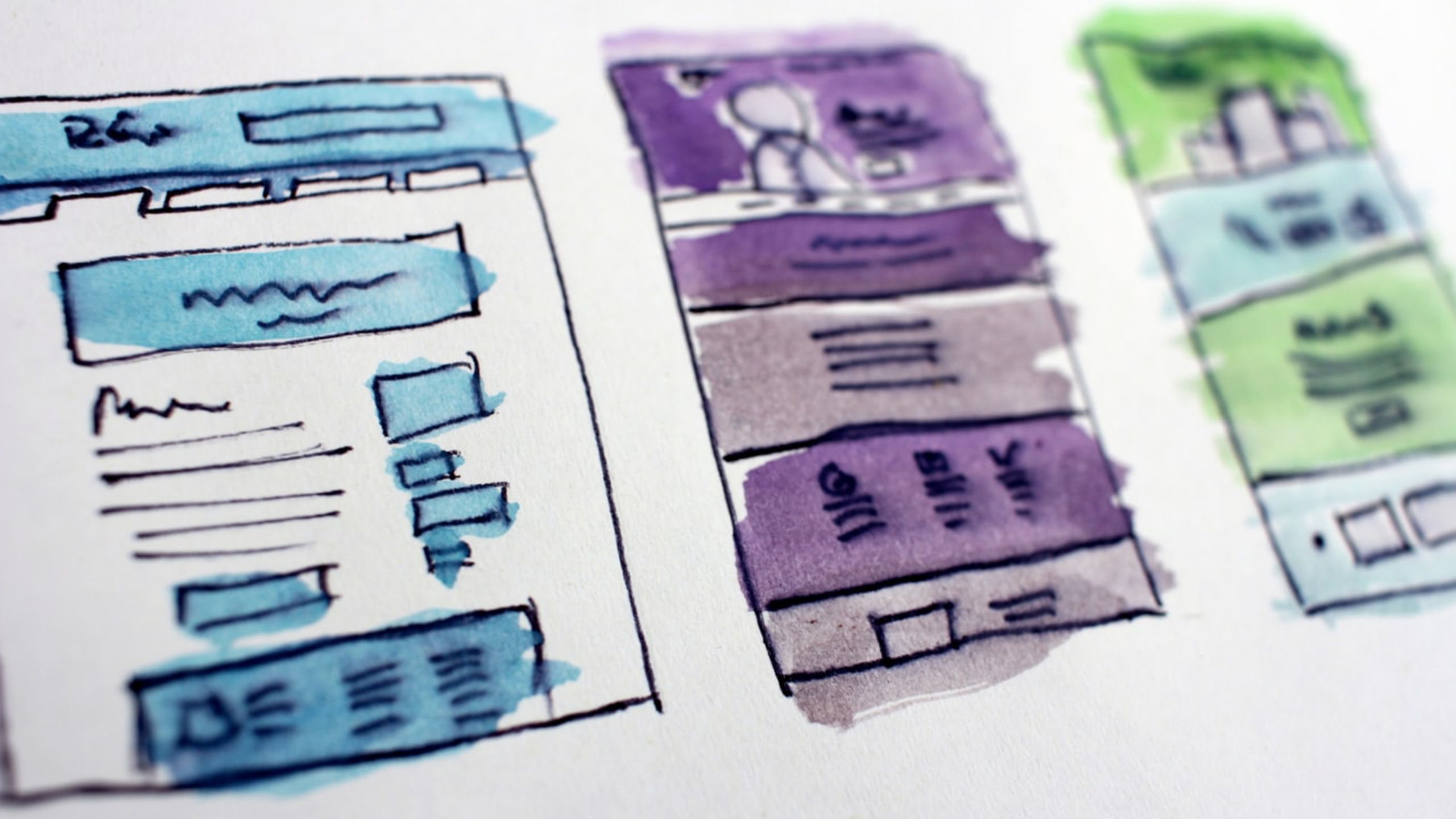
Durf in het probleem te duiken en **durf naar buiten te gaan** om in het probleem te gaan zitten.

Valkuil: het probleem enkel proberen te analyseren en te begrijpen op kantoor
→ aannames ☹



Durf je key stakeholders te confronteren met **kleine experimenten**.

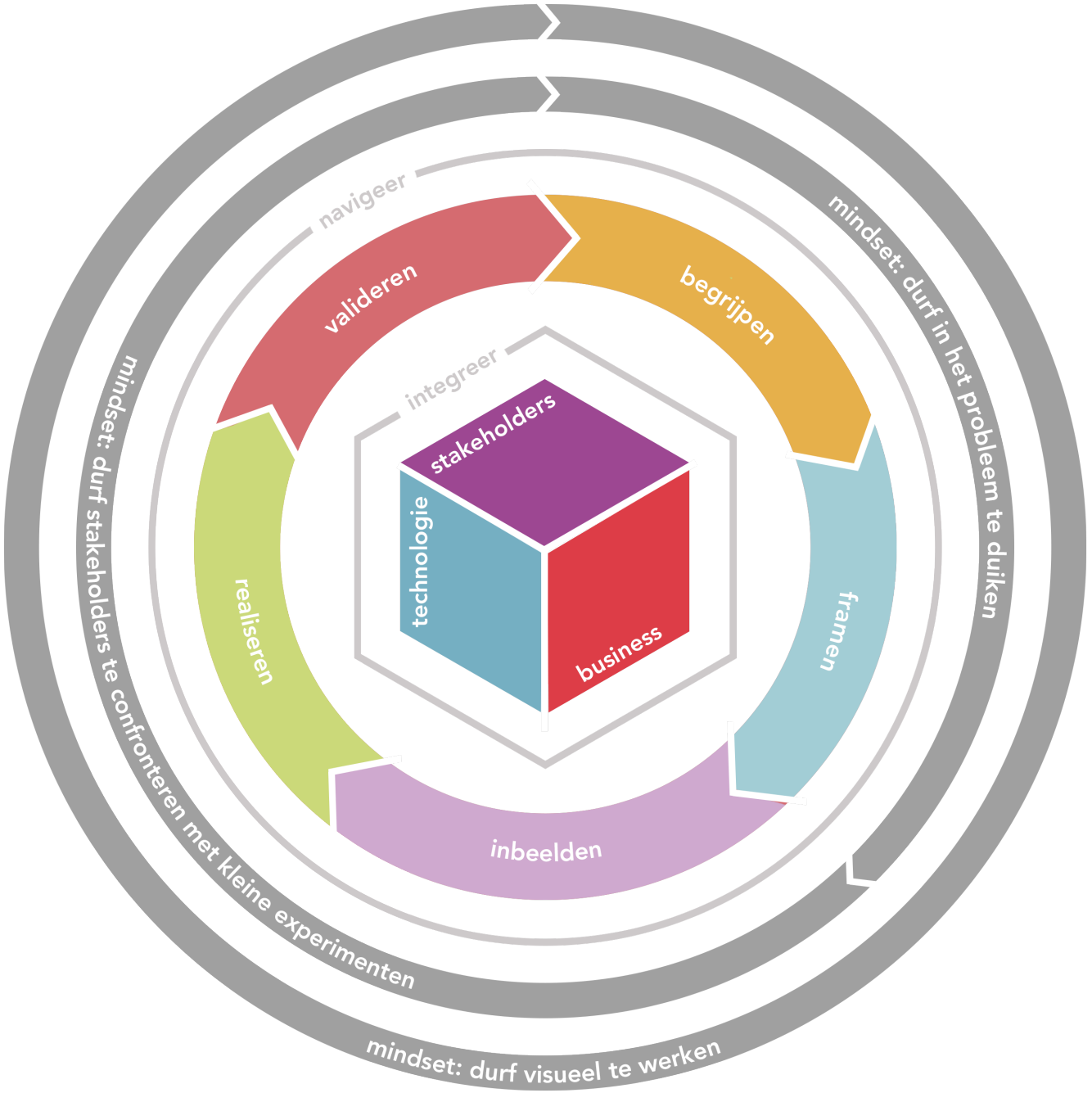
Valkuil: Oplossingen op kantoor bedenken en zelf testen
→ aannames ☹





Durf **visueel** te werken, niet alleen binnen je team, maar ook met je stakeholders.

Valkuil: Woorden → miscommunicatie ☹


mindset: durf visueel te werken
mindset: durf stakeholders te confronteren met kleine experimenten
mindset: durf in het probleem te duiken
navigeer
integreer
begrijpen
framen
inbeelden
realiseren
valideren
stakeholders
technologie
business

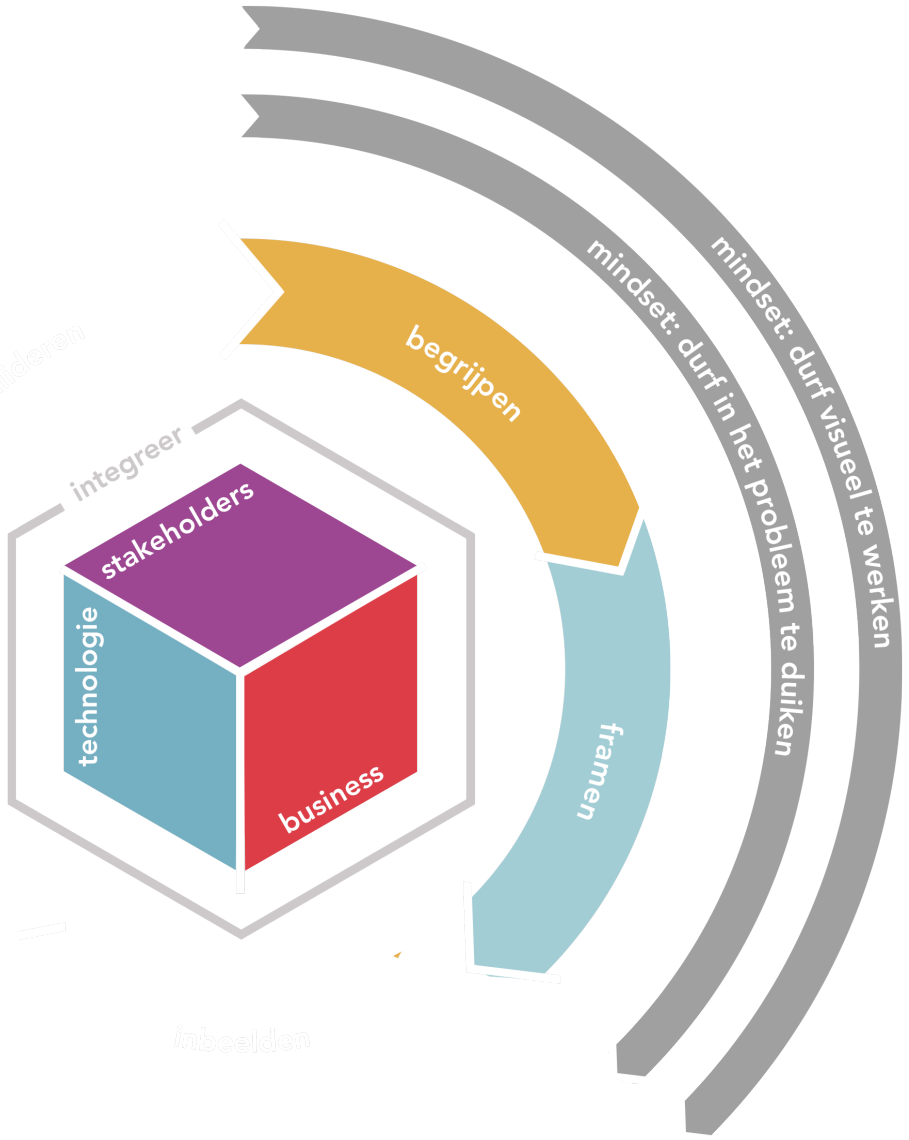


Overzicht cursus

- **Maandag 6 januari: Begrijpen & Framen [09:00 – [17:00]**
  - klanten echt leren begrijpen
  - tot de wortel van problemen kunnen komen

- **Vrijdag 24 januari: Inbeelden, Realiseren en Valideren [09:00 – [17:00]**
  - Ideeën genereren
  - Prototypes testen

- **Vrijdag 31 januari: Show time & What Now [09:00 – [17:00]**
  - Presentatie
  - Hoe past Design Thinking bij jouw functie?


mindset: durf visueel te werken
mindset: durf in het probleem te duiken
begrijpen
framen
integreer
stakeholders
technologie
business



Overzicht van vandaag

- **Ochtenddeel [09:00 – [12:30]**

- Theorie
- Opwarmoefening tekenen
- Casus presentatie
- Stakeholder Mapping
- Persona

- **Pauze [12:30 – 13:15]**

- **Middagdeel [13:15 – [17:00]**

- Customer Journey
- Rollenspel
- Solution Neutral Problem Statement
- Groepspresentaties
- Terugkoppelen theorie


Orange
PC1003
Spanish
Grampisi
Rose
PC929
Pink
Blanc
White
Rose Foncé
PC928
Blush Pink
Vermillion
PC921
Pale
Vermillion
Mûrier
PC995
Mulberry
PC910

Groepsverdeling

Groep A:

- Arnout
- Elmer
- Jeroen
- Gideon

Groep B:

- Babette
- Lars
- Bryan





Stakeholder Mapping

- Bij een probleem zijn vaak veel stakeholders betrokken, zowel intern als extern.
- Stakeholder Mapping zorgt ervoor dat je **alle betrokkenen** bij een probleem **visueel** kan maken in **één overzicht**.
- Hierdoor weten we met wie we rekening moeten houden en bij wie we aan kunnen kloppen bij het probleem en de oplossing.

De klant


De klant
CEC

De klant

CEC

De klant

Eind-
gebruiker

CEC

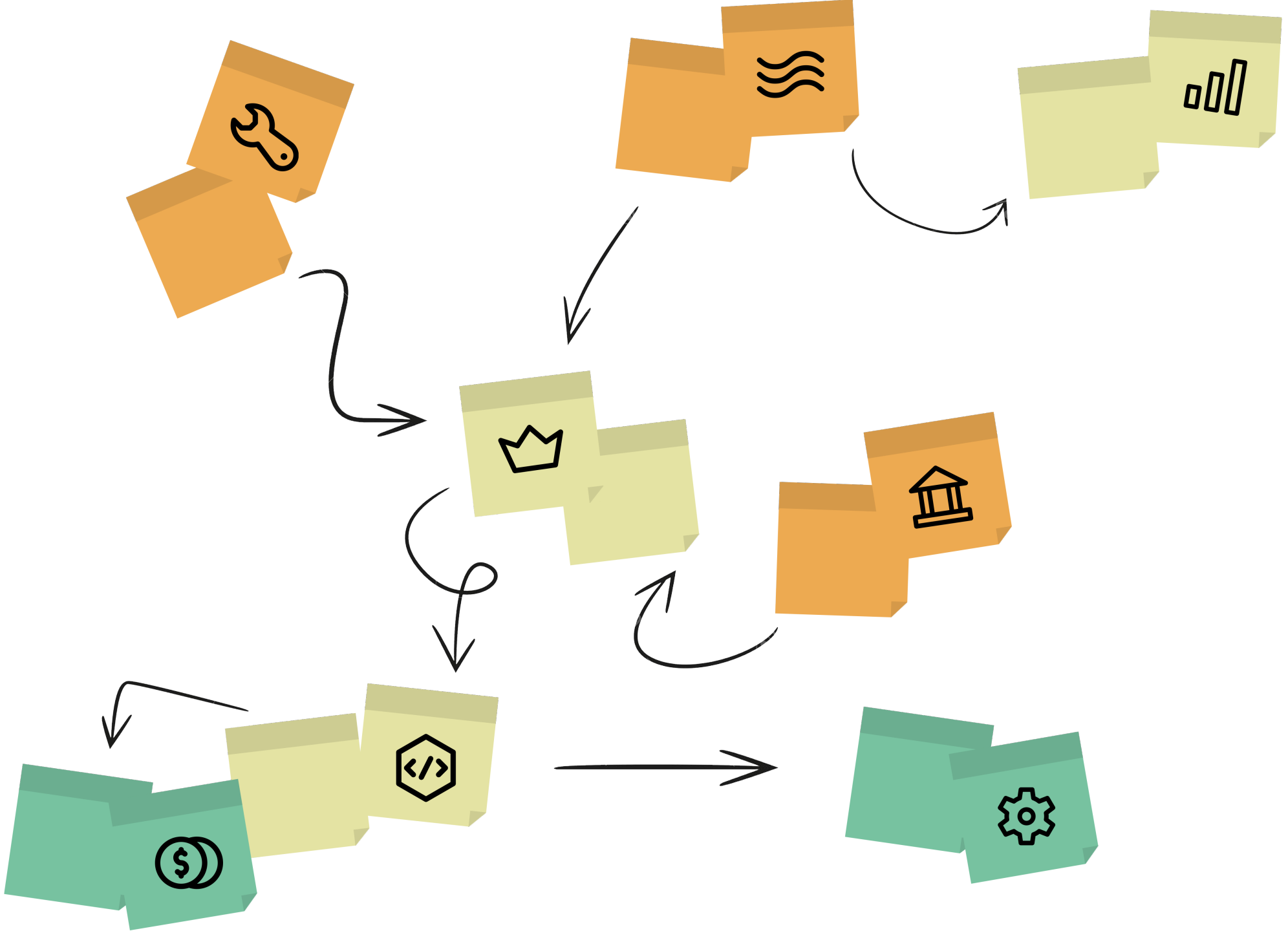




Aan de slag

- Map met je groep in **20 minuten** alle relevante stakeholders die bij het probleem betrokken zijn. (Gebruik post-it’s, stiften, etc.)







Aan de slag

- Map met je groep in **20 minuten** alle relevante stakeholders die bij het probleem betrokken zijn. (Gebruik post-it’s, stiften, etc.)

- Gebruik **5 minuten** om de stakeholders zo visueel mogelijk te maken. Focus eerst op icoontjes. (Gebruik post-it’s, stiften, etc.)



Aan de slag

- Map met je groep in **20 minuten** alle relevante stakeholders die bij het probleem betrokken zijn. (Gebruik post-it's, stiften, etc.)

- Gebruik **5 minuten** om de stakeholders zo visueel mogelijk te maken. (Gebruik post-it's, stiften, etc.)

- Loop met de groep in **5 minuten** opnieuw door de map. Is het voor ieder groepslid duidelijk welke stakeholders zich in de map bevinden (en waarom)?



Persona

- Het is vaak erg moeilijk om je te verplaatsen in een grote groep eindgebruikers.

  → Hoe kan je bijvoorbeeld met een oplossing komen voor een groot aantal verschillende individuele eindgebruikers?

- Een persona is een **representatie** van het gemiddelde van een grote groep mensen in **één fictief persoon**.

PERSONA CANVAS

1 Algemeen

- Naam
- Leeftijd
- Geslacht
- Werk/Functie
- Hobbies
- Gezin
- Fun facts
- ...



2 Doelen

Wat is er belangrijk voor de persona?

3 Frustraties

Welke frustraties komt de persona regelmatig tegen?

mindsweepers

PERSONA CANVAS

1 Algemeen

- Naam
- Leeftijd
- Geslacht
- Werk/Functie
- Hobbies
- Gezin
- Fun facts
- ...

Sjoerd



2 Doelen

Wat is er belangrijk voor de persona?

3 Frustraties

Welke frustraties komt de persona regelmatig tegen?

mindsweepers

PERSONA CANVAS

1 Algemeen

- Naam
- Leeftijd
- Geslacht
- Work/Functie
- ...



2 Doelen

Wat is er belangrijk voor de persona?

3 Frustraties

Welke frustraties komt de persona regelmatig tegen?

PERSONA CANVAS

1 Algemeen

- Naam
- Leeftijd
- Geslacht
- Work/Functie
- ...



2 Doelen

Wat is er belangrijk voor de persona?

Zo veel mogelijk klanten

3 Frustraties

Welke frustraties komt de persona regelmatig tegen?

PERSONA CANVAS

1 Algemeen

- Naam
- Leeftijd
- Geslacht
- Work/Functie
- ...



2 Doelen

Wat is er belangrijk voor de persona?

3 Frustraties

Welke frustraties komt de persona regelmatig tegen?

mindsweepers

PERSONA CANVAS

1 Algemeen

- Naam
- Leeftijd
- Geslacht
- Work/Functie
- ...



2 Doelen

Wat is er belangrijk voor de persona?

3 Frustraties

Welke frustraties komt de persona regelmatig tegen?

Dronken jongeren

mindsweepers

PERSONA CANVAS

1 Algemeen

- Naam
- Leeftijd
- Geslacht
- Work/Functie
- ...



2 Doelen

Wat is er belangrijk voor de persona?

3 Frustraties

Welke frustraties komt de persona regelmatig tegen?

mindsweepers



Aan de slag

- Vul met je groep in **10 minuten** stap 1 in van de persona toolkit in. Hoe heet jullie persona? Hoe oud is hij/zij? Hoe ziet de persona eruit? Etc. (Gebruik post-it’s, stiften, etc.)



Aan de slag

- Vul met je groep in **10 minuten** stap 1 in van de persona toolkit in. Hoe heet jullie persona? Hoe oud is hij/zij? Hoe ziet de persona eruit? Etc. (Gebruik post-it's, stiften, etc.)

- Gebruik **10 minuten** om stap 2 in te vullen van de persona toolkit. Welke doelen streeft de persona na?



Aan de slag

- Vul met je groep in **10 minuten** stap 1 in van de persona toolkit in. Hoe heet jullie persona? Hoe oud is hij/zij? Hoe ziet de persona eruit? Etc. (Gebruik post-it's, stiften, etc.)

- Gebruik **10 minuten** om stap 2 in te vullen van de persona toolkit. Welke doelen streeft de persona na?

- Gebruik **10 minuten** om stap 3 in te vullen van de persona toolkit. Welke frustraties komt de persona regelmatig tegen?



Customer Journey

- Een probleem in zijn algemeenheid en volledigheid proberen op te lossen is vaak vrijwel onmogelijk
- Een Customer Journey projecteert **chronologisch** de **volledige reis** die een stakeholder aflegt, waarin hij het probleem tegenkomt
- Een Customer Journey laat gemakkelijk zien waar een stakeholder positieve of negatieve ervaringen ondervindt

CUSTOMER JOURNEY CANVAS

① Activiteiten					
② Visualisaties					
③ Goed/Fout					
④ Emoties   					

mindsweepers

CUSTOMER JOURNEY CANVAS

① Activiteiten	In de auto stappen				
② Visualisaties					
③ Goed/Fout					
④ Emoties					

mindsweepers

CUSTOMER JOURNEY CANVAS

① Activiteiten	In de auto stappen				
② Visualisaties					
③ Goed/Fout					
④ Emoties					

mindsweepers

CUSTOMER JOURNEY CANVAS

① Activiteiten	In de auto stappen				
② Visualisaties					
③ Goed/Fout					
④ Emoties ☺ 😐 ☹					

mindsweepers

CUSTOMER JOURNEY CANVAS

① Activiteiten	In de auto stappen				
② Visualisaties					
③ Goed/Fout	Sleutels vergeten				
④ Emoties ☺ 😐 ☹					

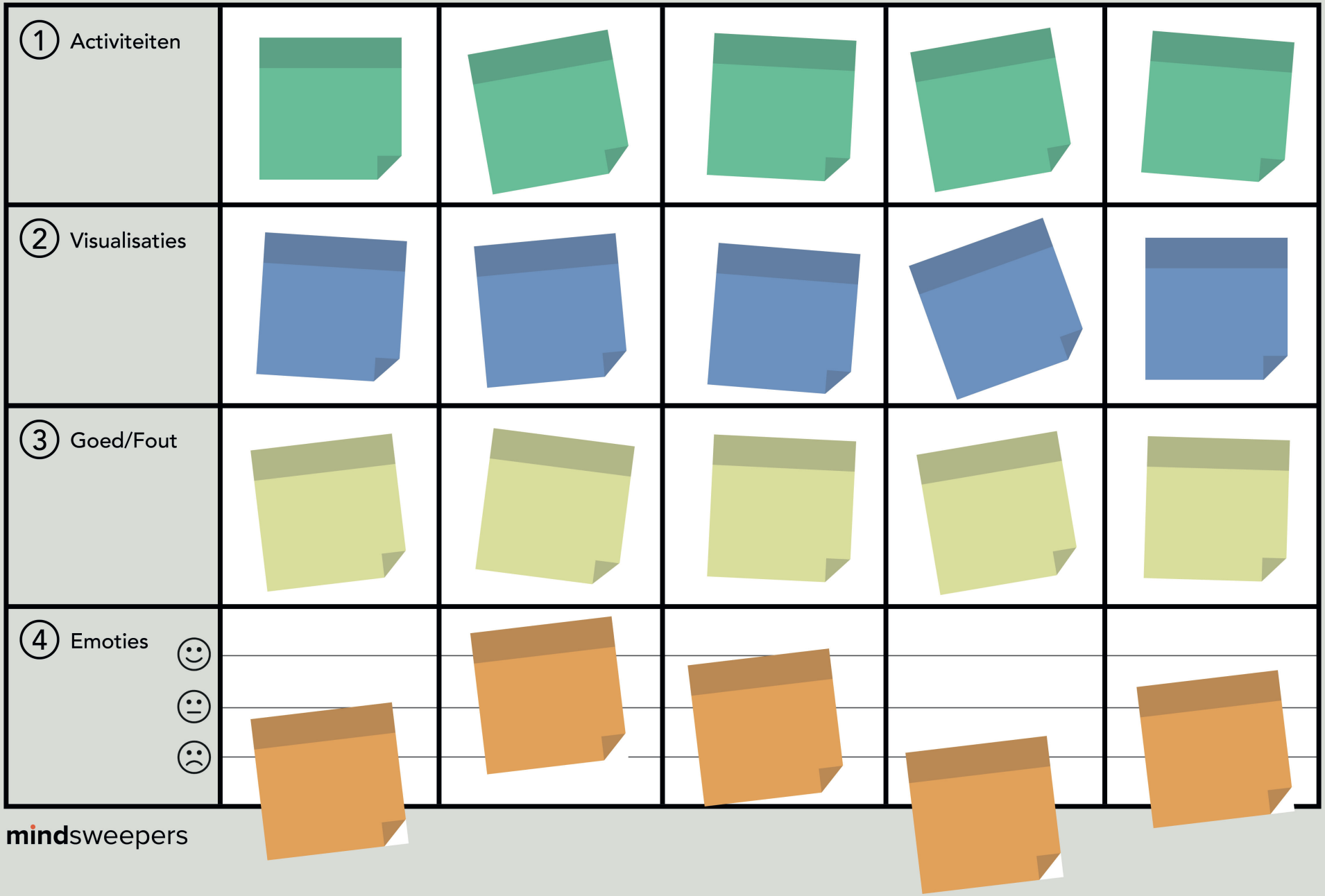
mindsweepers

CUSTOMER JOURNEY CANVAS

① Activiteiten	In de auto stappen				
② Visualisaties					
③ Goed/Fout	Sleutels vergeten				
④ Emoties ☺ 😐 ☹					

mindsweepers

CUSTOMER JOURNEY CANVAS



mindsweepers



Aan de slag

- Loop met je groep in **20 minuten** met de persona door de bovenste laag (stap 1) van de Customer Journey. (Gebruik post-it’s, stiften, etc.)



Aan de slag

- Loop met je groep in **20 minuten** met de persona door de bovenste laag (stap 1) van de Customer Journey. (Gebruik post-it's, stiften, etc.)

- Gebruik **10 minuten** om in stap 2 de bovenste laag visueel te maken. (Gebruik post-it's, stiften, etc.)



Aan de slag

- Loop met je groep in **20 minuten** met de persona door de bovenste laag (stap 1) van de Customer Journey. (Gebruik post-it's, stiften, etc.)

- Gebruik **10 minuten** om in stap 2 de bovenste laag visueel te maken. (Gebruik post-it's, stiften, etc.)

- Vul in **30 minuten** stap 3 in van de Customer Journey. Wat gaat er 'per stap' in de bovenste laag goed (gebruik groene stift)? en wat gaat er fout (gebruik rode stift)?



Aan de slag

- Loop met je groep in **20 minuten** met de persona door de bovenste laag (stap 1) van de Customer Journey. (Gebruik post-it's, stiften, etc.)

- Gebruik **10 minuten** om in stap 2 de bovenste laag visueel te maken. (Gebruik post-it's, stiften, etc.)

- Vul in **30 minuten** stap 3 in van de Customer Journey. Wat gaat er 'per stap' in de bovenste laag goed (gebruik groene stift)? en wat gaat er fout (gebruik rode stift)?

- Welke emoties heeft de persona per stap? Gebruik **20 minuten** om de onderste laag van de Customer Journey in te vullen. Teken smileys (blij, neutraal of gefrustreerd) op post-it's en plak deze in stap 4.



Probleemselectie

- Kijk met je groep opnieuw naar het probleem aan de hand van de Customer Journey.

- Probeer in ca. **15 minuten** het probleem aan te scherpen / te herdefiniëren vanuit het perspectief van de persona.



Rollenspel: Interview

- Wijs 1 groepsgenoot aan die de persona wil spelen (overige groepsgenoten zijn interviewers)

- Stel in 10 minuten zo veel mogelijk vragen aan de persona over het nieuwe probleem.



Rollenspel: 5x Waarom

- Wijs 1 groepsgenoot aan die de persona wil spelen (overige groepsgenoten zijn interviewers)
- Stel in 10 minuten zo veel mogelijk vragen aan de persona over het nieuwe probleem.
- Probeer in 10 minuten achter de **wortel** van het probleem te komen door de 5x waarom.



Rollenspel: 5x Waarom

Probleem: Klant ontvangt voor de vijfde keer een bestelling te laat van de leverancier.

- **1: Waarom heeft de klant de bestelling te laat ontvangen van de leverancier?**

  Het transportbedrijf, verantwoordelijk voor de levering, beschikte niet over de juiste adresgegevens van de klant.

- **2: Waarom beschikt het transportbedrijf niet over de juiste adresgegevens van de klant?**

  Het adres op de verzending komt niet overeen met het adres van de klant

- **3: Waarom komt het adres van de verzending niet overeen met het adres van de klant?**

  De klant is 5 maanden geleden verhuisd naar een nieuwe locatie en dit nieuwe adres is nog niet opgenomen in het klantenbestand van de leverancier.

- **4: Waarom is het nieuwe adres van de klant nog niet opgenomen in het klantenbestand van de leverancier?**

  De systeembeheerder is al 6 maanden ziek en niemand heeft er aan gedacht om het adres aan te passen.

- **5: Waarom heeft niemand er aan gedacht om het adres aan te passen?**

  Er is niemand die weet hoe zij een wijziging moeten aanbrengen in het klantenbestand.

Conclusie?

Probleem: ~~Klant ontvangt voor de vijfde keer een bestelling te laat van de leverancier.~~

- Er is iemand verantwoordelijk voor het onderhouden van het klantenbestand
- Er zijn geen duidelijke afspraken m.b.t. overnemen van elkaars verantwoordelijkheden bij afwezigheid
- De interne communicatie tussen de verschillende afdelingen verloopt niet optimaal.



Rollenspel: 5x Waarom

- Wijs 1 groepsgenoot aan die de persona wil spelen (overige groepsgenoten zijn interviewers)
- Stel in 10 minuten zo veel mogelijk vragen aan de persona over het nieuwe probleem.
- Probeer in 15 minuten achter de **wortel** van het probleem te komen door de 5x waarom.



Aannames-check

- Bespreek in 10 minuten binnen je groep welke **grote aannames** zijn gemaakt tijdens het rollenspel
- Noteer de aannames op post-its
- Zijn er misschien ook grote/belangrijke aannames gemaakt tijdens de customer journey, stakeholder map, etc. …?



Aannames-check

- Bespreek in 10 minuten binnen je groep welke **grote aannames** zijn gemaakt tijdens het rollenspel
- Noteer de aannames op post-its
- Zijn er misschien ook grote/belangrijke aannames gemaakt tijdens de customer journey, stakeholder map, etc. …?
- Selecteer van **alle** aannames de **3 grootste aannames** en bewaar deze goed.

SOLUTION NEUTRAL PROBLEM STATEMENT

_____ zoekt een manier om _____,

(persona) (kern van het probleem)

omdat _____.

(verassend inzicht)

SOLUTION NEUTRAL PROBLEM STATEMENT

Joris zoekt een manier om fit en gezond te blijven,

(persona) (kern van het probleem)

omdat hij dan beter kan presteren op werk.

(verassend inzicht)

SOLUTION NEUTRAL PROBLEM STATEMENT

_____ zoekt een manier om _____,

(persona) (kern van het probleem)

omdat _____.

(verassend inzicht)

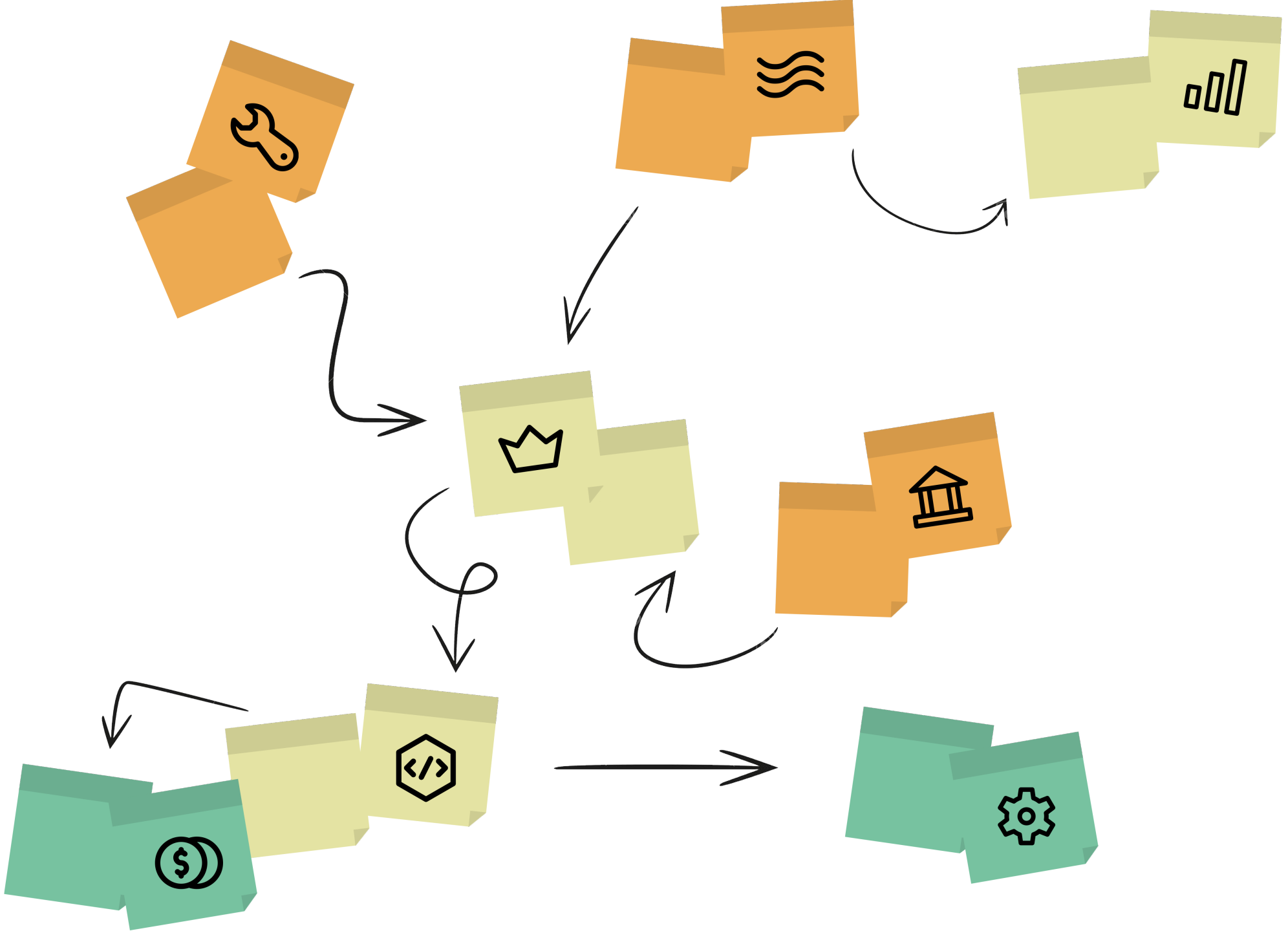


Reflecteer & Presenteer

- Loop in 15 minuten opnieuw met je groep door het gehele proces en kijk waar jullie nu staan (stakeholder map, persona, customer journey, rollenspel, 5x waarom en het Solution Neutral Problem Statement)

- Geef een korte presentatie van maximaal 5 minuten met daarin:

  - De belangrijkste uitkomsten.
  - De 3 grootste/belangrijkste aannames



PERSONA CANVAS

1 Algemeen

- Naam
- Leeftijd
- Geslacht
- Work/Functie
- ...



2 Doelen

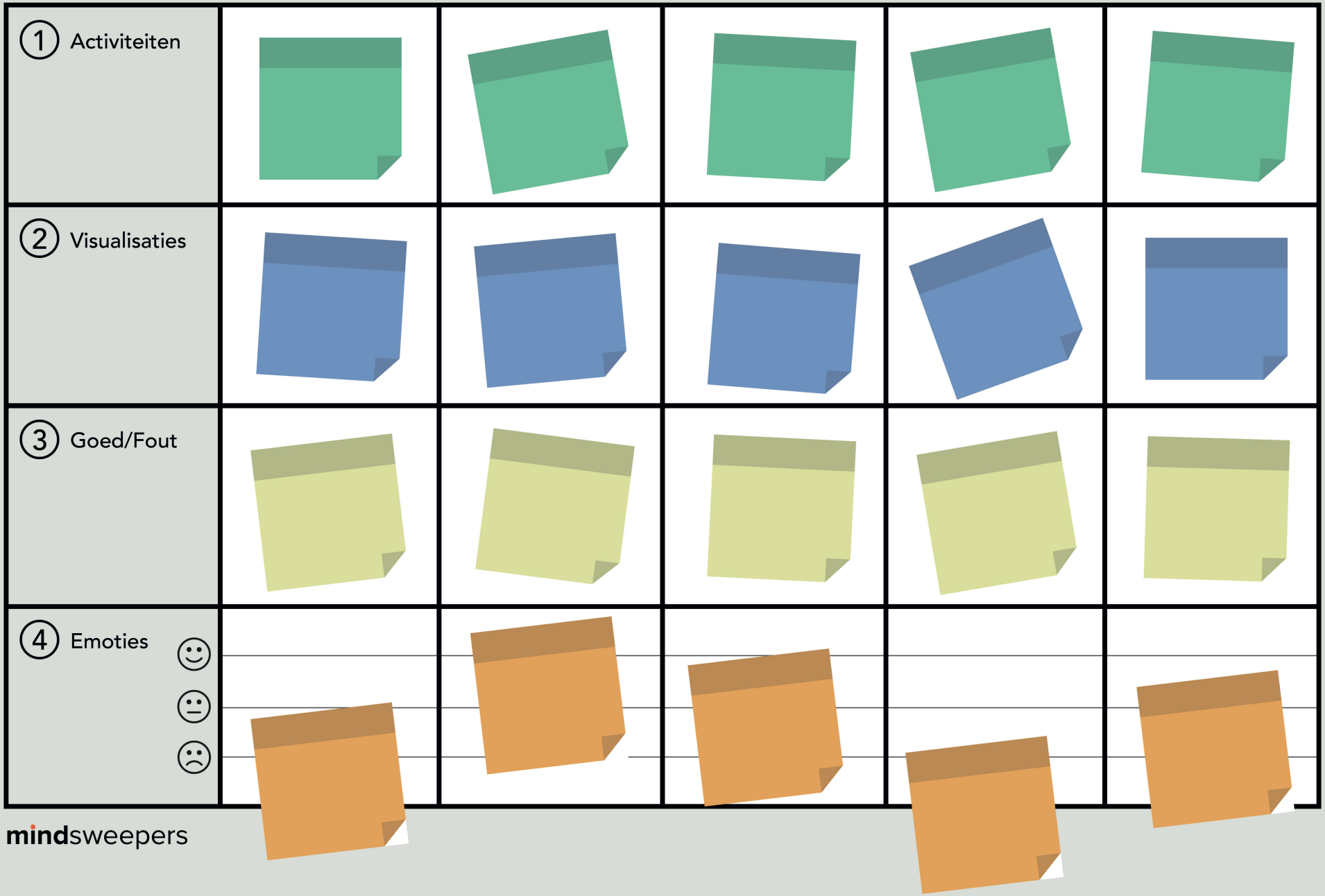
Wat is er belangrijk voor de persona?

3 Frustraties

Welke frustraties komt de persona regelmatig tegen?

mindsweepers

CUSTOMER JOURNEY CANVAS



mindsweepers



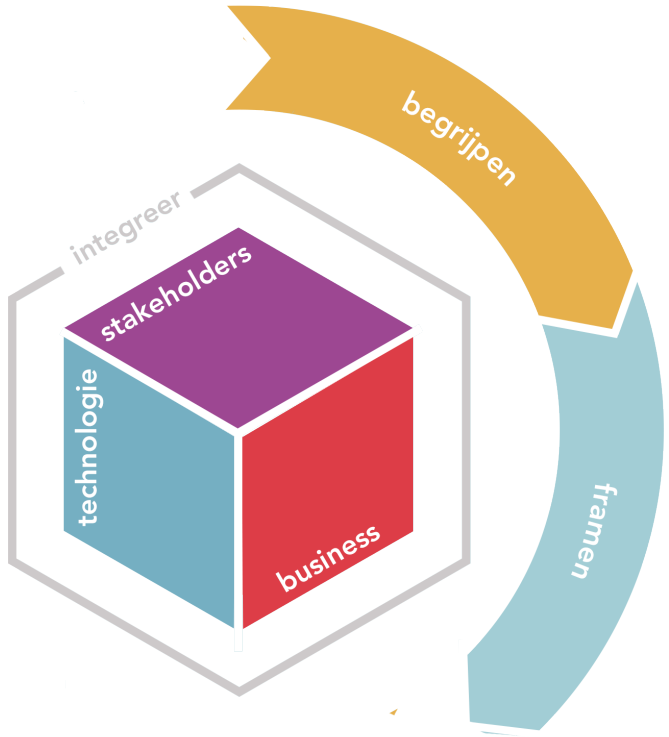
SOLUTION NEUTRAL PROBLEM STATEMENT

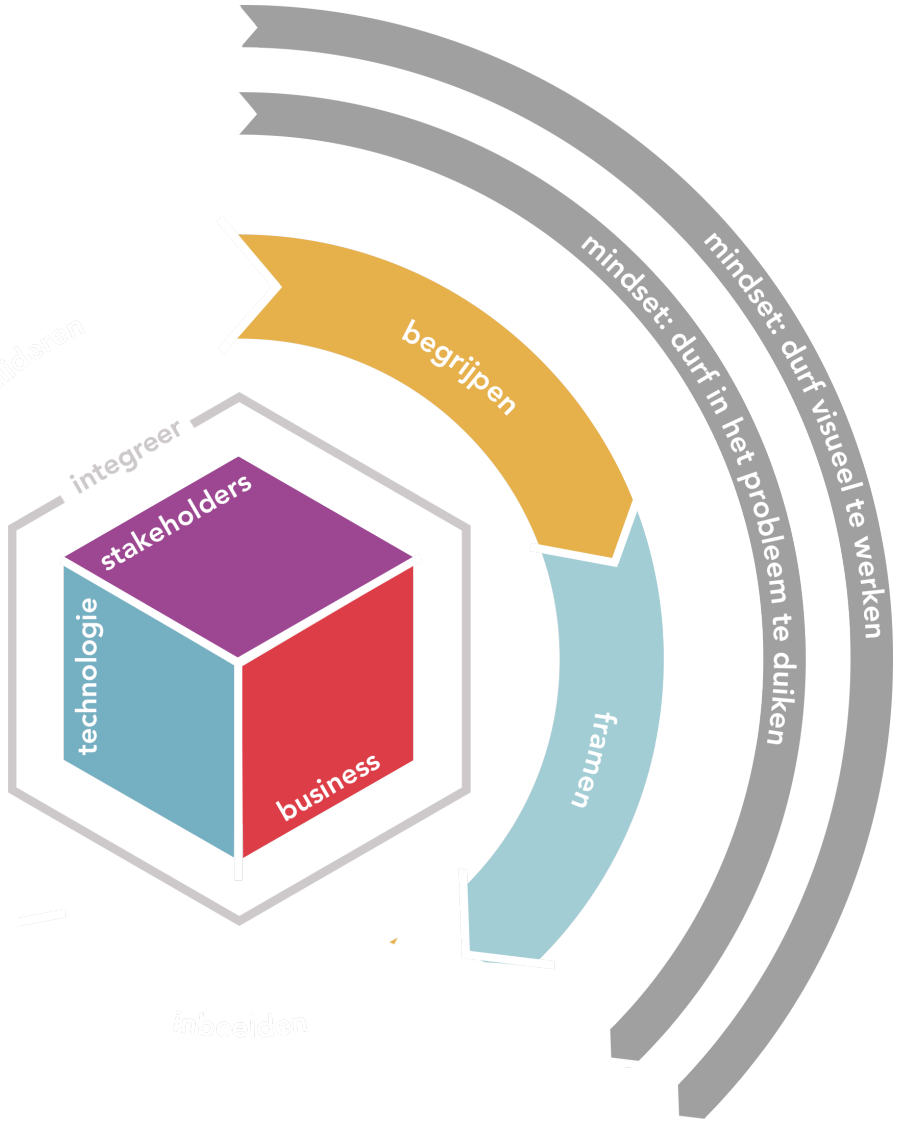
_____ zoekt een manier om _____,

(persona) (werkwoord)

omdat _____.

(verassend inzicht)


begrijpen
framen
integreer
stakeholders
technologie
business


mindset: durf visueel te werken
mindset: durf in het probleem te duiken
begrijpen
framen
integreer
stakeholders
technologie
business

Mindset 1

Valkuil: het probleem enkel proberen te analyseren en te begrijpen op kantoor → aannames ☹

Durf in het probleem te duiken en **durf naar buiten te gaan** om in het probleem te gaan zitten.

ASSUMPTIE CANVAS

1  Aanname #1: _____

2 Conclusie(s): _____

mindsweepers

1  Aanname #2: _____

2 Conclusie(s): _____

mindsweepers

1  Aanname #3: _____

2 Conclusie(s): _____

mindsweepers



Huiswerk vóór dag 2:

- **Vul als groep het huiswerk formulier in:**
  Top 3 assumpties checken in de buitenwereld (bellen, skypen langsgaan)
  TIP: 5x waarom



Volgende keer / Dag 2

- **Vrijdag 24 januari: Inbeelden, Realiseren en Valideren [09:00 – [17:00]**
  - Ideeën genereren
  - Prototypes testen
  - LEGO Serious Play

- **Contactgegevens**
  - E-mail: jorisblok@outlook.com
  - Telefoonnummer: +31 6 11 19 61 33