

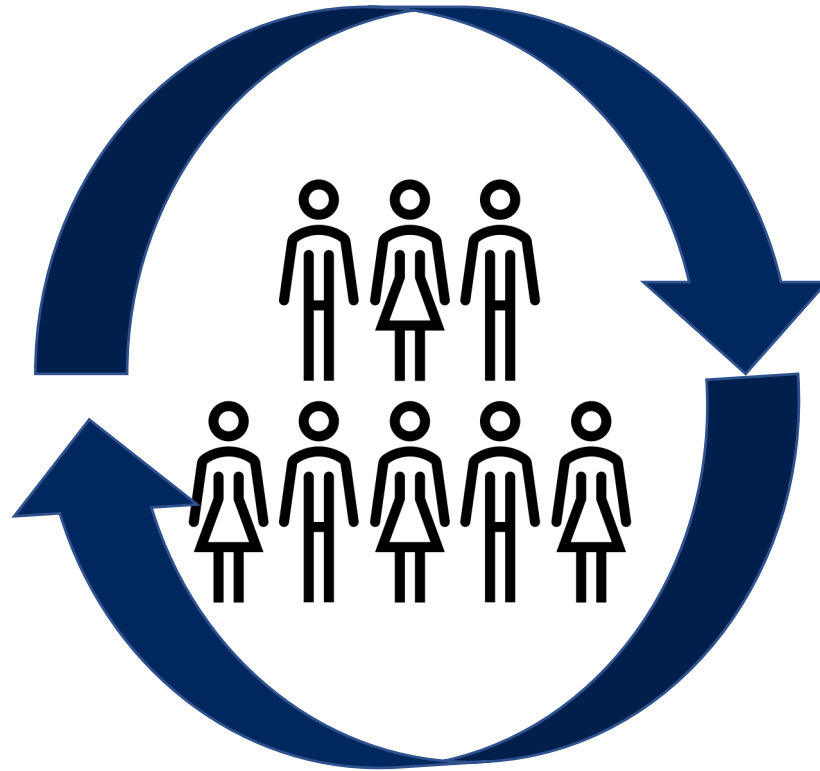


WORKSHOP DESIGN THINKING

11.11.2022

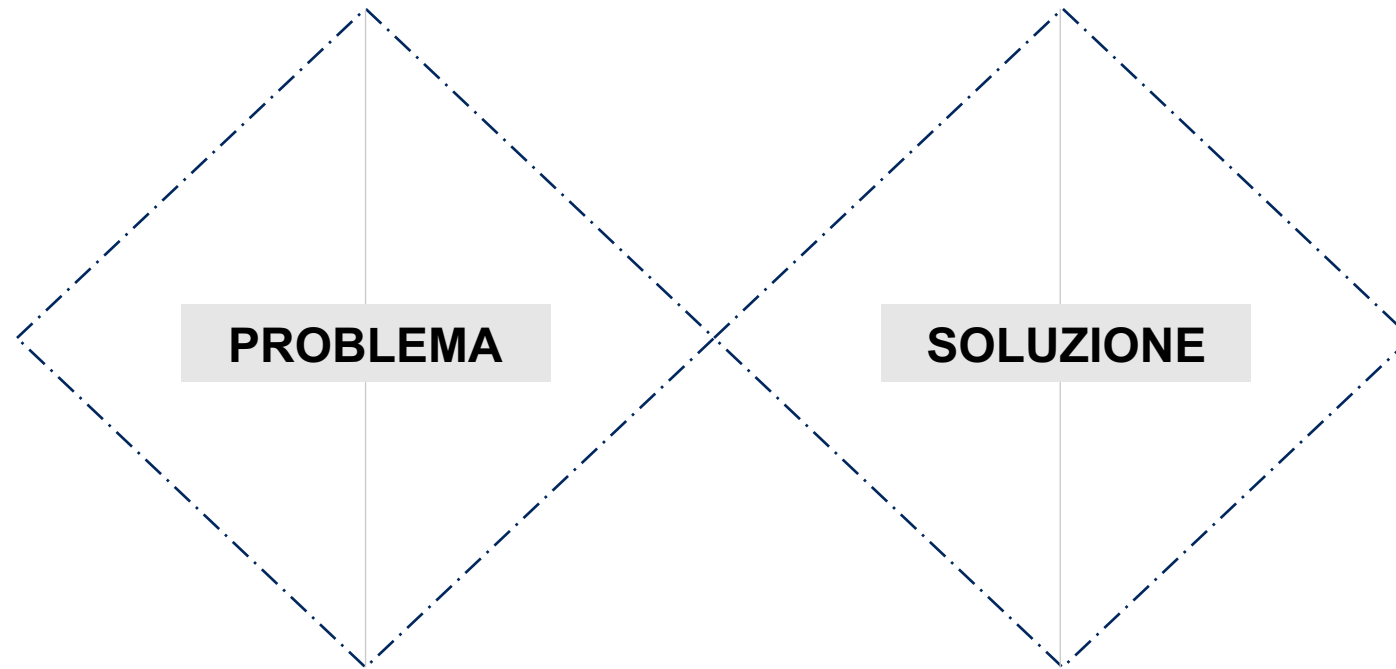
È un metodo
partecipativo per
generare idee
innovative...

L'approccio

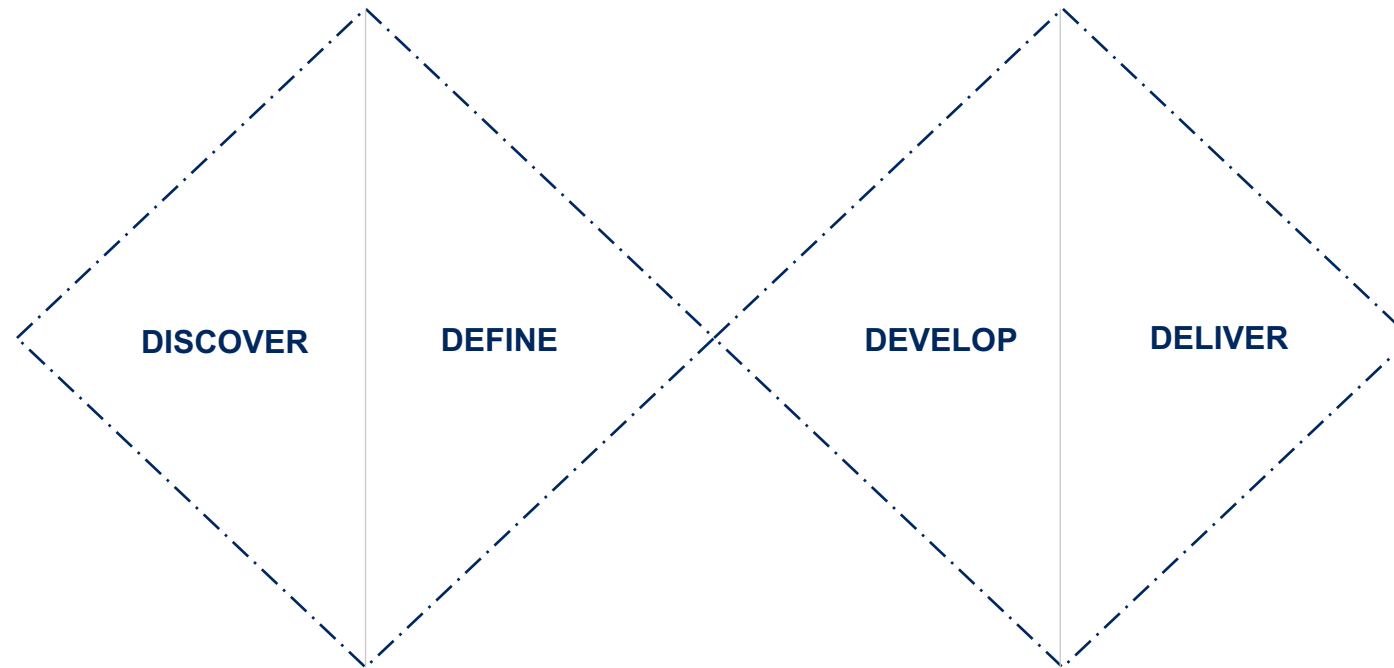


Il design thinking mette al centro i BISOGNI sia delle persone sia di un'impresa

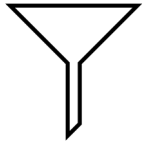
Il doppio diamante



Il doppio diamante



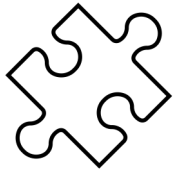
Le regole del gioco



NON CI SONO IDEE GIUSTE O SBAGLIATE,
SONO TUTTE GIUSTE



PREFERIRE LA QUANTITÀ ALLA QUALITÀ



DIMENTICATE LE GERARCHIE, COSTRUITE SULLE
IDEE DEGLI ALTRI



WORKSHOP DESIGN THINKING SI INIZIA

Le fasi

LA SFIDA DI OGGI

Trovare nuovi servizi **innovativi** attraverso i quali un'istituzione o un'azienda **digitalizzata** soddisferà i bisogni degli stakeholder principali (associati, clienti, nuovi target di aziende ecc.)

Le fasi

DISCOVER

DEFINE

DEVELOP

DELIVER

Le fasi

DISCOVER

DEFINE

DEVELOP

DELIVER

DISCOVER (parte a)

-> Ogni team ha 5 minuti
per compilare un quadrante
della **swot**.
Un totale di **20 minuti**

PUNTI DI FORZA

Quali sono i principali punti di
forza dell'associazione? Quelli
interni e percepiti dall'esterno?

*Es: tanti servizi in un unico
interlocutore*

Es: servizi distintivi

PUNTI DI DEBOLEZZA

OPPORTUNITA'

MINACCE

DISCOVER (parte a)

-> Ogni team ha 5 minuti
per compilare un quadrante
della **swot**.
Un totale di 20 minuti

PUNTI DI FORZA

Quali sono i principali punti di
forza dell'associazione? Quelli
interni e percepiti dall'esterno?

*Es: tanti servizi in un unico
interlocutore
Es: servizi distintivi*

PUNTI DI DEBOLEZZA

Quali sono i principali punti di
debolezza dell'associazione?
Quelli interni e percepiti
dall'esterno?

*Es: differenza di servizi tra le
sedi territoriali*

OPPORTUNITA'

MINACCE

DISCOVER (parte a)

-> Ogni team ha 5 minuti
per compilare un quadrante
della **swot**.
Un totale di 20 minuti

PUNTI DI FORZA

Quali sono i principali punti di
forza dell'associazione? Quelli
interni e percepiti dall'esterno?

***Es: tanti servizi in un unico
interlocutore
Es: servizi distintivi***

PUNTI DI DEBOLEZZA

Quali sono i principali punti di
debolezza dell'associazione?
Quelli interni e percepiti
dall'esterno?

***Es: differenza di servizi tra le
sedi territoriali***

OPPORTUNITA'

Quali sono le opportunità che il
contesto (territoriale, nazionale)
permette di cogliere?

***Es: la crescente
digitalizzazione***

MINACCE

DISCOVER (parte a)

-> Ogni team ha 5 minuti
per compilare un quadrante
della **swot**.
Un totale di 20 minuti

PUNTI DI FORZA

Quali sono i principali punti di forza dell'associazione? Quelli interni e percepiti dall'esterno?

Es: tanti servizi in un unico interlocutore
Es: servizi distintivi

PUNTI DI DEBOLEZZA

Quali sono i principali punti di debolezza dell'associazione? Quelli interni e percepiti dall'esterno?

Es: differenza di servizi tra le sedi territoriali

OPPORTUNITA'

Quali sono le opportunità che il contesto (territoriale, nazionale) permette di cogliere?

Es: la crescente digitalizzazione

MINACCE

Quali sono le minacce che il contesto (territoriale, nazionale) può far subire?

Es: sfiducia delle imprese per l'incertezza socio politica

DISCOVER (parte b)

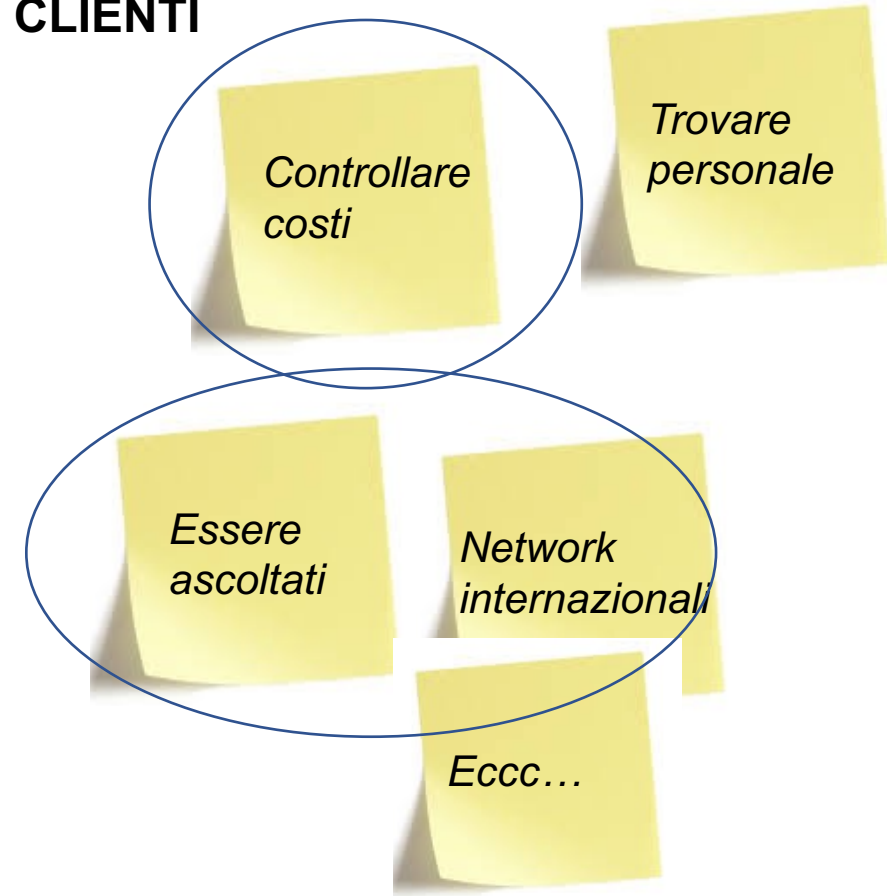
-> Ogni team ha **10 minuti** per descrivere quali sono gli attuali bisogni dei clienti e **creare dei cluster**.

Facciamo un'analisi generale

NB

1 post-it – 1 bisogno

BISOGNI DELLE IMPRESE E DEI CLIENTI



Le fasi


DISCOVER

DEFINE

DEVELOP

DELIVER

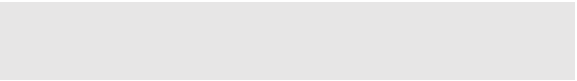
DEFINE (parte a)



-> Ogni team deve costruire 2 personas
Dedicare **10 minuti** alla singola personas

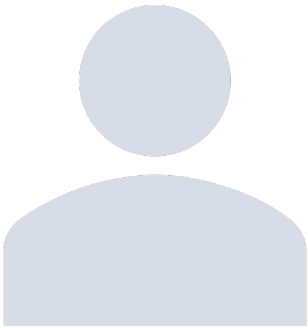
—————> Un associato

—————> Un imprenditore / cliente privato



NOME

PROFESSIONE



ETÀ

STATO FAMIGLIA

BENESSERE ECONOMICO
\$\$\$\$\$

TITOLO DI STUDIO

Ottimista	-	+
Green	-	+
Digital	-	+
Innovativo/a	-	+



HOBBY: _____



DRINK
PREFERITO: _____



PAURE NEL
LAVORO: _____



PAURE
NELLA VITA: _____

Sceglie noi perché?

DEFINE (parte b)

-> Ogni team deve associare alle 2 personas i bisogni emersi nella fase DISCOVER parte b

UN ASSOCIATO/A STORICO	NOME _____	PROFESSIONE _____
ETA _____		
STATO FAMIGLIA _____		
BENESSERE ECONOMICO \$\$\$\$\$		
TITOLO DI STUDIO _____		
HOBBY: _____		
DRINK PREFERITO: _____		
PAURE NEL LAVORO: _____		
PAURE NELLA VITA: _____		
		Ottimista - + Green - + Digital - + Innovativa - +
		CNA Scegli CNA perché? _____ _____ _____

UN ASSOCIATO/A DI ALTRI	NOME _____	PROFESSIONE _____
ETA _____		
STATO FAMIGLIA _____		
BENESSERE ECONOMICO \$\$\$\$\$		
TITOLO DI STUDIO _____		
HOBBY: _____		
DRINK PREFERITO: _____		
PAURE NEL LAVORO: _____		
PAURE NELLA VITA: _____		
		Ottimista - + Green - + Digital - + Innovativa - +
		CNA Scegli CNA perché? _____ _____ _____

UN NON ASSOCIATO/A	NOME _____	PROFESSIONE _____
ETA _____		
STATO FAMIGLIA _____		
BENESSERE ECONOMICO \$\$\$\$\$		
TITOLO DI STUDIO _____		
HOBBY: _____		
DRINK PREFERITO: _____		
PAURE NEL LAVORO: _____		
PAURE NELLA VITA: _____		
		Ottimista - + Green - + Digital - + Innovativa - +
		CNA Scegli CNA perché? _____ _____ _____

UN FUTURO IMPRENDITORE/TRICE	NOME _____	PROFESSIONE _____
ETA _____		
STATO FAMIGLIA _____		
BENESSERE ECONOMICO \$\$\$\$\$		
TITOLO DI STUDIO _____		
HOBBY: _____		
DRINK PREFERITO: _____		
PAURE NEL LAVORO: _____		
PAURE NELLA VITA: _____		
		Ottimista - + Green - + Digital - + Innovativa - +
		CNA Scegli CNA perché? _____ _____ _____

Le fasi

DISCOVER

DEFINE

DEVELOP

DELIVER

DEVELOP

-> Ogni team deve TROVARE PER LE 2 personas create, nuovi servizi innovativi che potrebbero offrire o migliorare. I servizi devono avere l'obiettivo di dare risposta ai BISOGNI emersi.

! Per ogni personas dedicare **10 minuti**

UN ASSOCIATO/A STORICO	NOME	PROFESSIONE
ETA		
STATO FAMIGLIA		
BENESSERE ECONOMICO \$\$\$\$\$		
TITOLO DI STUDIO		
HOBBY:		
DRINK PREFERITO:		
PAURE NEL LAVORO:		
PAURE NELLA VITA:		

Ottimista	-	+
Green	-	+
Digital	-	+
Innovativa	-	+

CNA Scegliere CNA perché?

UN ASSOCIATO/A DI ALTRI	NOME	PROFESSIONE
ETA		
STATO FAMIGLIA		
BENESSERE ECONOMICO \$\$\$\$\$		
TITOLO DI STUDIO		
HOBBY:		
DRINK PREFERITO:		
PAURE NEL LAVORO:		
PAURE NELLA VITA:		

Ottimista	-	+
Green	-	+
Digital	-	+
Innovativa	-	+

CNA Scegliere CNA perché?

UN NON ASSOCIATO/A	NOME	PROFESSIONE
ETA		
STATO FAMIGLIA		
BENESSERE ECONOMICO \$\$\$\$\$		
TITOLO DI STUDIO		
HOBBY:		
DRINK PREFERITO:		
PAURE NEL LAVORO:		
PAURE NELLA VITA:		

Ottimista	-	+
Green	-	+
Digital	-	+
Innovativa	-	+

CNA Scegliere CNA perché?

UN FUTURO IMPRENDITORE/TRICE	NOME	PROFESSIONE
ETA		
STATO FAMIGLIA		
BENESSERE ECONOMICO \$\$\$\$\$		
TITOLO DI STUDIO		
HOBBY:		
DRINK PREFERITO:		
PAURE NEL LAVORO:		
PAURE NELLA VITA:		

Ottimista	-	+
Green	-	+
Digital	-	+
Innovativa	-	+

CNA Scegliere CNA perché?

BISOGNI

NUOVI SERVIZI



Le fasi

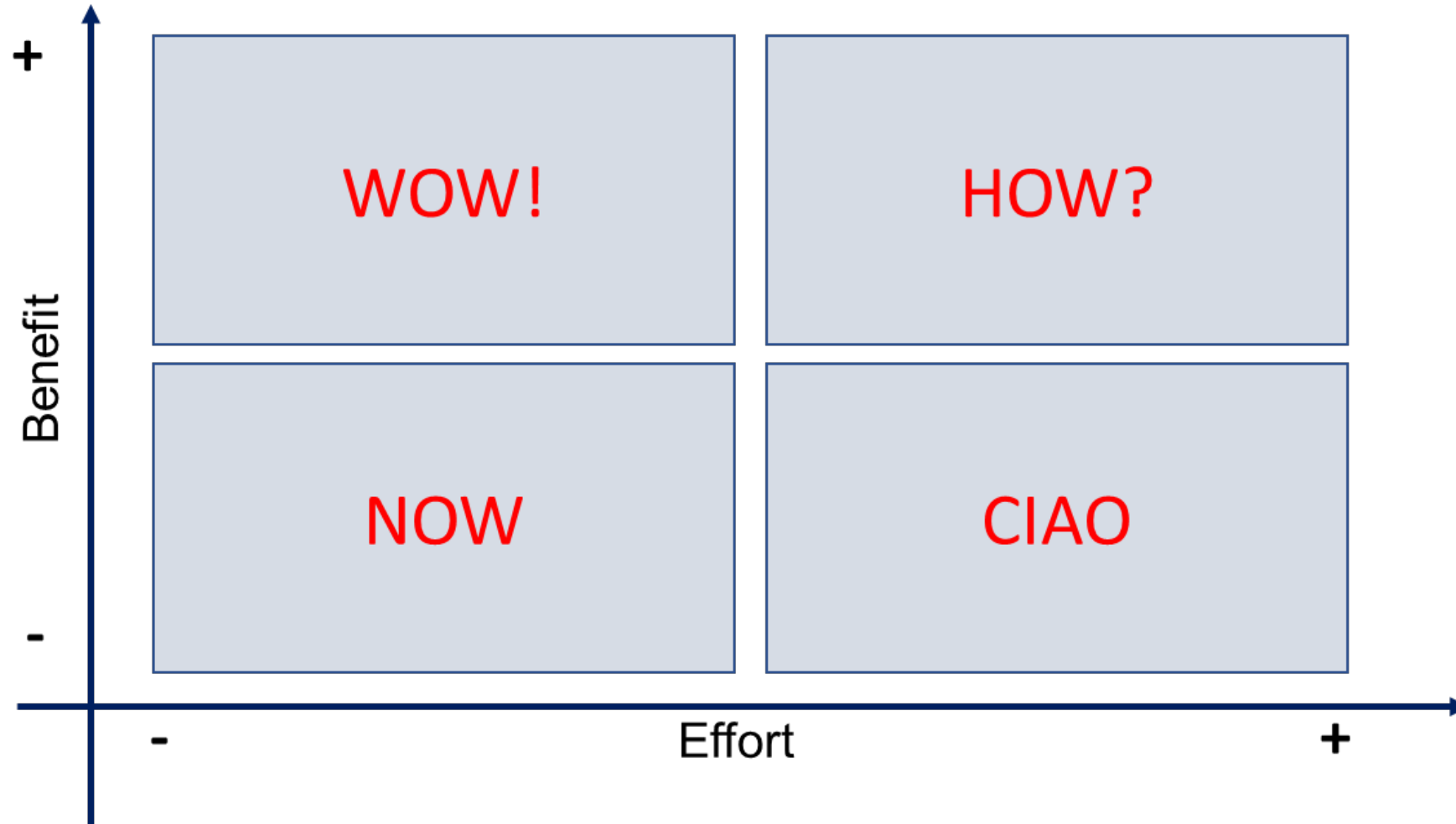
DISCOVER

DEFINE

DEVELOP

DELIVER

Italian Matrix



Le fasi

SHARING TIME

SHARING TIME



-> Ogni team presenterà le idee WOW della matrice, per un **massimo di 2 minuti a gruppo cronometrati**

Esempio:

Per il nostro ASSOCIATO, l'idea wow che abbiamo trovato è.....

Per il nostro IMPRENDITORE, l'idea wow che abbiamo trovato è....

Per il nostro CLIENTE PRIVATO, l'idea wow che abbiamo trovato è.....