

STUDIO TANTO



Design Sprint workshop

INDICE

Introduzione al Design sprint	3
Design sprint vs Design thinking	37
Il nostro workshop	40
Modalità	44

Introduzione al Design Sprint

Come risolvere problemi,
produrre e testare nuove idee
in **solli 5 giorni?**

Cos'è il “design sprint”?

Il Design Sprint è una metodologia progettuale ideata da Google nel 2010.

Consiste in una serie di workshop partecipativi che permettono di validare idee, creare nuovi prodotti (digitali e non) o migliorare di esistenti.

Grazie al Design Sprint si possono comprimere lunghi periodi di lavoro in soli 5 giorni.

Cos'è il “design sprint”?

Continua ad essere verificato e perfezionato nel tempo; da allora è diventato molto popolare e si è diffuso in molte aziende.

Un “design sprint” è un **processo in cinque fasi** che si svolge dentro precisi limiti di tempo, una settimana, in grado di aiutare le aziende a **rispondere a domande cruciali per il loro business e riducendo i rischi** quando devono lanciare un nuovo prodotto o una nuova funzionalità sul mercato.

Come funziona idealmente il “design sprint”?

Sebbene sia consigliabile includere tutte e sei le fasi, ci sono certamente situazioni in cui potreste voler condurre un seminario più breve.

Questi metodi possono aiutare ad allineare il team sul problema da risolvere o fornire soluzioni attuabili a una sfida che può essere testata con gli utenti in un secondo momento.

Prima: La preparazione

La preparazione del design sprint è importante tanto quanto il workshop.

Bisognerebbe prevedere di dedicare almeno un'intera giornata alla pianificazione per ogni giorno di Sprint.



Lo studio.

È importante che sia **ben scritto il brief** del workshop. Qual è il problema da risolvere. Durante la prima fase poi si delineeranno tutti i criteri per valutare le nostre decisioni.

Prima del workshop bisogna avere **ben chiaro chi sono i nostri utenti**. Questo renderà il nostro workshop utile.

Ci sono tanti modi per studiare i propri clienti, sondaggi, dati online, esperienza diretta dei rivenditori, testimonianze, studi sul campo, osservazioni.

I Design Sprint sono un ottimo strumento per **allineare un team**, rendere fruibili le informazioni e testare le idee molto rapidamente con gli utenti, ma non sono una botte di ferro.

Ci sono molte situazioni in cui il Design Sprint potrebbe essere inutile.

Un Workshop di **Design Sprint** è meglio utilizzato quando si ha una serie di congetture o domande che bisogna esplorare, espandere, per assicurarsi di non investire tempo nello sviluppo di una soluzione basata su un'intuizione.

Quando è si

All'inizio di un nuovo progetto per definire il tuo prodotto o creare una **visione condivisa**

Quando il tempo è poco e serve **velocizzare il processo decisionale**

In una situazione di stallo, quando il tuo prodotto o **il tuo team ha bisogno di sbloccarsi**

Dopo aver scoperto **nuove intuizioni** e per sfruttare nuove scoperte, dati o ricerche

quando è no.

Se non disponi di ricerche sugli utenti o di **una solida conoscenza** della tua base di clienti.

Se hai una chiara la direzione del prodotto e hai solo bisogno di tempo da dedicare al design del prodotto.

Se ai piani alti non sono d'accordo.

Esempio:

Riprogettare un flusso di utenti per aumentare la conversione.

Esplorare nuovi modelli per scoprire i prodotti nella tua app e-commerce

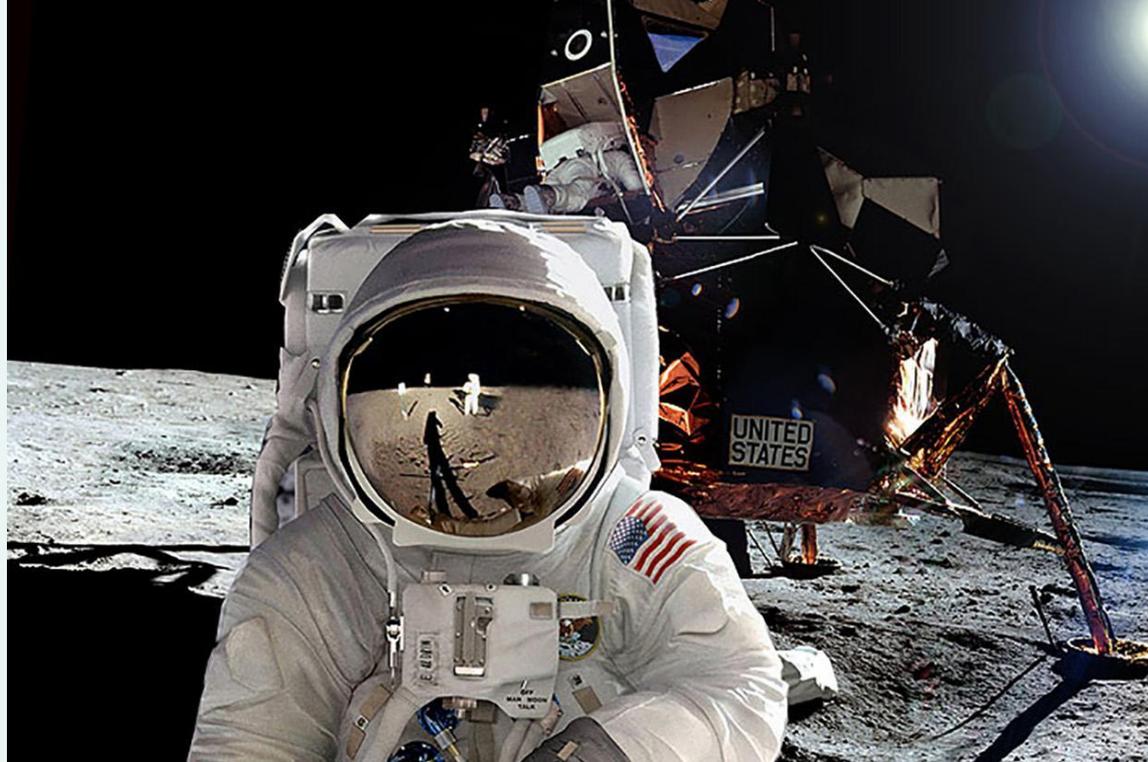
Migliorare il processo di approvazione di nuovi progetti

Definire la vision per una nuova offerta di prodotti

A che gioco giochiamo?

Ogni Design Sprint è incentrato su un'unica Sfida chiaramente definita.

La sfida sarà la nostra guida durante lo Sprint e tutto il team deve essere concentrato su questo.



Possiamo giocare tutti?

Come ogni buona squadra, servono buoni giocatori.



Possiamo giocare tutti?

Un team di Design Sprint dovrebbe includere persone che saranno responsabili dell'esecuzione del prodotto, del processo, della visione o della strategia dopo lo Sprint.

Il team in genere include un **progettista**, uno che si occupa della **ricerca sui clienti**, un **product manager**, uno **sviluppatore** e, se possibile, **membri chiave della dirigenza**.

Il team può variare, minimo 2, massimo 4 o 5 persone stabili nel gruppo.

Raccogliere dati.

La prima domanda che dovrebbe essere posta quando si pianifica uno Sprint è **cosa sai dei tuoi utenti** e se hai abbastanza dati per fornire informazioni durante le prime fasi dello Sprint.



Il posto giusto.

Spazi aperti, pieni di luce e con superfici per lavorare e documentare, accoglienti e comodi, sono questi luoghi più adatti a creare un clima adatto.

Consigliamo vivamente spazi flessibili in cui è possibile spostare i mobili e riconfigurare lo spazio per diverse attività.



Convocati.

Assicuriamoci che i convocati siano effettivamente liberi di partecipare.

Una volta partito lo sprint, raccomandiamo di **limitare l'uso di smartphone** e altri oggetti che possono distrarre dall'obiettivo.

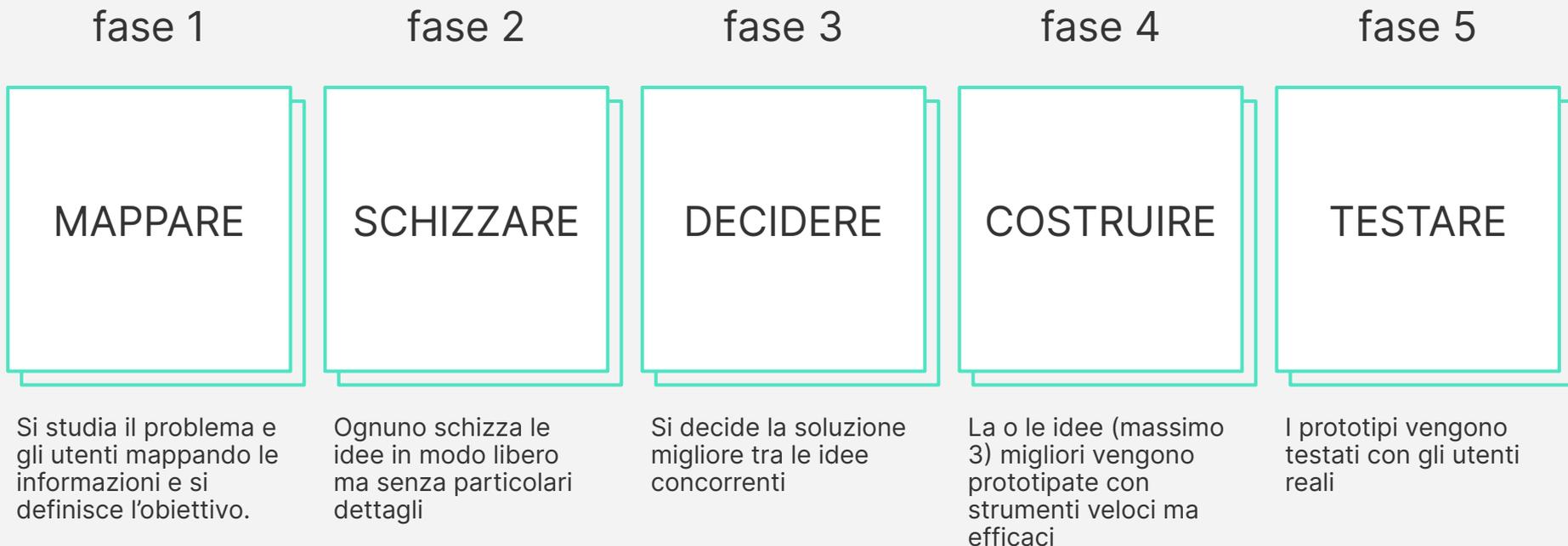


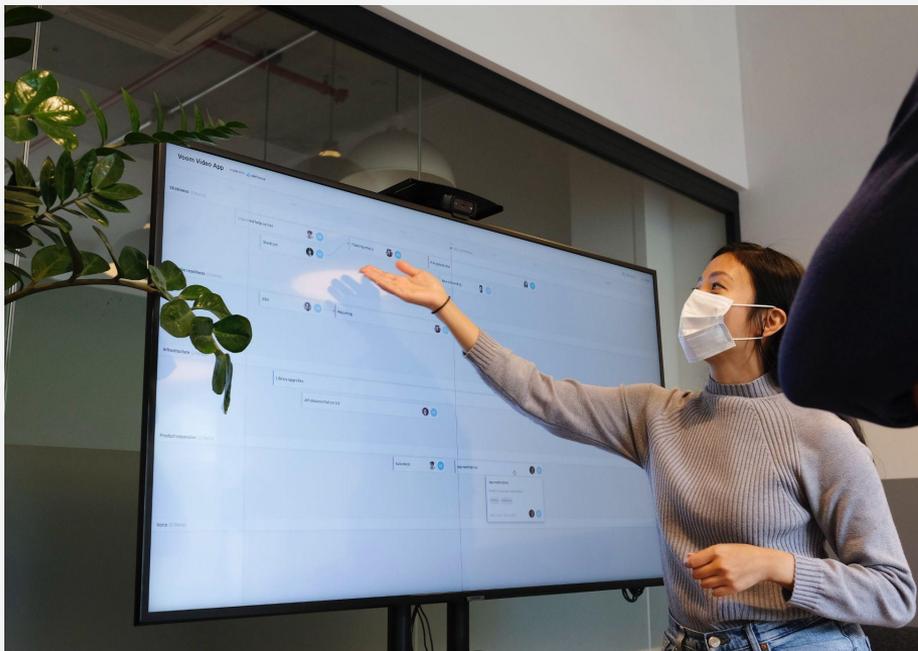
Post sprint.

Durante uno sprint e dopo, è importante **documentare**, ricordare e **catalogare** ciò che si è fatto per permettere di sviluppare poi il prodotto, o per riprendere uno sprint successivo partendo da una base più solida.



Come funziona idealmente il “design sprint”?





1.

Mappare è capire

Ogni gruppo affronterà attraverso strumenti di lavoro predefiniti, la fase di mappatura del problema, degli utenti di riferimento e le informazioni.

Metodi:
User Journey Map, Experience Mapping, Esercizi di Empatia, "How Might We/ E se volessimo...?"



1.

Definire

Capire ed essere capiti, la prima parte del Design Sprint richiede la condivisione di obiettivi aziendali, le capacità tecnologiche e le esigenze degli utenti. In questa fase si definiscono anche i metri di giudizio.

Metodi:
Design Principles, Golden Path, Future Press Release, Business Model Canvas, HEART method.



2.

Schizzare

Ognuno dovrà schizzare idee in modo libero. **Tutto è possibile in questa fase.** I partecipanti al design sprint, basandosi sulla fase di mappatura, dovrebbero esplorare tutte le possibili soluzioni ai problemi degli utenti. **Anche le più assurde.**

Metodi:
Ricerca e Comparazioni, Personal brainstorming, Crazy 8'S, One Solution Sketch.



3.

Decidere

Le idee prodotte nella fase di sketch vengono presentate e discusse, per poi scegliere **la più adeguata ad essere portata avanti**. L'idea vincente, con il contributo di tutti, viene elaborata in uno storyboard arrivando ad essere prototipata.

Metodi:

Votazione per Idea, votazione per task, Rumble All-In, Matrice Decisionale

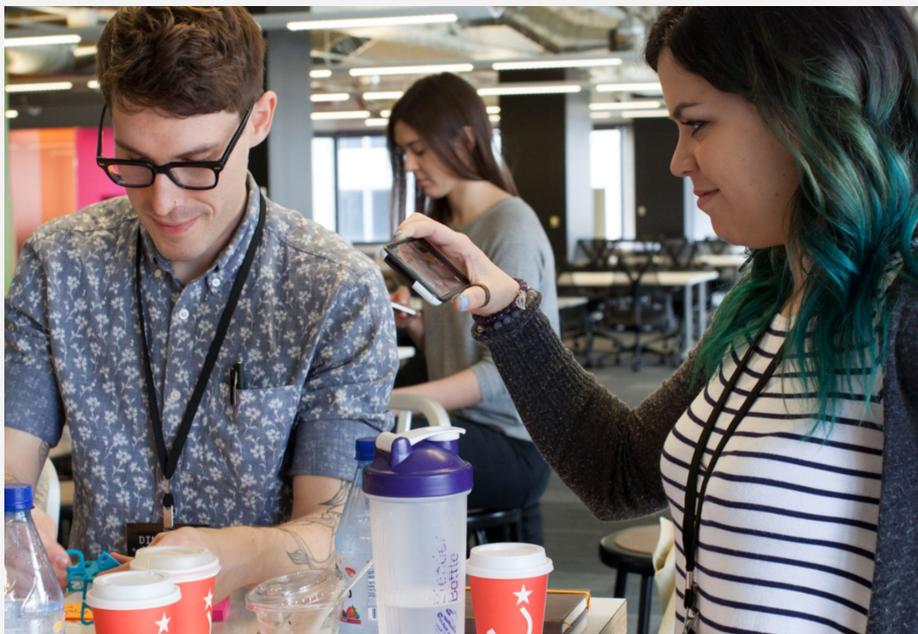


3.

Decidere

Il team può essere indeciso, giustamente, per questo esistono diagrammi, sistemi di votazione, discussione e valutazione che si possono mettere in campo.

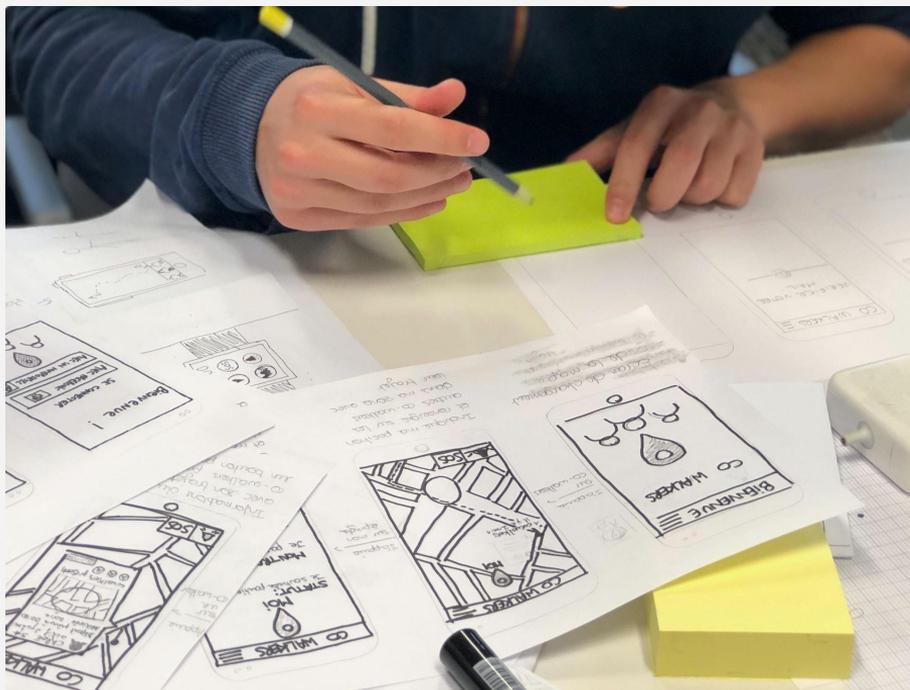
E no, non c'è bisogno di una monetina.



4.

Costruire

L'idea vincente, con il contributo di tutti, viene elaborata in uno storyboard arrivando ad essere prototipata. **Il prototipo dovrà avere un grado di approfondimento adeguato** per essere successivamente messo a disposizione di chi lo testerà.



4.

Strumenti

I prototipo di Design Sprint è una rappresentazione dell'esperienza che hai immaginato nella fase di schizzo. Quello che va fatto è costruire proprio **ciò di cui si ha bisogno per rendere il prototipo abbastanza reale** da ottenere una risposta autentica da un potenziale utente nella fase di convalida.



5.

Test

Ogni gruppo di lavoro aziendale presenterà il risultato del lavoro permettendo al resto degli iscritti al workshop di testare l'idea restituendo una validazione.

Metodi:
Stakeholder Review, Studi di usabilità,
Cognitive Walkthrough (CW),

5.

Test

Non è necessario usare strumenti di tracciatura raffinati come l'*eye tracking*, piuttosto è bene documentare e fare tante domande al cliente.

Il test non serve solo per validare, ma anche per invalidare una ipotesi, e se possibile nel tempo giusto aggiustare il tiro.

5.

Scenari

Generalmente si mette di fronte un cliente a diversi scenari ipotetici in cui il nostro prodotto ipotizzato viene usato.

Una delle domande che bisogna porsi in questa fase è “ha ben chiaro come si usa?”. Come reagisce l’utente di fronte all’interfaccia appena creata? Per questo si possono coinvolgere anche gli stakeholders, per esempio.

E inoltre

Documentare

Tutte le fasi vanno documentate. Perchè esiste una fase POST design Sprint in cui il materiale creato servirà per le fasi successive di sviluppo del prodotto.

Strumenti

Cosa viene fornito:

- Post-it
- Fogli per schizzi sulle pareti
- Pennarelli
- Fogli
- Scotch
- Materiale cartaceo necessario per le varie fasi (template pre impostati, diagrammi ecc.)

Case History

Uno sprint per reinventare
il **Post-it**®



Case History

La sfida definita inizialmente era quella di ridefinire il ruolo del prodotto post-it analogico in chiave digitale.

Durata sprint: 3 giorni

Partecipanti: 15, divisi in gruppi.

Quello che è venuto fuori è stato **un passo indietro**, anziché uno avanti. La 3M ha intravisto l'opportunità di organizzare un *Vision Sprint*, che possa rispondere a domande più importanti legate alla vision aziendali e al futuro del Post It.

Le sfide definite prima dello Sprint erano tante, per questo il workshop si è adattato per cercare di raccoglierne il più possibile.

Case History

Sono stati utilizzati diversi metodi per raggiungere gli obiettivi di ogni fase.

- **HMW** (How Might We)
- **Affinity Clustering** (raggruppamenti logici grafici di soluzioni e idee)
- **Jobs-to-be-done** (metodo di immersione nei possibili desideri dell'utente finale)
- **Crazy 8's** (Metodo di schizzo di idee immersivo e altamente produttivo)
- **Talk** organizzati e veloci (lighting talk)
- **Strumenti** di prototipazione vari

Case History

Il team era variegato e si componeva anche di stakeholder e rappresentanti di più aziende partner.

L'azienda aveva tantissimi dati sull'utilizzo del proprio prodotto da parte dei clienti finali.

Dopo la prima fase di mappatura e definizione, sono emerse due progetti da prototipare, con caratteristiche diverse.

L'obiettivo quindi della fase di test era capire quale era la più indicata per essere portata avanti.

Case History

Dal design sprint organizzato da 3M con Google sono state prodotte 2 app.

Un'integrazione tra post-it e trello, che riconosce tramite una foto i post it utilizzati su una lavagna bianca e permette di collegarli direttamente in una bacheca digitale.

Il secondo prodotto sfrutta una tecnologia di Google di riconoscimento della scrittura per trasferire su post it digitali le proprie note scritte.

Design Sprint vs Design Thinking

Design sprint **vs** **Design thinking**

Il Design Sprint non sarebbe potuto esistere senza Design Thinking.

Le 5 fasi del Design Thinking sono:
Empatia > capire il contesto dell'utente
Definire > definire i problemi incontrati
Ideare > immaginare nuove soluzioni
Prototipo > creare le soluzioni più interessanti
Test > provarlo con utenti reali e migliorare il prodotto in base al feedback

Design sprint vs Design thinking

Il **Design Thinking** è più una filosofia che un vero metodo.

Il **Design Sprint** offre un percorso ben preciso, un timebox con un susseguirsi di esercizi chiari e comprensibili. Ogni giorno è ritmico e il lavoro procede rapidamente. Alla fine di uno Sprint, i risultati sono visibili e artefatti come prototipi o video dei test possono essere presentati sia a partner interni che esterni.

Il Facilitatore farà in modo che il tempo sia ben utilizzato e che il ritorno sull'investimento di questi 3/5 giorni sia massimo.

Il Design Sprint prende i principi del Design Thinking e li trasforma in una pratica maggiormente pragmatica.

Il nostro workshop

Proposta di progetto

Considerazioni

Come visto il metodo Design Sprint prevede giornate precise in cui si devono determinare attività.

Effettuare una completa sessione di Design Sprint sarebbe complicato, perciò la nostra proposta prevede di creare un workshop che presenti un “assaggio” della metodologia Design Sprint.

Proposta di progetto

L'idea

La nostra proposta parte quindi da una considerazione: **è sempre difficile portare il design thinking nelle imprese perché si tratta più di una filosofia che di un metodo.**

Il design sprint nasce dai concetti del design thinking (che vengono ampiamente applicati in una sessione di design sprint) e concretizza tutto in un a pratica tangibile e facile da comprendere da chiunque.

Proposta di progetto

Obiettivi

Il workshop che proponiamo cercherà di approfondire i temi del Design Thinking applicandoli tramite una **sessione facilitata e compressa** di Design Sprint.

Obiettivi:

1. Portare in azienda la cultura del Design Thinking ma con un'accezione pragmatica come la metodologia del Design Sprint.
2. Evidenziare alle imprese come queste metodologie portano vantaggi tangibili in termini di idee sviluppate, costi risparmiati, tempo ottimizzato.
3. Fare pratica, esercitarsi sul campo per comprendere meglio.

Modalità

Svolgimento

3 Giornate di workshop

Day 1 - 4/6 h di lavoro

Introduzione e proposta metodologica, creazione dei gruppi di lavoro, lancio della sfida.

Day 2 - 4/6 h di lavoro

Fase di mappatura, schizzo e decisione.

Day 3 - 4/6 h di lavoro

Fase di costruzione, test e restituzione del lavoro svolto.

*i materiali necessari saranno consegnati dai docenti

Cosa viene proposto:

- 3 giornate di workshop con facilitatore
- preparazione dei materiali di lezione
- consegna dei props necessari allo svolgimento
- restituzione dell'esperienza

STUDIO TANTO



email
web

studio@tanto.studio
www.tanto.studio
www.fattorcomune.com