



MARCO IERINO

Experience Designer | Art Director

SCAI DOOH.IT | GRUPPO SCAI

Politecnico di Torino, Design e Comunicazione Visiva

JULIANA PAPURELLO

Marketing & Communication | Events & PR

SCAI DOOH.IT | GRUPPO SCAI

Scienze Politiche, Cooperazione Internazionale

PARLEREMO DI:

- COSA SI INTENDE PER DESIGN THINKING?
- UN MODELLO DI SVILUPPO CHE AIUTA LE IMPRESE A INNOVARSI E A INNOVARE
- COME SI STA DIFFONDENDO NELLE AZIENDE ITALIANE?
- ALCUNI ESEMPI DI APPLICAZIONE

COSA SI INTENDE PER

DESIGN THINKING?



Fonte: Macrovector Freepik

A volte è sufficiente **cambiare punto di vista, unire abilità analitiche e attitudini creative**, per poter godere della **progressiva trasformazione** che rende ciò che prima era un **grande problema tanti piccoli problemi**, più semplici da gestire.

Il DT è un approccio, centrato sulle **persone**, volto all'**innovazione**, basato sulla capacità di **risolvere problemi** complessi attraverso una visione e una gestione di tipo **creativo**.



Le origini



Modello progettuale nato all'Università di **Stanford**. Dai primi passi tra i ricercatori del Dipartimento di Ingegneria Meccanica negli anni 70, l'approccio è stato codificato come Design Thinking attorno ai primi anni 2000.

[Bernie Roth, Bob McKim, Jim Adams – Stanford Design Division]

[tutti possiedono la capacità di pensare in modo creativo]

Perché?

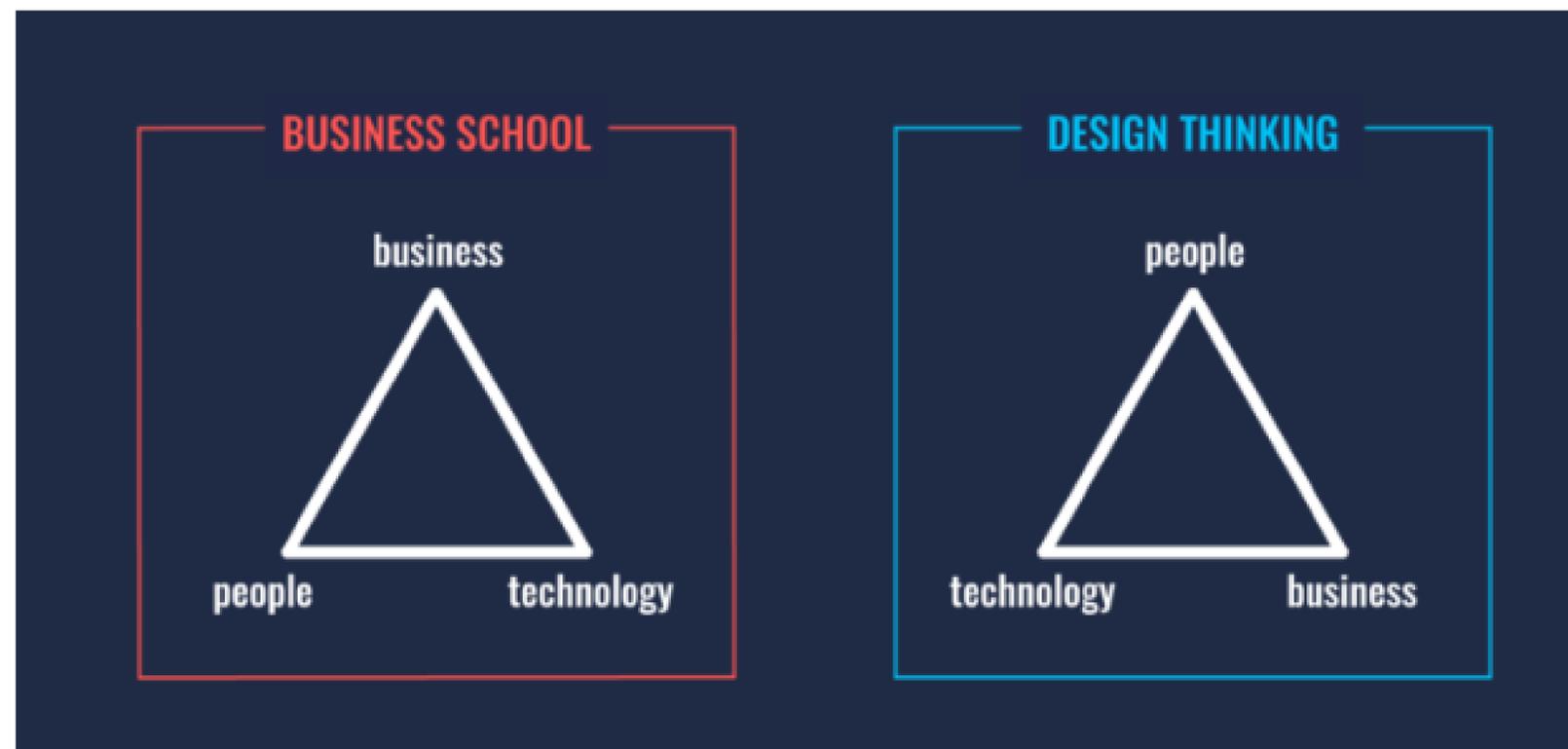
Design = valore centrale per le persone e la società

1. Viviamo in un mondo inondato di tecnologie, informazioni, dati ma gli esseri umani hanno bisogno di prodotti, servizi, significato e **le organizzazioni hanno bisogno di design per rendere accessibile alle persone questa ricchezza di opportunità, attraverso l'innovazione tecnologica.**
2. Tutti vogliono (e hanno bisogno) di partecipare al cambiamento alla luce della Trasformazione Digitale. L'innovazione avviene ovunque nell'organizzazione. Ognuno è chiamato a innovare e la sfida della trasformazione digitale è proprio la “trasformazione” che richiede un processo e una mentalità diverse. **Le persone nelle organizzazioni non sono destinatari del cambiamento, ma creatori e attori.**

Definizioni

Non c'è una definizione univoca di Design Thinking ma esiste un tratto comune: il valore del cambiamento di prospettiva delle persone, il punto di vista di ciò che è significativo per le persone, l'unione di **ciò che è tecnologicamente ed economicamente fattibile con ciò che è desiderabile dal punto di vista umano.**

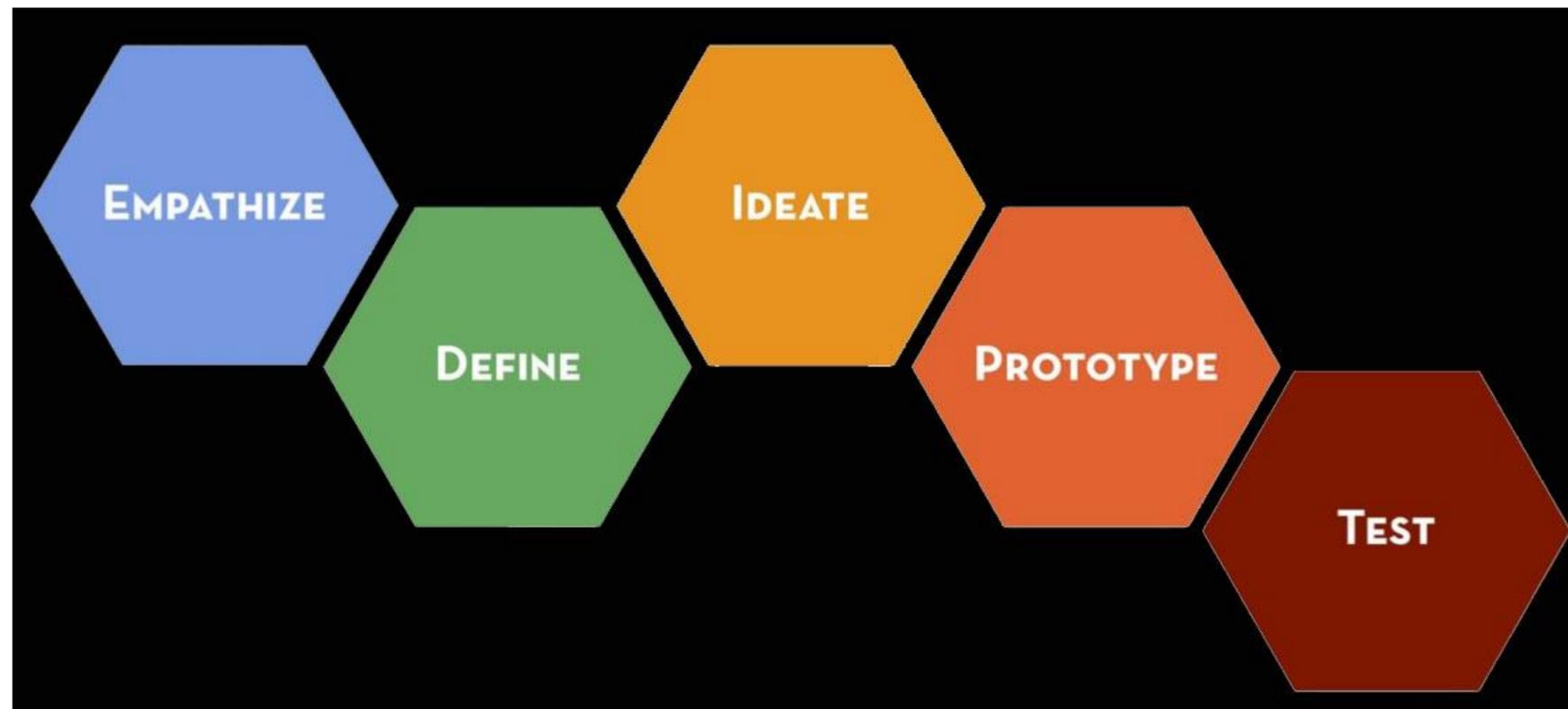
*Il design thinking è un approccio all'innovazione incentrato sull'uomo che attinge dal toolkit del designer per integrare le **esigenze delle persone**, le **possibilità della tecnologia** e i requisiti per il **successo del business**. [Tim Brown, Executive Chair of IDEO]*



Fonte Osservatori Polimi

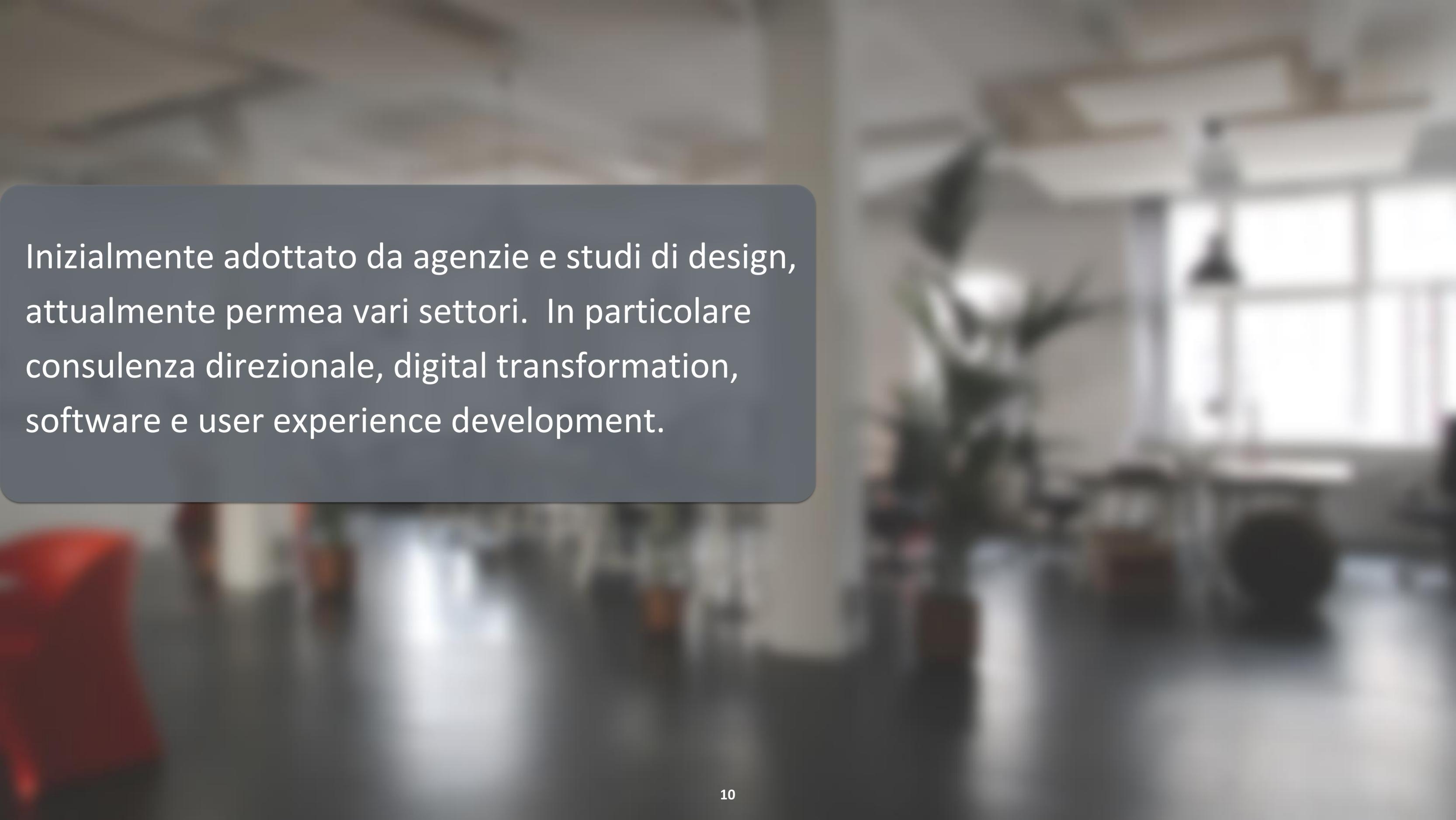
Stanford Design Thinking Process

OBIETTIVO: raggiungere un risultato verificabile in un tempo relativamente breve, un risultato che sia utilizzabile e sensato per chi l'ha commissionato e che appartenga a tutto il team di progettazione, tramite un processo che si compone di 5 fasi codificate:



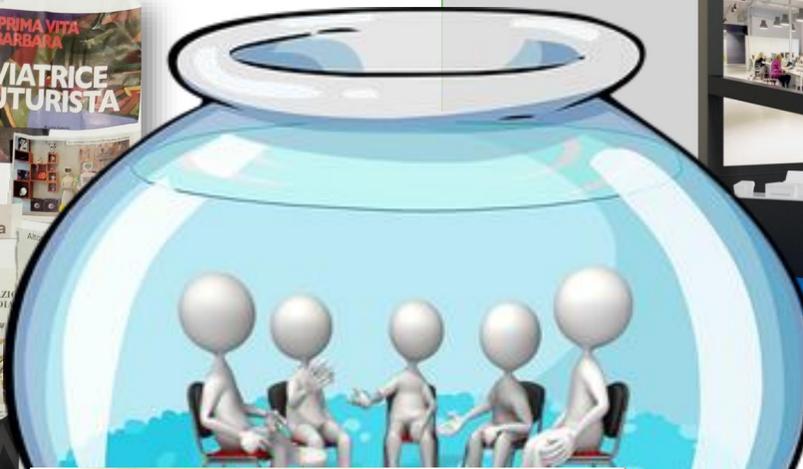
Fonte: <https://dschool.stanford.edu/>

- **Empathise** - empatizza con i tuoi utenti, identifica il problema e quindi l'obiettivo [interviste, affiancamento, focus group, osservazioni partecipanti]
- **Define** - definisci i rischi e le opportunità, i dati e gli attori chiave [personas, empathy map, user journey]
- **Ideate** - genera idee e soluzioni innovative mettendo in discussione le tue assunzioni [pensiero convergente e divergente, brainstorming, mappe esperienziali]
- **Prototype** - prototipa per iniziare a realizzare le tue soluzioni [mockup, storyboard, disegni, *keep it simple*]. I prototipi sono fonti rapide ed efficaci di comunicazione e di apprendimento tra gli stakeholder
- **Test** - metti alla prova le tue soluzioni testandole [gioco di ruolo, discussione]



Inizialmente adottato da agenzie e studi di design, attualmente permea vari settori. In particolare consulenza direzionale, digital transformation, software e user experience development.

Alcuni esempi di strumenti di Design Thinking



SALVATEMPO

Eeguire qualsiasi attività ripetitiva con facilità, senza errori e in tempi rapidissimi



precisione
fisiche
attività



**DESIGN THINKING COME
MODELLO DI SVILUPPO**

Il **primo** ed immediato **vantaggio** lo si può riscontrare a **livello organizzativo interno** influenzando sull'approccio al problem solving con l'**ottimizzazione delle risorse** ed il conseguente **miglioramento del wellness aziendale**.

Fa fede la seguente proporzione:

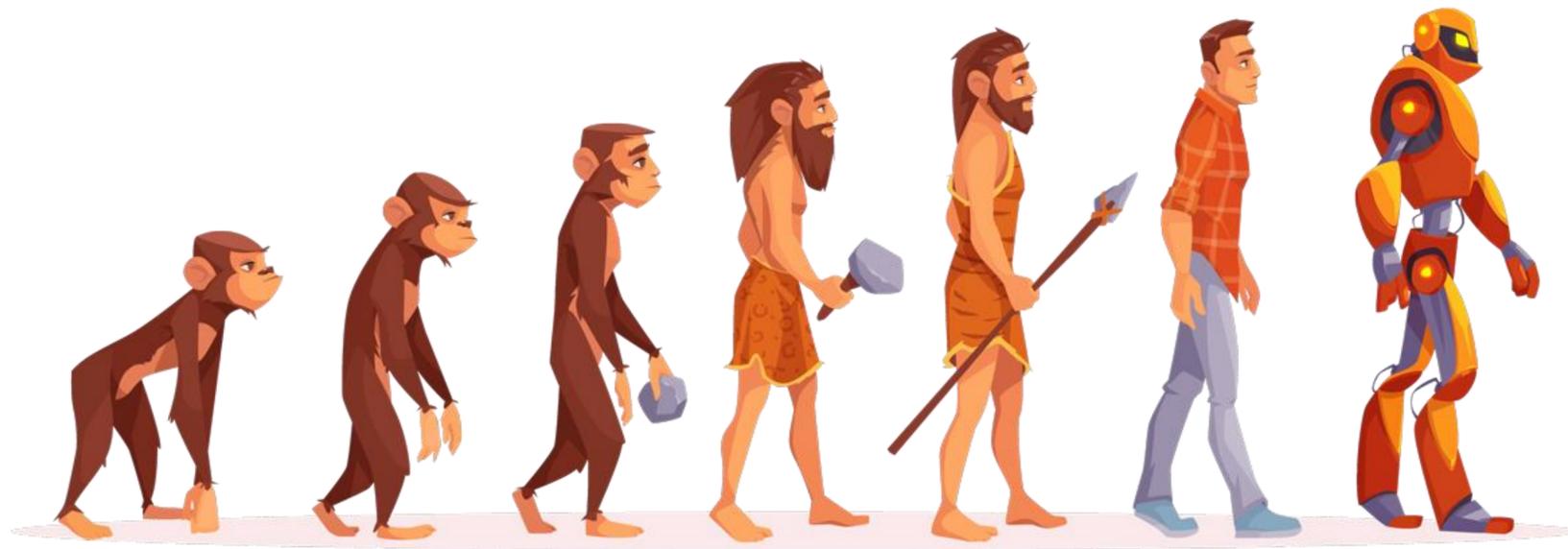
PROBLEMA : METODOLOGIA = TEAM : SOLUZIONE

E se ne desume che:

Tanto più efficace è la metodologia tanto più ampia è la possibilità di minimizzare il problema.

L'Innovazione, prima ancora di essere una strategia Aziendale, è uno stato mentale.





Tutte le Aziende o le realtà, che negli ultimi anni si trovano ad affrontare le sfide della **Digital Transformation** possono fare riferimento a **questa metodologia diventata un vero e proprio modello** sul quale investire.

**COME SI STA DIFFONDENDO NELLE
AZIENDE ITALIANE?**

Lo rivela la ricerca dell'Osservatorio Design Thinking della School of Management del Politecnico di Milano.



In Italia sono stati individuati **282 “innovatori”** che hanno **adottato il Design Thinking**. In particolare tra gli adopter troviamo **membri del board** direttivo, **esperti IT**, **addetti marketing** e vendite, **designer**, appartenenti a **215 imprese di diversi settori** (finanza e assicurazioni, energia, informazione e comunicazione, PA).

Il **56%** di questi è **costituito da utenti esperti** che adottano la metodologia da più di un anno, **con investimenti medi di 1,8 milioni di euro in innovazione**, applicando il Design Thinking **per progettare nuove esperienze-utenti, prevedere trend tecnologici e sviluppare piattaforme o ecosistemi di innovazione**.



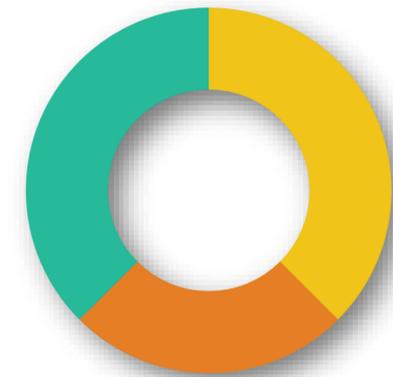
Lo rivela la ricerca dell'Osservatorio Design Thinking della School of Management del Politecnico di Milano.



Su **291 progetti** nel territorio Europeo, basati sul **Design Thinking**, **128 sono stati avviati in Italia**. In particolare, sono stati sviluppati da società di consulenza strategica, agenzie digitali, studi di design e di sviluppo tecnologico.

In media ad esserne coinvolto è il **48%** dei dipendenti di ogni unità aziendale. L'applicazione di **Design Thinking ha generato il 40% dei ricavi**, soprattutto nei settori finanza, assicurazioni e manifattura.

In Italia l'approccio che produce più ricavi nella consulenza basata su Design Thinking è il **Creative Problem Solving**.



ALCUNI ESEMPI DI APPLICAZIONE

AMBITI E TIPOLOGIE DI INTERVENTO

AMBIENTE COLLABORATIVO

Costruzione di un piano di innovazione articolato in diverse fasi volto a migliorare l'organizzazione della cooperativa tramite un supporto informatico.

MANUFACTURING - IOT

Progetto di innovazione digitale in ottica 4.0 sviluppato da un Team di esperti in attività di analisi e progettazione per uno stabilimento produttivo.

COMUNICAZIONE AZIENDALE

Costruzione della Brand Identity e della Corporate Image di un'Azienda leader nel settore informatico con creazione dei canali di comunicazione e del loro continuo aggiornamento e miglioramento.

AMBIENTE COLLABORATIVO

Cooperativa piemontese

OBIETTIVO



Lo scopo è quello di verificare l'operatività del personale al fine di ottimizzarne i processi e l'utilizzo dei tool software, eventualmente attraverso la proposta di nuovi mezzi informatici o la revisione degli attuali.

MODALITA' DI ANALISI



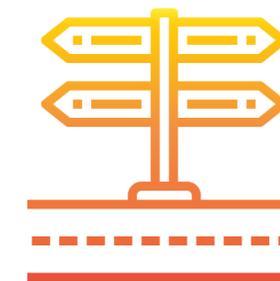
Riunione con la rappresentanza dei vari gruppi della cooperativa;

Intervista puntuale con analisi delle modalità di lavoro dei vari gruppi (e creazione delle personas);

Analisi dei risultati raccolti e definizione di una proposta.

Condivisione di un documento finale

PERCORSO DI MIGLIORAMENTO



Analisi, definizione di un processo e scelta di una Suite di condivisione dati;

Definizione template dati, fornitura degli strumenti e formazione del personale;

Monitoraggio risultati, supporto remoto, formazione continuativa, tool formativi e di supporto.

MANUFACTURING - IOT

Industria leader nella produzione di materiali polimerici

OBIETTIVO



Ottimizzazione e miglioramento dei processi produttivi tramite intervento di innovazione tecnologica a supporto del personale.

MODALITA' DI ANALISI



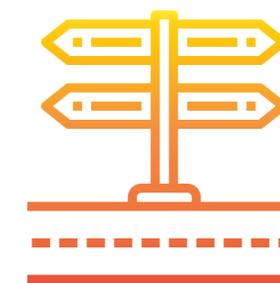
Riunione con la rappresentanza dello stabilimento oggetto di sperimentazione;

Intervista puntuale con analisi delle modalità di lavoro dei soggetti coinvolti (e creazione delle personas);

Analisi dei risultati raccolti e definizione di una proposta.

Condivisione di un documento finale

PERCORSO DI MIGLIORAMENTO



Analisi requirements e definizione delle specifiche;

Progettazione, procurement + integrazione e testing dei sistemi;

Sviluppo interfacce e set-up moduli applicativi;

Installazione, configurazione, training e supporto consulenziale/tecnico.

COMUNICAZIONE AZIENDALE

Azienda torinese leader nel settore informatico

OBIETTIVO



Costruzione, gestione e aggiornamento di un piano di Comunicazione integrata: dalla definizione della Brand identity ai canali di Employer Branding per un Gruppo Aziendale leader nel settore informatico.

MODALITA' DI ANALISI

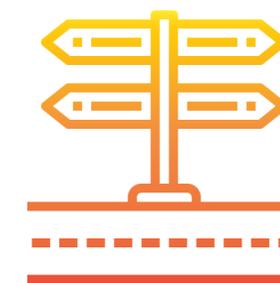


Riunione con i membri del Board e con gli opinion leader delle diverse società;

Focus Group per l'analisi delle loro esigenze e aspettative (creazione delle personas);

Definizione di una strategia di comunicazione e di un piano di attività condiviso.

PERCORSO DI MIGLIORAMENTO



Definizione e progettazione della Corporate Image e Brand Identity Aziendale;

Creazione di una 'redazione' intercompany per la condivisione di un piano editoriale pluricanale: house organ, sito web, social;

Progettazione e creazione di installazioni digitali a supporto della comunicazione interna;

Creazione di un kit in ambiente condiviso contenente il nuovo materiale promozionale;

Definizione di un Team di specialisti per la direzione e la gestione degli interventi di miglioramento e aggiornamento dei canali creati (compresi i social).



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

marco.ierino@scaidooh.it
juliana.papurello@scaidooh.it

