**Бриф к групповому заданию
по модулю 1 «Дизайн-мышление в управлении проектами»**

**БРИФ: Вы работаете в компании, производящей и продающей пластыри различных типов. Положение компании достаточно стабильное, но никаких изменений в бизнесе или продукте нет уже долгое время, и вы хотели бы найти новые возможности для развития.**

**У вас появляется идея: вы хотели бы «перепридумать» пластырь, расширив его сферу применения и/или аудиторию и/или изменив позиционирование на рынке. Четкого понимания того, в какую именно сторону двигаться, у вас пока нет (как нет и значительного бюджета и времени на поиск вариантов развития продукта). Вы инициируете проект, который планируете реализовать с применением инструментов дизайн-мышления.**

*Это “тренировочный” бриф, работа над которым ведется в командном формате.*

*Численность команды – 4-5 человек*.

|  |  |
| --- | --- |
| **ЗАДАЧИ:** | 1. Поговорить с респондентами: провести 2 глубинных интервью. Каждая команда должна выделить двух человек в качестве респондентов для другой команды.

Перед проведением интервью рекомендуется продумать сценарий интервью (воспользуйтесь гайдом интервью), а также распределение ролей в команде интервьюеров. |
| 1. Исходя из информации, полученной во время интервью, составить (а) карты эмпатии по каждому респонденту, (б) композитный Customer Journey Map.

По необходимости применить другие инструменты фокусировки (кластеризация, карта разрывов…). |
| 1. По итогам этапа фокусировки сформировать не менее 5 вопросов How Might We.
 |
| 1. Провести сессию генерации идей и разработать решение, которое будет отвечать критериям (а) пользы для человека, (б) технической реализуемости и (в) полезности для бизнеса.

Разместить выработанные решения на диаграмме Венна. |
| 1. Сделать и протестировать прототип пластыря
 |
| **ОБРАЗ РЕЗУЛЬТАТА:** | Презентация прототипа инновационного “пластыря” (берем этот термин в кавычки, так как то, что придумает команда, может значительно отличаться от стандартного пластыря).Презентация должна включать: (а) результаты проведенных интервью (ключевые инсайты)(б) карты эмпатии по респондентам(в) композитный Customer Journey Map(г) иные инструменты фокусировки по желанию(д) не менее 5 вопросов по шаблону How Might We(е) диаграмму Венна с выработанными решениями(ж) демонстрацию прототипа пластыря  |
| **МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ:** | Гайд интервьюКарта эмпатииКарта пути пользовательского опытаКарта разрывовШаблон How Might WeДиаграмма Венна для выбора решения |