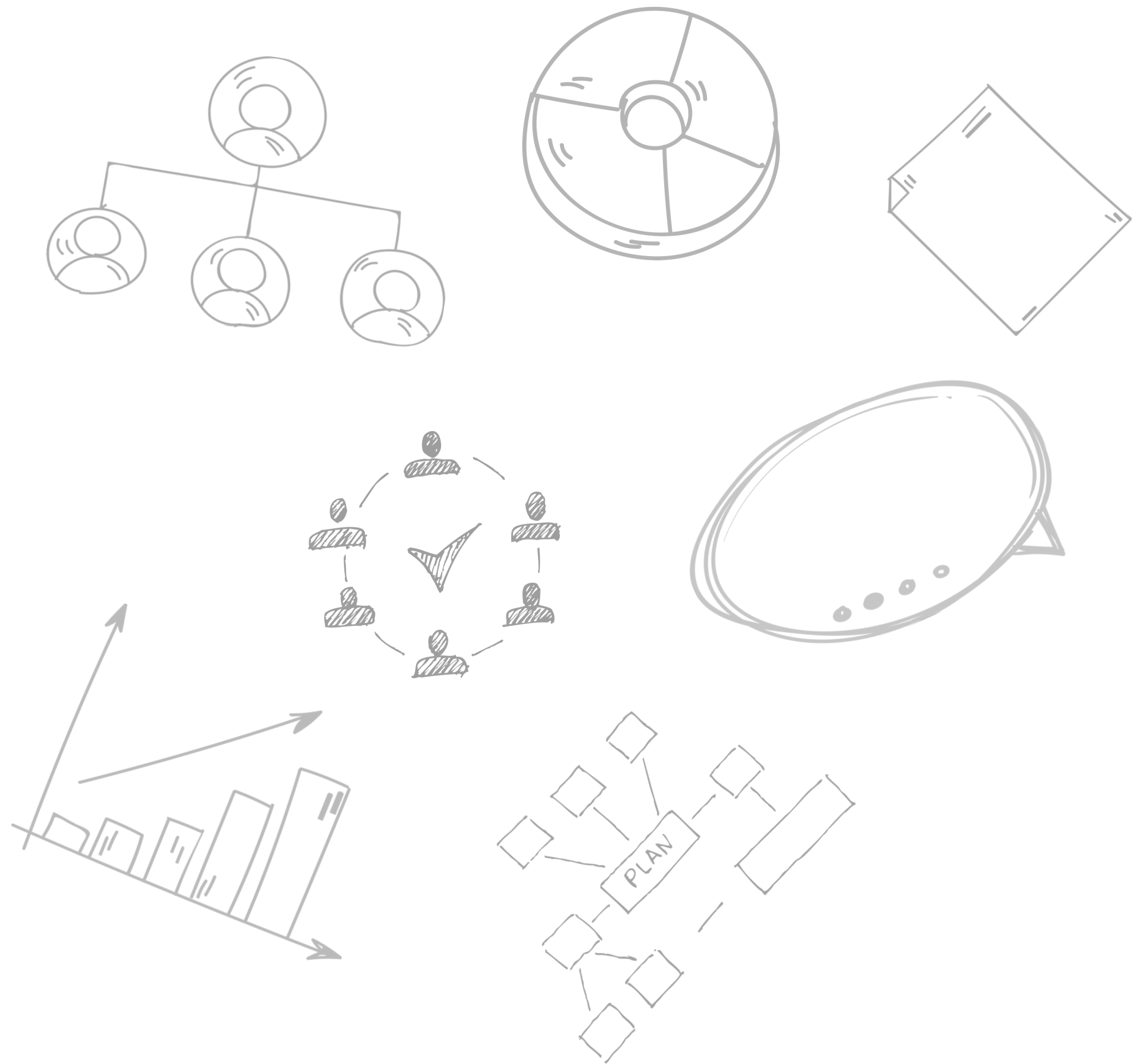


CO-CREATION WORKSHOPY

DIZAJNOVÉ MYSLENIE PRI VÝKONE KONTROLNEJ ČINNOSTI

Manuál pre kontrolórov
športových organizácií

Zadávateľ: Ministerstvo školstva, vedy,
výskumu a športu Slovenskej republiky



Učenie a rozvoj kreativity v tíme

Kreatívne učenie sa (co-creation, design thinking) je systematický proces na zlepšenie zručností, vedomostí a kompetencií zamestnanca, ktorého výsledkom je lepší výkon v pracovnom prostredí. Učenie sa konkrétne týka získavania vedomostí, zručností a postojov. Rozvoj je rozširovanie a prehĺbovanie vedomostí v súlade s rozvojovými cieľmi človeka využívaním kreatívnych prístupov a techník.

Cieľom kreatívneho a inovatívneho učenia a rozvoja je rozvíjať alebo meniť správanie jednotlivcov alebo skupín k lepšiemu, zdieľanie vedomostí a poznatkov, ktoré im umožňujú lepšie vykonávať prácu, alebo kultivovať postoje, ktoré im pomáhajú dosahovať lepší výkon (Lievens, 2011).

Na základe tohto modelu identifikujeme **štyri fázy** potrebné na vytvorenie efektívneho procesu učenia a rozvoja.

1. **Analýza** vzdelávacích potrieb (východisková situácia)
2. **Špecifikácia** učebných cieľov a potrieb cieľovej skupiny
3. **Návrh** obsahu, nápadov, prístupov a metódy implementácie
4. **Monitorovanie** a hodnotenie



Učenie a rozvoj kreativity v tíme

Revidovaný model 70/20/10

Populárnym prístupom k organizačnému učeniu je model 70/20/10. Model vytvorili McCall, Lombardo & Eichinger z Center for Creative Leadership, organizácie na rozvoj vodcovstva . Model 70/20/10 je všeobecným usmernením pre organizácie, ktoré sa snažia maximalizovať organizačné vzdelávanie a rozvíjať nové programy. Model je široko používaný a často sa o ňom hovorí, pokiaľ ide o vzdelávanie a rozvoj.

Model navrhuje, aby **70 %** učenia pochádzalo z učenia sa prácou. Toto neformálne vzdelávanie sa deje prostredníctvom praktických skúseností, kde sa zamestnanec učí počas svojej každodennej práce. Toto učenie sa na pracovisku sa deje počas nových úloh a náročných zadaní a prostredníctvom spätnej väzby od šéfov a „chladnejších“ rozhovorov s kolegami o výkone zamestnanca.

Ďalších **20 %** predstavuje vývojové vzťahy. Zahŕňa to, že sa zamestnanci učia jeden od druhého, využívajú sociálne učenie, spätnú väzbu od rovesníkov a koučovanie rovesníkov , spoločné učenie, mentoring rovesníkov a ďalšie interakcie s rovesníkmi a mentormi. Posledných **10 %** profesionálneho rozvoja pochádza z tradičných kurzov a školení vo formálnom vzdelávacom prostredí.

Učenie a rozvoj kreativity v tíme

Metódy učenia vhodné pre prístupy co-creation v praxi kontrolóra športového zväzu:

- Diskusné skupiny . Vysoko interaktívne prostredie zamerané na zdieľanie názorov.
- Debata . Vysoko interaktívne prostredie, ktorého cieľom je presvedčiť ostatných o svojich názoroch.
- Prípadová štúdia a projekty . Tie aktívne zapájajú účastníka a aktivizujú ho, aby prichádzal s riešeniami a odpoveďami.
- Hranie rolí . Úloha sa vykonáva alebo vykonáva, napríklad ako technika na tréning interakcie so zákazníkom.
- Simulácia/hry. Čoraz obľúbenejší a vysoko interaktívny spôsob experimentálneho učenia. So vzostupom virtuálnej a rozšírenej reality to môže byť veľmi realistické.
- Job shadowing . Práca s iným zamestnancom, ktorý má iné skúsenosti, aby sa od nich naučil. Je to dobrý spôsob, ako sa učiť a vymieňať si nápady.
- Koučovanie . Koučing sa zameriava na praktický rozvoj zručností. Tréner je často pridelený a je hnacím motorom. Koučovaný nasleduje a učí sa.
- Mentoring . Mentoring je strategickejší. Mentora si vyberá zverenec a tento proces riadi aj zverenec. Mentoring presahuje rámec zručností.

Princíp Co-Creation v praxi kontrolóra

Co-creation je aktívne zapojenie koncových užívateľov a iných zainteresovaných strán do procesu vývoja (dizajnu). **Co-creation** spája všetky dôležité súčasti, ktoré ovplyvňuje určitá dizajnová výzva a stavia na ich rovnocennej spolupráci.

Hlavný koncept co-creation je ten, že užívatelia sú expertmi na ich vlastné skúsenosti. Na základe toho, co-creation znamená vzájomné vzdelávanie sa medzi relevantnými stranami. Veľmi užitočné je najmä **spojenie koncových užívateľov s kreatívnymi odborníkmi** počas vytvárania nového produktu, služby alebo systému.

Organizácie dnes potrebujú lepšie reagovať na potreby ich (ako aj budúcich) zákazníkov a spotrebiteľov a efektívnejšie spolupracovať ako v rámci organizácie, tak s vonkajším svetom.



Z toho dôvodu potrebujú zručných kreatívnych profesionálov, ktorí ich prevedú procesom co-creation a pomôžu im **rozšíriť túto myšlienku v organizácii (kreatívna rola kontrolóra)**.

Prečo Co-Creation v praxi kontrolóra?

Ako profesionál, pracujete v rámci nejakej spoločnosti alebo organizácie, prípadne robíte pre ne. Pomáhate ľuďom riešiť ich problémy, poskytujete im relevantné a zmysluplné skúsenosti a sprevádzate ich na ceste za ich cieľmi.

Pomocou štruktúrovanej spolupráce a procesu výmeny s používateľmi, co-creation podporuje empatiu a zvyšuje kreativitu. Prináša so sebou lepšie pochopenie koncových užívateľov a iných potrieb a výziev, s ktorými sa stretávajú zainteresované strany.

Taktiež rozširuje poznatky, ktoré vedú k riešeniam relevantným pre používateľov, ba dokonca možno ešte lepším než takým, ktoré by dosiahol jednotliviec sám.

Tento spoločný proces co-creation navyše zvyšuje kredibilitu navrhovaných riešení pri ich predložení klientom alebo navrhovateľom projektu.

Ako kontrolór športového zväzu tak dokážete funkčne a systematicky pomáhať ľuďom v zväze, Vašej komunite a pracovať na riešeniach ako tím.



Aké sú VÝHODY Co-Creation výstupov?

#VÝHODY CO-CREATION PRE KONTROLÓRA (zväz, práca, rola)

#Relevantnosť, spojenie, motivácia, efektívnosť, výsledky



1. Relevantnosť

Co-creation predovšetkým umožňuje každému z účastníkov byť aktívnou súčasťou zmeny. Dizajn budúcich riešení, produktov, služieb, atď. nie je obmedzený na špecifickú skupinu ľudí, ale každý – používatelia, klienti, zamestnanci, dizajnéri – sa môže aktívne zapojiť. Tým pádom sa potreby a skúsenosti týchto ľudí stávajú relevantnejšími.

Co-creation poskytuje:

- viac možností na diskusiu so zainteresovanými stranami a ich hodnotenie;
- nové a obohacujúce perspektívy;
- nový pohľad na danú výzvu, ako aj nový spôsob zapojenia sa pre všetky zúčastnené strany;
- prostriedky na odhalenie potenciálu pre kreatívne riešenie problémov.

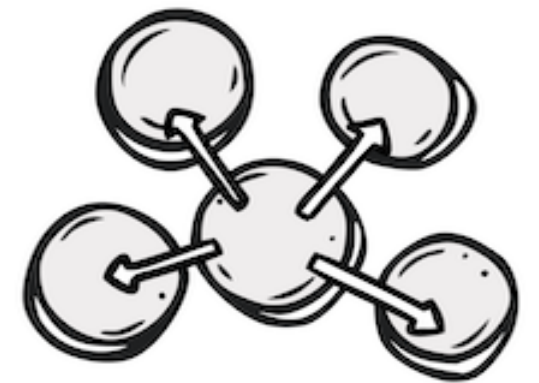
Aké sú VÝHODY Co-Creation výstupov?

2.Spojenie

Po druhé, co-creation pomáha lepšie spájať relevantné body medzi rôznymi stranami, organizáciami a medzi disciplínami.

Co-creation umožňuje:

- všetkým zainteresovaným stranám (stakeholderom) jednoduchšie vytvárať kontakty a networkovať;
- lepšiu spoluprácu rúcaním bariér medzi jednotlivými časťami organizácie;
- rovnocennú spoluprácu medzi všetkými zainteresovanými stranami;
- všetkým zúčastneným osobám so zápalom prinášať koncovým používateľom hodnotné riešenia.



3.Motivácia

Po tretie, proces co-creation podporuje motiváciu všetkých zúčastnených.

Co-creation vedie k:

- inkluzívnejším výsledkom, tým, že aj osoby, ktoré bežne nevyjadrujú svoj názor, majú na to priestor; vysokému stupňu zánietenia zúčastnených; väčšej otvorenosti inováciám a zmenám.

Aké sú VÝHODY Co-Creation výstupov?

4. Efektivita

Po štvrté, co-creation pomáha vytvárať riešenia, ktoré lepšie pasujú potrebám športových klubov.

Co-creation zlepšuje:

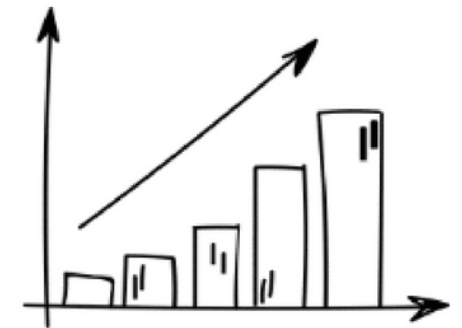
- šancu na úspech, keďže know-how potrieb klubov sa skvalitní;
- kredibilita výsledku;
- proces vývoja, lebo koncepty sú posudzované rýchlejšie.

5. Výsledky

Po piate, co-creation kladie veľký dôraz na realizáciu a implementáciu.

Co-creation vedie k:

- okamžitému posúdeniu nápadov a konceptov;
- lepšie zameraným a odlišným produktom, službám alebo systémom v športovom odvetví;
- vývoju nových nápadov a modelov fungovania športových klubov a organizácií.



Aké sú VÝHODY Co-Creation výstupov?

Expert Co-creation Tip:



Začnite si dokumentovať svoj proces co-creation fotkami, videami alebo poznámkami už od začiatku. Zachyťte nielen výsledky, ale aj atmosféru. To vám poskytne skvelý materiál na podporu výhod co-creation, ktorý môžete ukázať svojim členom športových klubov.

8 hlavných princípov pre úspech

Je potrebné zdôrazniť, že použitie nasledujúcich princípov závisí od jednotlivých projektov a kontextu. Napriek tomu veríme, že v procese co-creation existuje 8 hlavných princípov:

1. Zručnosti facilitátora

Co-creation potrebuje vyškoleného a skúseného facilitátora (=skúseného kouča), ktorý je schopný pripraviť a viesť tento proces.

Tento facilitátor musí mať otvorený prístup, podporovať kreatívnu účasť, nájsť vhodné metódy na podporu procesu co-creation, byť schopný vytvoriť príjemné prostredie, v ktorom sa ľudia nebudú báť prispieť svojím dielom. Facilitátori musia podať zúčastneným jasné informácie o tom, čo sa od nich čaká a čo bude výsledkom ich práce.

2. Vhodné prostredie

Pre zdieľanie myšlienok a nápadov je inšpiratívne prostredie základom. No rovnako dôležité je mať aj jasnú štruktúru.

Štruktúra sa vzťahuje na obsah, miesto, čas, ak je to možné, tak na pravidlá účasti, a rovnako aj na možnosť flexibilne upravovať časti procesu podľa potreby.

8 hlavných princípov pre úspech

3. Rôznorodosť tímu

Co-creation je inkluzívny proces, alebo lepšie povedané, nemal by byť exkluzívny. Tento proces má zahŕňať všetky dôležité a relevantné osoby v rámci športových klubov.

Je to o rôznorodom zastúpení. Nechodte len po očividných osobách. Je to o ľuďoch v širšom slova zmysle, nie len o vami preferovaných zástupcoch v klube. Účastníci by mali byť aktívnou zložkou, nie len príjemcami.

4. Jasné potreby a spoločné problémy

Co-creation je strategické rozhodnutie, má strategické dôsledky a vytvára priestor pre veľké množstvo názorov v rámci vášho športového klubu.

Aby bol proces co-create úspešný je dôležité si určiť potreby cieľovej skupiny, pozadie zainteresovaných strán, ciele a úlohy. Každý je expertom vo svojej oblasti. Zapojením odborností ako profesionálnych, tak aj založených na skúsenostiach sa vytvorí vyrovnané hracie pole.

Je tiež potrebné naučiť sa ako hovoriť o svojich potrebách a problémoch. Toto pochopenie motivácií jednotlivých ľudí je základným kameňom pre budovanie empatie vo vašom klube.

8 hlavných princípov pre úspech

5. Spoločná vízia a hodnoty

Cieľom co-creation je vytvoriť spoločnú víziu a hodnoty, spolu s jednotlivými zainteresovanými stranami počas procesu co-create.

Co-creation je otvorený a konštruktívny proces, kde je výsledok kontrolovaný kolektívne.

Co-creation sa teda darí, ak sú obe časti, výsledok aj proces, zdieľané spoločne.

6. Individuálne roly pre individuálne ciele

V procese co-creation je umením zapojiť zainteresované strany v správnom čase, tak aby sa zabezpečil pozitívny výsledok.

Co-creation má otvorený koniec. Zúčastneným osobám preukazujete úctu a budujete si s nimi vzťah založený na dôvere, ak ich zapojíte nielen do procesu, ale na nich nezabudnete ani po ňom, napríklad tým, že vám poskytnú spätnú väzbu na rozhodnutia, ktoré ste urobili.

7. Ako zvládnuť konflikty a záujmy

Co-creation je o kolektívnej kreativite: v kreatívnom procese sa začína medzi ľuďmi rozdielny druh dialógu. Preto je dôležité zaviesť proces, v ktorom sa predchádza vzniku konfliktov, prípadne spontánnym výbuchom, keď už nejaký ten konflikt vznikne.

8 hlavných princípov pre úspech

Už od začiatku je to o tom, ako určiť potreby a nájsť veľké množstvo nápadov, nie nájsť jedinú správnu myšlienku. Je to o otvorenej a úctivej spätnej väzbe. Konflikty však môžu slúžiť aj ako spôsob, ako vytvoriť miesto pre otvorenejšiu komunikáciu. Pomáhajú tiež odhaliť, čo je pre koho dôležité.

8. Zamyslenie sa a hodnotenie

Nestačí dostať spätnú väzbu na naše rozhodnutia po skončení procesu, ale je potrebné pozrieť sa a zhodnotiť celý proces co-creation. To vám môže poskytnúť dôležité informácie pre ďalšiu časť procesu alebo pre nový co-creation projekt.

Navyše, hodnotenie by malo byť dlhodobé – je potrebné sledovať výsledky a ďalší vývoj projektu. Tým, že tieto projekty majú otvorený koniec, je dôležité dohliadať na ich ďalší vývoj.

Ako kontrolór-facilitátor by ste teda mali systematicky pracovať na týchto 8 hlavných princípov práve pri práci vo vašom združení či komunitě.

Prípadová štúdia z praxe

FUTURE CITY HRY (SK)

Future City Games je tímový proces určený na vytváranie nových myšlienok a akcií zlepšiť kvalitu života v mestách. Podporuje širšiu účasť organizácií a jednotlivcov, aby sa mestá stali lepšími, šťastnejšími a prosperujúcimi; a vytvára medzi nimi dialóg - verejný sektor a obyvatelia mesta.

Cieľom hry je vygenerovať najlepší nápad, ako zlepšiť kvalitu života buď v konkrétnej oblasti v rámci mesta alebo mesta ako celku. Hra sa hrá počas jedného alebo dvoch dní. Hráči sú obyvatelia mesta z rôznych prostredí, zastupujúci rôzne profesie, pohlavia a generácie. Hru vedie vyškolený herný majster. Hráči súťažia v tímoch. Ich úlohou je navrhnuť, otestovať a prezentovať svoje nápady. Majster hry dáva hráčom súbor nástrojov, pomáha im spolupracovať a rozvíjať myšlienku a vedie ich cez tri fázy – predstavovanie si, testovanie a prezentovanie.

Na konci hry sú nápady prezentované miestnym zainteresovaným stranám, odborníkom, obyvateľom a navzájom. Všetci zúčastnení hlasujú za najlepšie nápady a premýšľajú o tom, ako ich možno posunúť vpred v meste, keď sa hra skončí.

Prípadová štúdia z praxe

ROZMANITOSŤ TÍMU

Cez pestrosť a demokraciu až po riešenie Future City Games je tímový proces určený na vytváranie nových myšlienok a akcií, zlepšiť tak kvalitu života v mestách. Cieľom hry je vygenerovať najlepší nápad, ako zlepšiť kvalitu života buď v špecifickej oblasti v rámci mesta, alebo mesta ako celku. Je hraná počas jedno- alebo dvojdňového podujatia. Účastníci boli vybraní a pozvaní, aby sa zúčastnili hry podľa zadanej témy. Tímy boli vytvorené vopred, aby sa zabezpečilo, že pozostávajú z ľudí s čo najrozličnejším zázemím a úrovňou profesionalizácie.

Takáto zmes zabezpečuje plodné diskusie, rôznorodosť názorov, pohľadov a odborných znalostí. Zapojení sú ľudia z miestneho okolia rôzneho veku, aktivisti, obyvatelia a odborníci ako urbanisti, architekti a odborníci na verejný priestor. Celá hra je vedený majstrom (facilitátorom) hry a tímy sa riadia jeho pokynmi pomocou daných nástrojov a pomocných prostriedkov k nim.

Hlavným faktorom úspechu je, že tento koncept spája ľudí rôzneho pôvodu, ktorí majú spoločný záujem nájsť riešenie pre definovaný problém.

Identifikácia cieľovej skupiny

Čo je vlastne persóna? Ide o fiktívnu postavu, ktorá reprezentuje členov klubu, fanúšikov, predstavenstvo v klube.

Vďaka nej získaš **pohľad na službu alebo produkt ich očami.**

Persóny sú užitočné

Tvorba persóny je užitočná, ak spúšťaš nový projekt v klube, prístup či novú službu, ak prichádzaš s novým plánom pre športový klub či zväz, alebo ak chceš zefektívniť marketing. Asi ako pri všetkom, aj pri persónach platí, že majú výhody aj nevýhody:

Výhody persóny

- Umožní ti vytvoriť web/službu/produkt, ktorý bude zodpovedať potrebám tvojej cieľovej skupiny
- Uľahčuje ti vytváranie obsahu, pretože budeš vedieť, komu presne bude určený
- Vďaka persónam zvolíš marketingové nástroje, ktoré oslovia tých správnych ľudí
- Zjednotí tvoj zväz či klub, že všetci predstavitelia budú mať pri tvorbe procesu v hlave tú istú predstavu a tiež rovnaký cieľ

Identifikácia cieľovej skupiny

Nevýhody persóny

- Sú spojené s konkrétnou kultúrou. Keď vytvoríš persónu, ktorá odráža potreby slovenského zákazníka, nemôžeš ju použiť napríklad vo Francúzsku. Zákazníci v iných krajinách majú totiž iné potreby a zvyky.
- Vytvárajú sa na základe reálnych údajov
- Jedna persóna nevystihne celú cieľovú skupinu

Tri kroky k persóne

Tvorba persóny je zábavný proces. Ak pracuješ v tíme, zapoj ho do procesu, viacero uhlov pohľadu môže byť prínosné. Vytvor spolu s tímom persónu podľa týchto krokov:

1. Stanov si cieľ

Zodpovedaj si otázky ako napríklad: Aké je smerovanie športového zväzu či klubu? Čo chcem dosiahnuť?

Identifikácia cieľovej skupiny

2. Získaj relevantné dáta

To, kde môžeš údaje získať, závisí od toho, či si nový alebo už dlhší čas existujúci zväz či klub. Ak patríš do druhej kategórie, dobrými zdrojmi na získavanie údajov sú:

- Google Analytics – poskytne informácie o tom, čo sa deje na tvojom webe, aké kľúčové slová hľadali návštevníci, atď.
- Fanúšikovia – polož im niekoľko otázok v podobe dotazníka
- Členovia tímu – hlavne tí, ktorí sú v kontakte so zákazníkmi alebo návštevníkmi webu, vedia priniesť cenné informácie pri tvorbe persóny
- Sociálne siete – ponúknu ti informácie o tom, aké sú záujmy tvojich sledovateľov, čo sa im páči,...
- Diskusné fóra – predovšetkým tie, ktoré súvisia s oblasťou, v ktorej pôsobí tvoj zväz a športový klub, ti odhalia, aké sú potreby a problémy užívateľov (členovia, predstavenstvo, iní, ...)

Identifikácia cieľovej skupiny

- Niektoré z týchto bodov môžeš s tímom využiť aj keď je tvoj zväz či klub nový – sprav si prieskum na sociálnych sieťach, diskusných fórach, pýtaj sa ľudí, ktorí vieš, že už s tým majú prax. Rovnako je možné na internete nájsť prieskumy od agentúr alebo väčších firiem.

3. Vytvor persónu

- Toto je tá najzábavnejšia časť, kedy tvoríš profil samotnej persóny. Čo do neho zahrnúť?
- Meno
- Demografické údaje – Tie vychádzajú z analýz či dotazníkov a zahŕňajú vek, pohlavie, rodinný stav.
- Fotografiu – Vďaka nej si svoju persónu lepšie predstavíš.
- Zamestnanie – Na akej pozícii persóna pracuje?
- Cieľ alebo motto – Čo chce persóna dosiahnuť? Čím sa riadi?
- Osobnosť – Aký je to človek? Aké má vlastnosti?
- Záujmy – Čomu sa persóna venuje vo voľnom čase? Čo má rada?
- Potreby – Aké sú potreby, ktoré dokážete svojou službou / procesom / zmenou naplniť?

Použité zdroje:

1. Co-design_best-practice-report,
2. Co-creation and the landscapes of design, Elizabeth B.-N. Sanders & Pieter Jan Stappers
www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15710880701875068
3. Academy to Innovative HR, 2022
4. cike.sk/project/co-create/

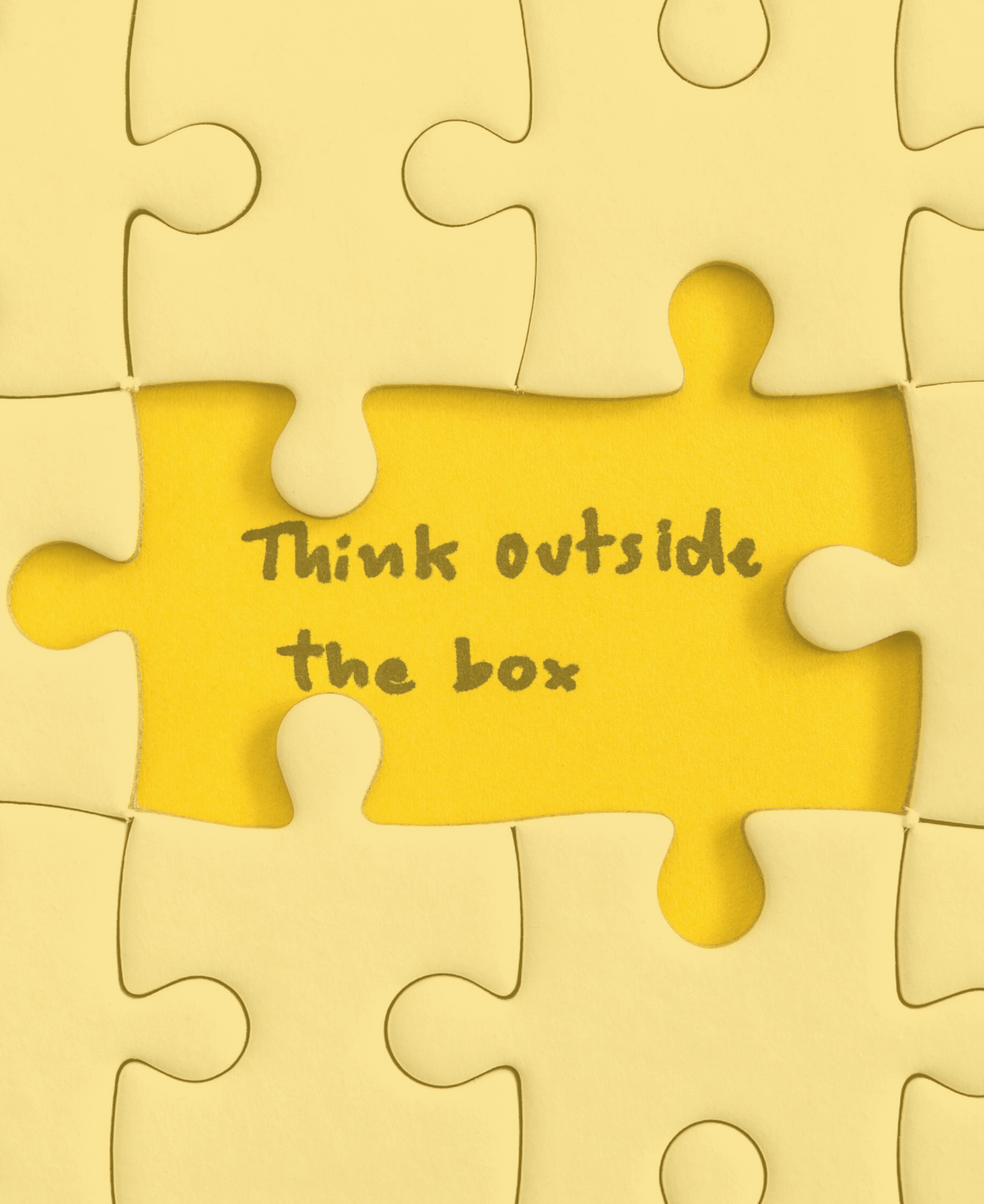
Prax spoločnosti SUVko Coaching z co-create projektov



CO-CREATION WORKSHOP DESIGN SPRINT

Ako vyriešiť problémy a zároveň otestovať
nové myšlienky

TEAM



Think outside
the box

ČO JE DESIGN SPRINT

TÍMOVÁ METODIKA, KTOREJ AUTOROM JE JAKE KNAPP Z GOOGLE VENTURES.

Design Sprint ponúka inovačné a tvorivé riešenia problémov prostredníctvom konceptu "learning-by-doing".

Pozostáva z piatich na seba nadväzujúcich fáz:

1. Určenie si cieľa a definovanie problému (UNDERSTAND)
2. Nápady pre riešenie (IDEATE)
3. Rozhodnutie sa pre najlepšie riešenie (DECIDE)
4. Vytvorenie prototypu (PROTOTYPING)
5. Testovanie svojho nápadu (TESTING)

**MÔŽETE SA ZÚČASTNIŤ ŠPRINTU KEDYKOĽVEK,
KEĎ STE SI NIE ISTÍ, ČO MÁTE ROBIŤ, ALEBO SA
SNAŽÍTE ZAČAŤ, ALEBO SA ZAOBERÁTE
ROZHODNUTIAM I S VYSOKÝMI STÁVKAMI.
NAJLEPŠIE SÚ ŠPRINTY, KTORÉ SA POUŽÍVAJÚ
NA VYRIEŠENIE DÔLEŽITÝCH PROBLÉMOV,
PRETO ODPORÚČAM, ABY STE SI VYBRALI VEĽKÚ
VÝZVU.**

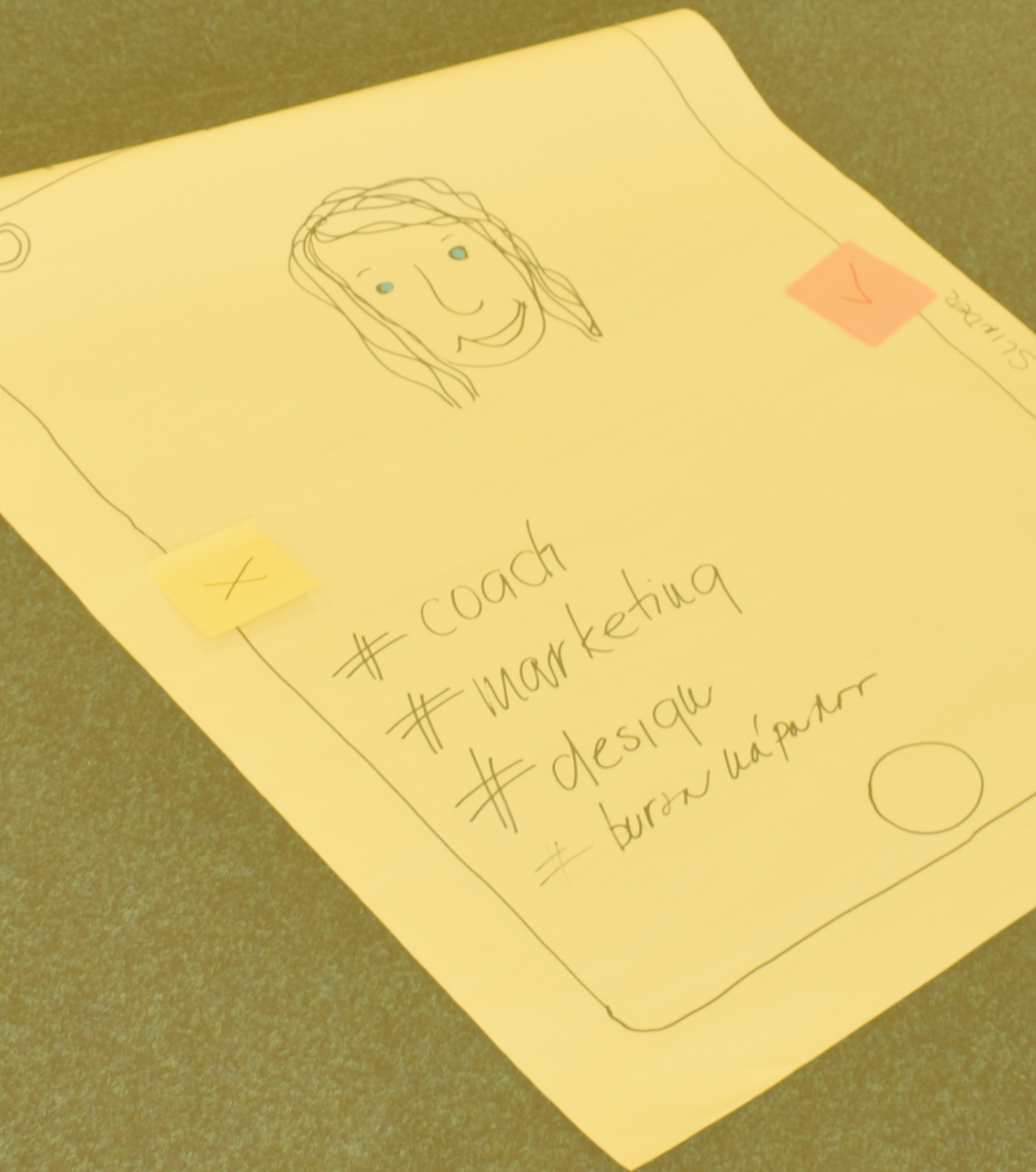
JAKE KNAPP, AUTOR

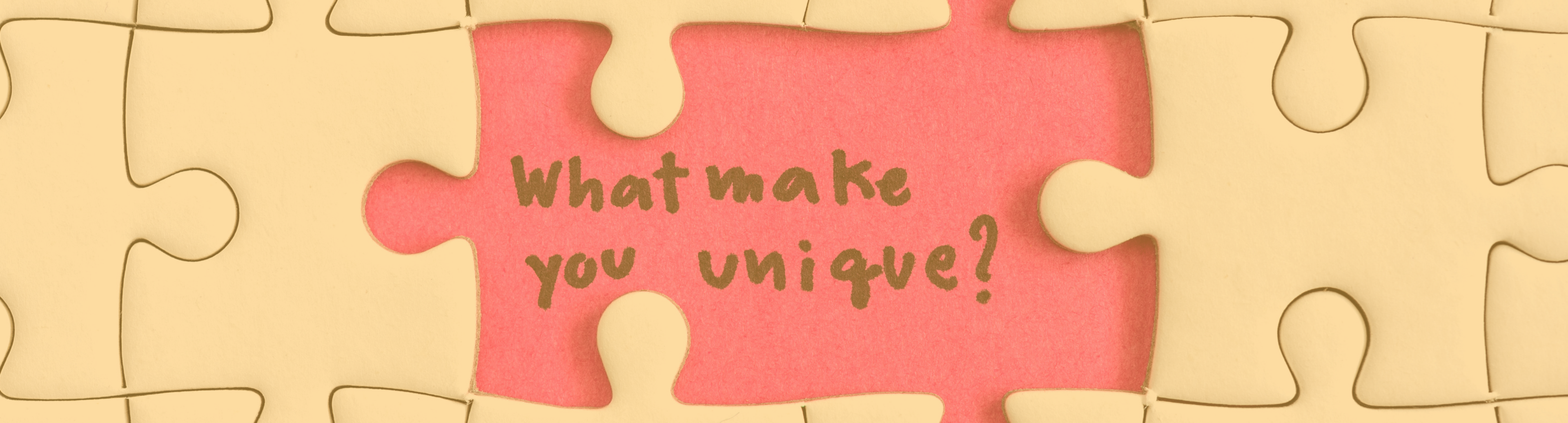
POSÚDTE ŽIVOTASCHOPNOSŤ VÁŠHO NÁPADU

Naučíte sa, ako v prostredí s ľuďmi z rôznych oddelení či pozícií získať rozličné a jedinečné pohľady na váš nápad - produkt/službu/proces. Na workshope si pri riešení vybranej výzvy osvojíte metódy spolupráce a tvorby pre spoločný cieľ a možné riešenie - prototyp.

Jednoducho a prakticky!

Na konci síce nebudete mať do všetkých detailov hotový produkt/službu/proces pripravený k implementácii či distribúcii, urobíte však veľký pokrok a s istotou budete vedieť, či mierite tým správnym smerom = "lessons learned".





What make
you unique?

PRAKTICKÉ VÝSTUPY PRE ÚČASTNÍKOV

Ako pracovať individuálne
a zároveň
spoločne + vytvárať
kreatívne proaktívne spôsoby
ako riešiť
problémy a príležitosti

Rozbehnúť nápady,
ktoré akosi uviazli
a pohnúť sa v nich
ďalej
+ rozhodovať sa
rýchlo a v čase

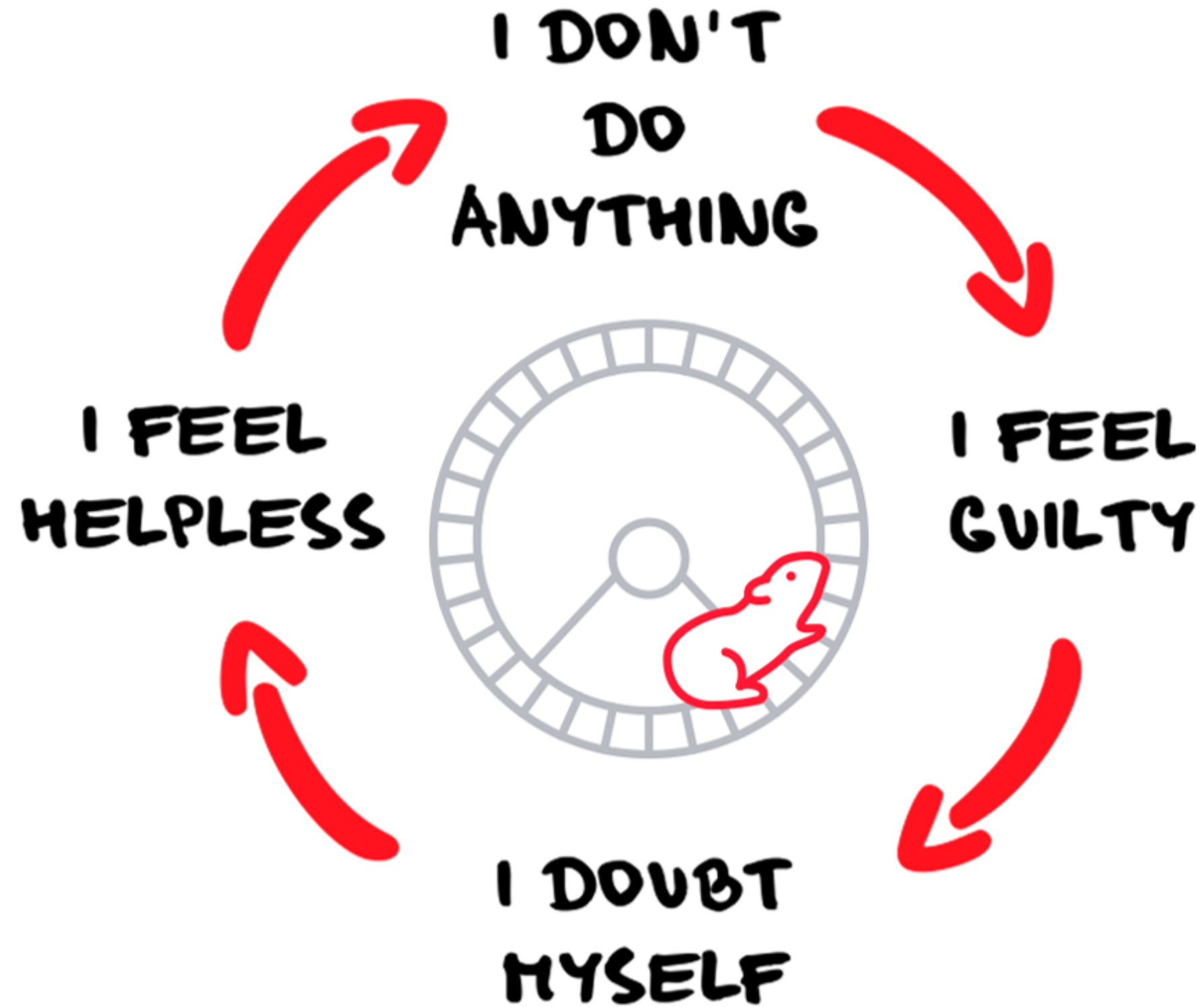
Neodkladať veci na zajtra -
rýchlo a efektívne
otestovať, či váš
produkt/služba/proces
bude to správne
pre tím či zákazníka

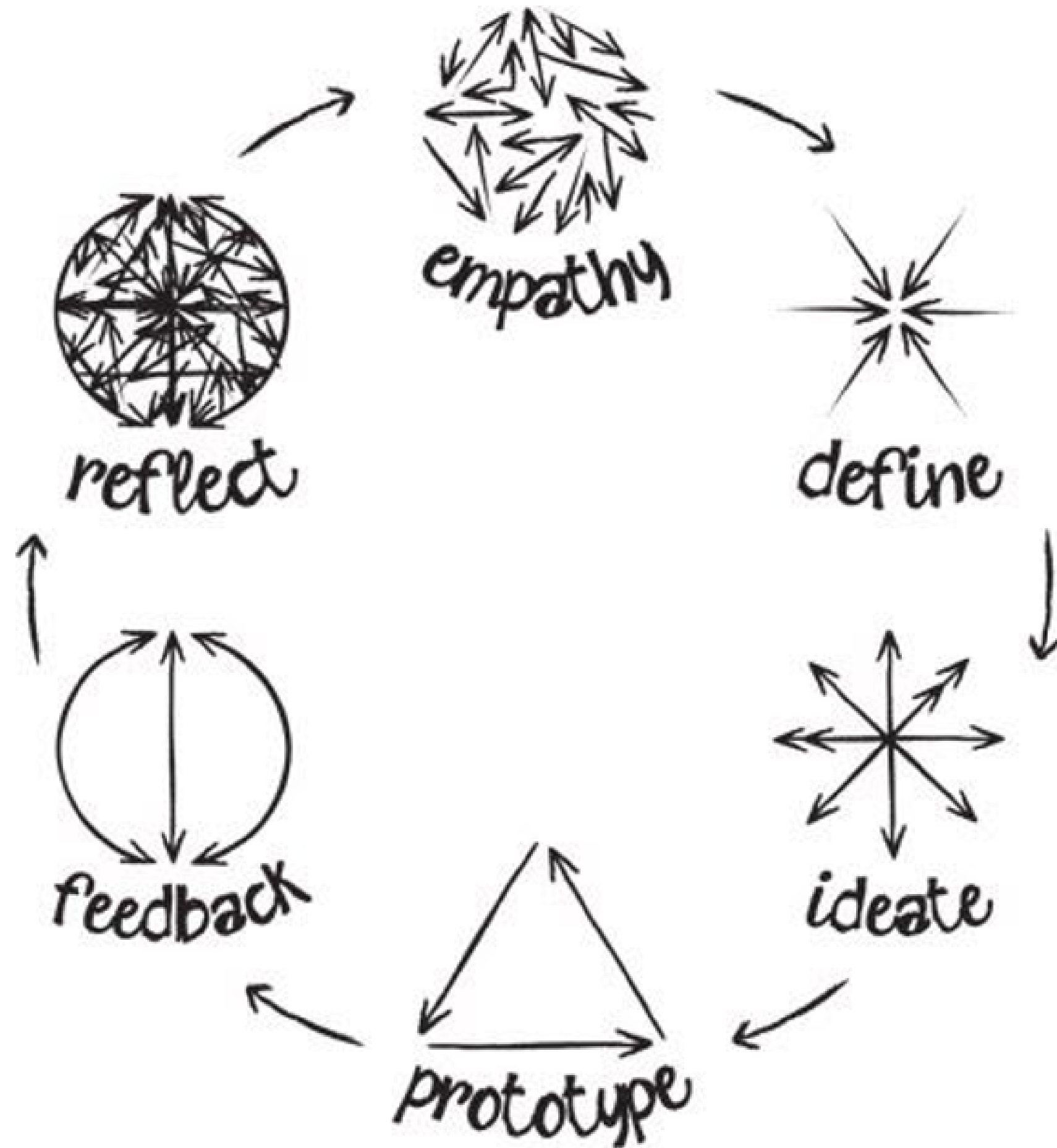
CESTA K VÁŠMU PROTOTYPU

Workshop

- Design Thinking Overview
- Čo je Design Sprint?
- Design Výzva
- Od cieľovej skupiny ku skutočnému produktu
- User Testing

Hamster Loop





DESIGN SPRINT

Tímová
metodika

Learning
by Doing

Najlepšie výsledky
v najkratšom čase

Účastníci
s ich rozličnými
znanosťami

Účastníci majú
SUPEPOWER

5 fáz

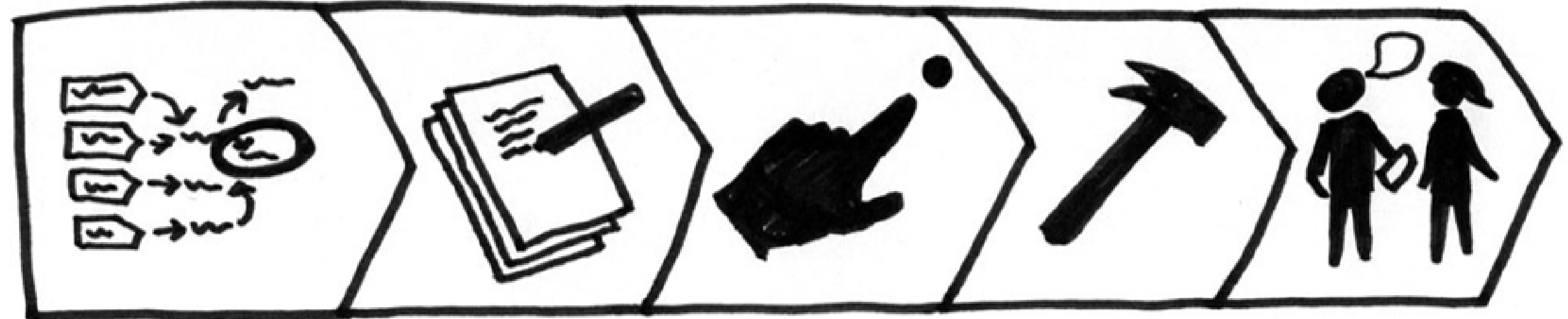
Co-Creation

Out of the Box
prístup

Decision Making

Pre rozhodovanie
pri prototypoch

CHALLENGE



LEARN

Make a **MAP** & choose a **TARGET**

SKETCH competing solutions

DECIDE on the best

Build a realistic **PROTOTYPE**

TEST with target customers

#DesignVýzvy

AKO BY SME MOHLI ...

Čo si myslí a cíti?

Čo počuje?

Čo vidí?

Čo hovorí a robí?





PERSONA
Description



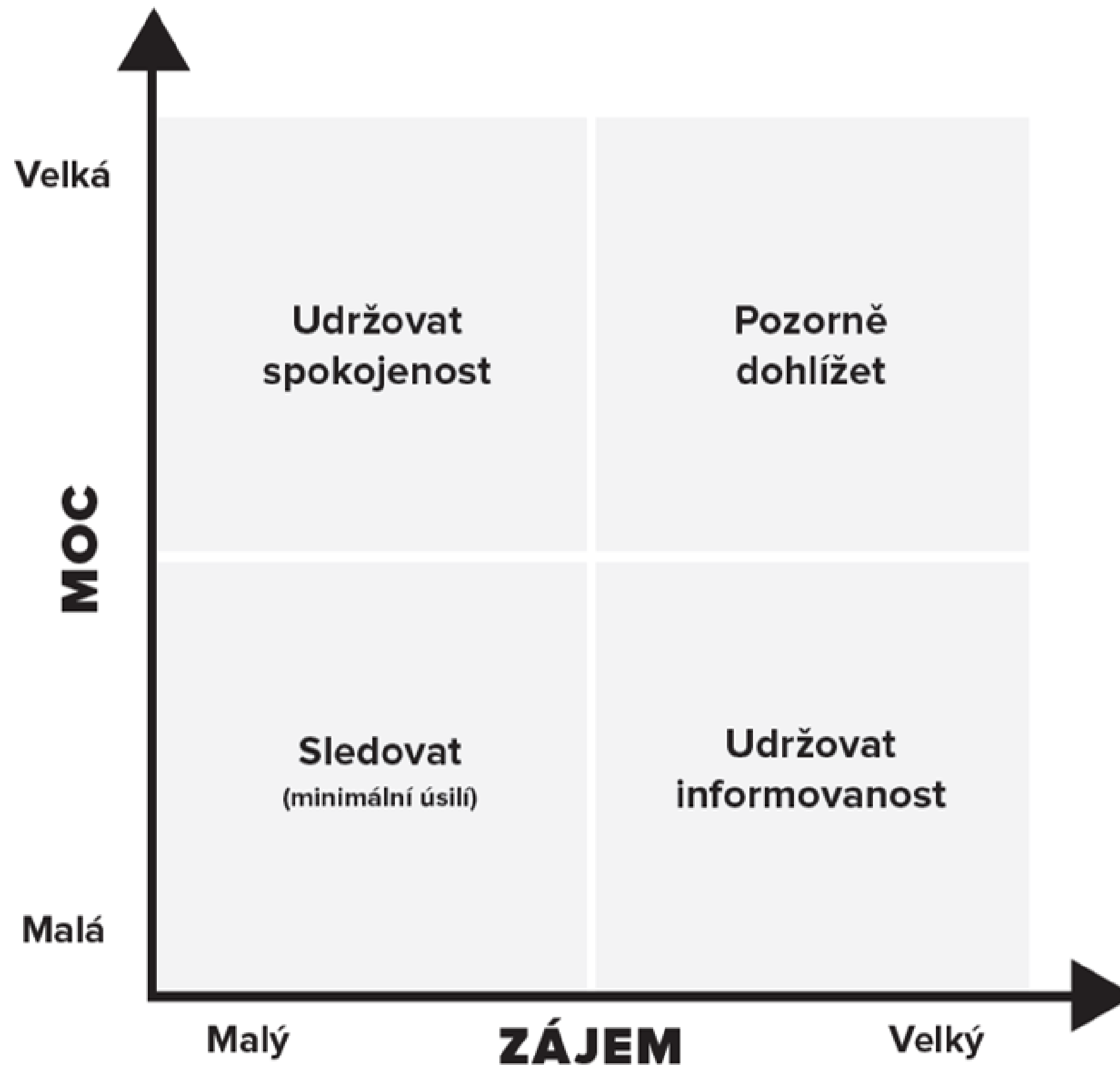
PERSONA
Description



PERSONA
Description

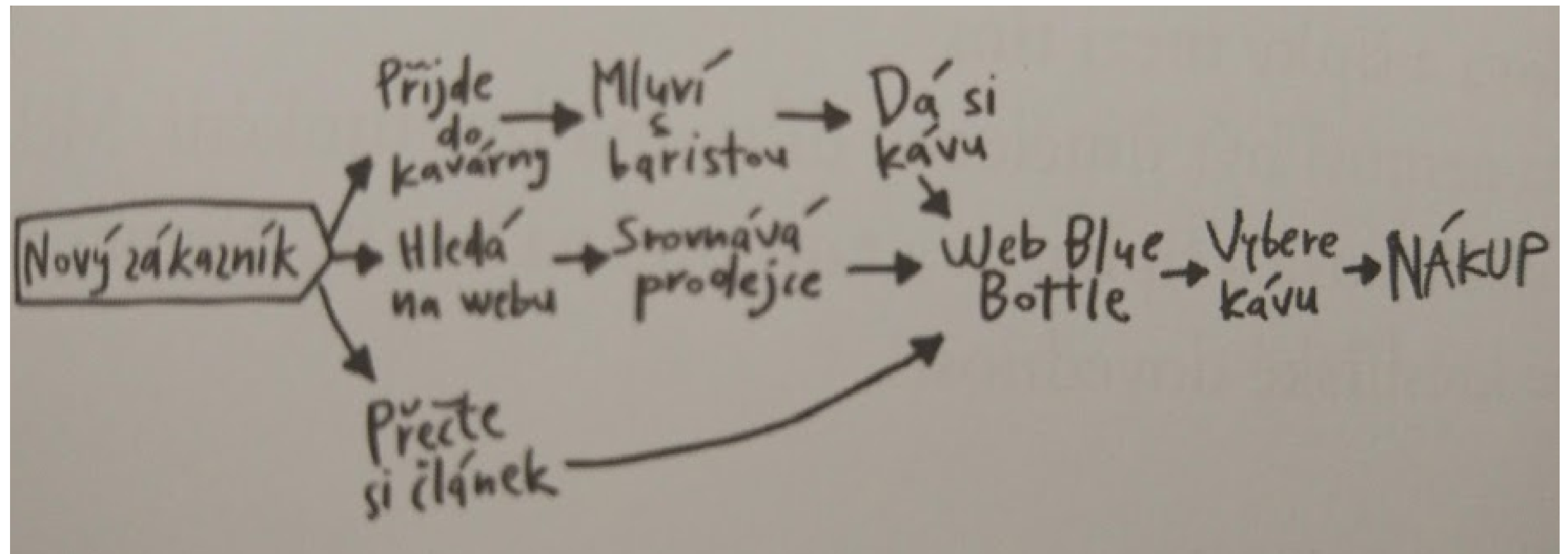


MAPA ZAINTERESOVANÝCH STRÁN





PROCESNÁ OS PRE POCHOPENIE FÁZ A ZAIISTERESOVANÝCH STRÁN



Retrospective

Date:

Project Milestone:



1 Identifikujte mílniky a úspechy

2 Vyhodnoťte ako tím, čo sa podarilo

3 Dajte dokopy podobné náady pre to, čo naopak nezafungovalo a je potrebné vylepšiť.

4 Využite brainstorming pre prácu s nápadmi a ich vylepšeniami.

Čo sa podarilo?

10 MINUTES

Our team did really well with...



*Co nezafungovalo?

10 MINUTES

We can improve on ...



Nápady

10 MINUTES

We can try...



Konkrétne kroky

10 MINUTES

Action item:
Owner:
Due date:



Poznámky:

Poznámky:

Poznámky:

Poznámky:

KONTAKT:

Matúš Draganovský, Learning Designer,
facilitátor co-creation a autor manuálu
draganovsky@suvko.sk