

Лекция 3: Креативность

Софья Распутина

Цель?

Расширить пространство гипотез

Цель?

В креативности есть два основных подхода – от продукта к клиенту...



... и от потребностей клиента к нужному ему продукту

Продукт

Товар, предложение,
сервис, реклама и так далее

Клиент

Тот, кому этот продукт будут
предлагать и продавать



Продукт

Товар или услуга, которая
эти потребности закрывает

Клиент

Тот, у кого есть незакрытые
потребности и желания



Метод 1: Product-centered



Метод фокальных объектов



МФО хорошо работает для поиска инновационных и необычных решений

1

Выбираем **фокальный объект**, над улучшением которого работаем

2

Выбираем **случайные объекты** из разных сфер (3-5 объектов)

3

Записываем характерные **свойства случайных объектов**

4

Интегрируем фокальный объект и свойства случайных объектов

5

Оцениваем полученные решения и выбираем **лучшие идеи**

МФО хорошо работает для поиска инновационных и необычных решений

1

Выбираем **фокальный объект**, над улучшением которого работаем

2

Выбираем **случайные объекты** из разных сфер (3-5 объектов)

3

Записываем характерные **свойства случайных объектов**

4

Интегрируем фокальный объект и свойства случайных объектов

5

Оцениваем полученные решения и выбираем **лучшие идеи**

МФО хорошо работает для поиска инновационных и необычных решений

1

Выбираем **фокальный объект**, над улучшением которого работаем

2

Выбираем **случайные объекты** из разных сфер (3-5 объектов)

3

Записываем характерные **свойства случайных объектов**

4

Интегрируем фокальный объект и свойства случайных объектов

5

Оцениваем полученные решения и выбираем **лучшие идеи**

МФО хорошо работает для поиска инновационных и необычных решений

1

Выбираем **фокальный объект**, над улучшением которого работаем

2

Выбираем **случайные объекты** из разных сфер (3-5 объектов)

3

Записываем характерные **свойства случайных объектов**

4

Интегрируем фокальный объект и свойства случайных объектов

5

Оцениваем полученные решения и выбираем **лучшие идеи**

МФО хорошо работает для поиска инновационных и необычных решений

1

Выбираем **фокальный объект**, над улучшением которого работаем

2

Выбираем **случайные объекты** из разных сфер (3-5 объектов)

3

Записываем характерные **свойства случайных объектов**

4

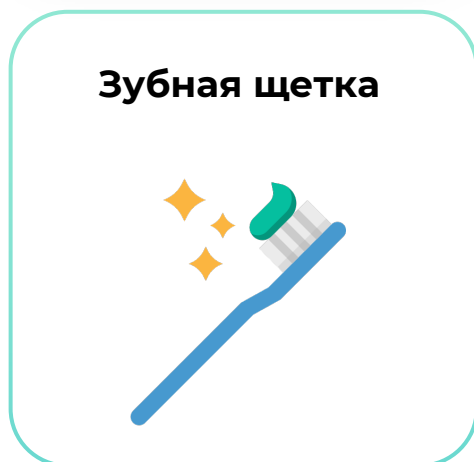
Интегрируем фокальный объект и свойства случайных объектов

5

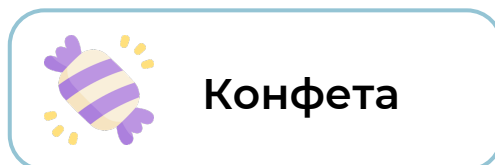
Оцениваем полученные решения и выбираем **лучшие идеи**

Попробуем применить МФО для улучшения зубной щетки

Фокальный объект



Случайные объекты



???

???

Сладкая

???

???

Витаминная

???

???

Попробуем применить МФО для улучшения зубной щетки

Фокальный объект

Зубная щетка



Случайные объекты



Конфета

???

???

Сладкая

???

???

Витаминная

???

???



Фокальный объект – услуги кредитных менеджеров

Задача

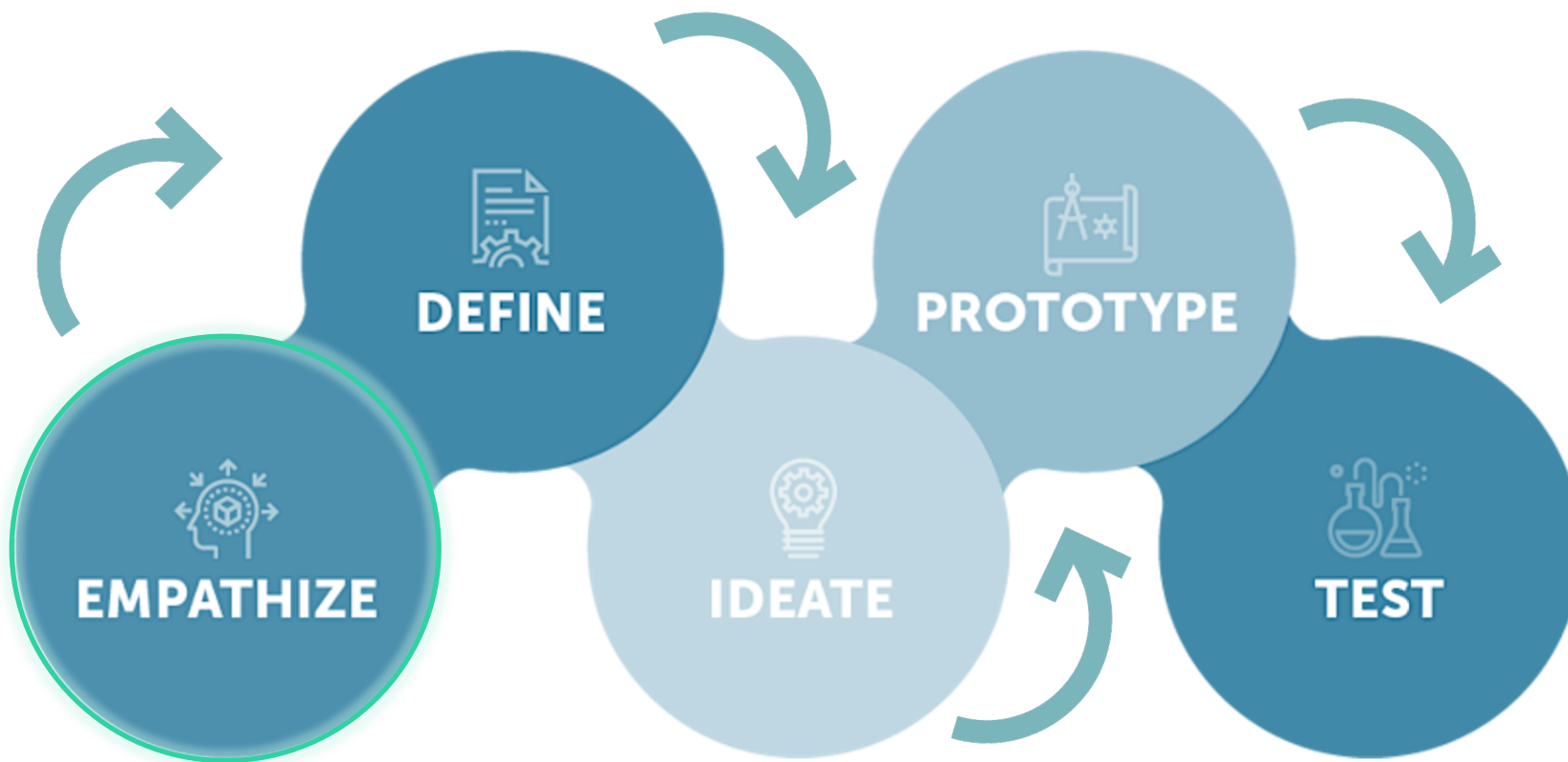
Метод 2: Client-centered



Design Thinking

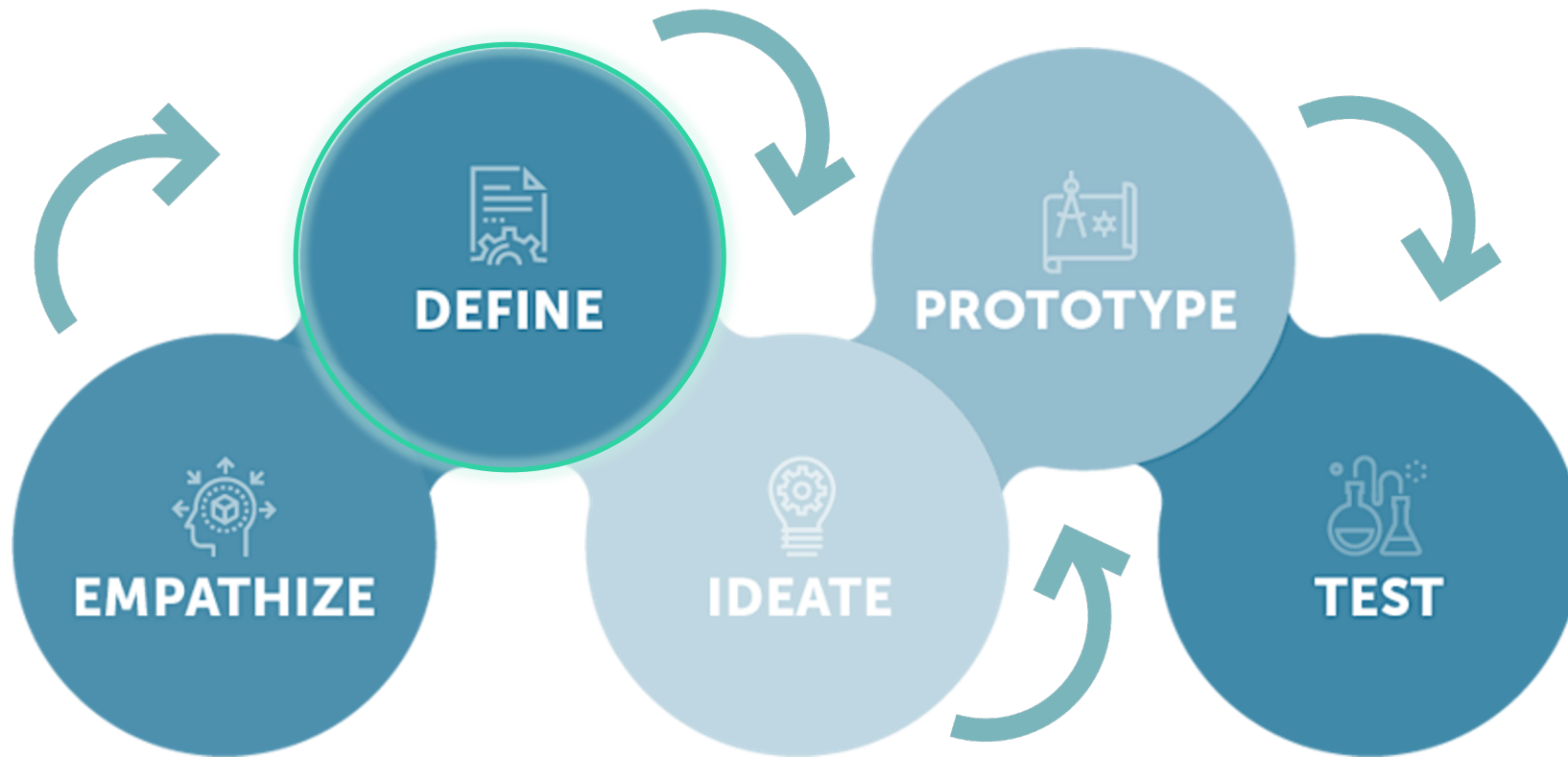


Дизайн-мышление – генерация идей с учетом точки зрения клиента





Что ей нужно?



Дизайн-мышление ориентировано на погружение в опыт людей

1

USER

2

NEEDS

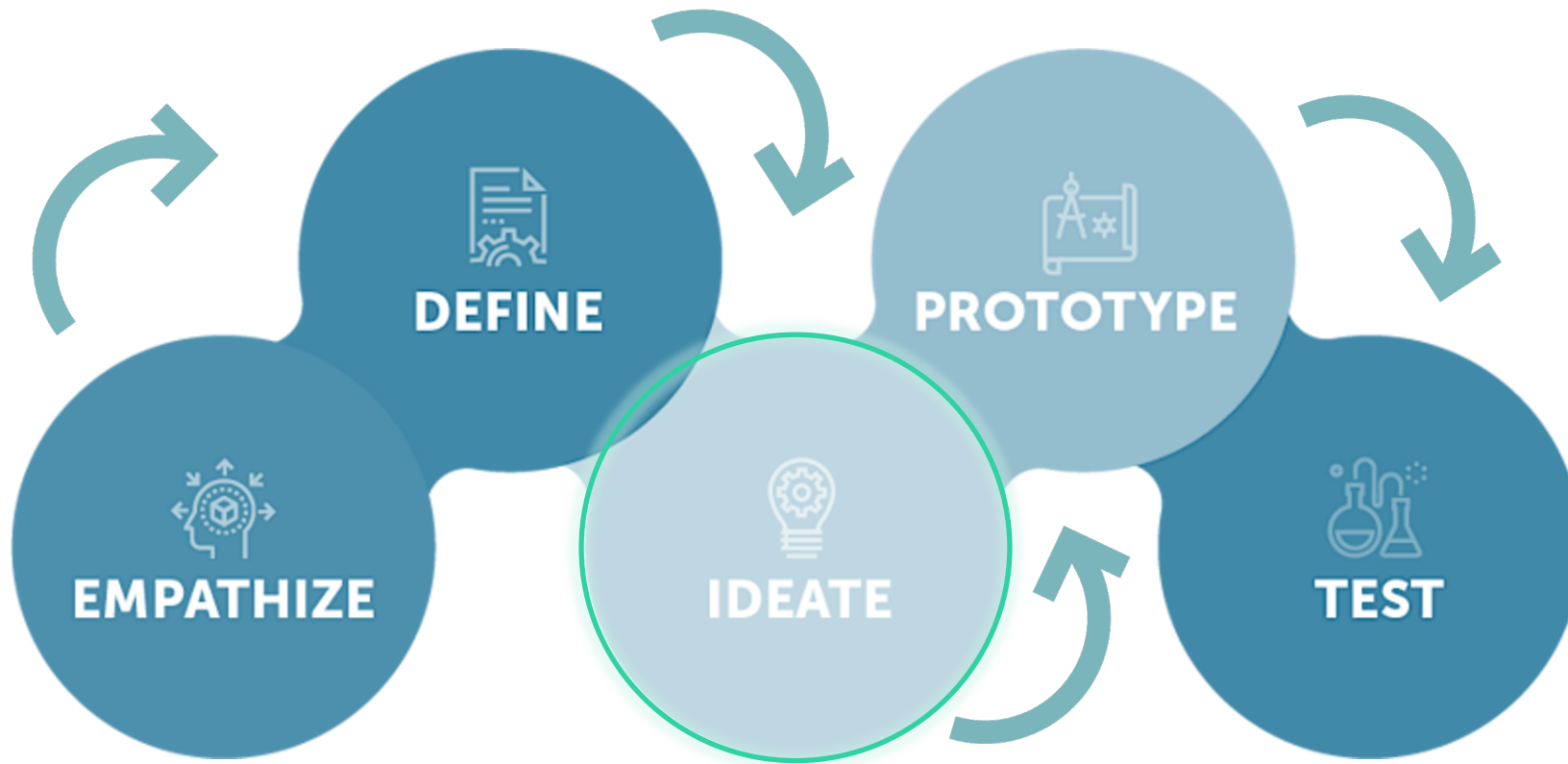
3

INSIGHTS



Каковы потребности клиентов,
оформляющих кредитную карту?

Задача



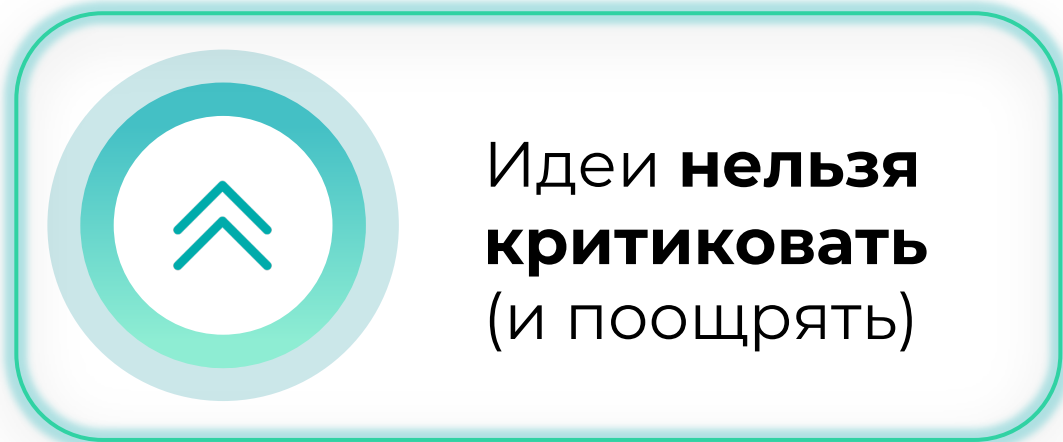
Брейнсторминг – техника для поиска необычных решений



Количество
важнее
качества



Да – даже
невероятным
идеям



Идеи **нельзя**
критиковать
(и поощрять)



Нужно **объединять** и **докручивать** идеи

Как улучшить процесс
выдачи кредитных карт?

Задача