

What Is? What If? What Wows? What Works?



Ideas...



Prototype



feedback



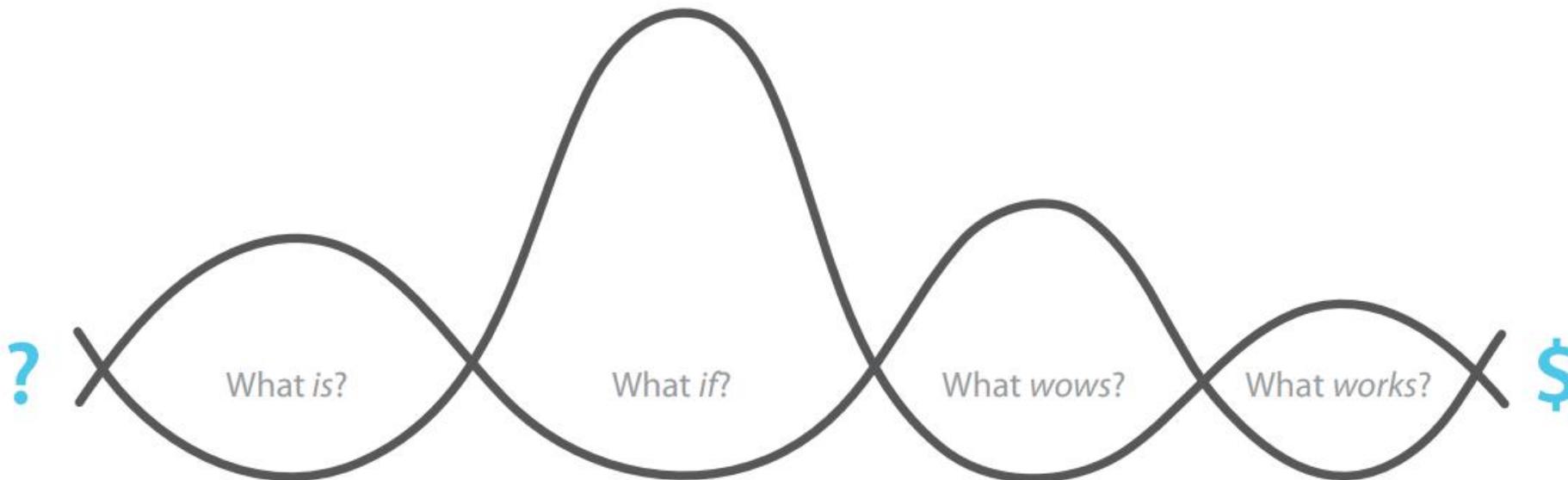
test & validate

Problem Finding

Problem Solving

## ملخص المحاضرة 2 الأسئلة الأربعة

على الرغم من الكثير من المفردات المستخدمة مثل «التفكير» و «الإنشاء المشترك»، فإن عملية التصميم تتعامل مع أربعة أسئلة أساسية للغاية، تتوافق مع المراحل الأربع للعملية:  
ما هو؟ ماذا لو؟ ما الذي يبهر؟ وما الذي يعمل؟



- تستكشف المرحلة الواقع الحالي.
- يتصور What if مستقبلاً جديداً.
- What wows يقوم ببعض الخيارات
- What works .. ما الذي يعمل يأخذنا إلى السوق.

يمثل توسيع وتضييق النطاقات حول كل سؤال. ما يسميه المصممون التفكير «المتباين» و «المتقارب». في الجزء الأول من كل مرحلة من مراحل التفكير التصميمي. ، فإننا نوسع تدريجياً مجال رؤيتنا، وننظر حولنا على أوسع نطاق ممكن. من أجل عدم الوقوع في شرك مشكلتنا المعتادة في صياغة مجموعة الحلول الموجودة مسبقاً. بعد أن نتولد مجموعة جديدة من المفاهيم، نبدأ في عكس مسار العملية بالتقارب، وتضييق خياراتنا تدريجياً. الأكثر وعوداً.

# what is ما هو ؟

- تبدأ جميع الابتكارات الناجحة بتقييم دقيق للحاضر والواقع الحالي.
- أولاً، نحتاج إلى إيلاء اهتمام وثيق لما يجري اليوم لتحديد المشكلة الحقيقية أو الفرصة التي نريد معالجتها.

غالبًا ما يحدث شيء مضحك عندما نولي اهتمامًا أكبر لما يخطط له العملاء - نجد أن أدلة المستقبل الجديد تكمن في عدم الرضا عن الحاضر. وليس فقط عندما يكون الابتكار الذي تبحث عنه تدريجيًا. في النهاية، يتعلق النمو دائمًا بحل مشاكل العملاء - حتى لو لم يعرفوا بعد أن لديهم واحدة. لكن إذا أوليت اهتمامًا كافيًا لحياتهم وإحباطاتهم، فقد ترى ما لا يفعلونه. عليك مقابلة عملائك في مكانهم اليوم من أجل نقلهم إلى حيث تعتقد أنهم بحاجة إلى ذلك. لذا فإن المكان الأكثر وعودًا لبدء أي بحث عن النمو هو معرفة ما لا يحبه العملاء اليوم - وتحديد المقايضات التي يفضلون عدم القيام بها.



# ماذا لو What if?

- مرحلة «ماذا لو؟» هي المكان الذي يحدث فيه العصف الذهني.
- يتم تحفيز التفكير الحر والعودة لاستخدام الأفكار والمعايير التي اكتشفت خلال مرحلة «ما هو؟»
- يجب أن تعمل الأسئلة كعامل تمكين وتسمح «بالتفكير خارج الصندوق».



# What wows? ما الذي يبهر؟

- خلال مرحلة «ما الذي يبهر؟»، يجب التعامل مع كل مفهوم من مفاهيم الأعمال التي تم تطويرها كفرضية.
- تطبيق التقييم المنهجي لاختبار هذه الفرضيات مقابل معايير التصميم.
- تقليل عدد المفاهيم إلى شيء يمكن إدارته بالفعل، يجب التركيز على المفاهيم التي سيحبها أصحاب المصلحة و تحويلها إلى عروض جديدة.



# What works?

- في هذه المرحلة النهائية، نأخذ ما تعلمناه من التفكير التحليلي الذي فعلناه في المرحلة الثالثة ونبني نموذجًا أوليًا منخفض الدقة. ثم نطلب ملاحظات العملاء ونستخدمها لبناء نموذج أولي عالي الدقة. يمكننا بعد ذلك نقل هذا المنتج شبه النهائي إلى مجموعات صغيرة من العملاء لمعرفة ما إذا كانوا يدركون قيمة كافية فيه.

