



Деловая игра «Дизайн-мышление»

Чем полезна и где применять?

- *Игра «пропитывает» участников идеологией дизайн-мышления – внимания к потребностям клиентов/пользователей*
- *Формирует установки на клиенториентированность*
- *Развивает коммуникативные навыки.*

Целевые аудитории:

- клиентские менеджеры
- IT разработчики
- маркетологи
- все, кто связан с разработкой продуктов/услуг

Где проводить

- корпоративное развивающее мероприятие
- слет молодых специалистов или участников стажерских программ
- клиентское мероприятие



Общее описание

Задачи:

1. Знакомство с принципами и технологиями дизайн-мышления
2. Развитие межфункциональных связей и неформальное взаимодействие, командообразование
3. Развитие компетенций:
 - Генерация идей/разработка продукта
 - Работа в команде
 - Ориентация на результат
 - Лидерство
 - Коммуникации



Количество участников: от 12 до ∞.

Игра проводится в командах по 4-8 человек

Длительность: от 4 до 6 часов (в учебном формате)

Что внутри

Игра проходит раундами по 40-60 минут. Командам предстоит создать прототип нового продукта/решения для клиента (внутреннего или внешнего), пройдя все стадии дизайн-мышления

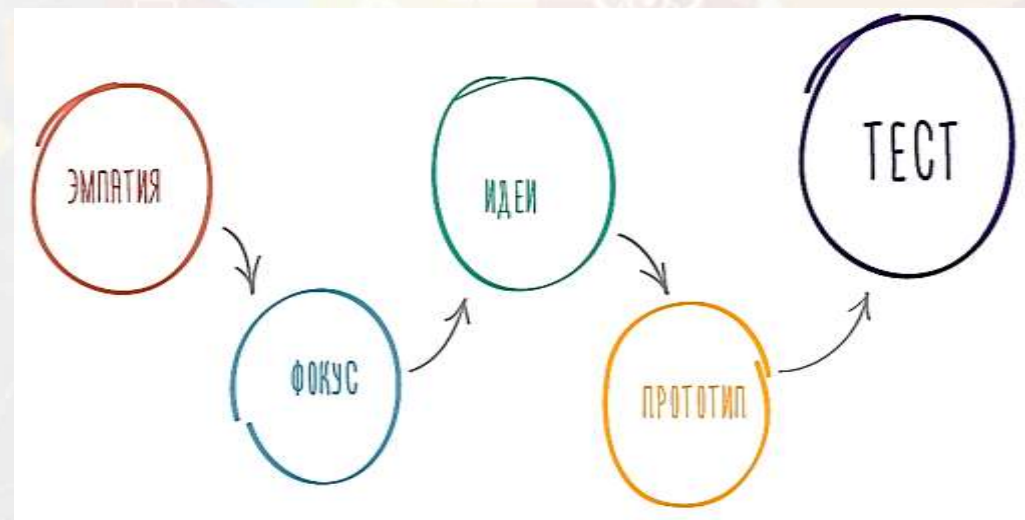
Этап эмпатии – участникам нужно собрать жизненный опыт внутри и вне группы на тему выбранного продукта

Фокусировка – участники работают с наработками первого этапа и определяют point of view – явное выражение проблемы людей, которую нужно разрешить

Генерация идей - мозговой штурм и выбор идеи для реализации

Прототипирование – создание наглядного материала по продукту

Тестирование – участники идут на обсуждение в другие группы и запрашивают обратную связь о своей идее. По результатам вносят коррективы в продукт



Обучение в игре

Формат проведения направлен на знакомство участников с принципами дизайн-мышления и освоение основных технологий, применимых в проектах по разработке продуктов

- Перед раундами тренер предоставляет краткую информацию по инструментам каждого этапа
- После раунда тренер организует обмен обратной связью между участниками по развиваемым компетенциям

Финальная стадия игры – это «продажа» продукта и подсчет рейтинга команд

Примеры игровых продуктов*

- Сервис по оплате ЖКХ
- Маркетплейс для ресторанов
- Процесс адаптации новых сотрудников
- Интранет (Внутренний портал) для сотрудников
- Программа лояльности для сети кофеен
- Сервис для совместной работы
- Система денежных переводов
- Услуга по оформлению виз для выезда за рубеж



**- возможна тематика в контексте деятельности компании-заказчика*

Организационные требования

- Просторное помещение с перемещаемой мебелью
- Стулья по количеству участников
- Столы по количеству команд
- Проектор и экран
- Система звукоусиления (для групп от 40 участников).

Игротехническая группа:

- Главный ведущий
- Игротехники (1 на 3-4 команды)

Опыт с начала 2000-х



Направления

- Деловые и настольные игры
- Тренинги и Оценка персонала
- Сессии стратегического планирования
- Работа с корпоративной культурой

Большие проекты

- Инновационные смены (Зворыкинский проект) форумов «Селигер 2009» и «Селигер 2010» (до 800 участников)
- Деловая игра для ГК «Спектрум» (300 участников)
- Квест для дневной программы «Фестиваля фейерверков «Ростех» в 2018 г. (до 1500 участников)

Кроме того:

- Тренинги командообразования, креативные тимбилдинги, квесты
- Геймификация конференций и клиентских мероприятий

Делайте вашу игру с нами!

www.games4business.ru

+7 495 644 9770

info@games4business.ru



Если вы не нашли здесь своего формата,
обязательно свяжитесь с нами!

МЫ ЕГО РАЗРАБОТАЕМ