

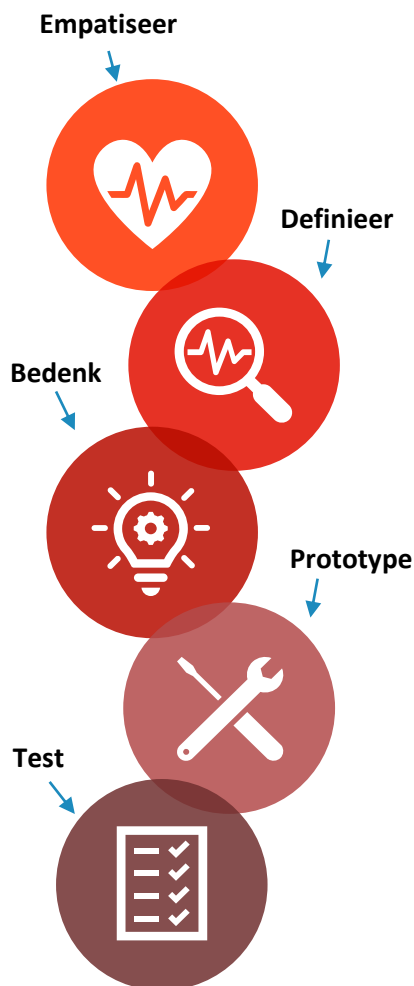
Toelichting

Design thinking

Huidige opgaven vragen om andere aanpak

Design thinking is een methodiek, welke onder de brede paraplu van wendbaar werken valt. Onder deze paraplu vallen een aantal methodieken die helpend zijn om daadwerkelijk wendbaar te gaan werken. Als bureau zetten wij vaak design thinking en scrum in als methodiek.

Vijf iteratieve stappen



- **Stap 1: Empatiseer** – Het gaat hier om het inleven in je eindgebruiker om deze echt te snappen en te voelen. Waar loopt deze tegen aan? Wat drijft deze persoon? Probeer in de huid van deze persoon te kruipen, alleen dan kom je echt tot een oplossing. *Output: Persona's*
- **Stap 2: Definieer** – Hoe ziet de klantreis eruit en waar in deze reis zit de klantbeleving die we willen verbeteren? Welke problemen ervaart de eindgebruiker? Waar moet de oplossing aan voldoen? Definieer hier acceptatiecriteria, waar de oplossing aan moet voldoen. *Output: Klantreizen en acceptatiecriteria*
- **Stap 3: Bedenk** – Bedenk welke oplossingen er allemaal mogelijk zijn voor dit probleem. In deze fase kan en mag alles, het kan dus ook zo gek niet op. Een creatieve werkvorm is cruciaal. Op basis van de eerder gedefinieerde acceptatiecriteria wordt een keuze gemaakt in de uit te werken ideeën. *Output: Ideeën en selectie*
- **Stap 4: Prototype** – Maak met minimale effort een prototype van je oplossing. Dit kan een schets op papier zijn, of een knutselwerk van karton, zolang het maar beeld geeft bij wat je voor ogen hebt. *Output: Prototype*
- **Stap 5: Test** – Breng je prototype zo dicht als mogelijk naar de beleving van klant, bijvoorbeeld door het te beschrijven of te pitchen, maar liever nog door het echt naar de klant toe te halen. Heb je een nieuw proces bedacht waarop burgers zich kunnen aanmelden voor een vergunning? Test deze dan in het klein, met een afgebakende pilotgroep. Met de opgehaalde feedback worden eerder gemaakte aannames gevalideerd of ontkracht. Dit zorgt weer voor nieuwe input voor stap 1. *Output: Feedback*

Toegevoegde waarde

Te vaak schieten we nog met elkaar door in de “oplossingen-stand”. Onder tijdsdruk en gevoel van urgentie willen we graag snel verder. Wat we dan eigenlijk zouden moeten doen, ligt in het tegengestelde van wat ons instinct ons ingeeft. Het helpt om te vertragen, om echt even stil te staan bij de eindgebruiker en het probleem dat deze ervaart, en vanuit daar weer te versnellen. Met als resultaat een beter passende oplossing.

Door design thinking toe te passen komt je tot deze oplossingen. De nadruk ligt op de eindgebruiker en het probleem dat hij/zij ervaart. Alleen als je deze echt begrijpt, kun je komen tot echte oplossingen.

Design thinking is daarom fantastisch voor het oplossen van complexe en slecht gedefinieerde problemen. Met Design thinking is het mogelijk om iets geheel nieuws te creëren in zeer onzekere omstandigheden.

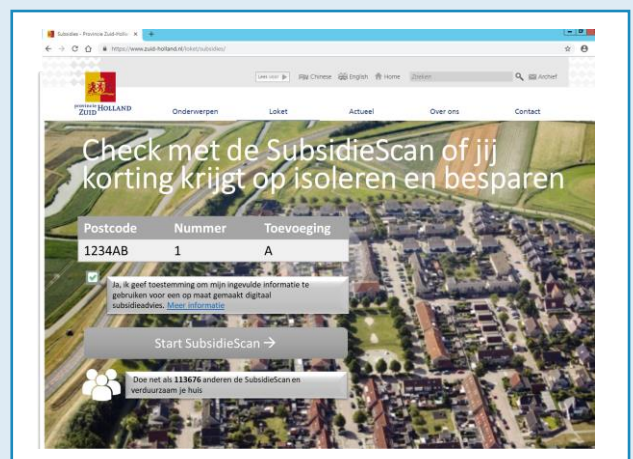
- Design thinking biedt een outsidersperspectief op de problematiek (creativiteit)
- Design thinking kan zaken concreet maken door te visualiseren en creëert een gemeenschappelijke taal die ervoor zorgt dat verschillende stakeholders gezamenlijk aan het project kunnen werken (co-creatie)
- Design thinking faciliteert het betrekken van het gebruikersperspectief (user centered)
- Design thinking workshops leuk zijn en energie geven in projecten (engagement)

De methodiek is toepasbaar in grote innovatietrajecten maar ook om mensen in kleinere projecten los te maken, de aandacht op de vraag te richten of een kick-off van een project te organiseren.

Toegepast in de praktijk

Samen met **provincie Zuid-Holland** hebben we gekeken naar de opgave energiearmoede. Op basis van design thinking hebben we een experiment opgezet met een nieuwe manier van subsidieverstrekking. Door datagedreven te werken, kan de administratieve last naar beneden gebracht worden. Hierdoor kan de provincie kleinere subsidies toewijzen. Op deze manier kan ook een tochtstrip, dubbel glas, of het plaatsen van een spouwmuur gesubsidieerd worden.

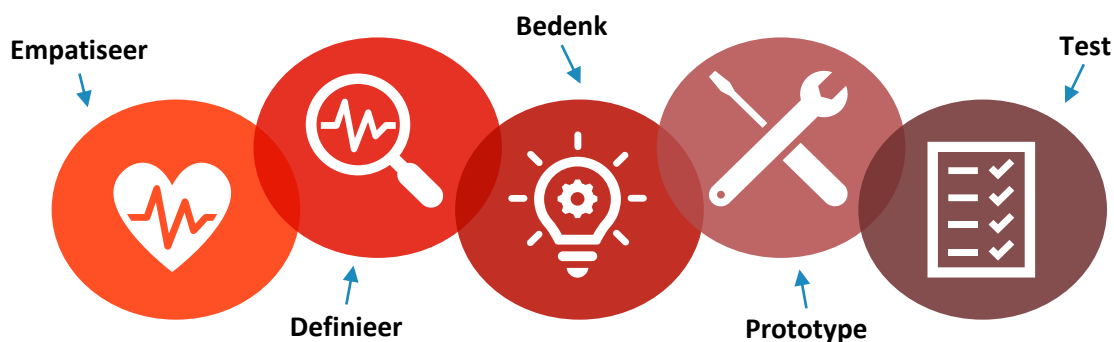
We zijn dicht op de huid gekropen van de verschillende mensen die in Zuid Holland die moeite hebben om de energierekening te betalen. Een doelgroep waar lagere kosten door verduurzaming misschien wel het meest gewenst is, maar ook een doelgroep die de investeringen niet zomaar kan opbrengen. Samen met de ambtenaren van de provincie hebben we persona's gemaakt van deze inwoners. Een multidisciplinair team van dataprofessionals, collega's van het energieteam én het subsidieloket werkte daarbij samen aan oplossingen met data en technologie als middel. Wij begeleidden dit experiment op zowel proces als inhoud.



Toelichting Design thinking

Huidige opgaven vragen om andere aanpak

Design thinking is een methodiek, welke onder de brede paraplu van wendbaar werken valt. Onder deze paraplu vallen een aantal methodieken die helpend zijn om daadwerkelijk wendbaar te gaan werken. Als bureau zetten wij vaak design thinking en scrum in als methodiek.



De vijf iteratieve stappen in een design thinking proces

- 1. Empatiseer** – Het gaat hier om het inleven in je eindgebruiker om deze echt te snappen en te voelen. Waar loopt deze tegen aan? Wat drijft deze persoon? Probeer in de huid van deze persoon te kruipen, alleen dan kom je echt tot een oplossing. *Output: Persona's*
- 2. Definieer** – Hoe ziet de klantreis eruit en waar in deze reis zit de klantbeleving die we willen verbeteren? Welke problemen ervaart de eindgebruiker? Waar moet de oplossing aan voldoen? Definieer hier acceptatiecriteria, waar de oplossing aan moet voldoen. *Output: Klantreizen en acceptatiecriteria*
- 3. Bedenk** – Bedenk welke oplossingen er allemaal mogelijk zijn voor dit probleem. In deze fase kan en mag alles, het kan dus ook zo gek niet op. Een creatieve werkvorm is cruciaal. Op basis van de eerder gedefinieerde acceptatiecriteria wordt een keuze gemaakt in de uit te werken ideeën. *Output: Ideeën en selectie*
- 4. Prototype** – Maak met minimale effort een prototype van je oplossing. Dit kan een schets op papier zijn, of een knutselwerk van karton, zolang het maar beeld geeft bij wat je voor ogen hebt. *Output: Prototype*
- 5. Test** – Breng je prototype zo dicht als mogelijk naar de beleving van klant, bijvoorbeeld door het te beschrijven of te pitchen, maar liever nog door het echt naar de klant toe te halen. Heb je een nieuw proces bedacht waarop burgers zich kunnen aanmelden voor een vergunning? Test deze dan in het klein, met een afgebakende pilotgroep. Met de opgehaalde feedback worden eerder gemaakte aannames gevalideerd of ontkracht. Dit zorgt weer voor nieuwe input voor stap 1. *Output: Feedback*

Toegevoegde waarde

Te vaak schieten we nog met elkaar door in de “oplossingen-stand”. Onder tijdsdruk en gevoel van urgentie willen we graag snel verder. Wat we dan eigenlijk zouden moeten doen, ligt in het tegengestelde van wat ons instinct ons ingeeft. Het helpt om te vertragen, om echt even stil te staan bij de eindgebruiker en het probleem dat deze ervaart, en vanuit daar weer te versnellen. Met als resultaat een beter passende oplossing.

Door design thinking toe te passen komt je tot deze oplossingen. De nadruk ligt op de eindgebruiker en het probleem dat hij/zij ervaart. Alleen als je deze echt begrijpt, kun je komen tot echte oplossingen.

Design thinking is daarom fantastisch voor het oplossen van complexe en slecht gedefinieerde problemen. Het doel is iets te ontwikkelen dat het volgende is:

- Wenselijk – willen mensen het?
- Levensvatbaar – gebruiken mensen het?
- Haalbaar – kunnen we het maken?

Met Design thinking is het mogelijk om iets geheel nieuws te creëren in zeer onzekere omstandigheden.



Toegepast in de praktijk

Samen met **provincie Zuid-Holland** hebben we gekeken naar de opgave energiearmoede. Op basis van design thinking hebben we een experiment opgezet met een nieuwe manier van subsidieverstrekking. Door datagedreven te werken, kan de administratieve last naar beneden gebracht worden. Hierdoor kan de provincie kleinere subsidies toewijzen. Op deze manier kan ook een tochtstrip, dubbel glas, of het plaatsen van een spouwmuur gesubsidieerd worden.

We zijn dicht op de huid gekropen van de verschillende mensen die in Zuid Holland die moeite hebben om de energierekening te betalen. Een doelgroep waar lagere kosten door verduurzaming misschien wel het meest gewenst is, maar ook een doelgroep die de investeringen niet zomaar kan opbrengen. Samen met de ambtenaren van de provincie hebben we persona's gemaakt van deze inwoners. Een multidisciplinair team van dataprofessionals, collega's van het energieteam én het subsidieloket werkte daarbij samen aan oplossingen met data en technologie als middel. Wij begeleidden dit experiment op zowel proces als inhoud.

