

**Luiss**

Libera Università Internazionale  
degli Studi Sociali Guido Carli

# INCONTRO CON UNINDUSTRIA

18 LUGLIO 2019

**Sessione di Design thinking**

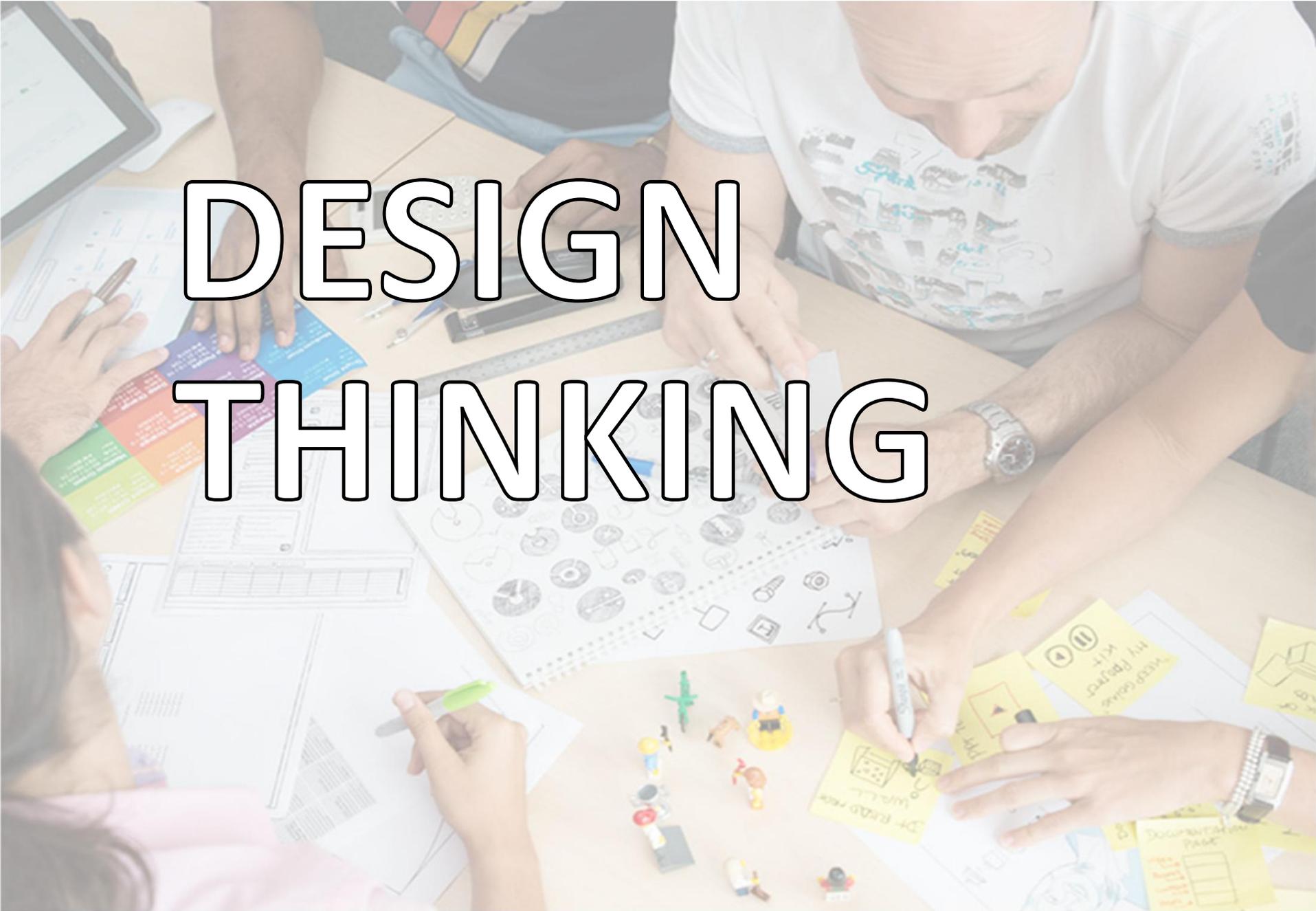
Tommaso Federici

LUISS

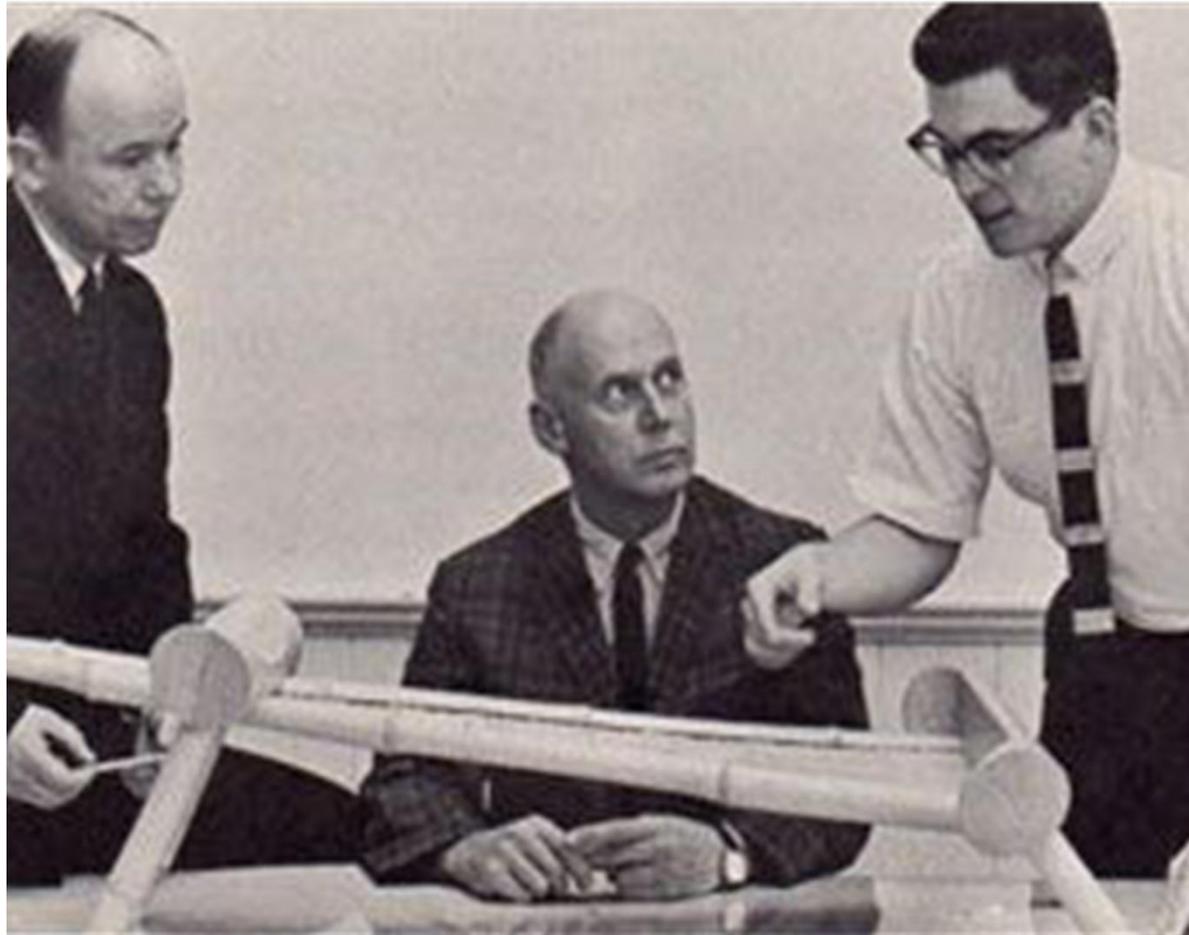


# AGENDA

- Il Design thinking: origini, fondamenti e obiettivi
- Le pratiche di Design thinking in Luiss
- Le proposte sul Design thinking della Luiss

A top-down view of a collaborative design session. Several people are gathered around a light-colored wooden table. One person in the foreground is wearing a white t-shirt with a graphic design. The table is covered with various design materials: a tablet on the left, a ruler, a pen, a stack of colorful sticky notes (blue, purple, orange, green), a large sheet of paper with a grid of circular icons, and several yellow sticky notes with handwritten notes and diagrams. One yellow sticky note has the text "My friend's app" and another has "Documentation Page". There are also small, colorful figurines scattered on the table. The overall atmosphere is one of active collaboration and creative problem-solving.

# DESIGN THINKING



Bob McKim  
Stanford University  
A creativity researcher in 60s and 70s

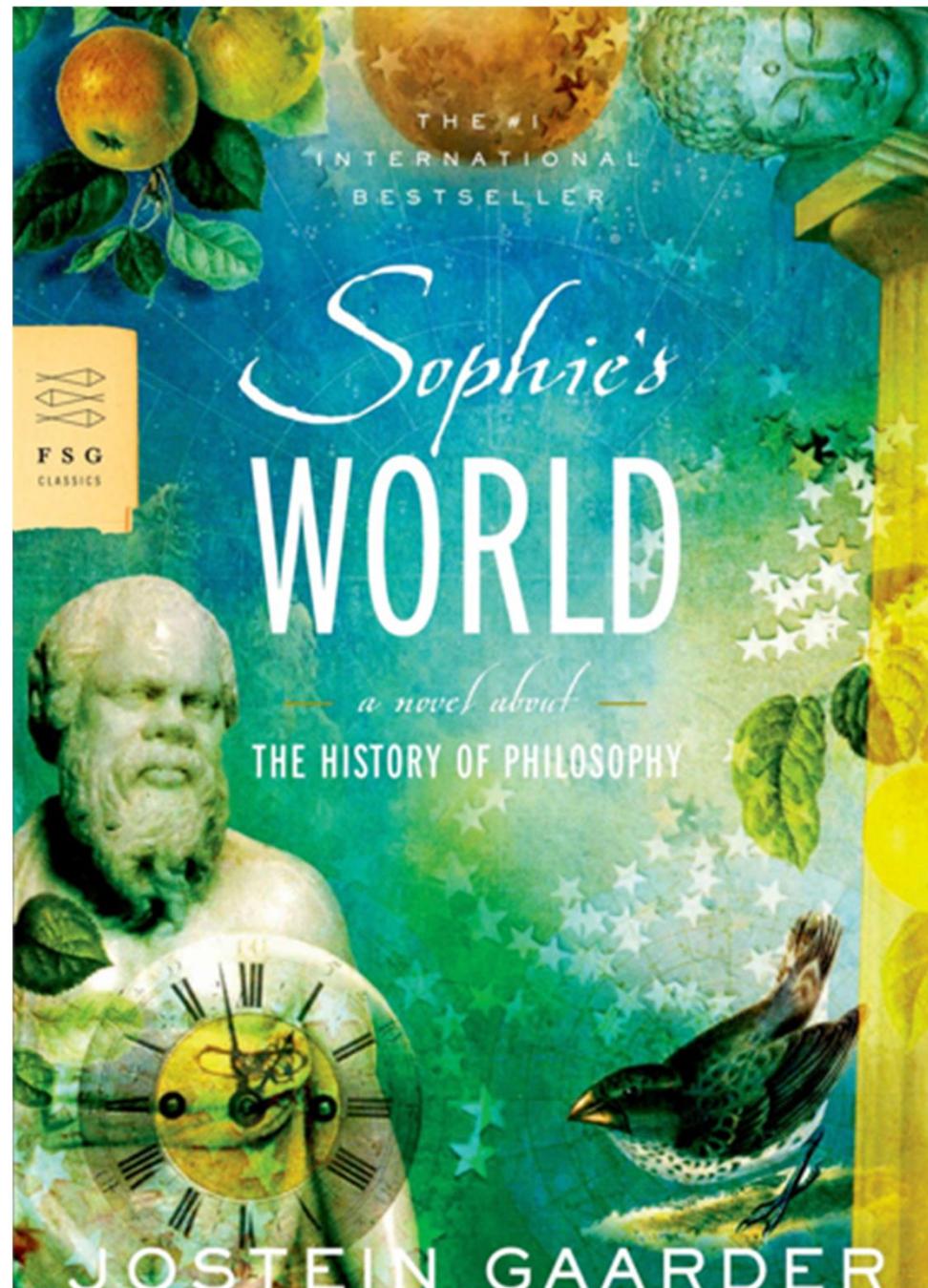
“So now you must choose... Are you a child who has not yet become world-weary? Or are you a philosopher who will vow never to become so?”

To children, the world and everything in it is new, something that gives rise to astonishment. It is not like that for adults. Most adults accept the world as a matter of course.

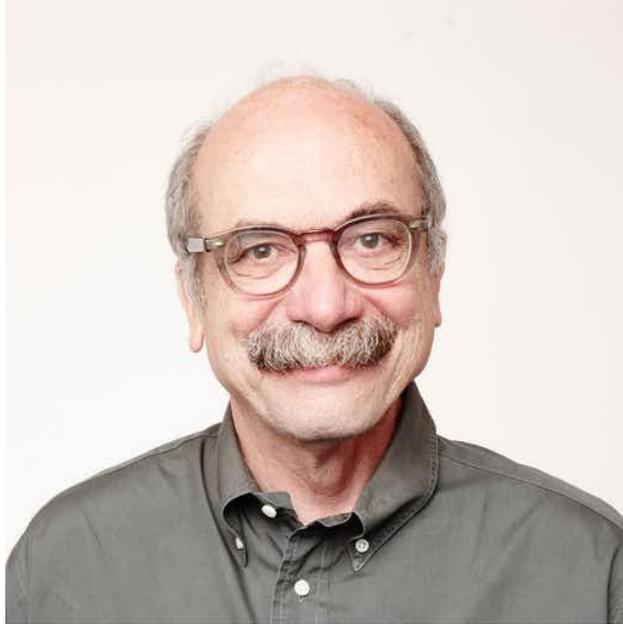
This is precisely where philosophers are a notable exception. A philosopher never gets quite used to the world. To him or her, the world continues to seem a bit unreasonable - bewildering, even enigmatic.

Philosophers and small children thus have an important faculty in common.

The only thing we require to be good philosophers is the faculty of wonder...”



# I PRIMI A OFFRIRE IL DESIGN THINKING COME SERVIZIO



David Kelley  
IDEO founder  
(1978)



# COSA È IL DESIGN THINKING ?

- È una **condizione mentale**:  
Essere consapevoli di poter causare una differenza e impegnarsi in un processo che conduce a una soluzione con un impatto positivo
- È **centrato sulla persona** (human-centered)
- È **Collaborativo**
- È **Ottimistico**
- È **Sperimentale**





## DEVI SOLO RICORDARE ALCUNE COSE...

- Ognuno è un progettista
- Recupera la tua mente da principiante
- Esci dalla tua zona di comfort e Impara
- I problemi sono solo opportunità per progettare sotto altre vesti

# IDENTIFICARE I BISOGNI

Qual è il  
**bisogno?**



## SEPARARE I BISOGNI DALLE SOLUZIONI

- **Bisogni:**  
sono *verbi*
- **Soluzioni:**  
sono *nomi*



## LA DOMANDA CHIAVE

HOW MIGHT  
WE \_\_\_\_\_.

La sfida va inquadrata con una domanda del tipo  
«**Come Potremmo Noi ...**» («*How Might We ...*»)

Si procede dagli **aspetti del problema che pongono sfide**  
alle **persone per le quali si sta progettando**  
**identificandone i veri bisogni**  
per arrivare a un'opportunità di progettazione (*design*)

# LA DOMANDA «COME POTREMMO NOI ...»

- **Come**

- suggerisce che noi non abbiamo ancora la risposta
- ci aiuta a mettere da parte le istruzioni prescrittive
- ci aiuta ad esplorare una varietà di tentativi, invece di eseguire soltanto quella che “pensiamo” dovrebbe essere la soluzione

- **Potremmo**

- enfatizza il fatto che le nostre risposte saranno possibili soluzioni, non la soluzione
- consente anche l'esplorazione di molteplici soluzioni potenziali, non fermandosi alla prima che viene in mente

- **Noi**

- introduce immediatamente l'elemento di uno sforzo collaborativo
- indica che l'idea di una soluzione deriva dal lavoro collettivo del nostro team



Search with a list of items >

Groceries ▾ My Favourites Recipes Special Offers Lunchbox Delivery Saver

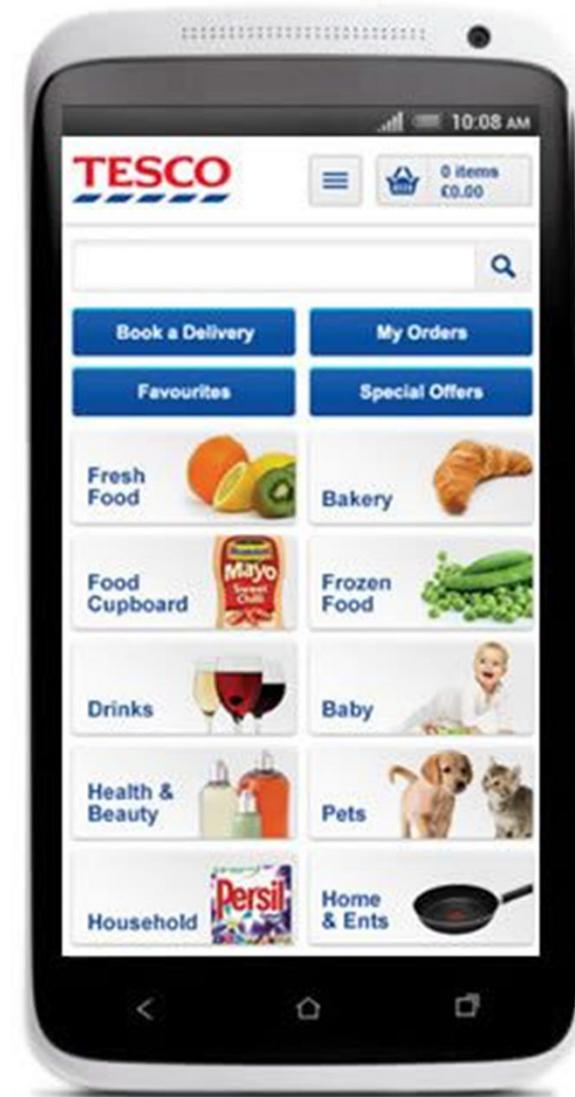
## Kids' Party

Everything you need for a fun-filled kids' party



### Top offers for kids' parties

Great food to get the party started



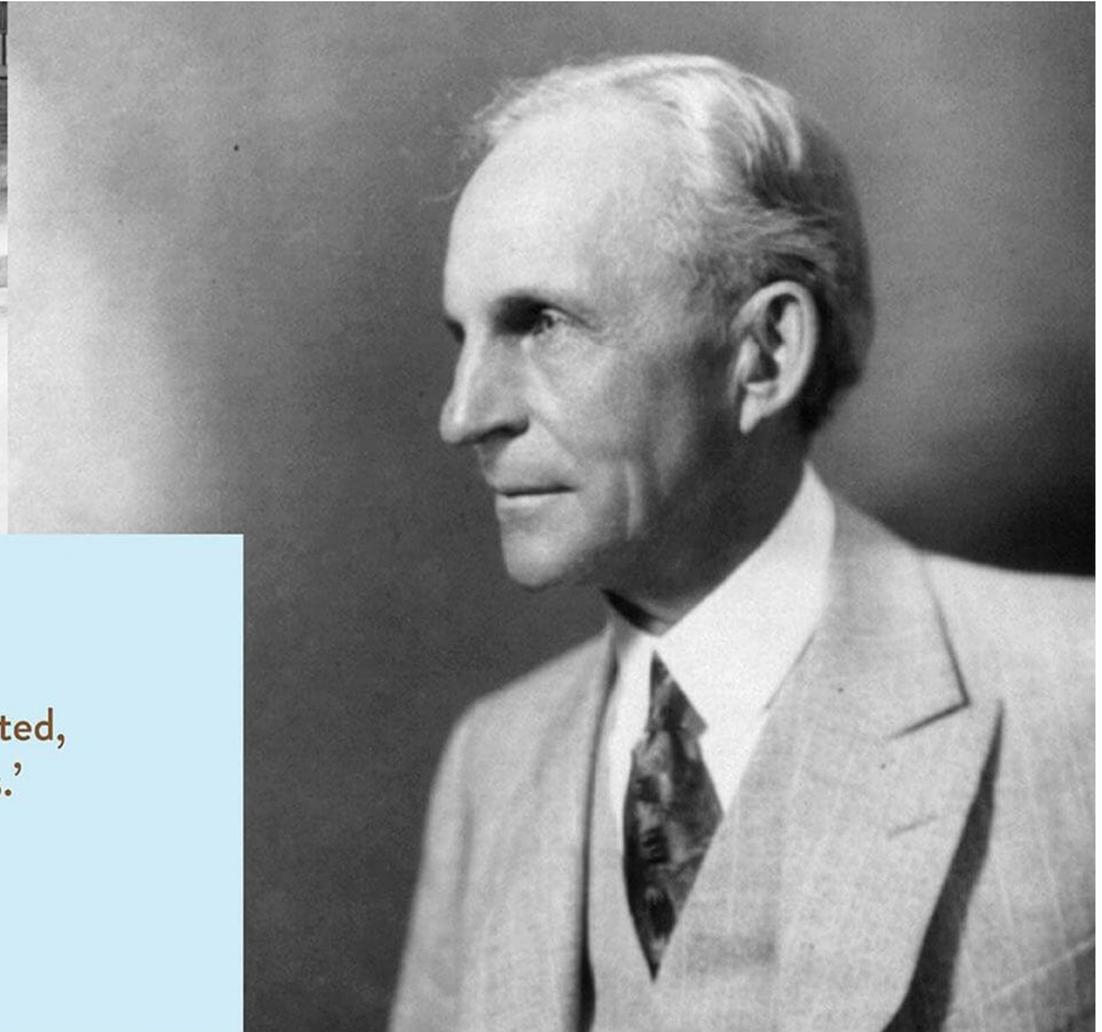
From sandwiches to balloons and banners, and everything in-between



[Food to order >](#)

[Birthday cakes >](#)

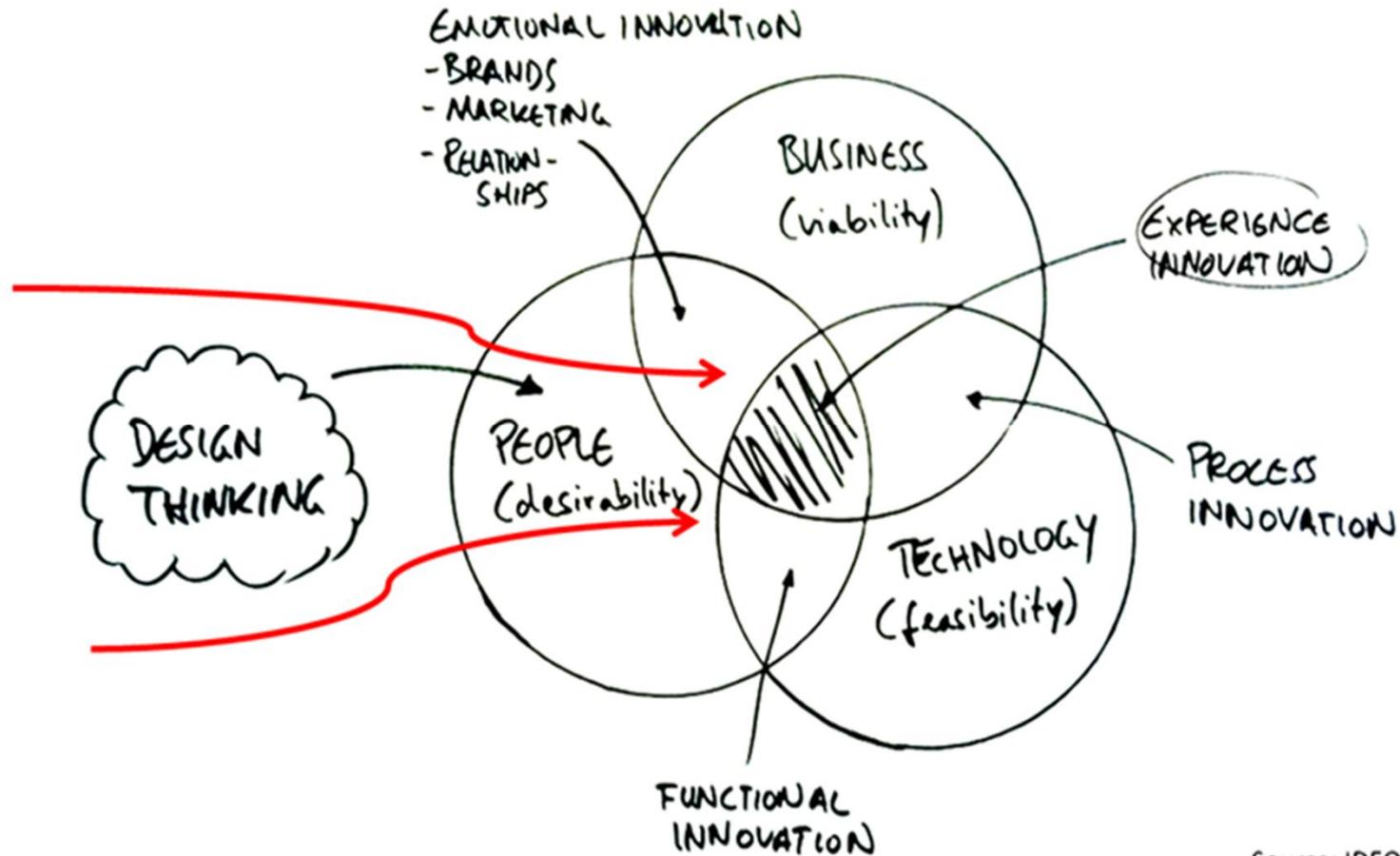




‘If I had asked people what they wanted,  
they would have said faster horses.’

HENRY FORD

# DESIGN THINKING = BUSINESS + TECHNOLOGY + ...PEOPLE !



Source: IDEO





# amazon

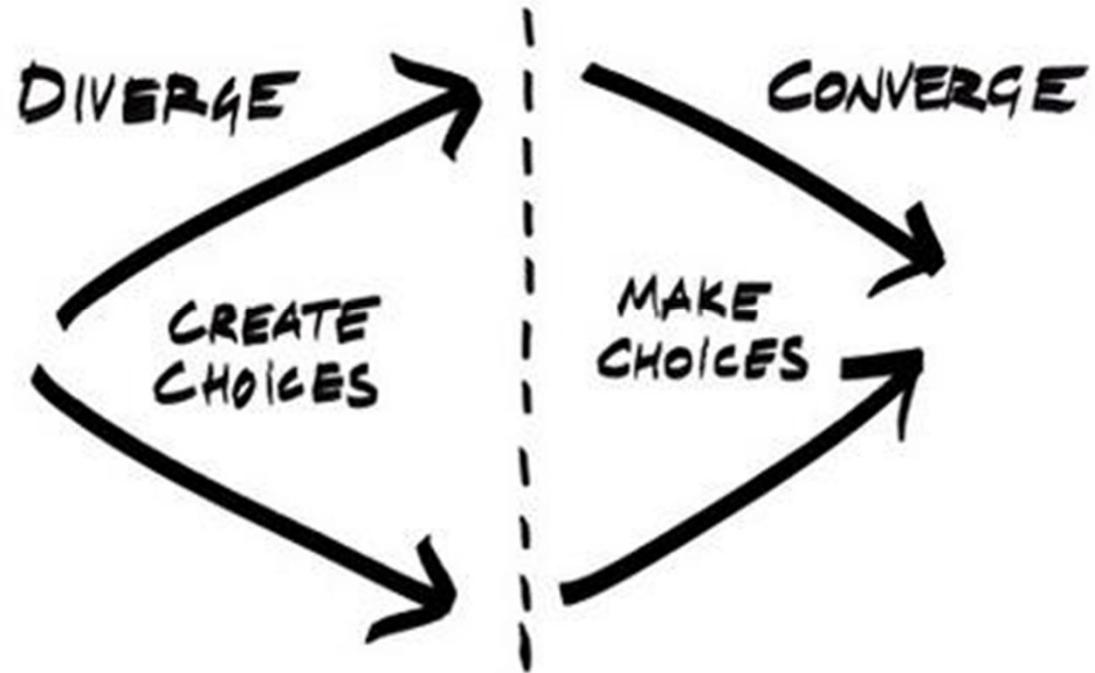




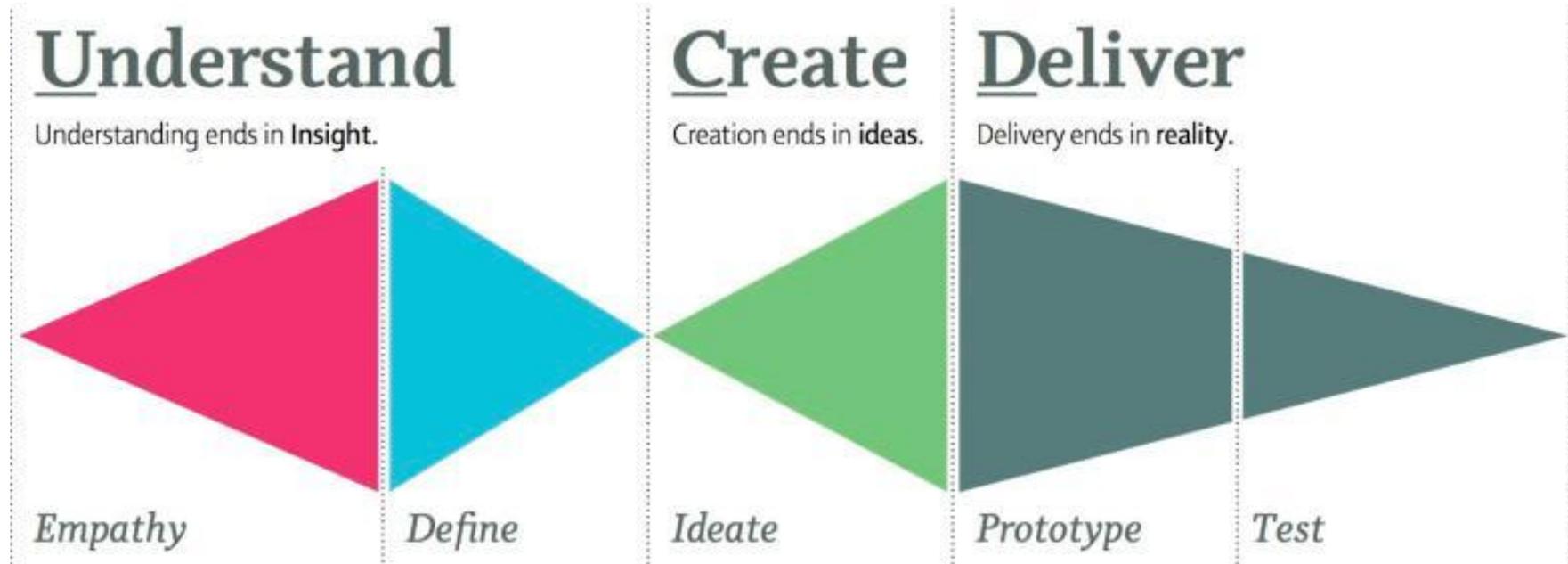
IT'S HUMAN-CENTERED



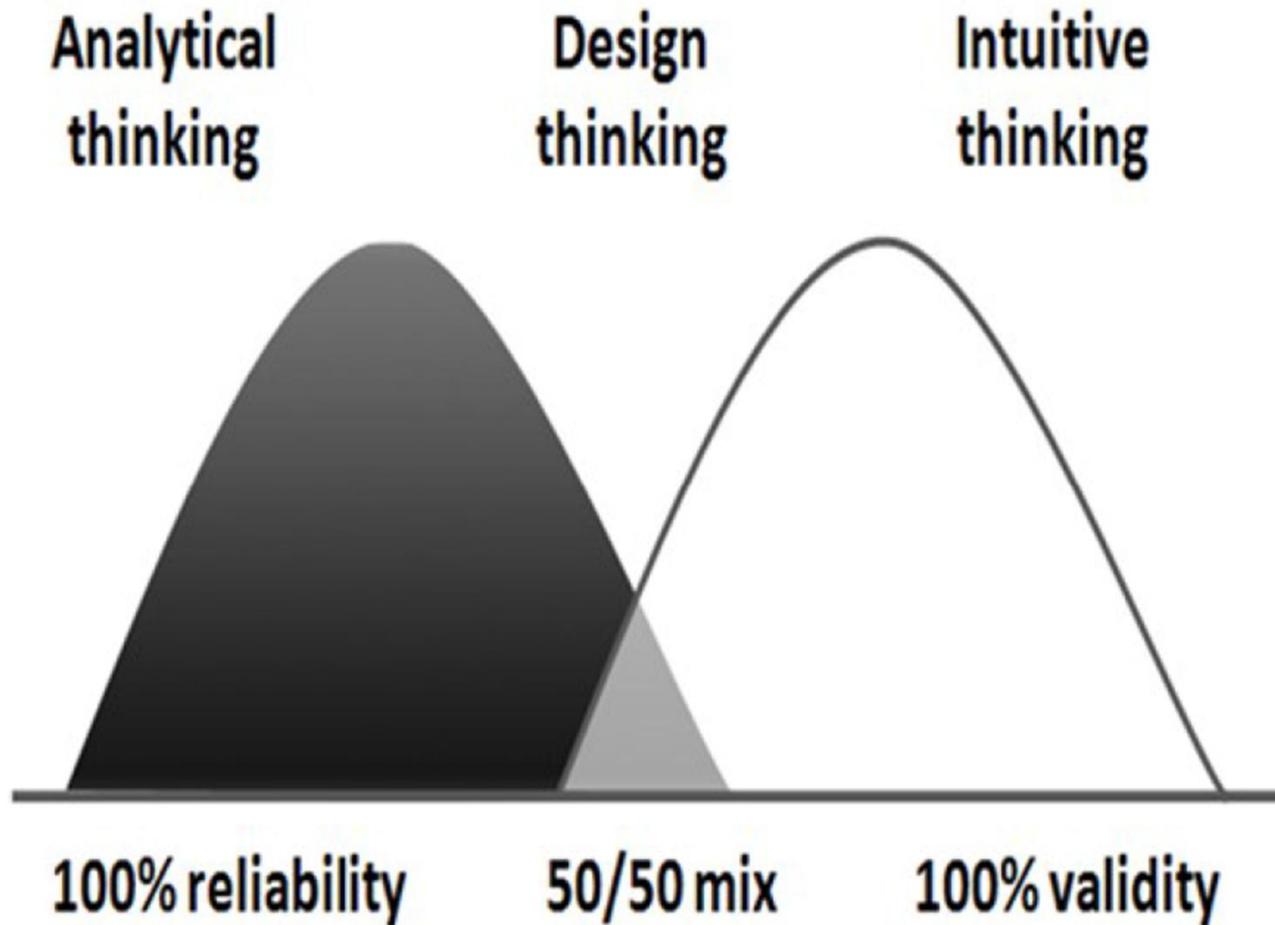
# PROBLEM SOLVING TRADIZIONALE



# I DUE DIAMANTI: DIVERGERE & CONVERGERE



# DESIGN THINKING: PENSIERO ANALITICO E INTUITIVO



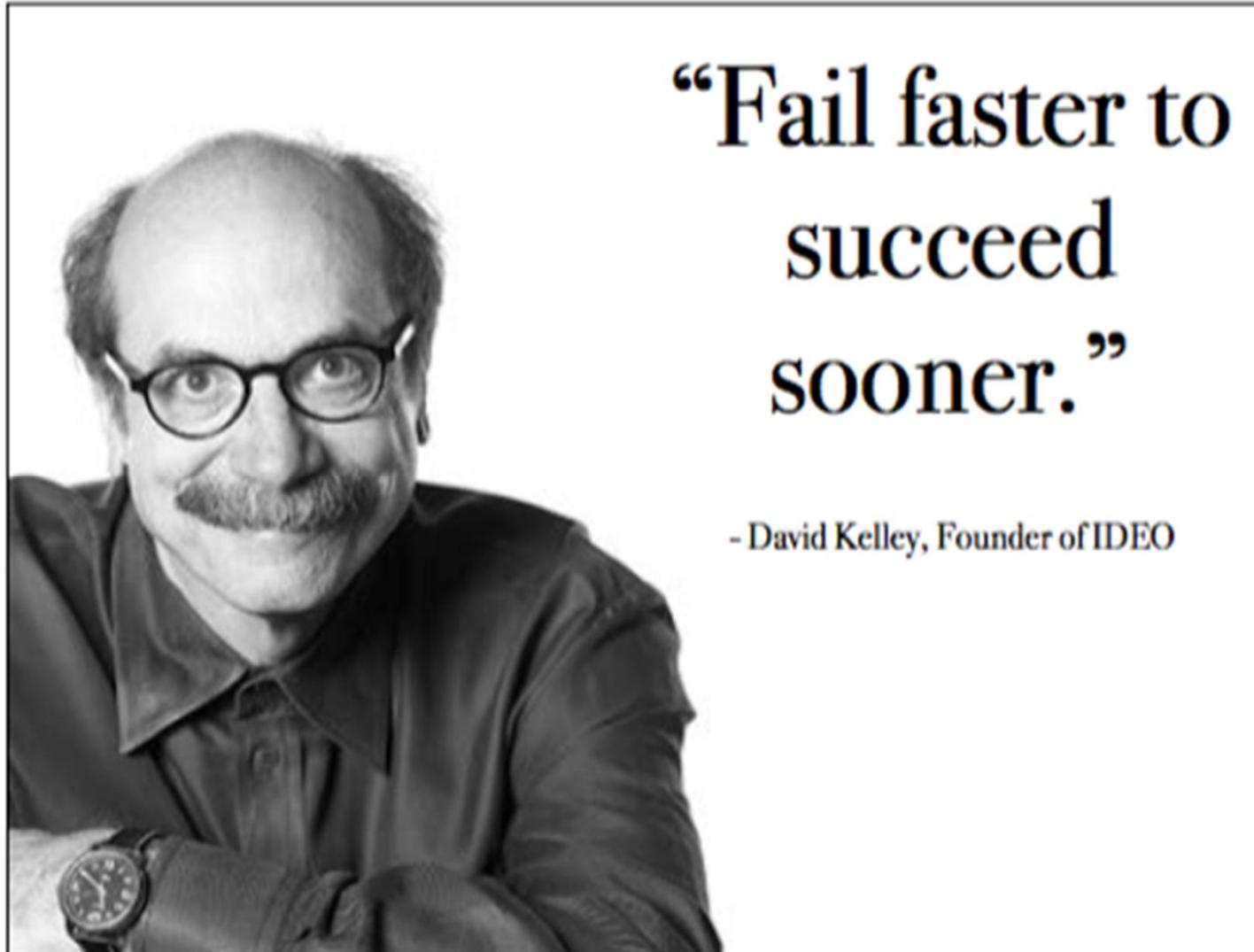
(source: Brown, 2009)

# IL VALORE DEL FALLIMENTO...



10 Epic fail del 2018

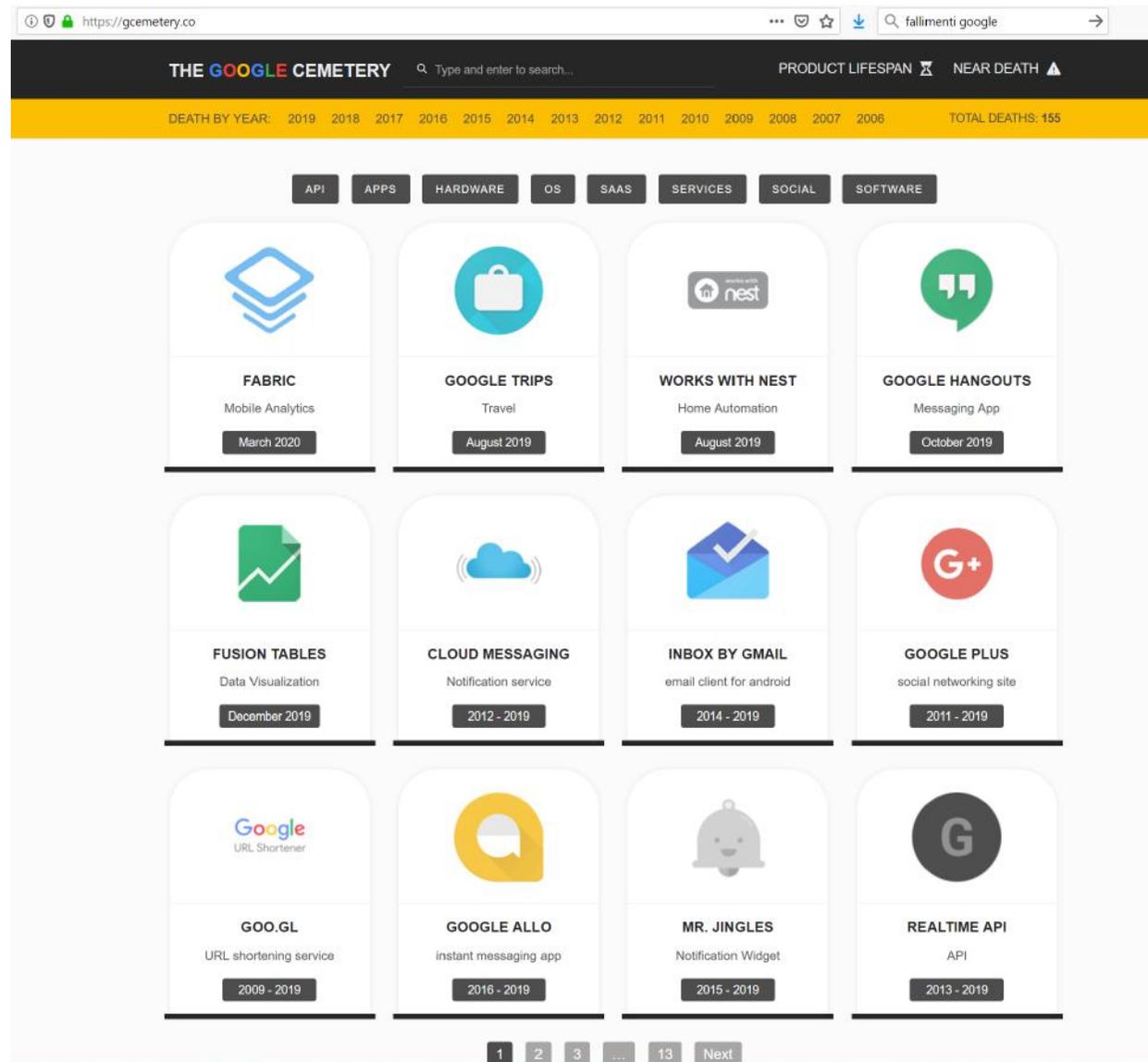
SPERIMENTATE!



# LE PRIME 8 AL MONDO PER CAPITALIZZAZIONE

Rank 2017	Rank 2018	Nome Azienda	Paese	Market cap.
1	1	Apple	Usa	911
2	2	Alphabet	Usa	789
3	3	Microsoft	Usa	695
5	4	Amazon	Usa	624
13	5	Tencent Holdings	Cina	550
4	6	Berkshire Hathaway	Usa	529
6	7	Facebook	Usa	518
14	8	Alibaba	Cina	471

# IL «CIMITERO» DI GOOGLE



# COSTRUIRE PROTOTIPI

- I Prototipi sono modelli del prodotto finale in una forma interpretabile per l'utente (disegni, mock-up analogici ...) che servono a:
  - Comunicare l'idea
  - Testare le soluzioni
  - Far vivere esperienze
  - Raccogliere feedback, nuove idee



SEMBRA COME ...



# UN PERCORSO CHE ...



# GIOCHI DI RUOLO

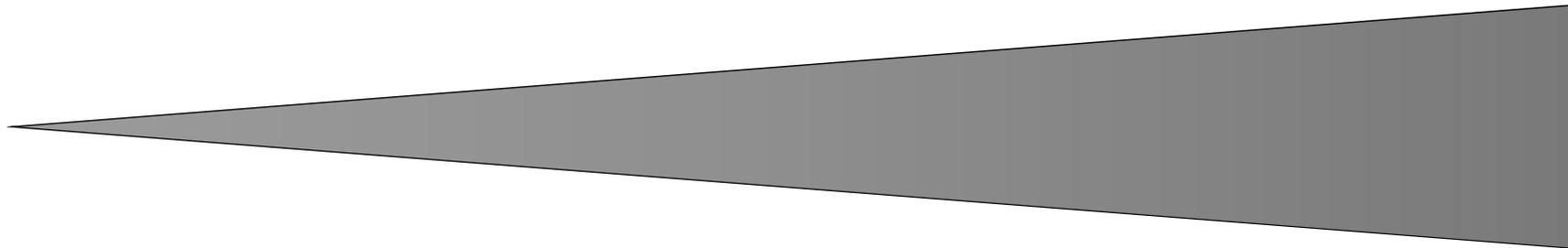
- Dimostrare l'idea, l'esperienza o il servizio, alle persone per cui si progetta
- Ricorrendo a ruoli, costumi, oggetti di scena



# CICLI DI INNOVAZIONE

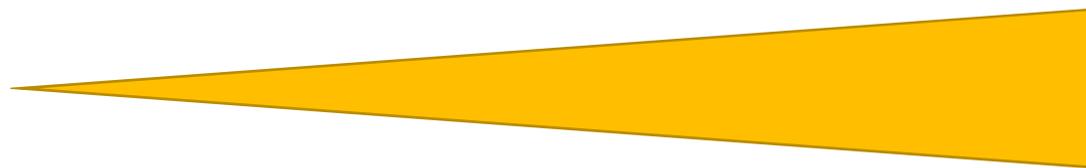
## Tradizionale

Osservazione    Generazione di idee    Analisi e discussione    Decisione del Team    Progettazione del prodotto    Lancio sul mercato    Risposta del cliente



## Con sperimentazione rapida

Osservazione    Generazione di idee    Progettazione e test del prototipo    Risposta del cliente



Tempo

## SIAMO DEI TESTER (LO SAPPIAMO?)

*Instagram nasconde il numero di like ricevuti da ogni post: “Tutti devono essere liberi di esprimersi»*



*Instagram ha deciso infatti di nascondere il numero dei like ricevuti da ogni post ...  
L'esperimento era già stato fatto in Canada e oggi è iniziato anche in **Italia**: non si tratta di una decisione definitiva ma **piuttosto una prova** per sondare il parere degli utenti ...*

FARE, PER CATTURARE L'ESPERIENZA...



## RIPENSARE L'ESPERIENZA DEL MARCHIO



“PREPARARE LA BORSA”

# CUSTOMER EXPERIENCE CENTER





FEATURES PRICING FAQ LEARN ABOUT BLOG

LOG IN

SIGN UP

USE A WEB-BASED SOFTWARE TO

# VISUALIZE CUSTOMER EXPERIENCE

Create professional personas, journey maps, stakeholder maps in minutes!

First name

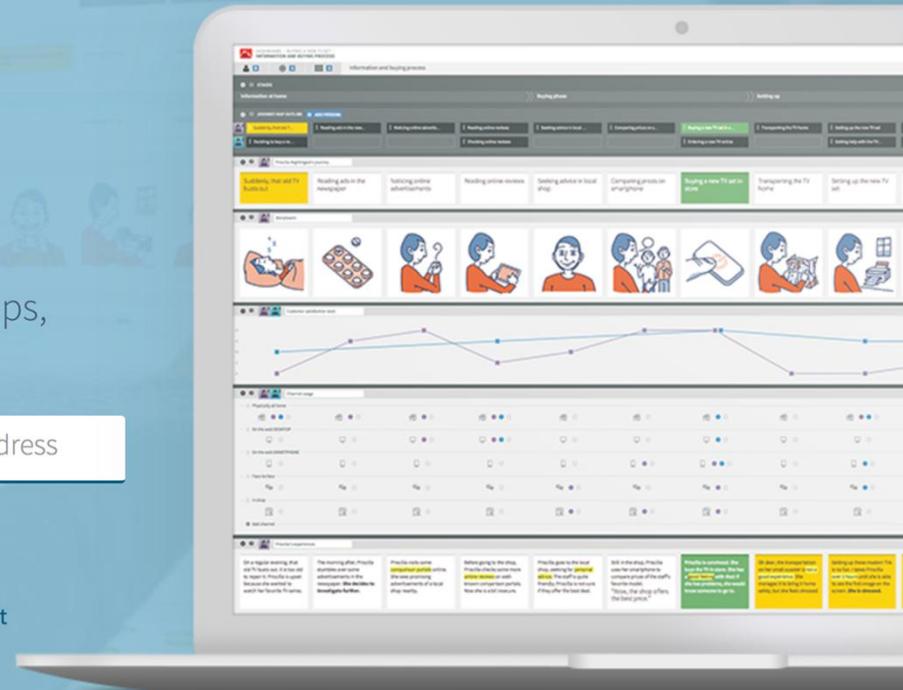
Organization

Email address

**SIGN UP, 14 DAYS FREE**

No credit card required, completely free for 14 days. Still insecure? Just schedule a free demo.

SCHEDULE A PERSONAL DEMO



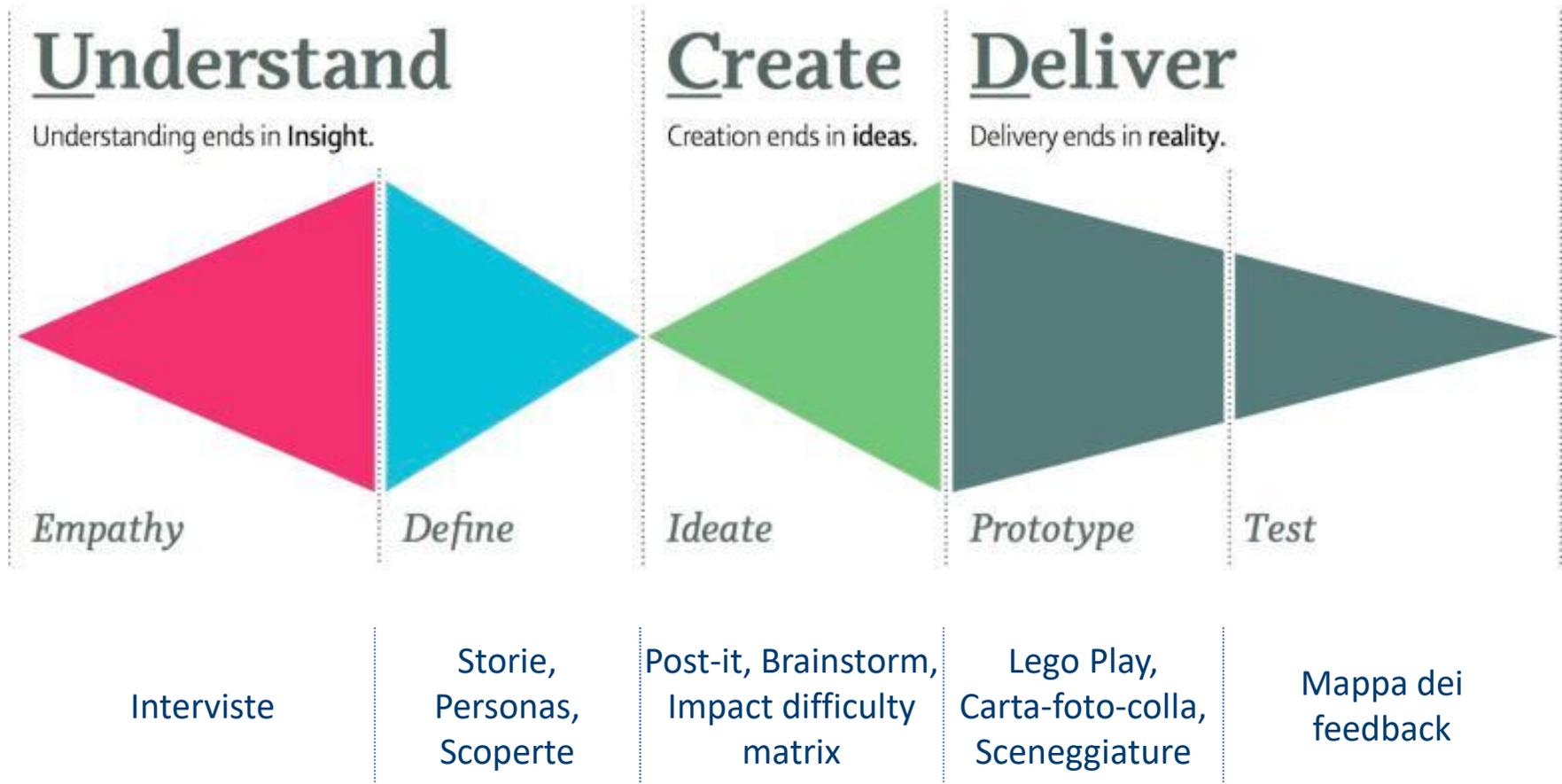
LUISS



# AGENDA

- Il Design thinking: origini, fondamenti e obiettivi
- Le pratiche di Design thinking in Luiss
- Le proposte sul Design thinking della Luiss

# AZIONI E STRUMENTI LUNGO I DUE DIAMANTI



# COLTIVARE L'EMPATIA ATTRAVERSO LE INTERVISTE

- La scoperta e identificazione per esperienza diretta o indiretta di **sentimenti, pensieri, atteggiamenti di un'altra persona**
- Aiuta ad individuare le **opportunità di innovazione**, svelando **insights** inattesi:
  - Domande **aperte**
  - Chiedere le **storie**
  - Chiedere **perché ...**

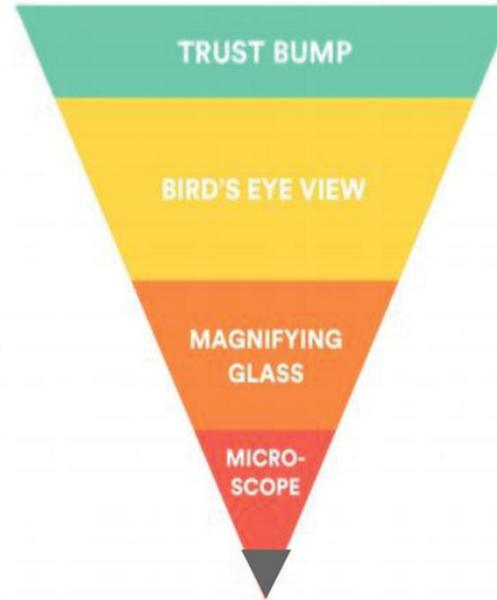
# LA DOPPIA INTERVISTA

- Cominciare con la vita, passare alle esperienze e poi ai dettagli chiedendo: Perché?
- Riconsiderare il materiale raccolto e capire le scoperte e gli aspetti da approfondire con una seconda intervista

BROAD  
(Start Here)



NARROW  
(End Here)



Introduzione: Raccontami la tua giornata tipica

Raccontami la storia dell'ultimo acquisto (o progetto, o ...)  
Dimmi gli aspetti positivi e negativi

Poi cosa hai fatto/detto?  
Mi puoi dire qualcosa di più? Mi puoi mostrare come ...

Chiedere perché, sempre!

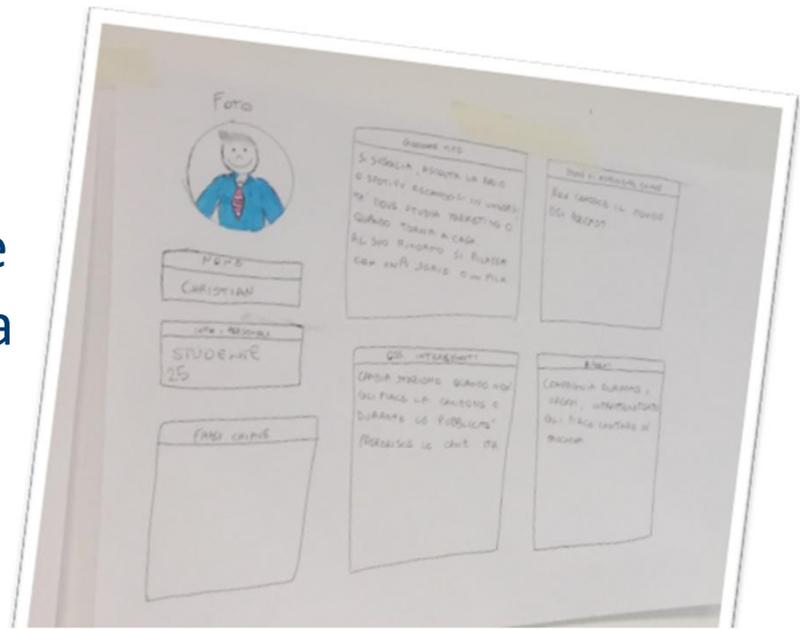
Feedback

# LE STORIE, LE SCOPERTE

- Elaborare i materiali raccolti per estrarre le storie interessanti, le scoperte fatte, i bisogni e i desideri reali dell'utente, come vive
- Formulare la domanda:  
«Come potremmo noi creare/fare qualcosa per risolvere il bisogno di ...»

# LE PERSONAS

- La descrizione e i caratteri di un utente immaginario - ma realistico - con la sua vita, i suoi desideri e problemi
- Per «personalizzare» gli utenti con profili ricchi di tanti aspetti e progettare pensando a loro



## Daphne

FEMALE – 32 YEARS OLD

Daphne, is the head mechanic at a popular local bicycle shop. Cycling is her passion and in her spare time she organizes and leads the shop's club rides. She relies on word of mouth and social media to notify people of upcoming rides often posting links to past Strava rides for further details. She races for fun and enjoys competing with friends on weekly group rides relying on her cycling computer to track her efforts, later uploading that data to Stava to share with friends and club members.

### GOALS

- Improve her cycling skills by riding more with different people/groups.
- Share her passion for bicycling with others
- Simple way to share upcoming ride details with club members
- Log ride data on Strava to compete and share with others
- Wants to find and share new ride routes for the club to try.

### PAIN POINTS

- Hard to find out routes and times that other clubs or groups are riding on Strava.
- No way to share upcoming rides or new routes with club members.
- Cannot compare her Challenges to others in her club or create challenges for them.



*"Our shop's club rides are important and we like to mix it up and keep people interested. All the time spent trying to send out the the right ride info. is time that I could be riding new places with great people."*



# IDEAZIONE

- Va ricercata la quantità! Ognuno deve tirarne fuori il più possibile ...
- Nessun giudizio in questa fase! Tutte vanno tenute ...
- E uscire fuori dal consueto!

# BRAINSTORMING: AFFINITY CLUSTERING





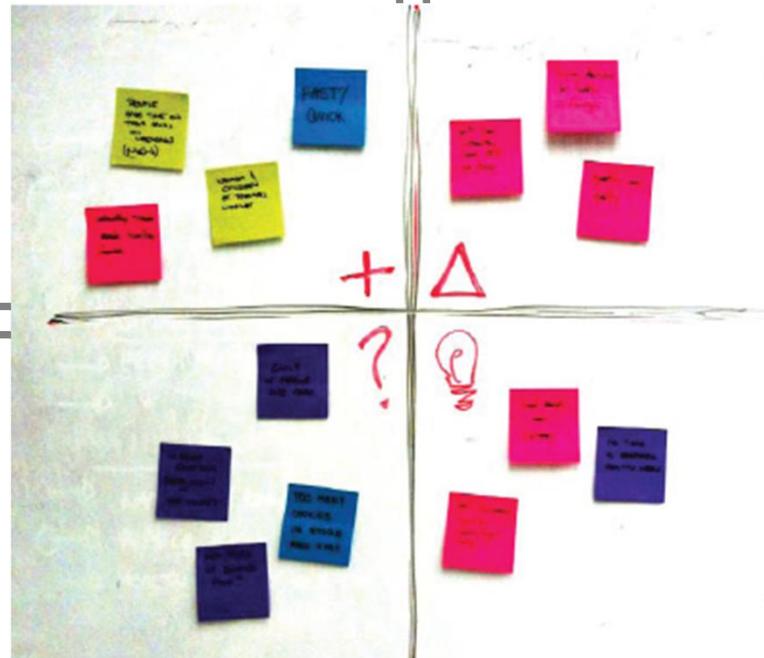


# IL VALORE DEL TEST: LA MAPPA DEI FEEDBACK

## 12. Feedback rilevanti

+ Cosa va bene

- Cosa va migliorato



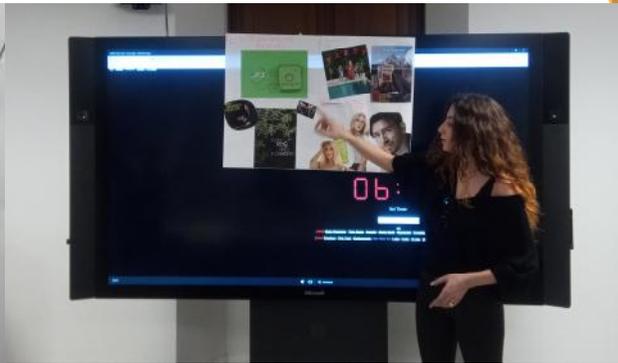
? Punti aperti

! Idee brillanti

# IL CICLO PROTOTIPO / TEST



Rendere tangibili le  
idee

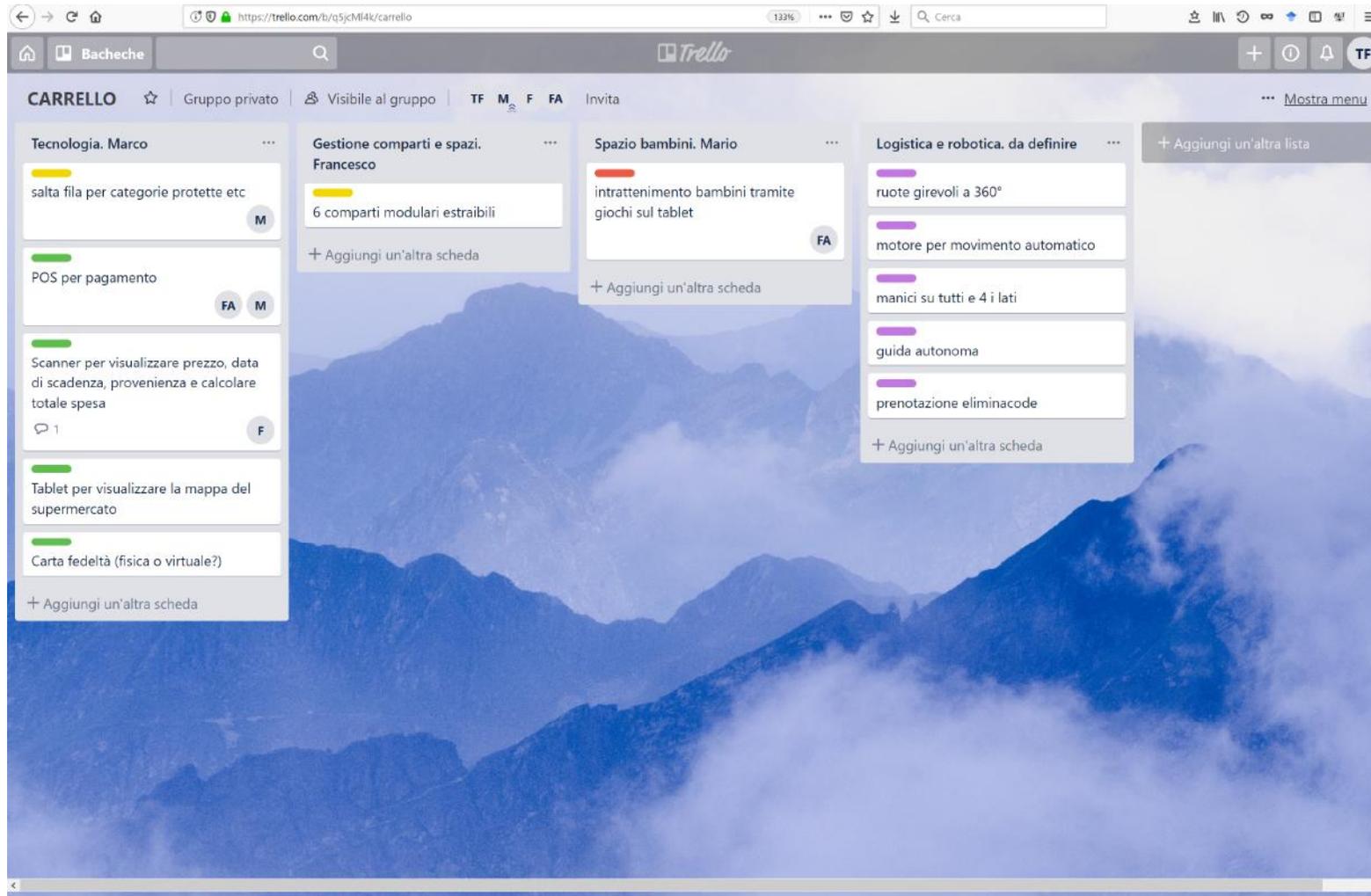


Condividere i prototipi  
&  
ottenere commenti



Usare i commenti per  
creare il prossimo  
prototipo

# ... E POI AGILE PROJECT MANAGEMENT PER PROSEGUIRE

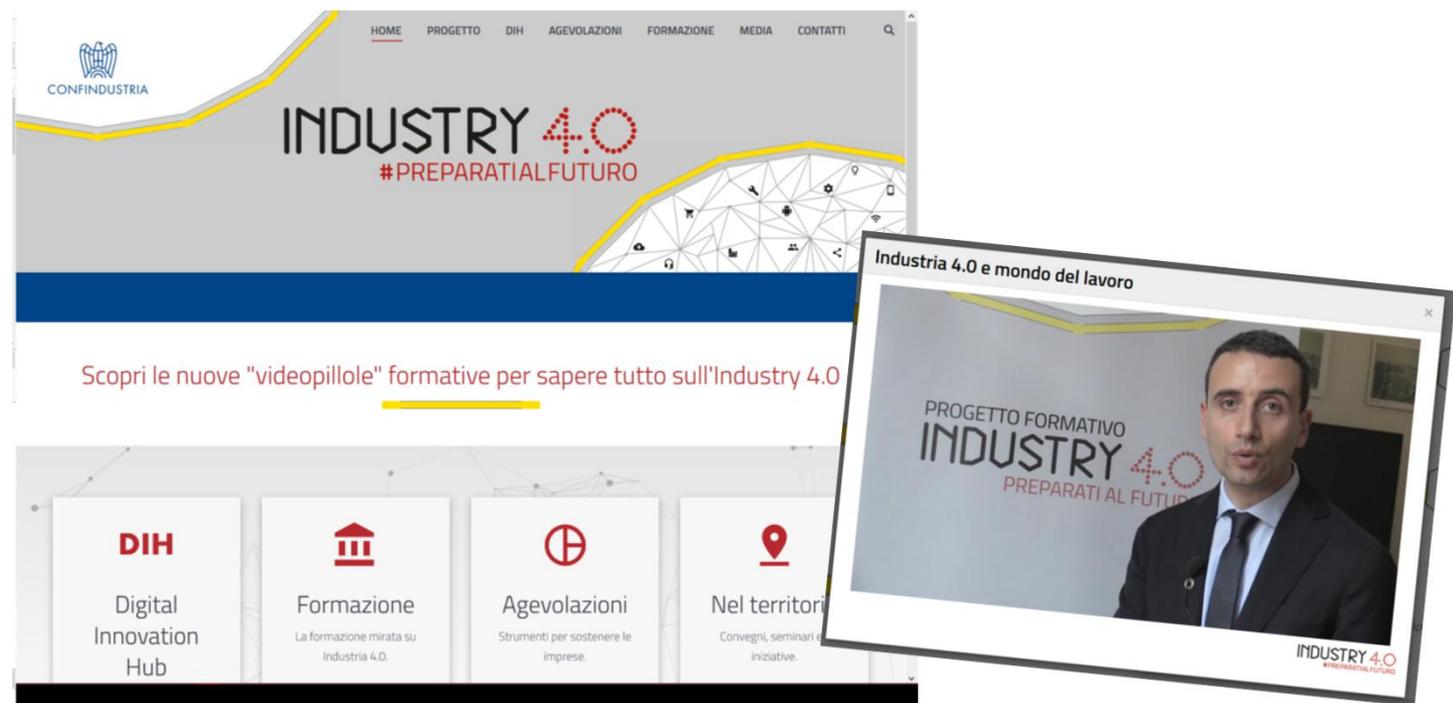


# AGENDA

- Il Design thinking: origini, fondamenti e obiettivi
- Le pratiche di Design thinking in Luiss
- Le proposte sul Design thinking della Luiss

# IL PERCORSO DEL DESIGN THINKING IN LUISS

- Nasce a valle delle molte esperienze di progettazione partecipata condotte già dal 2006 dal CeRSI
- Nel 2016 il DT si affaccia nel Master MIOT e nell'iniziativa **Preparati al Futuro** promossa da Confindustria con Politecnico di Milano e LUISS, a supporto del **Piano Industry 4.0**
- Il tema del DT si sviluppa ed evolve sulla base delle interazioni con imprenditori e manager



# DESIGN THINKING CORE TEAM

**Paolo Spagnoletti** è Professore Associato di Organizzazione Aziendale presso il Dipartimento di Business e Management della LUISS G.Carli, coordinatore scientifico dei programmi executive in Management dell'IT (EMIT), in Management dell'IoT e dell'Industria 4.0 (MIOT) e membro del CLIO



**Tommaso Federici** è Professore di Digital and Organizational Innovation presso il Dipartimento di Business e Management della LUISS G.Carli e collabora con il centro di ricerca CLIO

**Niloofar Kazemargi** è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Business e Management della LUISS Guido Carli e collabora con il centro di ricerca CLIO



# IL DESIGN THINKING NELL'OFFERTA ISTITUZIONALE LUISS

- Interventi specifici in diversi corsi dei percorsi di Laurea Magistrale:
  - Digital and Organizational Innovation,  
Brand and Product Management ...
- Moduli dedicati al DT nei Master:
  - Executive in Management dell'IT (EMIT),  
Innovation Management and Operation Technology (MIOT), Marketing Management ...
- Moduli dedicati al DT in Progetti formativi:
  - INPS Summer Camp, Poverty Reduction in  
Balochistan-Pakistan ...

# IL DESIGN THINKING NELL'OFFERTA CUSTOM LUISS

- Interventi formativi progettati ad hoc per l'introduzione del DT come approccio diffuso all'innovazione in Aziende e Enti
- Accompagnamento basato sul DT in percorsi progettuali con obiettivi specifici
- Iniziative didattiche e di ricerca/intervento nei settori:
  - Entertainment
  - Finance
  - Industry (Pharma, Automotive ...)

**Luiss**

Libera Università Internazionale  
degli Studi Sociali Guido Carli

GRAZIE PER L'ATTENZIONE !

Tommaso Federici

[tfederici@luiss.it](mailto:tfederici@luiss.it)

LUISS

