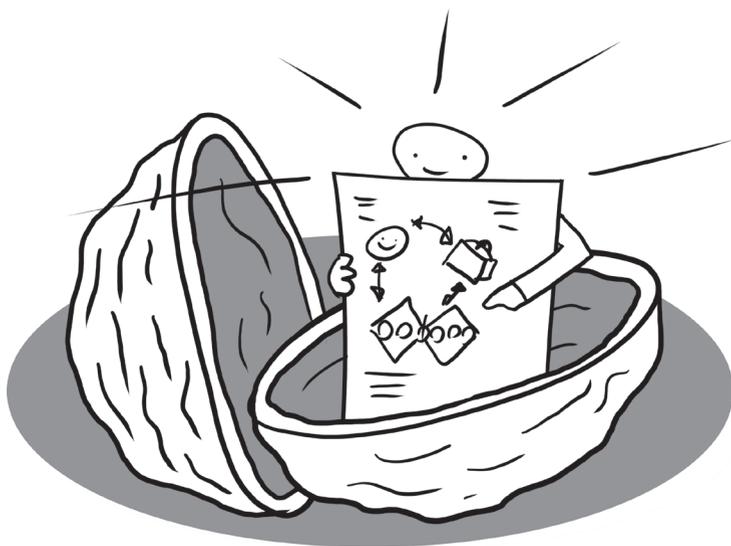


《设计思维工具箱》概述

我们将会在这里简要介绍此《设计思维工具箱》的框架以及如何最有效地使用它。



在设计思维中，我们会采用设计师常用的解决问题的方法。这就是为什么我们在设计思维中，从问题陈述到问题解决，采用迭代步骤的原因。为了尽可能多地产生想法，包括其中的一些“狂野想法”，我们会借助各种具有创造力的技术和创新的工作方法来激发大脑的两个半球。在制订解决方案的“旅程”中，需要不断地迭代、飞跃以及不同构思的组合，以便最终获得满足用户需求（合需求）的解决方案。因此，该解决方案还必须在经济上可行（能生存），以及在技术上可行（可实现），请参见第 12 页。在实施解决方案过程中，尤其是在早期阶段，高度的容错性具有重要意义。

本书介绍的工具和方法是达到目的的一种手段，也就是说，我们总是根据情况定制自己的工具。另外，如果您尝试用几句话来解释设计思维，则必须补充这一点：可能的话，我们需要在跨学科团队中运用设计思维解决问题。尤其最好由足够数量的“T型”团队成员来完成，他们不仅具有特定领域的深层知识，而且同时具有非常广泛的常识。丰富的团队成员组成（区域、文化、年龄、性别）在此过程中可以互相辅助，同时有助于打破孤岛思维。设计思维观念的核心是建立在他人的思想之上的，而不是专注于权力或竞争。稍后，我们将更详细地讨论设计思维过程和设计思维模式。

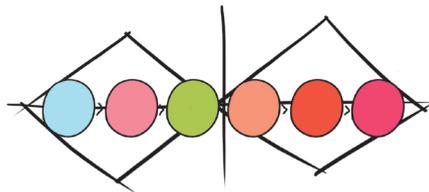
设计思维模式



设计思维工具



设计思维过程





《设计思维工具箱》 里包含了什么？



《设计思维工具箱》致力于以简洁的方式介绍设计思维中最重要的方法和工具。为此，我们采访了 2500 多位设计思维使用者，以找出哪种工具可带来最大化的收益并同时受到设计思维界的青睐。这项调查总共囊括了 150 个工具，并分配到设计思维循环的各个环节。在这一点上，我们要感谢全球设计思维社群的成员。他们相互激励，共同参与了这项调研。我们非常高兴来自各大洲的设计思维使用者参加。该调查使我们能够在全球设计思维的使用者群体中发现他们用在实现设计思维中的十分有价值的一些工具。

在与公司和大学的合作中，我们发现用户特别是当他们只是在初步尝试应用设计思维的时候，会希望获得一本快速参考书。因此，由 100 多位专家精选的超过 50 个工具呈现在大家面前。

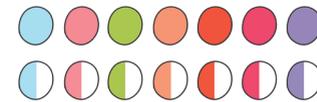
《设计思维工具箱》还囊括了什么？

我们首先会在《设计思维工具箱》中简单介绍什么是设计思维模式和设计思维过程。该过程用作对各个工具和方法进行分类的参考。另外，在书的最前面的“工具速查表”，它方便查找，同时有助于将工作坊集合在一起。在本书的最后，“工作坊规划画布”还有助于在早期阶段将工作坊的准备和规划变成一种积极的体验。

《设计思维工具箱》不会是这样的：

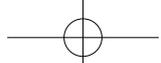
我们绝对不想做的是出版一本“食谱”。对于我们来说，重要的是描述各个工具的应用，并指出这些工具在哪个阶段会产生巨大的收益。在表中以及每个工具说明的开头，我们会以视觉化的方式，用一个完整的或半个哈维球说明每个处理步骤。

设计思维工作坊的每个引导员都应该根据自己的认识，合理使用这些单独的方法和工具，并使它们适应每个设计思维工作坊参与者和每个不同的设计挑战。



《设计思维工具箱》还提供什么附加价值？

我们已经在网上提供了知名的画布模型、列表和同理心共情图（参见 www.design-thinking-toolbook.com）的原型模板。市场预热的结果，证明其对于那些要开展的设计思维工作坊具备积极的意义。工具箱中还包含了六个破冰活动。



热爱它,改变它,或者放弃它!

如前所述,我们不想为设计思维写一本大全。**这对我们很重要:**对于工具和方法单独的描述仅仅是作为指导。同时,工具箱还展示了其他设计思维使用者如何使用它们,以及获得了哪些洞见。最终,工具和方法必须适应工作坊、问题陈述和其参与者的情况。

我们自己也经常地体验到那些没有任何灵活性的详细议程,以及在工作坊中,于错误的时间使用错误的方法,这不仅对参与者来说是不好的体验,更糟糕的是,最终甚至没有可行的方案来解决实际问题。我们很可能会与团队一起经历一次设计思维的过程,并且必须有心理准备,抵触反应会阻碍达到预期的效果。

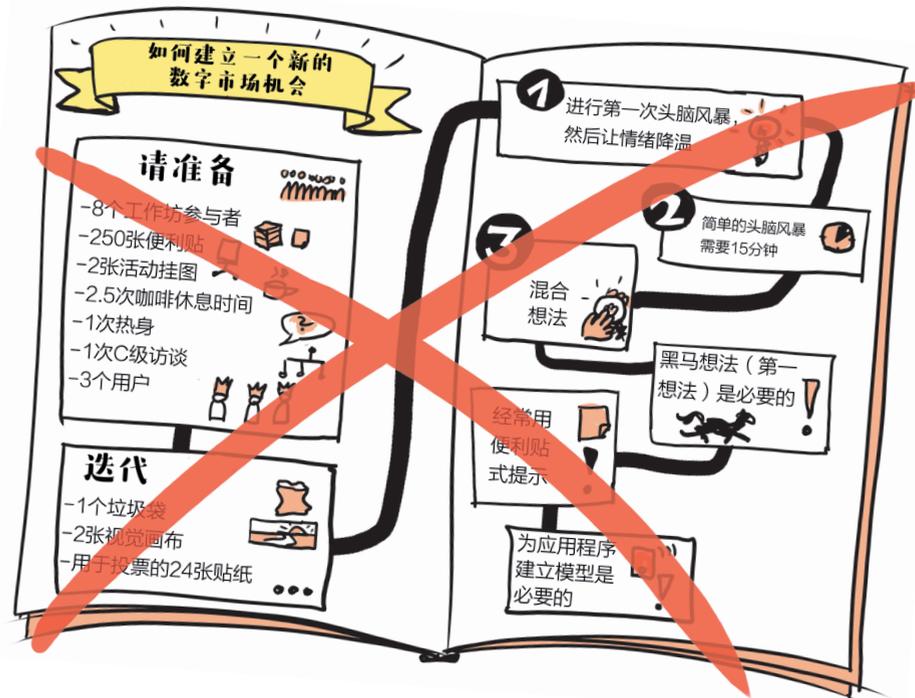
这意味着,尽管有设计思维的工具和方法,但是用经验挑选具有针对性的方法以及与处境相适应的工具更为重要。某些方法和模板应当并且必须进行调整。

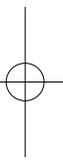
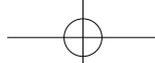
热爱它!改变它!或者放弃它!

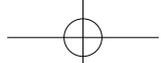
去参加一些设计思想工作坊,向其他人学习,或与工作坊参与者一起思考工具的应用对于我们是有启发性的。

一个设计思维的引导员和使用者永远都不会停止学习!

我们不会以食谱中熟悉的解释方式作为设计思维工作坊!







全球调研



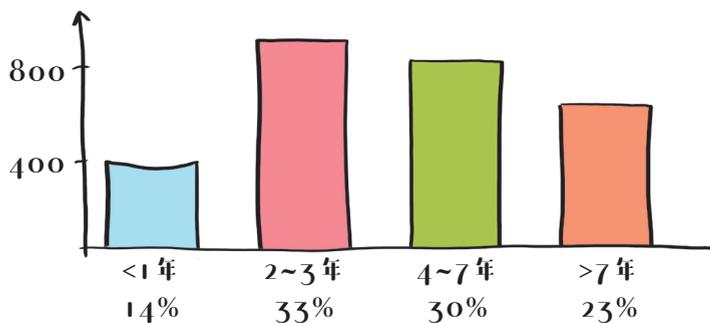
调研结果

谁参与了这次调研？

为了更多地了解设计思维工具的适用性和普及性，我们于 2018 年春季开始了关于“设计思维工具和方法”的首次全球调研。该调研的目的是在真实的实践中、在大学里找出哪些方法和技术被使用。调研主要通过社交媒体在全世界进行扩散传播。通过这种方式，我们的在线问卷调查接触到超过 2500 位在设计思维知识方面具有不同水平的人员，并得到了以下的报告。

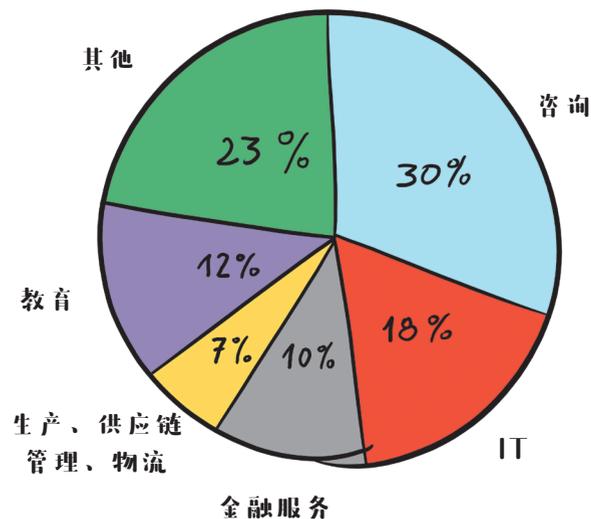
调查的参与者大多具有设计思维的思维模式，这意味着他们中有 85% 的人已经从事了两年以上的设计思维工作。甚至有 23% 的人设计思维使用经验超过 7 年。

设计思维经验



参与者在哪些部门工作？

值得注意的是，就受访者所从事的行业而言，他们中的大多数（30%）来自咨询行业；很大一部分（18%）从事数字化解决方案或正在 IT 行业工作；12% 的受访者来自教育行业；10% 的受访者来自银行、保险公司和服务业，7% 的受访者来自生产、供应链管理和物流行业；来自其他行业的受访者占 23%，其中医药和生物技术占 4%，非政府组织占 2%。



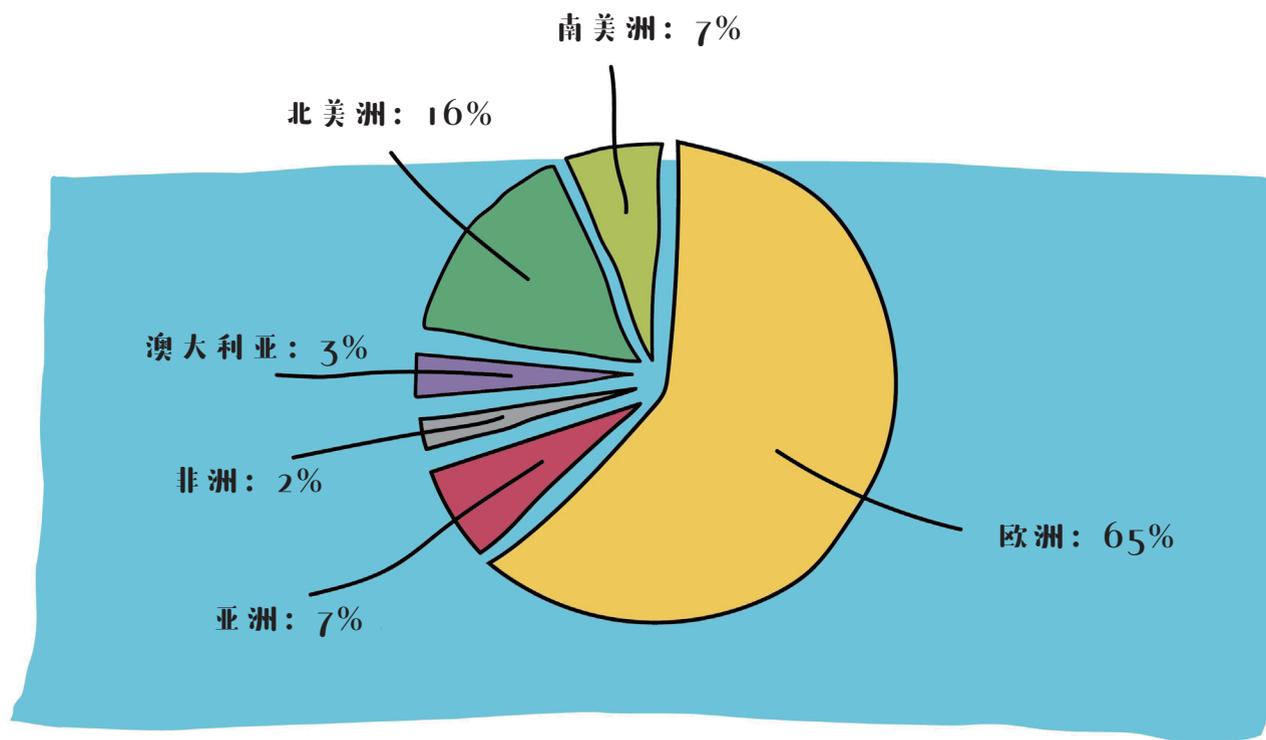


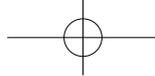
全球分布如何？

为形成全球性的结论，该调查共有来自 44 个国家的参与者。他们大部分来自欧洲（65%），其次是北美洲（16%）、南美洲（7%）、亚洲（7%）、澳大利亚（3%）和非洲（2%）。



全球设计思维社群





最知名的工具

在全球调研中，我们询问了参与者是否熟悉以下每个工具，以及如果他们知道这些工具，对其有怎样的评价。**认知度（%）**代表了解这一工具的人数所占的百分比。**流行度（%）**表示有多少人认为该工具非常有用，或表示该工具是他们最喜欢的工具。流行度评分的样本总量是熟悉相应工具的参与者的基本数量。

正如“观点/视角”图所示，更为人所知的工具通常也最受欢迎。调研也显示出一个普遍的规律：**工具越简单，对使用者越友好，它们的使用频率往往就越高。**

流行度

