

# DESIGNPROCESSEN SOM PRODUKT

WORKSHOP D. 17/2-09

## FAKTA

Deltagere:	7-8 deltagere
Afvikling:	Februar 17
Sted:	Workz a/s - Østre Messegade 5 , 2650 Hvidovre
Varighed:	15.30 – 18.30
Version:	1.0

## Formål

At lave et bud på en model/formidling der illustrerer og synliggør den optimale designproces. En model der skal kunne bruges af designere overfor kunder, og hjælpe til at give kunden forståelse og indblik i en dialogbaseret designproces. Et supplement til tidligere publicerede model i Design Matters.

<http://integrateddesign.dk/blog/design-business/dont-try-this-at-home.html>

## Forventet output fra workshoppen

- Fælles overblik over vores designprocesser. Mapping, Tagging, Prioritering.
- Designprocessen – Den gamle og nye fortælling.
- Retningslinier for den model vi vil skabe. Mål, ønsker og udfordringer.
- Forventninger til den videre proces.

## Tidsplan

15.30	Velkommen og Intro – Workz præsenterer kort hvem vi er.
15.45	Inspirationsrunde 3-5 min pr. deltager.
16.00	Formålet diskuteres kort. Præsentation af vores processer 7-10 min pr. proces.
17.00	3 runder – Mapping, Tagging , Prioritering.  1. Mapping af faktuelle flow – Overblik af forskelle/ligheder. Er der en oplagt generisk opdeling af faserne? 2. Tagging og giv mening - Personer evt. oplevelser af særlige behov og interesser. Styrker/svagheder/muligheder. 3. Prioritering fokusområder og hovedpointer. Hvad er det vigtigste at formidle til en kunde? 4. Planlægning (Next step)
17.25	Designprocessen – Den gamle og den nye fortælling. Arbejde i 2-3 grupper med aktantmodellen.
17.50	Præsentation
18.00	Retningsliniere for formidlingen/PR af vores bud på designprocessen. Formål, 5 ønsker og 5 udfordringer.
18.15	Opsamling – Next step – Forventninger, ressourcer, mål med det videre arbejde. Evt. invitere en kunde næste gang.
18.30	Slut

## Forberedelser og overvejelser

Vi medbringer hver især 'vores proces' i , så den kan formidles i en simpel form til de øvrige deltagere i gruppen og hænges op. Lav det gerne på små sedler eller postit. For at vi har en fælles ramme at snakke ud fra vil jeg anbefale, at vi i hver fase overvejer følgende. Skriv bare i stikord, bullets.

1. Titel på fasen

2. Formålet med fasen, Hvad går fasen ud på? Hvordan fører I det ud i praksis?.

Hvem er involveret i faserne?

Evt. overvejelser

3. Hvad bidrager de involverede parter med i hver fase ?

4. Hvilken output/effekt har kunden ud af at de involverede aktører indgår ex: designer, bruger, specialist mm. indgår i den givne fase på den korte og lange bane.

5. Hvad har kunden ud af, at bidrage med ressourcer i givne faser.

6. Tid og økonomi, relevante ressourcer i faserne.