

■ Design Sprint

Lepsze działanie marki dzięki skutecznemu wdrażaniu sprawnych i opartych na empatii rozwiązań (Design Thinking). Warsztaty i konsultacje.



Firma doradcza Forrester Consulting zbadała zwrot z inwestycji IBM w trzyletni proces Design Thinking.

**20 mln dolarów oszczędności!
50 mln dol. korzyści z wdrożenia!**

- Szybsze znajdowanie rozwiązań – oszczędność czasu o 70 proc.
- Sprawne testowanie i prototypowanie zredukowało czas projektowania produktów z 16 do 4 tygodni.
- Mniejsza liczba błędów zgłaszanych po rynkowym debiucie produktów – średnio z 30 do 15.

„Dziś przyszłość przychodzi szybciej, niż ktokolwiek mógł to sobie wyobrazić kilka miesięcy temu”.

PwC, „The Consumer transformed. Global Consumer Insights Survey 2020”

- Kluczem do sukcesu biznesów jest **zrozumienie nowych potrzeb** konsumentów.

oraz:

- **Wyciągnięcie wniosków, wypracowanie działań i wdrażanie rozwiązań,** które są odpowiedzią na nowe oczekiwania klientów.

W tym właśnie pomagamy!

Dla kogo Design Sprint?

- **Duże marki**
- **MŚP**
- **Startupy**
- **Samorządy**
- **Instytucje**

- **Sektor B2B i B2C**

„To uniwersalna metoda, która poprawia działanie firm. Sprawdza się w różnych branżach, a także na styku branż, gdy przemysł spożywczy spotka się z logistyką, farmacja z transportem, a turystyka czy moda z digitaliem”.

Michigan Technological University





CHANGE

W czym pomoże? Przykłady zastosowań

- Nowy sposób obsługi klientów.
- Nowe kanały i sposoby dystrybucji, płatności.
- Dodatkowe działania online.
- Nowe funkcjonalności na stronie www.
- Przebudowa designu, np. opakowania.
- Pomysły na kampanie sprzedażowe.
- Nowe produkty i usługi – pomysły + pierwsze testy użyteczności i opinie klientów.

Innowacje (także mniejszego kalibru, ale nie mniej ważne) i ulepszenia.

■ Tak marki pracują dziś!

Tak dziś pracuje świat!

Design Sprint Shanghai
– test bezdotykowej windy (lipiec'20)

„Testing is the way **to improve your concept significantly** before you start implementation. **Those few hours can save you tons of money**”.

Schindler Group



■ Marki też muszą się zmieniać

Sprint NIKE

Marka Nike Design Thinking i Design Sprint ma wpisane w misję swojej pracy!

Buty na moments of 'doing nothing'.

Testowanie kierunku komunikacji:
mniej „Just do it”, więcej „Pleasure Revolution”.





Rezultaty Design Sprintu

- Zwiększenie umiejętności planowania przez pracowników procesów.
- Zaprojektowanie nowych rozwiązań (komunikacyjnych, produktowych i/lub operacyjnych).
- Umiejętność koncentracji na realnych potrzebach użytkowników.
- Skracanie procesów decyzyjnych w firmie.
- Tworzenie rozwiązań charakteryzujących się użytecznością, funkcjonalnością.

Wartość dodana

- Design Sprint buduje zaangażowanie pracowników, menadżerów, integruje zespoły i działy.
- Uczestnicy Sprintu zyskują wiedzę i umiejętności, które umożliwią skuteczniejszą samodzielną pracę przy codziennych wyzwaniach biznesowych.

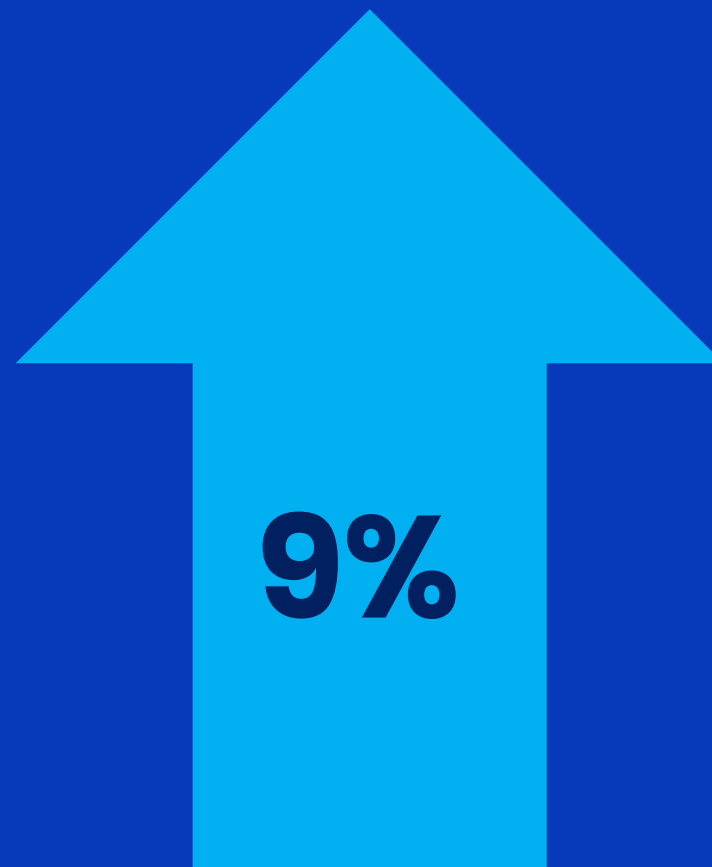
Wyższa dynamika przychodów!

Badanie KPMG (2019) – 5000 polskich konsumentów

→ **TOP100 marek dbających o klientów.**

Marki, które oferują **najlepsze doświadczenia swoim klientom**, mają wyższe wzrosty przychodów niż ich konkurenci!

Dynamika wzrostu przychodów firm z rankingu była – w okresie 3 lat – średnio o 9 proc. rocznie wyższa niż innych marek notowanych na GPW.



„Design Sprint jest jednym z najlepiej przygotowanych procesów do rozwiązywania problemów. Dlaczego? Bo pozwala **rekonfigurować i reinterpretować**. W czasie epidemii covid zasoby firm nie zmieniły się – wiedza, know-how, pracownicy, nieruchomości, aktywa... Ale sytuacja, w której działają oraz nawyki konsumentów, zmieniły się diametralnie. Jak zatem teraz najlepiej wykorzystać zasoby?

Design Sprint będzie jedną z najmądrzejszych decyzji biznesowych, jakie firmy mogą podjąć w tym roku”.

Dr Stuart English, profesor MA Design Management
na Uniwersytecie Northumbria (Newcastle)



**Przejdźcie Design Sprint
– najlepsza decyzja
w czasie i po epidemii!**

Jak pracujemy?

1. Cel wprowadzania zmian. Wytypowanie ambasadorów. Role.

2. Poznanie nowych potrzeb klientów. Budowanie Person. Technika Ladderingu.

3. Diagnoza! Stworzenie wyzwania generatywnego. Techniki kreatywne i burze mózgów.

4. Podsumowanie pierwszej fazy DT: Empatia, Diagnoza Potrzeb, Generowanie Pomysłów.

Warsztaty Design Sprint trwają 1-3 dni (w zależności od potrzeb Partnera i zakresu działań).

5. Ulepszanie pomysłów – Kapelusze de Bono. Korzystanie z inspiracji.

6. Podejmowanie decyzji. Dialog Sokratejski, Pytania Kartezjańskie.

7. Ugruntowanie kompetencji zespołu - przygotowanie do pracy samodzielnej.

8. Stworzenie planu działań (Road Mapa + Quick Wins)

Nasz cel, to wypracowanie rozwiązań oraz pozostawienie zespołu z umiejętnością **samodzielnej dalszej pracy z wykorzystywaniem narzędzi procesu Design Thinking.**

Dlaczego my!

Wykorzystujemy naszą holistyczną wiedzę na temat digitalu oraz bieżących trendów i dopasowujemy ją do specyfiki danej branży.

Dzięki temu skutecznie doradzaliśmy już wielu różnym branżom, a także fundacjom oraz innowacyjnym startupom.





Wdrażamy, nie piszemy do szuflady!

Tylko efektywne wdrażanie rozwiązań wypracowanych podczas warsztatów, motywuje do dalszego rozwijania marki, daje siłę i buduje **zaangażowanie.**



Piotr Chodak
PR and Digital Marketing
Manager

Zespół Digital Strategy dogłębnie i trafnie identyfikuje potrzeby Klienta, by wypracować dobrze dopasowane, a jednocześnie nowatorskie rozwiązania. Treningi strategiczne uruchamiają myślenie o nowych szansach i możliwościach. To praca na nowoczesnych narzędziach, z zastosowaniem inspirujących technik kreatywnych, prowadząca do realizacji celu biznesowego Klienta.



Tomasz Koralewski
Prezes Zarządu
Łódzkiej Organizacji
Turystycznej

Podczas warsztatów wypracowaliśmy kilkanaście pomysłów dla branży turystycznej. Uczestnicy żywo dyskutowali o rozwiązaniach i ulepszyli je, wzajemnie się inspirowali. Prowadzący proces moderator bardzo wspierał tę pracę, co budowało duże zaangażowanie zespołu. To był bardzo efektywny czas.



Patrycja Staniszevska
Prezes Zarządu
Izby Gospodarki Elektronicznej
w latach 2016–2020

Ekspertki mają duże doświadczenie w digitalu i chętnie się nim dzielą. Duża dawka wiedzy, inspiracji i insightów. Wszystko wzbogacone praktycznymi wskazówkami, do zastosowania w działaniach biznesowych.

Zobacz, jak pracowaliśmy z **empik**

**Warsztaty
Content Marketingowe**
z wykorzystaniem Design Sprint



100% online całonocne warsztaty, z wykorzystaniem metodyki procesu Design Thinking, których celem było stworzenie strategii content marketingowej dla marki EMPIK, lidera sprzedaży wielokanałowej w Polsce.

■ Etapy pracy

1.

Desk Research dla marki EMPIK wykonany przez ekspertów Bluerank.

2.

Wywiady indywidualne z Personami (klientami) EMPIK. Badanie potrzeb.

3.

Wybór Insightów, które pozwalają generować trafione pomysły.

4.

Archetyp Marki – nowe spojrzenie na komunikację. Który Archetyp wzmocnić?

5.

Generowanie rozwiązań, pomysłów na działania i akcje content marketing i PR.

6.

Wartościowy wsad do strategii content marketingowej.

Warsztaty – 1 dzień – 6 godzin efektywnej pracy



GRUPA 1



Temat: Empik

■ Rekomendacje

„Super! Zarówno ja, jak i zespół uważamy, że było to bardzo wartościowe spotkanie. **Mamy poczucie, że w tego typu warsztatach powinniśmy brać udział częściej.**

Największa korzyść płynąca ze spotkania to wewnętrzna wymiana myśli, na którą zazwyczaj brak czasu podczas codziennej „bieżączki” oraz poznanie opinii zewnętrznych ekspertów, czyli Bluerank, którzy oceniali nasz sposób komunikacji”.



Łukasz Walczuk
Seo & Content Marketing Manager, EMPIK S.A.



JAK PRACUJEMY?

WYWIADY INDYWIDUALNE. Przed warsztatami przeprowadziliśmy wywiady indywidualne z klientami EMPIK i wybraliśmy 12 ważnych insightów w 4 obszarach.

ARCHETYPY MARKI. Określiliśmy wiodący Archetyp marki EMPIK. Ale też skupiliśmy się na dyskusji i ocenie, które Archetypy wzmacniać, z których czerpać i dlaczego?

GENEROWANIE ROZWIĄZAŃ – Pracowaliśmy technikami kreatywnymi wykorzystywanymi w procesie Design Thinking – w sposób empatyczny tworzyliśmy pomysły i rozwiązania, które będą trafiać w serca i gusta klientów.

EFEKTY

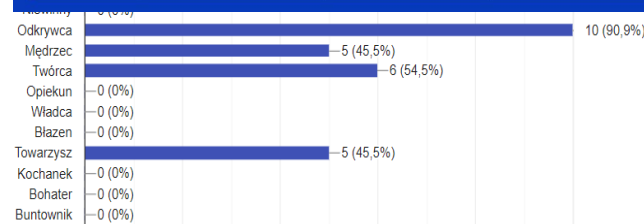
Insighty to konkretne potrzeby Klientów, także wynikające z nowych nawyków np. w czasach COVID. To z ich uwzględnieniem generowaliśmy podczas warsztatów pomysły, projektowaliśmy konkretne rozwiązania dla Klientów.

Przeprowadziliśmy wstępny audyt obecnej komunikacji, ale też określiliśmy kierunek, w którym należy zmierzać. EMPIK będzie wzmacniał w komunikacji Archetyp Czarodzieja, chce pokazać więcej Buntownika. To wprowadza komunikację na nowe tory.

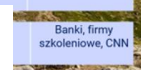
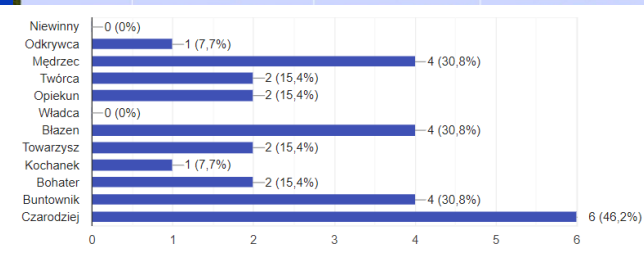
Wypracowaliśmy ok. 30 rozwiązań, pomysłów działań w obszarze PR i komunikacji. Dwa wiodące pomysły dopracowaliśmy, określając szczegółowo cel, grupę docelową, kanały komunikacji i key messages.



ARCHETYP	CHARAKTER	ZNACZENIE	CEL MARKI	PRZYKŁAD
CZARODZIEJ	Mądry, tajemniczy, utalentowany.	Motywacja, Zachwyt, Oczarowanie.	Przekucie marzeń w rzeczywistość.	Red Bull



ARCHETYP	CHARAKTER	ZNACZENIE	CEL MARKI	PRZYKŁAD
ODKRYWCA	Niezależny, odkrywający, śmiały, wolny.	Wyzwanie, poznanie, pokazanie innym.	Oferować bardziej świadome i satysfakcjonujące życie.	North Face



JAK PRACUJEMY?

INTEGRACJA I KOMUNIKACJA.

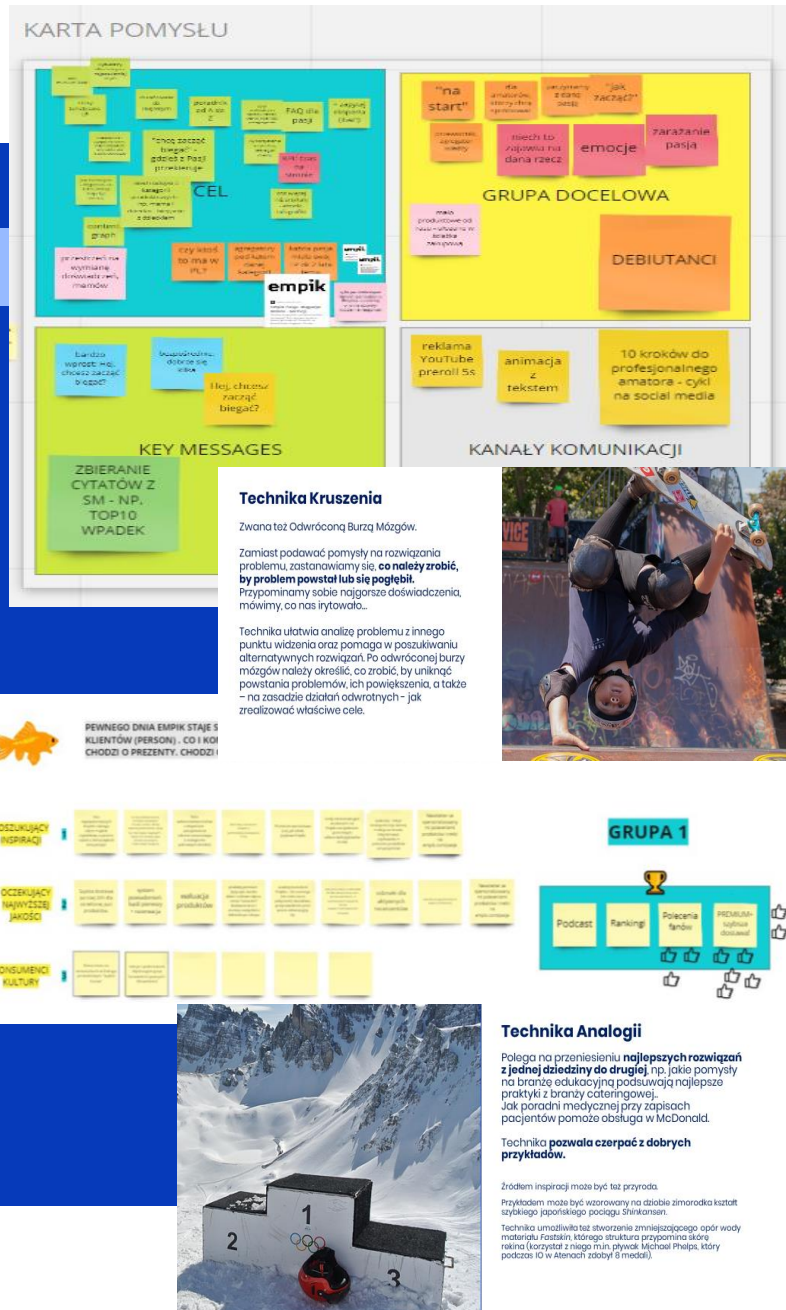
Pracowaliśmy międzydziałowo, a ekspertów z kilku działów EMPIK wspierali specjaliści Bluerank.

FINAŁ PRAC. Efektem warsztatów było zebranie cennego wsadu, który pozwolił na sprawniejsze powstanie strategii content marketingowej – obszernego dokumentu, który zawiera konkretne pomysły (rozpisane na działania i pożądane efekty) dla marki EMPIK.

EFEKTY

Bardzo istotnym efektem warsztatów jest możliwość wspólnej pracy kilku zespołów – tak było w przypadku warsztatów dla marki EMPIK. Poznanie opinii, wzajemnych oczekiwań, dyskusja o wizji marki – na warsztatach robimy to, na co na co dzień nie ma czasu, a jest bardzo ważne!

Na wszystkich etapach warsztatów – generując pomysły i rozwiązania – dbaliśmy o zbieranie feedbacku od Partnera. Patrzyliśmy szeroko na komunikację i nadanie jej nowej idei, a pomysły są spójne z wypracowanym kierunkiem. Eksperti Bluerank proponują i doradzają, ale też słuchają Partnera.





Korzyści dla marki EMPIK

Zbudowanie strategii content marketingowej,
w duchu współpracy międzydziałowej i z empatycznym
uwzględnieniem potrzeb klientów marki.

Korzyści indywidualne dla Uczestników warsztatów

Pracujemy metodą Design Thinking, korzystając
z technik i narzędzi procesu. Chętnie dzielimy się nimi
z Uczestnikami, by mogli je stosować w swojej
dalszej pracy.

Zapraszamy!

Skontaktuj się z nami.



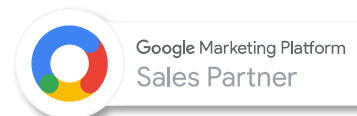
Magdalena Euejda
Digital Strategy Manager
m.euejda@bluerank.pl



Joanna Blewaska
Digital Strategy Specialist
j.blewaska@bluerank.pl

Bluerank Sp. z o.o.

al. Piłsudskiego 87 (Imagine B)
92-332 Łódź
tel. 42 632 33 21
www.bluerank.pl



Nota prawna:

Informacje zawarte w tej prezentacji mają charakter poufny i są przeznaczone do wglądu jedynie dla adresata dokumentu. Dystrybucja, kopiowanie i powielanie danych w jakiegokolwiek postaci są możliwe tylko i wyłącznie po uzyskaniu pisemnej zgody ze strony Bluerank Sp. z o.o. Wszelkie znaki handlowe firm trzecich zostały użyte wyłącznie w celach informacyjnych.