

MUNI  
ARTS

SDÍLENÍ +  
DESIGNOVÁ  
VÝZVA

ISKM48

SERVICE DESIGN WORKSHOP

Jaro 2024



# Co nás dnes čeká

- Sdílení a diskuze
- Syntéza dat → Definice problému → Designová výzva

# I.

## **Sdílení & diskuze**

# Sdílení & diskuze

- Naslouchejte
- Zformulujte si **otázku** | komentář | připomínku | radu

# Sdílení

1. Portál pro zaměstnance MU
2. Weby kateder a ústavů
3. Well-being studujících na KISKu
4. Web pro zahraniční studentstvo

**Pauza?**

# **II.**

## **Definice / designová výzva**

# Proces výzkumu

## ZÁKLADNÍ PROCES VÝZKUMU DESIGNU SLUŽEB



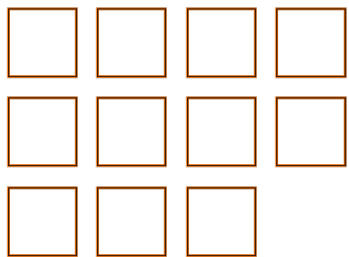
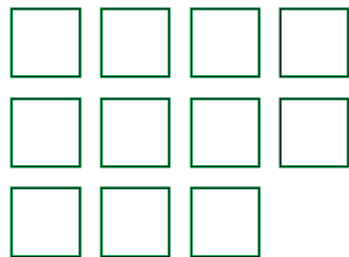
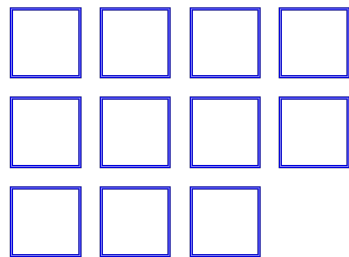


# Tematická analýza

Přepisy / poznámky



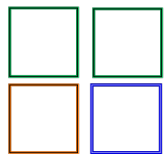
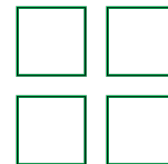
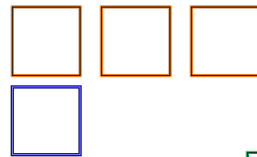
Výroky



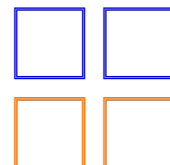
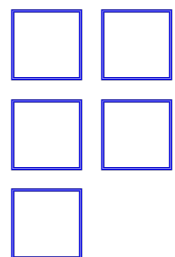
1 lístek = 1 myšlenka

Shluknutí

Kategorie / skupina



Kategorie / skupina



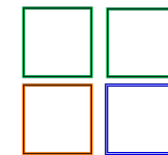
Tematická analýza

Výzkumná otázka

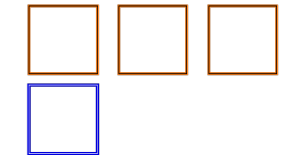
Téma 1

Téma 2

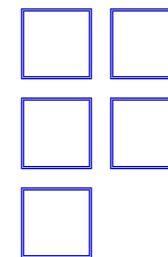
Kategorie / skupina



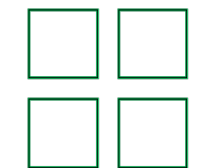
Kategorie / skupina



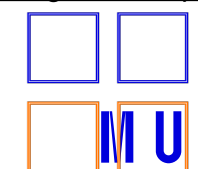
Kategorie / skupina



Kategorie / skupina



Kategorie / skupina



# Kódování (Condens / Dovetail)

(32:00) KŠ: Označila bych text, ale moc mi to nejde. **[Snaží se označit text, ale označuje se velká část textu]** Tak takhle moje metoda se ukazuje být náročná. **[Snaží se opět označit text, ale opět se označuje velká část textu]**. V tuhle chvíli bych to asi vzdala to označení, protože bych nevěděla, jak s tím dál. **[Označila tři slova]** Vidím, že tady se nabízí možnosti **[vyskakují možnosti smajlík, fajfka...ale nedaří se jí na ně kliknout, mizí]**. No nedaří se mi to.

(32:52) DL: Co podle vás ty možnosti znamenají?

(32:56) KŠ: Ten smajlík ten asi... **[Klikla na smajlíka, vyskočilo okénko pro možnost psaní poznámek]**

Bug 3

Zvýrazňování 18

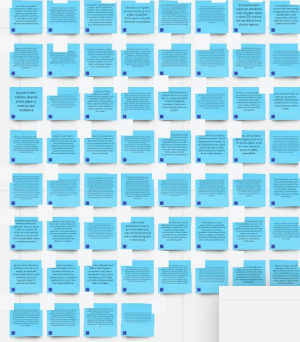
Označení textu 5

Zvýrazňování 18

Zvýraznění (ikony) 17

Nenaplněné očeká... 23

# Miro



# Zjištění / poznatky

- Deskriptivní
- Popis, co bylo objeveno, zjištěno a v jakém kontextu
- Nedochází k interpretaci

## 2.2.7 Knihovna a knihy

Participantů využívají pro studijní účely také knihovny a výpůjčky (prezenční / absenční) knih, časopisů či skript.

Největší význam má pro humanitní obory, nejméně ji pak potřebují účastníci z technických oborů a IT oborů. Účastníci agrikulturní / veterinární vědy si nejčastěji z knihovny vypůjčují skripta.

Pro obory typu historie je role knihovny stěžejní:

„Já mám na 1. místě knihy z knihovny [...]. Pro historiky je to úplně nejdůležitější, protože se na to ptají vyučující na zkouškách i u státnic, na to, co bylo v té knize napsáno. [...] my nemáme žádný e-learningový materiál, u nás je základ ta knihovna a tam si prostě půjčujeme knihy, které jsou potřeba v tom studiu.“

(JU, 2. ročník Mgr., Historie)

Další účastníci využívají knihovny pro učení se na zkoušky, nebo pro získávání podkladů pro diplomové a seminární práce:

„Za mě asi [je nejdůležitější] ta akademická knihovna, protože prostě většinu, co potřebuju tak prostě z [získám z] knihovny, z knížek.“

(JU, 3. ročník Bc., Biomedicínská a laboratorní technika)

„Mám takové téma, které je dost obecné, takže i z knížek z knihovny čerpám, protože tam jsou takové základní informace, které z nějakých článků nebo výzkumů a studií neseženu tak dobře, jako z té knížky.“

(MUNI, 3. ročník Bc., Nutriční terapie)

„Na prvním místě mám taky Zbrojnici a fyzické knihy, protože pracuji s literaturou, která se tady vyskytuje poměrně hojně i včetně třeba metodologie a podobně.“

(UPOL, 2. ročník Mgr., Andragogika)

V některých oborech (technických) si studenti vůbec nemusí během studia půjčovat materiály z knihovny:

„Já to mám taky podobně [nepotřebuji literaturu mimo prezentace], ale teď mám první předmět, akademická angličtina, tam jsem musel vzít knížku. Ale to stejně můžu půjčit jen na měsíc, protože je na ni velká fronta.“

(ZČU, 2. ročník Ing. Navazující strojí studium)

Případně si půjčují skripta:

„[...] když jsem měl některé předměty, kde byly skripta, nechtělo se mi skripta kupovat, tak jsem si je tady půjčil. Případně u některých předmětů to byly knížky, které jsem prostě jenom využil, vypůjčil jsem si je tady, využil je pro ten daný předmět. Ale to byly předměty na bakalářské studium a od té doby jsem zatím neměl potřebu si půjčovat knížku tady.“

(ZČU, 2. ročník Ing., navazující strojí studium)

# Vhledy z výzkumu

- Interpretativní
  - Kombinují zjištění s kontextem
- Vysvětlují **proč** se něco děje
- Actionable
  - Využitelné, užitečné a praktické
- Nejsou řešením, ale nabízí několik řešení

Humble, J. (b.r.). *How to Write User Research Insights*. The Fountain Institute.

<https://www.thefountaininstitute.com/blog/writing-user-insights>

# Zjištění vs. vhledy

## Zjištění (findings)

malá jednotka informace

vysvětluje, „co“ jste našli

užitečné poznání

inspiruje k přítomnosti

povrchní, očekávané

může odůvodnit aktuálně zastávaný pohled

moment „hmm“

vs.

vs.

vs.

vs.

vs.

vs.

vs.

## Vhled (insight)

vzor/struktura informací

vysvětluje, „proč“ věci mohou být

transformační poznání

inspiruje k budoucnosti

hluboké, náhlé a často překvapivé

inspiruje k novým způsobům myšlení

„Aha!“ moment

# Vhledy z výzkumu – různé přístupy

- Kontext + Chování + Motivace → Implikace pro design
- Observace + Interpretace → Důsledky
- „I saw this“ + „I know this“ = Insight
  - “I saw this” – Co bylo pozorováno nebo zjištěno v datech.
  - “I know this” – Širší kontext, okolnosti, expertíza.

# Vhledy z výzkumu – struktura

## Insight Card

Insight Headline:

Is it short and punchy like a newspaper headline?

### Users collaborate on purchases

Visual Aid:



Insight Context:

What's the problem/opportunity behind the insight?  
What is the cause and effect of this insight?

When using the app, users need multiple roles to approve a purchase. Because this is a complicated process, they start, stop, and abandon their carts. This causes frustration in the purchasing department because nobody owns the buying process.

Supporting Evidence:

Average Online Cart Abandonment Rate  
2006 to 2018

What facts or quotes inform this insight?

Our B2B carts are abandoned at a rate of 86%



***"Is there a 'save' button or something? The cart always resets by the time I get HR to look at it and approve it."***

*-Deborah at Finsys Systems*



# User stories

**Jako** [typ uživatele\*ky],  
**chci** [nějakou akci nebo funkci],  
**abych** [dosáhl nějakého cíle].

Jako čtenář\*ka beletrie si chci kopírovat úryvky mimo knížku, abych je měl\*a na jednom místě a nemusel\*a je dlouho hledat v knihách.

# User stories

## JAKO

občan města Brna

## CHCU

čtyřproudovou magistrálu procházející novou  
čtvrtí, která odlehčí dopravně přetíženému Kolišti

## ABYCH

zde mohl bezpečně jezdit na kole, potkávat se,  
nakupovat a trávit čas s přáteli na zahrádce  
restaurací

#navrhovatBrno

## JAKO

majitel chátrající památkově chráněné  
nemovitosti v Brně

## CHCU

nechat nemovitost chátrat

## ABYCH

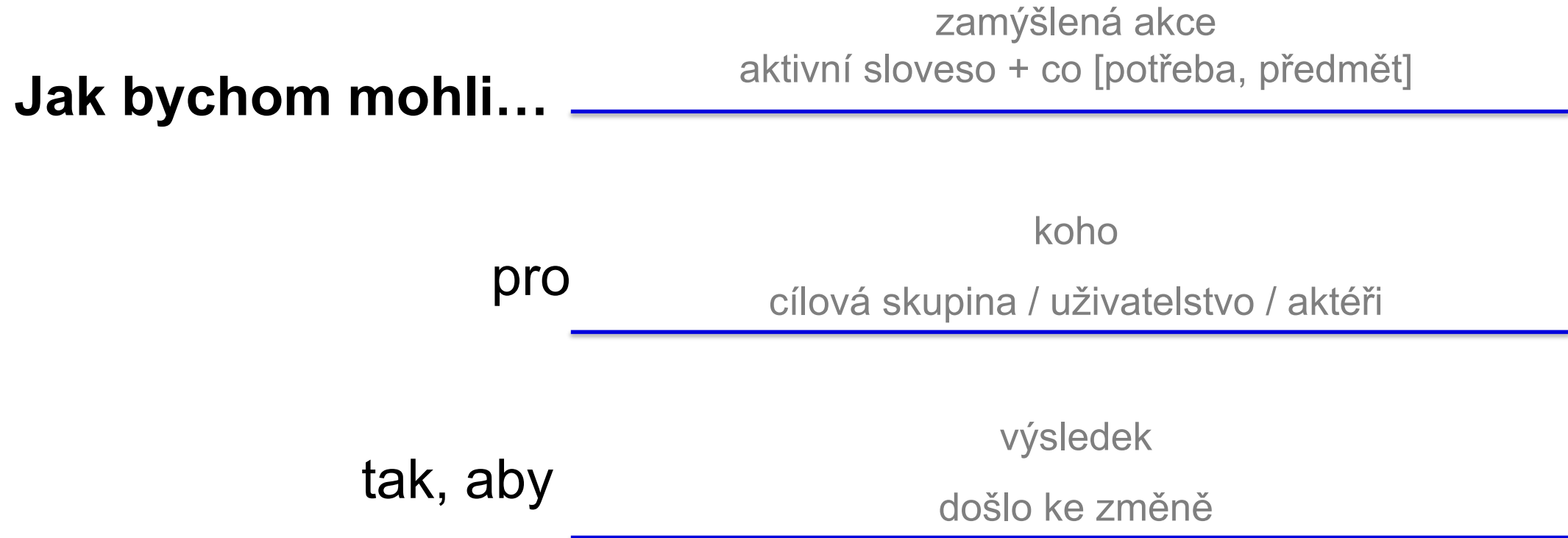
časem získal úplně krásný nový nezastavěný  
pozemek v centru města #investovatDoBrna

#navrhovatBrno

# Designová výzva

- Definuje problém → popisuje sérii zjištění z výzkumu vč. kontextu
- Pomáhá ukotvit další práci
- Je otevřená → lze řešit několik způsoby
  - Ne moc široká ani nesklouzávat k instantním řešením
- Zacílená na potřeby aktérů
- Vyjadřuje ideální stav / dopad

# Designová výzva



# Příklad: Designová výzva

**Jak bychom mohli...** vytvořit peer-to-peer podpůrnou síť

pro nMgr. studující [oboru]

tak, aby pomáhala snižovat stres a úzkost ze  
školních povinností a utužovala  
vzájemnost a péči mezi studujícími?

# Příklad: Designová výzva

**Jak bychom mohli...** podpořit

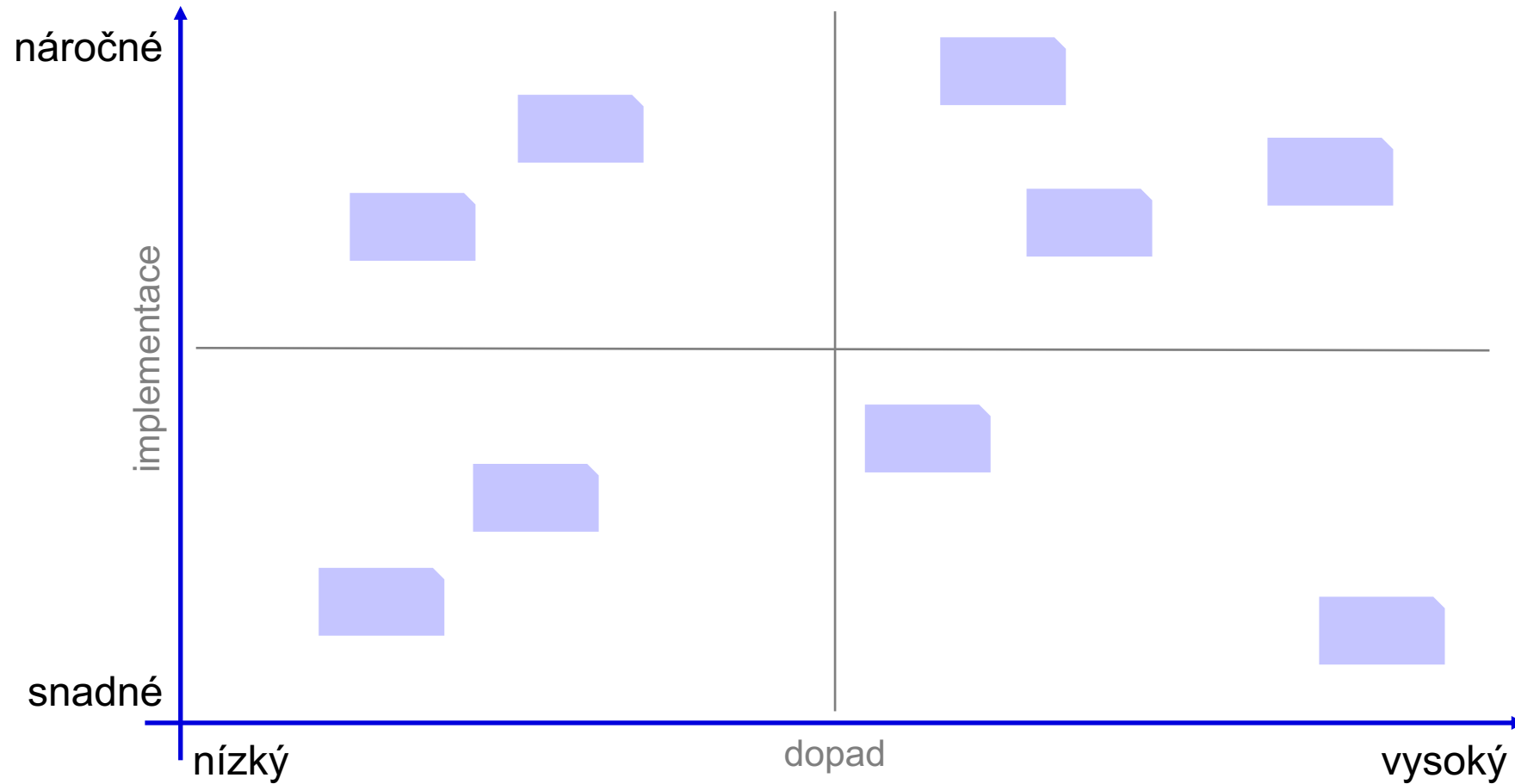
administrátory fakultních webů

abychom zlepšili jejich pracovní podmínky  
a zvýšili tak jejich motivaci učit se nové  
věci ve správě webů?

# Designová výzva

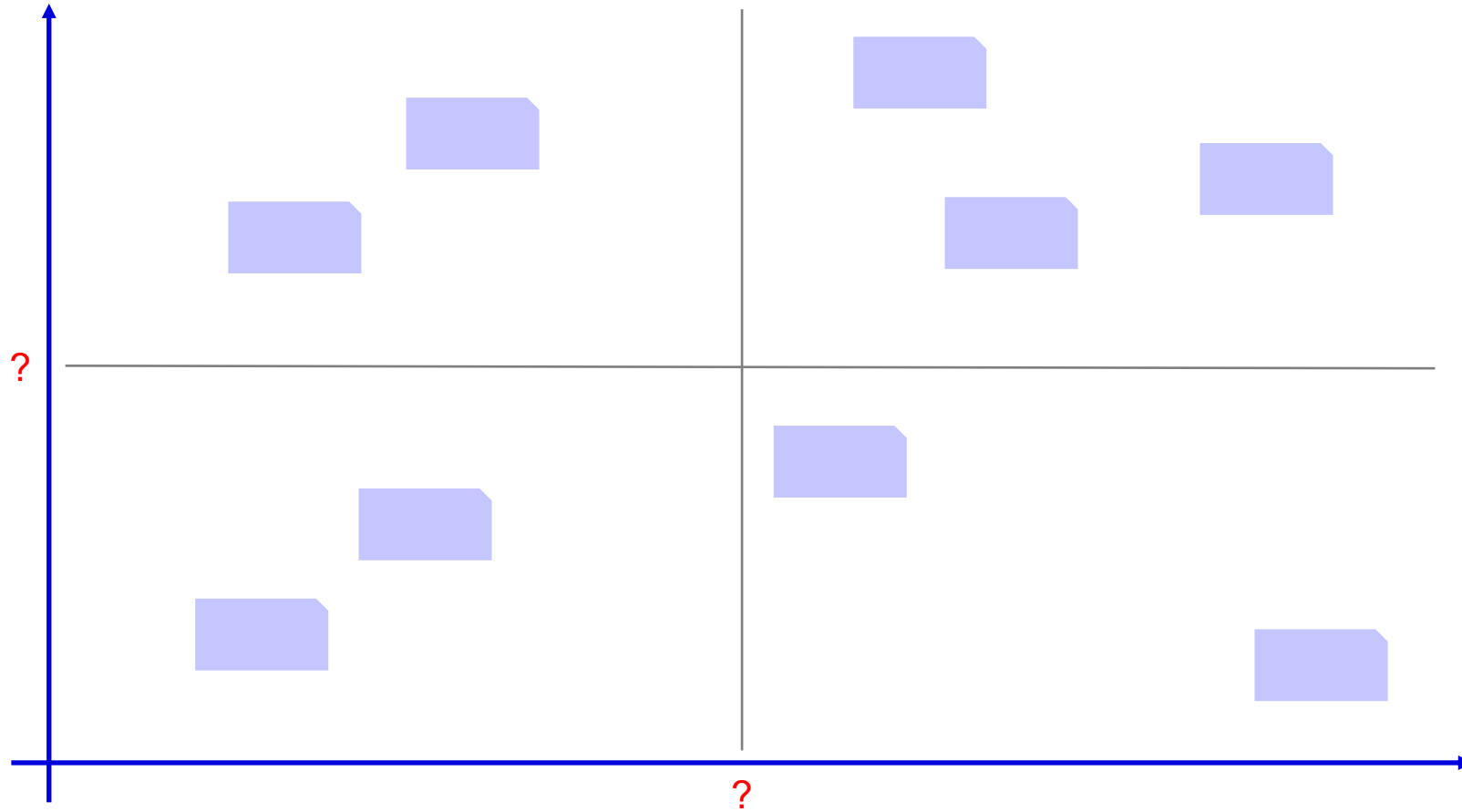
- Ve výzkumu designová výzva nesmí být osamocená
- Doporučený formát:
  - **Designová výzva**
  - **Zjištění / vhledy z výzkumu** (tj. o co výzvu opíráme, co jsme se dozvěděli)
  - **Doporučení / další kroky** (ale bez předjímání jednoznačného řešení)

# Rozhodovací matice





# Rozhodovací matice

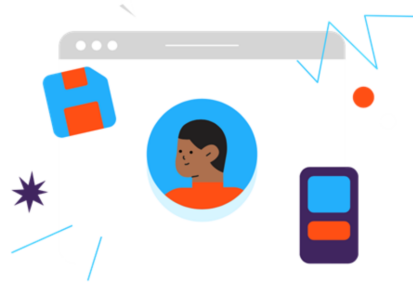


# Další možnosti

## 35/ Persony

***Představte si lépe, pro koho navrhujete.***

Výzkum máte za sebou, ale v datech z rozhovorů se spíše topíte? Sestavte si persony – modelové uživatele nebo další významné aktéry vaší služby. Pomůžou vám lépe se vcítit do konkrétních skupin lidí a popsat jejich skutečné potřeby a cíle do vašeho návrhu.



## 37/ Cesta službou

***Pochopte, jak uživatelé prochází službou.***

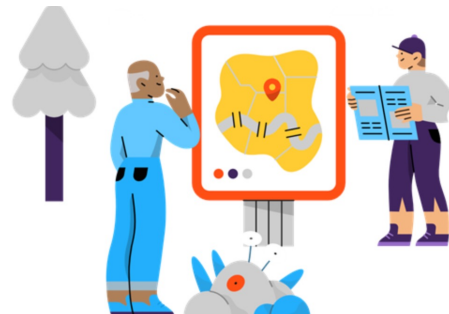
Zmapováním průchodu službou zachytíte v čase, jak uživatelé interagují s kontaktními body služby, jak se u toho cítí nebo co si myslí. Získáte tak ucelený pohled na službu „shora“ a snadněji odhalíte okamžiky, které rozhodují o uživatelské zkušenosti.



## 38/ Service blueprint

***Zmapujte proces služby skrz naskrz.***

Vizualizujte v jednom schématu uživatelův průchod službou, činnosti zaměstnanců i veškeré dění v zákulisí. Získáte tak ucelený pohled na službu, který vám pomůže sledit potřeby uživatelů a personálu s interními procesy.



# III.

## Jak se do toho pustit

# 1. Analyzujte a syntetizujte data a shrňte výstupy

- Využijte buď Miro (výroky na post-ity) nebo Condens (kódování)
- Vyberte si vhodný způsob zobrazení dat (research deliverables)
  - designová výzva, prioritizované user-stories, cesta službou, service blueprint, persony, vhledy...
- Sumarizujte, co (a proč) jste se z výzkumu dozvěděli\*y

## 2. Zamyslete se nad doporučeními a udělejte si reflexi

### – Doporučení:

- Co byste doporučili zadavatelům\*kám?
- Jaké bezprostřední další kroky by měli zvážit / realizovat?

### – Reflexe

- Co jste se naučili? – o sobě / o výzkumu / o tématu
- Jak vám fungovala spolupráce v týmu?
- Jaký dopad / přínos / hodnotu má vaše práce?
- Co se vám v procesu podařilo? Co naopak drhlo? Co byste příště udělali jinak?
- Co pro vás bylo největším překvapením?

# 3. Připravte si prezentaci na další setkání

- Formát je na vás (Miro, prezentace, workshop)
- Délka **15 min. + 5 min.** diskuze
- Obsah:
  - **Prezentace procesu** – čím jste si prošli, jaké metody jste zvolili, jak jste postupoval
  - **Výstupy** – jaké jste definovali problémy / příležitosti a jak jste je zpracovali (research deliverables)
  - **Doporučení** – co by za vás měly být další kroky
  - **Reflexe** – rolí v týmu, přínosu vaší práce, těžkých momentů, „aha“ momentů

# 4. Sepište písemnou reflexi

- **Cíl:** Popsat a reflektovat průběh práce na projektu.

Jak vypadal designový proces?

Jaké jste použili metody a proč?

Jak probíhala spolupráce v týmu, jaké jste měli role?

Jak jste pracovali se zapojením aktérů?

K jakých výsledkům jste došli?

Jak byste práci na projektu zhodnotili?

Co byste udělali jinak? Co se povedlo?

- **Rozsah:** 4–6 normostran (Google Docs / Word)
- **Odevzdávárna → Feedback → Medium DESIGN KISK**
- **Termín: 15. 6. 2024**

# Příště se vidíme

- 29. 2. 14.00 – Úvod do kurzu, rozdělení do skupin + téma design brief
- 21. 3. 14.00 – Sdílení postupu + téma designový výzkum
- 25. 4. 14.00 – Sdílení postupu + téma designová výzva / definice
- **23. 5. 14.00** – **Prezentace výstupů + společná diskuze a reflexe**



M U N I  
A R T S