

BONUS: IDEOINNIN MENETELMIÄ

IDEOINNIN KOHTEEN MÄÄRITTELY 1: MIKSI, MIKSI, MIKSI?

- 1. Tarvemäärittely, esim ongelman kuvaus mahdollisimman yksinkertaisesti: “asiakkaalla on tylsää kukkien pakkaamisen ajan”**
- 2. “Miksi asiakkaalla on tylsää?” Vastaus tähän usein määrittelee ideointiprosessin suunnan.**
- 3. “Koska asiakkaalla ei ole mitään tekemistä”. Tämän perusteella voidaan kysyä:**
- 4. “Miksi asiakkaalla ei ole mitään tekemistä?”**
- 5. Sama asia kannattaa esittää “miten” -kysymyksenä ideointivaiheen lähtökohdaksi: “Millaista kiinnostavaa tekemistä asiakkaalla voisi olla?”**

IDEOINNIN KOHTEEN MÄÄRITTELY 2: TÄRKEYSJÄRJESTYKSEN ANALYYSI

- 1. Kirjoita, mikä on mielestäsi suunnitteluprojektin tavoite: “Tuoda markkinoille vuorovaikutteinen, ylisukupolvinen hittilelu”**
- 2. Kerro, miksi haluat saavuttaa tämän tavoitteen: “Haluan suunnitella hyvinvointia”**
- 3. Kerro, mikä on suurin haaste tavoitteen saavuttamisessa: “En tunne seniorielämää”**
- 4. Tiimin jäsenet vertailevat vastauksiaan. Vastausten perusteella määritellään ideointisessiolle fokusalue eli mihin keskitytään.**

IDEOINNIN KOHTEEN MÄÄRITTELY 3: UUDEN TARPEEN RAKENNUS

- 1. Kirjoita fokusalue, jolle haluat kehittää uusia ratkaisuja. Toimialue tai tuotekategoria. Mielellään hidastempoinen. “Miten voisi uudistaa keittiöhygienian ylläpitoa?”**
- 2. Listaa alueen ilmeisimmät kliseet: “Toistuva tarve puhdistaa työkaluja. Rumat tekstiilit. Eri liat vaativat eri puhdistustavat ja -aineet. Ruuan ja puhdistusaineiden hajut. Työvälineet kilisevät, kopisevat ja kolisevat.”**
- 3. Kehitä jokaisen kliseen ympärille kolme skenaariota, joissa klisee-ongelma on ratkaistu: “Entä jos... Työkalut puhdistaisivat itse itsensä; työkaluista voisi kuoria irti kerroksia ja alla olisi aina puhdas työkalu; työkalu kloonaisi itsensä ja likainen menisi automaattisesti tiskiin; työkalu tunnistaisi milloin sen on puhdistauduttava...”**

4. Tuloksena on joukko “designhypoteeseja”. Etsi niistä yhteisiä tekijöitä ja ideoita.
5. Kuvaile kiinnostavimpien perusteella nykytilanteen tiivistelmiä (“insights”) ja tulevaisuuden mahdollisuuksia (“opportunities”).
 - Insight: “Keittiön työkalut ovat vähäjärkisiä. Ne eivät opi yksinkertaisia ruuanlaittoprosesseja pitkänkään ajan kuluessa. Työkalut vaativat todella paljon huoltoa.”
 - Opportunity: “Voidaanko konseptoida älykkäitä ruuanlaiton työkaluja?”

1. Kirjoita vaakajonoon oleelliset muuttujat, jotka lopputuloksessa olisi luultavasti oltava. Esim “pakkaus”, “tyyli”, “muoto”, “materiaali”...
2. Ideoi jokaisen muuttujan alle 15-30 variaatiota. Esim “materiaali”: pvc, teak, silkki, teräs, lasi...
3. Yhdistele muuttujien variaatioista tuotepiirrekuvauksia.

MUUTTUJA	MUUTTUJA	MUUTTUJA	MUUTTUJA
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO
VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO	VARIAATIO

IDEOINNIN TYÖKALU 2: HAAVEISTA TOTTA

- 1 Ota matka tulevaisuuteen ja paikkaan, jossa ratkaisu ongelmaanne on jo olemassa. Mitä näette? Keitä paikalla on ja mitä he tekevät? Millaisia tunteita näkemäsi ja kokemasi synnyttää? Miten tapahtumat etenevät? Millaisia ratkaisuja tässä maailmassa on tehty? Tallenna ajatukset ja havainnot esim kirjoittamalla. Jos teet matkan yksin, voi puhua tallentimelle.**
- 2. Kuvittele, että olet tulevaisuudessa ja luet sanomalehteä. Etusivulla on juttu, ison kuvan kera, jossa kerrotaan, miten löysitte täydellisen ratkaisun fokusalueellenne ja kuvataan ratkaisu. Kun luet juttua, huomaat, että kaikki mistä olet haaveillut ja pidit mahdottomana toteuttaa, on saavutettu. Mikä on se mitä loitte? Miten sen loitte? Jos teet matkan yksin, voi puhua tallenteelle. Jos ryhmätyö, kirjoita ajatukset ja havainnot muistiin.**
- 3. Kirjoita muistiinpanojen pohjalta ylös niin paljon ideoita ja niiden variaatioita kuin mahdollista.**

IDEOINNIN TYÖKALU 3: AIKATAULUTUS

- 1. Piirrä vaakasuora aikajana, joka kattaa suunnitteilla olevan tuotteen kannalta järkevän ajanjakson päivästä. Esim 6:30-7:00 ... 19:30-20:00.**
- 2. Kirjoita oletuksia (tai tietoa) käyttäjän arkitoimista päivän eri aikoina. Esim 6:30 lasten herätys, aamiaistoimet.**
- 3. Lisää taso, jossa liität fokusalueen toimet aikajanelle. Esim 7:00 tiskikoneen tyhjennys ja täyttö, puurokattilan käsinpesu, biojätteet ulko-ovelle.**
- 4. Lisää kolmas taso, jossa ideoidaan design-interventioita eri ajankohtiin ja tapahtumiin. Esim 7:00 Biojättesäiliön sensori ilmoittaa puhelimelle, että biojättesäiliö on alkamaisillaan haista.**

IDEOINNIN TYÖKALU 4: KALAJUTTU

- 1. Listaa suunnitteilla olevan tuotteen todennäköisiä käyttäjäpersoonia.**
- 2. Kirjoita persoonista versioita, joissa heidän joitain ominaisuuksiaan on liioiteltu huomattavasti.
“Miljoonaomaisuus”, “äärimmäisen älykäs”, “ei koskaan lue mitään”, “syvästi vainoharhainen”, “nukkuu 18h vuorokaudessa”.**
- 3. Ideoi tuotteita/tuotepiirteitä, jotka sopisivat tällaiselle kalajuttukäyttäjälle.**

IDEOINNIN TYÖKALU 5: VELHO MERLIN

- 1. Ota lähtökohdaksi yksi fokusalueen olemassa oleva tuote.**
- 2. Ideoi, mitä tapahtuisi, jos tuotteen voisi**
 - 1. Pienentää ja suurentaa**
 - 2. Saada katoamaan**
 - 3. Kääntämään päinvastaiseksi**
 - 4. Tehdä uskomattoman halvaksi ja kalliiksi**

IDEOINTISESSION IDEOISTA...

- 2-3% korkealaatuisia**
- 10-25% kehityskelpoisia**
- 20-45% olemassa olevan variaatioita**
- 5-10% jo olemassa olevia**
- 15-30% ei ole ideoita vaan havaintoja ja toiveita.**
- Mitä enemmän tuotetaan ideoita, sitä monilukuisempi on ylin 2-3%.**

- **Rikasta kritiikin sijaan.** Aina kun tekee mieli sanoa “Joo, mutta...”, sano sen sijaan “Joo, ja lisäksi...”
- **Kenelläkään ei ole auktoriteettia tietää parhaiten.**