

## Z biznesu do organizacji społecznych

Od pewnego czasu interesuje mnie metoda projektowania produktów i usług stosowana od ok. 20 lat w biznesie pod nazwą Design Thinking. W dużym skrócie i uproszczeniu polega ona na wymyślaniu innowacyjnych rozwiązań, które dadzą zysk firmie, ale przede wszystkim doprowadzą do niekonwencjonalnych metod rozwiązania wyzwań związanych z rynkiem. W tej metodzie najważniejszym elementem poznanie użytkownika, czyli osób, które będą używać produktu, czy korzystać z danej usługi. Firmy używające tej metody zapraszają nawet do współpracy takich użytkowników, by testowali nowe rozwiązania, by wspólnie zastanawiali się z ekspertami co jest ważne, potrzebne i konieczne, by produkt czy usługa dobrze działały. Coraz częściej taką metodą projektuje się nawet doświadczenie, czyli zestaw wrażeń jakie towarzyszą korzystaniu z konkretnej marki. Ale co to ma to wspólnego ze społecznymi działaniami?

Staram się wprowadzać metodykę Design Thinking do rozwiązywania lokalnych problemów społecznych z kilku względów. Po pierwsze jest to metodyka, która ma wszytą współpracę. Opiera się na działaniu zróżnicowanego wewnątrznie małego zespołu nie tylko specjalistów w danej dziedzinie, ale „użytkowników” (*users*) czyli w naszym przypadku mieszkańców czy osób korzystających np. z oferty domu kultury czy naszej organizacji. A współpracy wciąż musimy się uczyć. Według badań w Polsce wciąż mamy ogromny deficyt kapitału społecznego czyli chęci do współpracy z ludźmi spoza najbliższego kręgu, jakim jest rodzina. Od szkoły uczeni jesteśmy ostrego, rywalizującego ze sobą indywidualizmu. Myślę, że nadal, w tzw. III sektorze potrzebujemy uczyć się współpracy, słuchania siebie, rozmawiania w sytuacji braku różnic, poglądów. Nawet w organizacjach pozarządowych działamy często w swoich „bańkach” społecznych, ludzi, których znamy i od wielu lat współpracujemy. Coraz

trudniej przez to szukać nam nietypowych rozwiązań, działań, bo lepiej trzymać się utartych ścieżek projektów i możliwego dofinansowania. Niekiedy prowadzi nas to w ślepią uliczkę, bo organizujemy, jak co roku to samo działanie, a ludzie są zainteresowani coraz mniej. To wiąże się też z sytuacją, która wydaje się być paradoksalna, ale nie raz obserwowałam to w działaniach organizacji: coraz mniej znamy odbiorców naszych działań. Organizacje, które powinny być najbliższe ludzi, przestają znać ich potrzeby i realne problemy, kręcą się wokół źródeł finansowania i otrzymania grantów. I tutaj dochodzimy znów to ukrytej mocy Design Thinking. Sercem tego sposobu pracy jest empatyzacja czyli jak najlepsze poznanie potrzeb przyszłych użytkowników. My, społecznicy, mówimy na to często diagnoza społeczna. Najczęściej przypominamy sobie o niej kiedy trzeba napisać wniosek i wstawić tam uzasadnienie podjętej problematyki. Warto więc iść trochę tropem biznesowym. Pytać się ludzi dla których działamy o to jak widzą naszą organizację i nasze działania, zapytać ich o potrzeby i spróbować je dogłębnie zrozumieć. Wiem, że często wydaje nam się, że nie mamy na to czasu, być może umiejętności, ale czasami może to być tylko krótka ankieta, kilka wywiadów lub przygotowanie tablicy korkowej w naszej instytucji kultury z karteczkami do wypisania, dlaczego przychodzimy tutaj i czego nam brakuje. Zapominanie o tym etapie empatyzacji czyli diagnozy może doprowadzić do tak kuriozalnej sytuacji jak zrobienie aplikacji dla osób w bezdomności, która miała im pomóc szukać pracy. W projekcie nie zwrócono uwagi, że osoby te często nie posiadają smartfonów.

W Design Thinking ważną sprawą jest to, że po zdiagnozowaniu potrzeb, dogłębnym zrozumieniu problemu dopiero zaczynamy wymyślać sposoby ich rozwiązania. I tutaj najważniejszą zasadą jest „nie krytykować”. Czasami z najbardziej szalonych pomysłów możemy dojść do bardzo realnych. Trzeba tylko pozwolić sobie na małe twórcze szaleństwo.



I na koniec chciałabym powiedzieć o testowaniu rozwiązań, czyli wprowadzaniu w życie na małą skalę naszych pomysłów i zbieranie informacji zwrotnych co dobrze działa, a co należy jeszcze poprawić. Tutaj popełnienie błędu nie jest porażką, jest sytuacją, kiedy możemy poznać lepiej naszego „użytkownika” i lepiej zaprojektować dla i z nim rozwiązania. Nie bójmy się więc błędów, tylko korzystajmy z nich.

Zachęcam do zapoznania się z Design Thinking. Będzie już niedługo okazja – 5 grudnia Federacja Organizacji Pozarządowych Miasta Białystok – zaprasza na szkolenie z tego tematu. Serdecznie na nie zapraszam!

Katarzyna Sztop-Rutkowska