

# 创新设计思维工具工作坊

## 课程背景：

在实际工作过程中，我们都需要运用思维模式去解决各种问题，但却常遇见许多难题如：思维不完整，在解决问题时难以作全面思考；偏重于逻辑思维，容易造成决策缓慢刻板；偏重于发散思维，虽处事灵活、决策快，但风险大；该课程基于“全脑”理论基础，将有效的创新工具传授学员，这些工具分布在创新思维解决问题的各个阶段，具有极强的实用性和操作性，从而帮助学员掌握在解决问题的不同阶段，使用不同的思维创新和决策工具。

## 课程收益：

- 培养创新意识，应用创新技巧解决问题
- 开发潜能，激发创意
- 转变消极想法为积极有价值的创意
- 将新创意转化为可实施的解决方案
- 应用集体智慧解决工作难题，寻找新的机遇
- 掌握创新思维问题解决的步骤，掌握创新的方法和工具

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**全员

**课程方式：**听课 40%+训练 40%+导师辅导 20%

## 课程大纲

### 先导部分：

1. 创新故事——可乐游戏
2. 创新故事——教授的苹果

### 第一讲：创新与思维之间的关系

#### 一、创新的内外外部环境

游戏：机遇与挑战

#### 二、创新的要素和类型

##### 1. 创新的三大要素

- 1) 用户潜在需求的渴望性
- 2) 创意技术实现的可行性
- 3) 商业价值的可延续性

案例：汽车的故事

##### 2. 创新的四种类型

- 1) 变革创新
- 2) 市场创

案例：预测水牛迁徙路线

- 3) 产品创新
- 4) 运营创新

#### 三、创新与思维

##### 1. 左脑思维与右脑思维

游戏：13的一半

案例：选择更好的针

游戏：9变6

游戏：9点一笔画

测试：左右脑叉手叉臂看图测试

2. 传统价值链与创新价值链

案例：海底捞服务改进

案例：“非常准”与航旅纵横

3. 传统价值链与创新价值链的区别

案例：病人看病

#### 四、创新设计思维的十二个特征

1. 以客户为中心的创新思维

2. 以目标为导向的创新设计

3. 右脑思维，打破常规的创新创意

4. 集思广益，民主集中的创新方式

5. 万事皆可能，开放的创新心态

6. 变换角度，寻找异样的创新途径

7. 双管齐下，思维与方法相结合的创新理念

8. 天马行空，超越现实的创新胆魄

9. 群策群力，众商团队的创新协作

10. 敏捷开发，反复迭代的创新模式

11. 直觉展现，快速原型的创新制作

12. 讲故事演小品，生动形象的创新展示

游戏：一棵大树

### 第二讲：创新设计思维工作坊八种工具

(以下每类工具，根据现场学员层级和实际问题选择讲解练习三到四个，每部分三到四个工具讲解练习完成后，由学员选择合适工具进行创新工作坊实操。)

工具一：让批评不落地：独立启发贡献

工具二：抛弃常规现实的想法：荒谬的解决方案法

工具三：将想法进行合理排序：互换排序法

工具四：相关因素聚类：聚类法

工具五：简单易用的直觉排序法：“画正字”排序法

工具六：凭直觉投票排序法：圆点投票法

工具七：想法激荡：启发接龙法

工具八：反义问题游戏：失败模拟

### 第三讲：创意七步骤

(以下每类工具，根据现场学员层级和实际问题选择讲解练习三到四个，每部分三到四个工具讲解练习完成后，由学员选择合适工具进行创新工作坊实操。)

#### 步骤一：讨论问题的背景理解

1. 获得讨论问题相关信息的方法

2. 工具一，宏观经济分析研究：PEST分析法

3. 工具二，企业整体战略的研究：波特五力分析法

4. 工具三，获得客户的整体视图：全局分析地图

5. 工具四，了解客户的盈利模式：商业模式画布

6. 工具五，探讨客户和终端客户间的关系：平衡计分卡

7. 工具六，探讨优势劣势挑战机会：SWOT分析法

8. 工具七，了解组织最基本的背景信息：组织客户画像

## 步骤二：以人为本的移情观察

1. 工具一，将自己扮演成最终用户的角色：同理心地图
2. 工具二，信息收集的第一二手资料：客户体验
3. 工具三，从用户体验获得想法：现场探索
4. 工具四，消除偏见的观察：观察 APOEM 方法
5. 工具五，深层次探索：现场访谈调研
6. 工具六，深究因果关系：5W2H 法
7. 工具七，充分理解用户情绪：用户体验地图
8. 工具八，可视化激发深层次探索：直观模拟

## 步骤三：制定设计的主题研究

1. 设计讨论主题的方法
2. 工具一，目标导向的管理游戏：图形复原
3. 工具二，探索存在问题的关键：制定主题
4. 工具三，从各个不同的角度分析主题：关键词替换
5. 工具四，充分理解、分解主题：1-12-3 头脑风暴
6. 工具五，颠覆式思维：我们如何不
7. 工具六，激发思维创造力：我们如何做
8. 工具七，挑战的拓展：如何/为什么图表
9. 工具八，研究设计主题的利益相关者：利益相关者地图
10. 工具九，客户群体特征：客户画像

## 步骤四：创意方案的协同设计

1. 将发散思维与逻辑思维相结合的头脑风暴
2. 工具一，创新创意平行思考：六顶思考帽
3. 工具二，全脑思维模式分析：思维导图法
4. 工具三，获得创新创意的常规方法：联想构思法
5. 工具四，获得奇特的创新创意：强制关联法
6. 工具五，涉及流程设计优化的方法：流程图
7. 工具六，主题要素发散分解：莲花图方法
8. 工具七，获得创新创意的九宫格：曼陀罗方法
9. 工具八，获得敏捷解决方案和行动计划：影响地图
10. 工具九，解决客户痛点，提供超越客户价值的方案：价值主张画布
11. 工具十，行业借鉴获得创新设计：行业互换
12. 工具十一，寻求新的设计想法：惊喜狂奔法
13. 工具十二，转换角度得到新的创意方法：还有没有其他的方法
14. 工具十三，关键词产生新的设计方法：神奇的关系
15. 工具十四，交替关键词获得新的创意：主题特征组合法
16. 工具十五，整体到局部的创新：化整为零法
17. 工具十六，将产品发展规律应用到创新设计模式：类比创新法
18. 工具十七，想法浓缩标准：约束开关法
19. 工具十八，挑战传统的工具：真实与谎言
20. 工具十九，既狂野又现实：梦想家/现实家/批评家
21. 工具二十，为实现美好未来寻找方案：未来/现状/瓶颈/想法

## 步骤五：创新创意的可行性分析

1. 确定创新想法的分类和优化专用工具
2. 工具一，创新想法狂野度分类：梦想/现实/批评分类法
3. 工具二，分析决策分类法：鱼骨图

4. 工具三，创新方法优先级判定：创新坐标法
5. 工具四，获得更完善的方案：全局想法优化
6. 工具五，创新可行性评估：创新可行性检测
7. 工具六，聚焦创意、减少想法的标准：利益相关者评估法

#### **步骤六：创新设计思维的行动计划**

1. 工具一，目标方案的实施：目标导向的行动计划
2. 工具二，敏捷开发的行动计划：用户故事地图
3. 工具三，创新想法行动计划：图解行动计划
4. 工具四，相关聚类法：谁来做
5. 工具五，制定行动计划的依据：决策树

#### **步骤七：原型设计与故事推广**

1. 工具一，快速原型法设计：棉花糖游戏
2. 工具二，想法的直观实现：草图描绘
3. 工具三，先发发的简易直观实现：纸质原型
4. 工具四，形象场景演示：故事画板法
5. 工具五，结果的表演展现：角色扮演
6. 工具六，探讨优势劣势挑战机会：SWOT分析法
7. 工具七，了解组织最基本的背景信息：组织客户画像

#### **创新创意工作坊成果汇报**

1. 学员创意成果汇报
2. 老师指导与回顾总结
3. 优胜小组嘉奖，结训