



WE GREEN
Rural Women's Empowerment through
GREEN Social ENTREPRENEURSHIP

Κύρια εργαλεία για το πρασίνισμα της αγροτικής οικονομίας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο

Το πρασίνισμα της αγροτικής οικονομίας αναφέρεται στη διαδικασία να γίνουν οι αγροτικές οικονομίες πιο βιώσιμες και περιβαλλοντικά υπεύθυνες.

Προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης

Τα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης, όπως τα προγράμματα κατάρτισης για τη βιώσιμη γεωργία και τα προγράμματα πράσινης ενέργειας, μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού και στην προώθηση βιώσιμων πρακτικών στις αγροτικές κοινότητες.

Οικολογικός Τουρισμός

Ο οικολογικός τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού που προωθεί τα βιώσιμα ταξίδια και τη διατήρηση των φυσικών πόρων. Μπορεί να είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος δημιουργίας εισοδήματος για τις αγροτικές κοινότητες, ενώ παράλληλα προστατεύει το περιβάλλον.

Πράσινες Δημόσιες Συμβάσεις

Οι πράσινες πολιτικές δημόσιων συμβάσεων μπορούν να ενθαρρύνουν τη χρήση βιώσιμων προϊόντων και υπηρεσιών στις κρατικές αγορές, στηρίζοντας τις τοπικές επιχειρήσεις και προωθώντας βιώσιμες πρακτικές.

Βιώσιμη γεωργία

Οι πρακτικές βιώσιμης γεωργίας μπορούν να συμβάλουν στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της γεωργίας, ενώ παράλληλα βελτιώνουν την παραγωγικότητα και την κερδοφορία. Οι πρακτικές αυτές περιλαμβάνουν την αμειψισπορά, την κάλυψη των καλλιεργειών, τη βιολογική γεωργία και την ολοκληρωμένη διαχείριση των επιβλαβών οργανισμών.

Πράσινες Υποδομές

Η ανάπτυξη πράσινων υποδομών, όπως πάρκα, πράσινες διαδρομές και φυσικές περιοχές, μπορεί να συμβάλει στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, ενώ παράλληλα προωθεί τον τουρισμό και την αναψυχή.

Διαχείριση Αποβλήτων

Η ορθή διαχείριση των αποβλήτων είναι απαραίτητη για την προστασία του περιβάλλοντος και την προώθηση της βιωσιμότητας.

Οι αγροτικές κοινότητες μπορούν να επωφεληθούν από τα προγράμματα μείωσης των αποβλήτων και ανακύκλωσης, καθώς και από την ανάπτυξη εγκαταστάσεων μετατροπής των αποβλήτων σε ενέργεια.

Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας

Ένας από τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους για το πρασίνισμα της αγροτικής οικονομίας είναι η ενθάρρυνση της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως η ηλιακή, η αιολική και η υδροηλεκτρική ενέργεια. Οι αγροτικές περιοχές διαθέτουν συχνά άφθονους φυσικούς πόρους που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή καθαρής ενέργειας. Οι κυβερνήσεις μπορούν να παρέχουν κίνητρα και επιδοτήσεις στους αγρότες και τις αγροτικές κοινότητες για την εγκατάσταση συστημάτων ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

ΓΙΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΠΙΣΚΕΦΘΕΙΤΕ ΤΟΝ ΙΣΤΟΤΟΠΟ:

[HTTP://TRAININGFORFOOD.EU/WE-GREEN-PROJECT/](http://trainingforfood.eu/we-green-project/)



Κύρια εργαλεία για την προώθηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας (ψηφιακά εργαλεία, κοινωνικά δίκτυα, πλατφόρμες)

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να επικοινωνούν αποτελεσματικά τον αντίκτυπο και την επωνυμία τους για να προσελκύσουν πελάτες και επενδυτές.

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία φήμης γύρω από μια κοινωνική επιχείρηση και για τη συνεργασία με δυνητικούς πελάτες, συνεργάτες και επενδυτές. Συνιστάται η χρήση διαφορετικών καναλιών, ανάλογα με τους στόχους, το κοινό και τον προϋπολογισμό σας.

Πλατφόρμες χρηματοδότησης από το πλήθος

Οι πλατφόρμες χρηματοδότησης από το πλήθος είναι ιστότοποι που επιτρέπουν την αλληλεπίδραση μεταξύ των φορέων συγκέντρωσης χρημάτων και του πλήθους. Είναι ένας καινοτόμος τρόπος εξεύρεσης χρηματοδότησης για νέα έργα, επιχειρήσεις ή ιδέες. Οι εν λόγω πλατφόρμες δίνουν τη δυνατότητα στους κοινωνικούς επιχειρηματίες να συγκεντρώσουν χρήματα και να ευαισθητοποιηθούν για τα εγχειρήματά τους, παρουσιάζοντας τις ιδέες τους και δίνοντας ανταμοιβές στους υποστηρικτές τους.

Θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων παρέχουν ένα πλήρες φάσμα υπηρεσιών που ξεκινά από τη διοικητική κατάρτιση και το χώρο γραφείων και καταλήγει στη χρηματοδότηση επιχειρηματικών κεφαλαίων. Παρέχουν στους κοινωνικούς επιχειρηματίες καθοδήγηση, χρηματοδότηση και πόρους για να τους βοηθήσουν να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους.

Ιστοσελίδες και ιστολόγια

Η δημιουργία ενός ιστότοπου για την παροχή πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική σας επιχείρηση είναι ένας καλός τρόπος να μοιραστείτε ιστορίες επιτυχίας και να προωθήσετε τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας. Ένα ιστολόγιο μπορεί να εκπαιδεύσει περαιτέρω το κοινό σας σχετικά με την κοινωνική επιχειρηματικότητα και να παρουσιάσει τον αντίκτυπό σας.

Διαδικτυακές αγορές

Επιτρέπουν στους κοινωνικούς επιχειρηματίες να πωλούν τα προϊόντα τους σε ευρύτερο κοινό, να προσεγγίζουν νέους πελάτες και να χτίζουν το εμπορικό τους σήμα.

Πλατφόρμες ηλεκτρονικής μάθησης

Τα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης παρέχουν στους κοινωνικούς επιχειρηματίες τις δεξιότητες και τις γνώσεις που απαιτούνται για την ανάπτυξη και τη διαχείριση επιτυχημένων κοινωνικών επιχειρήσεων. Τα προγράμματα αυτά καλύπτουν διάφορες πτυχές της επιχειρηματικότητας, όπως μάρκετινγκ, οικονομική διαχείριση και τη μέτρηση του αντίκτυπου.

Χώροι συνεργασίας

Οι χώροι συνεργασίας δεν έχουν να κάνουν μόνο με την παροχή ενός φυσικού χώρου, αλλά και με τη δημιουργία μιας κοινότητας. Οι χώροι συνεργασίας παρέχουν στους κοινωνικούς επιχειρηματίες ένα υποστηρικτικό περιβάλλον όπου μπορούν να εργαστούν, να συνεργαστούν και να δικτυωθούν με άλλους επιχειρηματίες και ομοϊδεάτες τους.

Διαδικτυακές κοινότητες

Οι διαδικτυακές κοινότητες όπως το Reddit και το Slack επιτρέπουν στους κοινωνικούς επιχειρηματίες να συνδεθούν με άλλους που μοιράζονται τα ίδια ενδιαφέροντα, ανταλλάσσοντας ιδέες, πόρους και υποστήριξη.

Μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

Οι καμπάνιες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την άμεση προσέγγιση του κοινού-στόχου και την ενημέρωσή του σχετικά με τις τελευταίες πρωτοβουλίες, τις εκδηλώσεις ή τις εκστρατείες συγκέντρωσης χρημάτων.

ΓΙΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΠΙΣΚΕΦΘΕΙΤΕ
ΤΟΝ ΙΣΤΟΤΟΠΟ
[HTTP://TRAININGFORFOOD.EU/WE-GREEN-PROJECT/](http://TRAININGFORFOOD.EU/WE-GREEN-PROJECT/)



WE GREEN
Rural Women's Empowerment through
GREen Social ENtrepreneurship

Μάρκετινγκ και διαφήμιση: Πώς να πουλήσετε την ιστορία του προϊόντος; Πώς να πουλήσετε την αξία των κοινωνικών επιχειρήσεων

Είναι ψυχολογικά αποδεδειγμένο ότι οι πελάτες λαμβάνουν αγοραστικές αποφάσεις με βάση κυρίως τα συναισθήματα- η λογική σκέψη έρχεται σε δεύτερη μοίρα.

Πώληση της ιστορίας του προϊόντος:

Γνωρίστε το κοινό σας

Η κατανόηση των αναγκών, των επιθυμιών και των κινήτρων του κοινού σας θα σας βοηθήσει να προσαρμόσετε την ιστορία σας ώστε να έχει απήχηση σε αυτό.

Επισημάνετε το πρόβλημα

ΙΠροσδιορίστε το πρόβλημα που λύνει το προϊόν σας και εξηγήστε γιατί είναι σημαντικό για το κοινό σας.

Παρουσιάστε τη λύση

Δείξτε πώς το προϊόν σας αντιμετωπίζει συγκεκριμένα το πρόβλημα και πώς μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο στη ζωή των ανθρώπων.

Δημιουργήστε μια συναισθηματική σύνδεση

Μοιραστείτε προσωπικές εμπειρίες ή ιστορίες που θα δημιουργήσουν μια συναισθηματική σύνδεση μεταξύ του κοινού σας και του προϊόντος σας.

Εξηγήστε τα οφέλη

Επισημάνετε τα πλεονεκτήματα του προϊόντος σας και εξηγήστε πώς αυτό ξεχωρίζει από τα παρόμοια προϊόντα της αγοράς .

Πώληση της αξίας των κοινωνικών επιχειρήσεων

Εξηγήστε την κοινωνική αποστολή

Διατυπώστε με σαφήνεια το κοινωνικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση και τον αντίκτυπο που επιδιώκει να έχει.

Επισημάνετε τον κοινωνικό αντίκτυπο

Παρουσιάστε τον μετρήσιμο κοινωνικό αντίκτυπο που έχει ήδη επιφέρει η επιχείρηση, καθώς και το δυναμικό της για μελλοντικό αντίκτυπο.

Επισημάνετε το οικονομικό όφελος

Δώστε έμφαση στους τρόπους με τους οποίους η υποστήριξη μιας κοινωνικής επιχείρησης ωφελεί την οικονομία, όπως η δημιουργία θέσεων εργασίας ή η δημιουργία εσόδων.

Μοιραστείτε ιστορίες επιτυχίας

Μοιραστείτε ιστορίες όσων επωφελήθηκαν από το προϊόν ή την υπηρεσία της κοινωνικής επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων προσωπικών μαρτυριών ή μελετών περίπτωσης.

Συνεργασία με ομοϊδεάτες οργανώσεις

Συνεργαστείτε με άλλους οργανισμούς που μοιράζονται παρόμοια κοινωνική αποστολή για να ενισχύσετε το μήνυμα της αξίας της κοινωνικής επιχείρησης.

ΓΙΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΠΙΣΚΕΦΘΕΙΤΕ
ΤΟΝ ΙΣΤΟΤΟΠΟ:

[HTTP://TRAININGFORFOOD.EU/WE-GREEN-PROJECT/](http://TRAININGFORFOOD.EU/WE-GREEN-PROJECT/)

Η Σημασία της Αφήγησης για τους Κοινωνικούς Επιχειρηματίες

Η αφήγηση ιστοριών είναι ένα ισχυρό εργαλείο για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες ώστε να συνδεθούν με το κοινό τους, να μεταδώσουν το μήνυμά τους και να εμπνεύσουν δράση.

Τα κύρια βήματα της αφήγησης ως μεθόδου:

Καθορίστε το κοινό σας

Πριν ξεκινήσετε τη δημιουργία της ιστορίας σας, είναι σημαντικό να προσδιορίσετε το κοινό-στόχο σας. Γνωρίζοντας σε ποιον απευθύνεστε, μπορείτε να προσαρμόσετε την ιστορία σας στα ενδιαφέροντα και τις αξίες τους και να διασφαλίσετε ότι το μήνυμά σας θα έχει απήχηση σε αυτούς.

Ανάπτυξη σαφούς και συνοπτικού μηνύματος

Επιλέξτε μια σχετική και συναρπαστική ιστορία. Η ιστορία σας θα πρέπει να είναι σχετική με το κοινό σας και το μήνυμα που προσπαθείτε να μεταφέρετε. Επιλέξτε μια ιστορία που είναι αυθεντική, αξιομνημόνευτη και συναισθηματικά ηχηρή. Θα πρέπει να είναι αρκετά συναρπαστική ώστε να κρατήσει την προσοχή του κοινού σας από την αρχή έως το τέλος. Η ιστορία σας θα πρέπει να έχει ένα σαφές και συνοπτικό μήνυμα που να είναι εύκολο για το κοινό σας να κατανοήσει και να θυμηθεί. Θα πρέπει να επικοινωνεί τις αξίες και την αποστολή σας και να εμπνέει το κοινό σας να αναλάβει δράση.

Χρησιμοποιήστε ζωντανή γλώσσα και αισθητηριακές λεπτομέρειες

Χρησιμοποιήστε περιγραφική γλώσσα και αισθητηριακές λεπτομέρειες για να ζωντανέψετε την ιστορία σας. Αυτό μπορεί να βοηθήσει το ακροατήριό σας να οπτικοποιήσει την ιστορία και να δημιουργήσει μια συναισθηματική σύνδεση με το μήνυμά σας.

Επιλέξτε μια σχετική και συναρπαστική ιστορία

Η ιστορία σας θα πρέπει να είναι σχετική με το κοινό σας και το μήνυμα που προσπαθείτε να μεταφέρετε. Επιλέξτε μια ιστορία που είναι αυθεντική, αξιομνημόνευτη και συναισθηματικά ηχηρή. Θα πρέπει να είναι αρκετά συναρπαστική ώστε να κρατήσει την προσοχή του κοινού σας από την αρχή έως το τέλος.

Χρησιμοποιήστε μια ισχυρή δομή

Η ιστορία σας θα πρέπει να έχει σαφή αρχή, μέση και τέλος. Η αρχή θα πρέπει να συγκινήσει το ακροατήριό σας και να προετοιμάσει το σκηνικό της ιστορίας. Η μέση θα πρέπει να δημιουργήσει ένταση και σύγκρουση και το τέλος θα πρέπει να δώσει λύση και μια σαφή πρόσκληση για δράση.

Εξασκηθείτε και βελτιώστε την παράδοσή σας

Εξασκηθείτε στο να λέτε την ιστορία σας μέχρι να μπορείτε να την εκφωνήσετε με αυτοπεποίθηση και ομαλότητα. Δώστε προσοχή στον τόνο της φωνής σας, τις εκφράσεις του προσώπου και τη γλώσσα του σώματος και κάντε προσαρμογές ανάλογα με τις ανάγκες. Να είστε ανοιχτοί σε ανατροφοδότηση και να βελτιώνετε την εκφορά σας με την πάροδο του χρόνου.

Τεχνικές ομότιμης μάθησης

Οι τεχνικές ομότιμης μάθησης είναι μια στρατηγική αμοιβαίας μάθησης και κατάρτισης σε περιβάλλον συνεργατικής μάθησης και ανάπτυξης δεξιοτήτων μεταξύ των συμμετεχόντων και ανταλλαγής ιδεών γνώσης που εργάζονται στο ίδιο έργο.

Συνεργασία και κοινωνικές δεξιότητες

Αυτή η τεχνική απαιτεί και ενθαρρύνει τη συνεργασία και τις κοινωνικές δεξιότητες των συμμετεχόντων.

Ανταλλαγή ιδεών

Η συνεργασία μεταξύ ομότιμων μπορεί να γίνει με τη μορφή συζητήσεων και ομάδων συζήτησης, καθώς και με τη δημιουργία ενός ψηφιακού χώρου για την ανταλλαγή ιδεών.

Πλεονεκτήματα ομότιμης μάθησης

Μεταξύ των πλεονεκτημάτων της ομότιμης μάθησης μπορεί να είναι: καλύτερη συνδεσιμότητα με τη συνεργασία και την ομαδική εργασία, μεγαλύτερη εμπλοκή των συμμετεχόντων, κουλτούρα ανταλλαγής γνώσεων και αναβάθμισης των δεξιοτήτων, ολοκληρωμένες και νέες προοπτικές για τους εργαζόμενους και πιο αποδοτική από πλευράς κόστους

Η σημασία του διαμεσολαβητή

Ένας διαμεσολαβητής μάθησης από ομοτίμους με ισχυρές δεξιότητες επικοινωνίας και διαχείρισης έργου μπορεί να είναι σημαντικός για την επιτυχή διεξαγωγή της διαδικασίας μάθησης από ομοτίμους και της συζήτησης με τους συμμετέχοντες ομαλά και ουδέτερα δια ζώσης ή με τη χρήση ψηφιακών πλατφορμών.

Ψηφιακές πλατφόρμες

Η χρήση ψηφιακών πλατφορμών μπορεί να είναι σημαντική. Η μάθηση από ομοτίμους μπορεί να υλοποιηθεί μέσω λογισμικού κατάρτισης των εργαζομένων.

Κουλτούρα ανταλλαγής γνώσεων

Η μάθηση από ομοτίμους προωθεί την κουλτούρα ανταλλαγής γνώσεων και την αναβάθμιση των δεξιοτήτων των συμμετεχόντων μέσω ενός συνεργατικού περιβάλλοντος και της ανταλλαγής εμπειριών.

Νέες προοπτικές και απόψεις

Η συνεργασία στην ομότιμη μάθηση εκθέτει τους συμμετέχοντες σε νέες προοπτικές και απόψεις, υποστηρίζοντας την ποικιλομορφία και καλλιεργώντας ουσιαστικές συνδέσεις με τους άλλους.

Οικονομικά αποδοτική

Η μάθηση από ομοτίμους μπορεί να είναι οικονομικά αποδοτική και απαιτεί λιγότερα κεφάλαια από την πρόσληψη εκπαιδευτών για αποκλειστικά εργαστήρια και εκπαιδευτικές συνεδρίες.



Ενδυνάμωση των Γυναικών για την Προώθηση της Επιχειρηματικής Καινοτομίας στις Αγροτικές Κοινότητες

Στις αγροτικές περιοχές, όπου οι ευκαιρίες για οικονομική πρόοδο μπορεί να είναι περιορισμένες, οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν τη δυνατότητα να επιφέρουν μετασχηματιστικές αλλαγές.

Καινοτομία και δημιουργικότητα

Η καινοτομία και η δημιουργικότητα μπορούν να αποτελέσουν κρίσιμους μοχλούς και παράγοντες για την ανάπτυξη της σύγχρονης οικονομίας και των αγροτικών περιοχών.

Γυναίκες και μετασχηματισμός των αγροτικών περιοχών

Οι γυναίκες μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στο μετασχηματισμό των αγροτικών περιοχών, αλλά οι γυναίκες μπορεί να χρειάζονται υποστήριξη για την καινοτομία και τη δημιουργικότητα υπό την ηγεσία των γυναικών στην ανάπτυξη αγροτικών σχεδίων.

Ενδυνάμωση

Η ενδυνάμωση των γυναικών της υπαίθρου μπορεί να συνδεθεί με την επιχειρηματική ή κοινωνική επιχειρηματικότητα, καθώς και με οποιεσδήποτε άλλες αρχές, ευκαιρίες και προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι αγροτικές περιοχές.

Για την ενδυνάμωση του ρόλου των γυναικών στην ενίσχυση της κοινωνικής ανθεκτικότητας και στην αγροτική επιχειρηματικότητα και ζωή στην ύπαιθρο, απαιτούνται διαφορετικές προσαρμοσμένες προσεγγίσεις μέσω της έρευνας, της κατάρτισης και των προσαρμογών της πολιτικής στην εποχή της πράσινης μετάβασης και της ψηφιοποίησης με στόχο τη βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς αγροτική ανάπτυξη.

Εκπαιδεύσεις

Οι εκπαιδεύσεις αποσκοπούν στην ενδυνάμωση των αγροτικών γυναικών παρέχοντας πλαίσια και πρακτικά εργαλεία που μπορούν να στηρίξουν και να αυξήσουν την ικανότητα των γυναικών της υπαίθρου να αυξήσουν τον αριθμό των καινοτομιών που καθοδηγούνται από γυναίκες στις αγροτικές περιοχές.

Κατανόηση των κοινοτήτων

Οι γυναίκες στις αγροτικές περιοχές έχουν συχνά βαθιά γνώση των κοινοτήτων τους και των διαθέσιμων πόρων. Μπορούν να εντοπίσουν ανεκμετάλλευτες δυνατότητες και ευκαιρίες για καινοτομία στη γεωργία, τις παραδοσιακές τέχνες, τον οικολογικό τουρισμό και άλλους τομείς.

ΓΙΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΠΙΣΚΕΦΘΕΙΤΕ ΤΟΝ ΙΣΤΟΤΟΠΟ:
[HTTP://TRAININGFORFOOD.EU/WE-GREEN-PROJECT/](http://trainingforfood.eu/we-green-project/)

Σχεδιαστική Σκέψη

Η σχεδιαστική σκέψη είναι μια προσέγγιση επίλυσης προβλημάτων που δίνει έμφαση στον ανθρωποκεντρικό σχεδιασμό και τη δημιουργικότητα. Είναι ένα πλαίσιο που βοηθά ομάδες και άτομα να αντιμετωπίσουν πολύπλοκα προβλήματα και να δημιουργήσουν καινοτόμες λύσεις.

Τα κύρια βήματα της σχεδιαστικής σκέψης είναι τα εξής:

Ενσυναίσθηση

Το πρώτο βήμα στη διαδικασία σχεδιαστικής σκέψης είναι η κατανόηση των αναγκών των χρηστών και η ενσυναίσθηση με αυτούς. Η εμπάτιση στο περιβάλλον των χρηστών και η λήψη συνεντεύξεων από αυτούς είναι απαραίτητη για τους επιχειρηματίες που θέλουν να κατανοήσουν.

Ιδεοληψία

Σε αυτή τη φάση θα κατανοήσετε όσα μάθατε, θα εντοπίσετε ευκαιρίες για σχεδιασμό και θα δημιουργήσετε πρωτότυπα πιθανών λύσεων. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε εργαλεία όπως το StormBoard ή το Google Jamboard για να καταγράψετε τις ιδέες που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της διαδικασίας

Δοκιμή

Το τελικό στάδιο της διαδικασίας είναι η δοκιμή του πρωτοτύπου που αναπτύχθηκε. Η δοκιμή είναι μια μέθοδος με την οποία μπορείτε να δείτε τις δυνατότητες του προϊόντος, τους περιορισμούς του, τι πρέπει να αλλάξει ή να βελτιωθεί.

Ορισμός του προβλήματος

Μπορείτε να ορίσετε το πρόβλημα μόνο αφού κατανοήσετε τις ανάγκες των χρηστών. Μπορεί να εντοπίσετε πολλά προβλήματα σε αυτό το στάδιο, αλλά πρέπει να επιλέξετε μόνο ένα που να είναι ανθρωποκεντρικό. Ο ορισμός ενός συγκεκριμένου προβλήματος βοηθά την ομάδα να καταλήξει σε μια ουσιαστική λύση στο επόμενο βήμα.

Σε αυτό το σημείο της

διαδικασίας, εσείς και η ομάδα σας θα πρέπει να είστε σε θέση να επισημάνετε τους πόρους που πρέπει να χρησιμοποιήσετε για να καταστήσετε αποτελεσματικά διαθέσιμο στην αγορά αυτό το προϊόν ή την υπηρεσία. Αυτή είναι η φάση κατά την οποία θα δώσετε ζωή στη λύση σας.

Οι ομάδες είναι σε θέση να σκέφτονται δημιουργικά, να αμφισβητούν τα τεκμήρια και να λαμβάνουν υπόψη τους πολλές απόψεις, λόγω της ενθάρρυνσης της συλλογικής και διεπιστημονικής προσέγγισης από τη σχεδιαστική σκέψη. Δίνει προτεραιότητα στις απαιτήσεις των χρηστών και επιδιώκει την ανάπτυξη σημαντικών, πρωτότυπων λύσεων που έχουν αντίκτυπο.