

PAKETA E VEGLAVE DesYign



Autorë: Arielle Tye, ProMo-Cymru në bashkëpunim me konsorciumin DesYIgn
Dizajner grafik: Auguste Poskaite, ProMo-Cymru

Ky botim është fryt i projektit “DesYIgn”, financuar nga Programi Erasmus+ i Bashkimit Evropian.



European Youth Information
and Counselling Agency

European Youth Information and Counselling Agency (Luksemburg)



Youth Work Ireland

Youth Work Ireland (Irlandë)



Koordinaatti (Finlandë)



Agence Nationale pour l'information des Jeunes (Luksemburg)



Dirección General de Juventud. Comunidad de Madrid (Spanjë)



ProMo-Cymru (Uells, MB)



Aġenzija Żgħażaġh (Maltë)



Institut Valencià de la Joventut (Spanjë)



Åbo Akademi University (Finlandë)

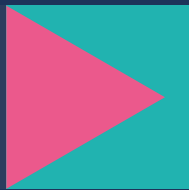


Erasmus+

Ky botim u realizua me mbështetjen e programit Erasmus+ të Bashkimit Evropian. Mbështetja e Komisionit Evropian për arritjen e këtij botimi, nuk përbën edhe miratim të përmbytjes, e cila pasqyron vetëm pikëpamjet e autorëve, dhe Komisioni nuk mund të mbahet përgjegjës për çfarëdo përdorimi që mund t'i bëhet informacionit të përfshirë në të.

PASQYRA E LËNDËS

Hyrje	4
Procesi i “The DesYign”	6
Faza e zbulimit	7
■ Përshkrimi i fazës dhe lista e mjeteve	
■ Këshilla për dizenjimin	
■ Rasti studimor: Faza 1	
Faza e dizenjimit	12
■ Përshkrimi i fazës dhe lista e mjeteve	
■ Këshilla për dizenjimin	
■ Rasti studimor: Faza 2	
Faza e zhvillimit	16
■ Përshkrimi i fazës dhe lista e mjeteve	
■ Këshilla për dizenjimin	
■ Rasti studimor: Faza 3	
Faza e të BËRIT	21
■ Përshkrimi i fazës dhe lista e mjeteve	
■ Këshilla për dizenjimin	
■ Rasti studimor: Faza 4	
Seksioni i burimeve	23
Referenca dhe burime të mëtejshme	36



PREZANTIM

Çfarë është paketa e veglave të DesYIgn?

Kjo paketë veglash ofron informacion dhe burime praktike për të mbështetur punonjësit e të rinjve dhe punonjësit e informacionit për të rinjtë, me qëllim për të krijuar shërbime me të rinjtë. Është një hyrje në Dizenjimin e Shërbimeve.

Paketa është ndërtuar për të shoqëruar Kursin Online DesYIgn dhe është rezultat i një partneriteti të praktikuesve të rinj nga e gjithë Evropa. Të gjitha materialet në këtë

paketë mjetesh janë testuar në mjediset e punës për të rinjtë.

Këto burime do t'i njohin punonjësit e të rinjve me këtë metodologji me synimin për t'i mbështetur ata që të evoluojnë dhe përmirësojnë vazhdimisht shërbimet e informacionit për të rinjtë në përputhje me mënyrën gjithnjë në ndryshim të kërkimit të informacionit nga të rinjtë.

Çfarë është Metodologjia e Projektimit të Shërbimit?

Metodologjia e Dizenjimit të Shërbimit ose e Mendimit të Dizenjimit, është një qasje e praktikës më të mirë për dizenjimin e shërbimeve dixhitale.

Ajo përdoret gjerësisht në të gjithë botën nga kompanitë e teknologjisë dhe po miratohet nga gjithnjë e më shumë qeveri dhe OJQ, si një proces për dizenjimin e shërbimeve dhe produkteve që plotësojnë më mirë nevojat e qytetarëve.

“Është një proces që fillon me njerëzit për të cilët po dizenjoni,

dhe përfundon me zgjidhje të reja që janë të përshtatura për t'iu përgjigjur nevojave të tyre”. (IDEO.org, konsultuar 2019)

Parimi qendror ka të bëjë me mbajtjen e nevojave të njerëzve në thelbin e tij. Kjo përshtatet veçanërisht mirë me punën për të rinjtë, e cila është një angazhim i vazhdueshëm për t'iu përgjigjur nevojave të të rinjve.

Metodologjia funksionon për dizenjimin e zgjidhjeve dixhitale dhe jo dixhitale.

Pse funksionon Dizenjimi i Shërbimit në informacionin për të rinjtë?

Procesi i Dizenjimit të Shërbimit është një mjet i fuqishëm që mund të përdoret për të mbështetur punonjësit e të rinjve si për të krijuar shërbime ose produkte të reja, ashtu edhe për të rimenduar dhe forcuar shërbimet ekzistuese.

Zhvillimet e vazhdueshme në teknologjinë e re dhe ndryshimet në mënyrën se si të rinjtë angazhohen dhe ndërveprojnë me botën përreth tyre, do të thotë se shërbimet janë në rrezik të vazhdueshëm për t'u vjetruar, për t'u bërë pa lidhje, të paarrtshme ose jo më të dobishme. Përveç kësaj, zgjidhjet teknologjike shpesh zhvillohen ose miratohen në një mënyrë joefektive, që do të thotë se burime të vlefshme shpenzohen për të zhvilluar gjëra që nuk janë të përshtatshme për qëllimin.

Miratimi i kësaj qasjeje do t'ju ndihmojë të ndërtoni mbi sukseset e mëparshme dhe të siguronit që shërbimet të mbeten të qëndrueshme në të ardhmen, duke përfshirë në mënyrë aktive të rinjtë dhe palët e interesuara në të gjitha fazat e zhvillimit të shërbimit dhe duke shtuar shprehitë tuaja profesionale.

Kjo qasje ka një nivel të lartë fuqizimi për të rinjtë pasi gjatë procesit ata fitojnë aftësi dhe njohuri të reja dhe gjithashtu marrin pjesë në vendimmarrje.

Kjo do të ndihmojë për të siguruar që puna juaj e informacionit për të rinjtë, t'i përmbushë parimet e Kartës Evropiane të Informacionit për Rininë, veçanërisht pikat 4.1 dhe 9.1

4.1 Shërbimet e informacionit për të rinjtë bazohen në nevojat e të rinjve sipas pikës 9.1 Shërbimet e informacionit për të rinjtë janë inovative në zgjedhjen e strategjive, metodave dhe mjeteve për të kontaktuar të rinjtë.

Si ta përdor këtë pako veglash?

Kjo paketë veglash është krijuar për t'u përdorur së bashku me Kursin e Trajnimit Online DesYIgn dhe Raportin e Grupit të Fokusit DesYIgn.

Nëse nuk jeni edhe aq i familjarizuar me Dizenjimin e Shërbimeve, rekomandohet që të përfundoni kursin, për të siguruar një kuptim më të thellë të aktiviteteve, teorisë dhe koncepteve.

Megjithatë, nëse tashmë po përdorni Dizenjimin e Shërbimit në punën tuaj, kjo Pako Veglash do të jetë në gjendje t'ju ofrojë burime të provuara dhe të testuara.

Një përkufizim In- formimi dhe Këshillimi për Rininë

Shërbimet e informacionit dhe këshillimit për të rinjtë përfshijnë një shumëllojshmëri të gjerë metodash dhe teknikash të ndryshme, dhe mund të ofrohen në një sërë shërbimesh të ndryshme nga vendi në vend. E rëndësishme është që personi që jep informacionin të jetë i pajisur me aftësi dhe kompetenca specifike, dhe të respektojë një kod praktikash për të ofruar informacion cilësor. Karta Evropiane e Informacionit për Rininë, mund të përdoret si një kod i tillë dhe shërben si parimet dhe udhëzimet profesionale referuese për punën e informimit dhe këshillimit për të rinjtë në të gjithë Evropën.

PROCESI I The DesYIgn



1 ZBULO

Ashtu siç e sugjeron emri, gjatë kësaj faze do të bëheni "detektiv". Ju do të kryeni një hulumtim me qëllim që të kuptoni plotësisht nevojat, sjelljet dhe përvojat e të rinjve për të cilët po dizenjoni. Do të zhyteni në jetën e të rinjve. Flisni me ta, vëzhgoni, dëgjoni, mësoni dhe kombinoni këtë me një studim nga zyra.

2 PËRKUFIZO

Gjatë kësaj faze, do të kaloni kohë duke analizuar dhe shikuar nga afër informacionin, të dhënat dhe provat që keni mbledhur në mënyrë që të vendosni se tek çfarë është më e rëndësishme të përqendroheni.

3 ZHVILLO

Tani është koha për të zhvilluar dhe testuar zgjidhje të mundshme! Gjatë kësaj faze ju do të krijoni prototipe (ose mini-pilotë), do të zhvilloni rezultate dhe tregues dhe do t'i testoni ato me të rinjtë. Do të mblidhni të dhëna dhe do të mësoni se çfarë funksionon dhe çfarë jo.

4 ZBATIMI

Gjatë kësaj faze ju do të nisni ofrimin e shërbimit, platformën ose produktin tuaj të ri ose të përmirësuar. Por nuk mbetet me kaq. Ju do të përmirësoni dhe përshtatni vazhdimisht produktin dhe shërbimin tuaj, bazuar në reagimet dhe efektivitetin, për të siguruar që ai të vazhdojë të përmbushë nevojat e të rinjve.



ZBULO

Fazat e zbulimit dhe përcaktimit janë fazat më të rëndësishme të procesit të projektimit dhe do të zënë një pjesë të madhe të kohës. Gjatë fazës së zbulimit ju synoni të kuptoni thellësisht problemin, të shihni botën përmes syve të të rinjve dhe të arrini në rrugën e sfidave dhe barrierave reale me të cilat ata përballen.

Mendojeni si një farë hulumtimi. Fokusi është në të mësuarit sa më gjerë të jetë e mundur për nevojat, sjelljet, përvojat dhe sfidat e të rinjve përpara se të dalin me zgjidhje. Kjo përfshin të mësuarit nga ajo që tashmë ekziston dhe të mësuarit rreth kontekstit më të gjerë.

Ju do të përdorni një kombinim metodash të tilla si intervistat personale, grupet e fokusit dhe përfshirjen e të rinjve si partnerë për të krijuar personalitete rinore me synimin për të zhvilluar një kuptim gjithëpërfshirës të nevojave të tyre.

Qëllimi është të punohet me një grup të larmishëm të rinjsh për t'u siguruar që do ta kuptosh sfidën nga këndvështrime të ndryshme.

MJETE DHE METODA

PËR T'U PËRDORUR NË KËTË HAP

- HULUMTIM NGA ZYRA
- INTERVISTA DHE FOKUS GRUPE ME TË RINJ (dhe palët e tjera të interesuara)
- PERSONALITETE RINORE
- SKENARË ME SKICIM
- HARTËSIMI I UDHËTIMIT NGA PËRDORUESI
- PYETËSORË

HULUMTIM

PËR T'U PËRDORUR NË KËTË HAP

RAPORTI I DESYIGN I INTERVISTËS SË GRUPIT TË FOKUSIT

NJË STUDIM MBI NEVOJAT E TË RINJVE PËR KËRKIMIN E INFORMACIONIT SI DHE PËR SJELLJET E TYRE

KËSHILLA PËR FAZËN E ZBULIMIT:

1 SHTRONI PYETJET E DUHURA

INTERVISTAT DHE GRUPET E FOKUSIT NUK KANË TË BËJNË ME GJETJEN E MENDIMEVE INDIVIDUALE, AS ME KËRKESËN NDAJ TË RINJVE QË TË GJEJNË ZGJIDHJE, POR KANË TË BËJNË ME TË KUPTUARIT E SFIDËS NGA KËNDVËSHTRIMI I TYRE.

Për shembull, nëse po përpiqeni të mësoni më shumë rreth sfidave me të cilat përballet një i ri në një situatë të caktuar, mund të pyesni:

- Si është një ditë e zakonshme për ty?
- Cila është gjëja më e rëndësishme që duhet të bësh gjatë një dite?
- Çfarë ke në jetën tënde që po të sfidon më shumë tani?

Në vend që të kërkonte zgjidhje drejtpërdrejt, ju mund të kuptoni çdo ide që ka i riu duke bërë pyetje rreth asaj që ka funksionuar dhe jo në të kaluarën, për shembull:

- Çfarë ndihme keni marrë në të kaluarën në lidhje me mbështetjen tuaj me shëndetin tuaj mendor, që qe e mirë?
- Çfarë e bëri të mirë atë ndihmë?
- Si e morët vesh për këtë ndihmë?
- Si e keni aksesuar atë?
- A ju kujtohet ndonjë situatë ku nuk qetë në gjendje të gjeni ndihmën që ju nevojitej?
- Në rastet keni pasur një përvojë të papëlqyeshme me një shërbim, çfarë nuk shkante mirë me të?

2

PËRDORNI METODAT QË JU NDIHMOJNË TË VËZHGONI SE SI SILLEN TË RINJTË

NGA E THËNA NË TË BËRË, SHKON NË MES NJË LUMË I TËRË.

Me këtë në mendje, është e rëndësishme që të zgjidhni metoda që ju ndihmojnë të vëzhgoni dhe kuptoni se si sillen të rinjtë në jetën reale. Tabelat e tregimeve me skica, mund të jenë një mjet i dobishëm për të vëzhguar hapat që do të ndërmarrin të rinjtë në një skenar të caktuar.

Për shembull, ju mund t'u kërkonte të rinjve të përshkruajnë hapat që ndërmarrin kur merakosen për diçka që nuk është siç duhet të jetë.

"Jeni të shqetësuar se mos keni një sëmundje seksualisht të transmetueshme. Çfarë do të bëni më pas?"

3

PËRDOR RAPORTIN E GRUPIT TË FOKUSIT TË DESYIGN (Një studim mbi nevojat dhe sjelljet e të rinjve që kërkojnë informacion)

RAPORTI I GRUPIT TË FOKUSIT ËSHTË NJË PJESË KYÇE KËRKIMORE E DISPONUESHME, PËR T'U PËRDORUR SI PJESË E FAZËS SË ZBULIMIT. RAPORTI ËSHTË HARTUAR NGA UNIVERSITETI "ABO AKADEMI" SPECIFIKISHT PËR PËRDORIM KRAHAS KËSAJ PAKETE MJETESH.

Në vitin 2019 u kryen tetë intervista me fokus grupe në katër vende të ndryshme, të cilat ishin: MB (Uells), Spanjë (Valencia dhe Madrid), Maltë dhe Luksemburg. Gjithsej 37 të rinj (mosha ndërmjet 15 dhe 29 vjeç dhe me një moshë mesatare 19 vjeç), morën pjesë në diskutimin e thelluar, ku shtjelluan praktikën e tyre të përditshme të kërkimit të informacionit, nivelin e ndërëgjegjësimit të tyre për shërbimet, sfidat e tyre në aksesin e

shërbimeve dhe mënyrën se si do të preferonin të përdornin shërbimet e informacionit. Ky është një burim integral dhe i thellë për t'iu referuar si pjesë e fazës së Zbulimit.

Shkoni te seksioni i burimeve për një lidhje me raportin dhe udhëzime të mëtejshme se si të përdorni grupet e fokusit, intervistat dhe tabelat e historive gjatë fazës së zbulimit.

PROJEKTIMI I SHËRBIMIT NË VEPRIM:

ZHVILLIMI I NJË MJETI TË SHËNDETIT SEKSUAL PËR TË RINJTË

Për të demonstruar se si funksionon dizajni i shërbimit në veprim, ne kemi krijuar këtë rast studimor duke parë katër fazat e projektimit të shërbimit, të kryera në një projekt të jetës reale. ProMo-Cymru punoi në partneritet me Public Health Wales për të zhvilluar një mjet të ri dixhital të shëndetit seksual për të rinjtë.

Rast Studimor:

FAZA 1

Shumë të rinj e kanë të vështirë të flasin për shëndetin seksual. Shëndeti Publik Wales dhe ProMo-Cymru dëshironin që informacioni rreth shëndetit seksual në internet të ishte më i qasshëm dhe i përshtatshëm për të rinjtë. Këto organizata punuan së bashku për të përballuar këtë sfidë të projektimit.

Faza e parë e sfidës kishte për qëllim të përfshijë një kuptim gjithëpërfshirës i informacionit që qe aktualisht në dispozicion, sa lehtësisht mund ta gjenin këtë informacion të rinjtë dhe sa i dobishëm dhe i qasshëm qe. Ky moment përbëhej nga tre faza - biseda me të rinjtë, biseda me profesionistë dhe hulumtime nga zyra.

BISEDË ME TË RINJTË:

U krijuan fokus grupe që përfshinin një gamë të larmishme të rinjsh. Këto përfshinin të rinj me shikim të dëmtuar dhe të shurdhër.

Ndër pyetjet e shtruar qenë edhe:

- Kur keni nevojë për informacion në lidhje me shëndetin tuaj seksual, ku shkoni dhe çfarë bëni?
- A është e lehtë apo sfiduese të gesh informacionin që të nevojitet? Shpjegoni përse.
- Çfarë informacioni keni gjetur që ka qenë më shumë/pak i dobishëm?

Pasi kishte hulumtuar tërësisht nevojat për informacion të të rinjve, ekipi i projektimit me zor priste të vëzhgonte se si do të sillleshin të rinjtë në një skenar të caktuar. Atyre iu dha një histori e paraqitur me skica dhe iu prezantua skenari i mëposhtëm:

“Ti (ose një shok i yti) ke bërë seks të pambrojtur të shtunën në mbrëmje. Kur shkon në shkollë javën tjetër, dëgjon një thashethem se personi me të cilin ke fjetur, ka sëmundjen klamidia. Çfarë do të bësh tani?”

Pjesëtarët e grupit të fokusit diskutuan mes tyre dhe përdorën telefonat e tyre për të kërkuar faqet e internetit duke shënuar çdo hap që bënin, çfarë kërkuan dhe faqet e internetit në të cilat arritën. Ata bënë shënime mbi informacionin që gjetën dhe se cilët do të ishin hapat e tyre të ardhshëm.

BISEDA ME PROFESIONISTË:

Ekipi i projektimit foli edhe me profesionistët shëndetësorë që punonin në klinikat e shëndetit seksual. Ata ishin në gjendje të ofronin një perspektivë unike mbi këshillat dhe informacionin më të zakonshëm që kërkonin të rinjtë kur shkonin në klinika.

HULUMTIME NGA ZYRA:

Pjesa e fundit e fazës së zbulimit, që kryerja e disa kërkimeve nga zyra për praktikatat më të mira që përfshinin informacionin e shëndetit seksual për të rinjtë, si dhe informacionin e përgjithshëm gjithashtu. Qëllimi ishte të mësohej sa më gjerësisht që të qe e mundur.





PËRKUFIZO

Deri tani keni mbledhur shumë informacione dhe tani është koha për t'i kuptuar të gjitha. Ju ka të ngjarë të keni mbledhur një sasi të madhe informacioni dhe kjo fazë ka të bëjë me kategorizimin e tij në tema dhe njohuri të qarta. Tanimë jeni duke kërkuar për gjërat kryesore që bien në sy dhe që duken me lidhje. Këto njohuri do të informojnë zgjidhjet që do të shfrytëzoni.

ÇFARË GJËRASH BIEN NË SY? ÇFARË GJËRASH KANË MË SHUMË RËNDËSI PËR TË RINJTË?

Më e rëndësishmja, ju do ta përdorni këtë fazë për të vendosur në mënyrë të palëkundur drejtimin e projektit tuaj të projektimit. Gjatë fazës tjetër, do të merreni me gjetjen e zgjidhjeve për sfidën tuaj, kështu që është shumë e rëndësishme që të shpenzoni kohë duke u siguruar që keni arritur në shtegun e problematikave reale.

Rezultati i fazës së përkufizimit është të kuptuarit qartë të sfidës tuaj nga këndvështrimi i përdoruesve të synuar dhe të keni një sërë njohurish që do të formojnë bazën e dizenjimit dhe do të frymëzojnë zgjidhjet.

Fazat e zbulimit dhe të përkufizimit janë të ndërlidhura dhe të kryqëzuara. Mos u shqetësoni shumë nëse faza e projektimit dhe zbulimit bashkohen

në një. Përqendrohuni në shikimin e sfidës nga këndvështrimi i të riut dhe të mësoni për atë që është më e rëndësishme.

MJETET DHE METODAT

PËR T'U PËRDORUR ME KËTË HAP

■ STILOLAPS, LETËR DHE FLETË NGJITËSE SHËNIMESH

■ TEMA, VËREJTJE DHE FORMULIME TË MËNRAVE "SI MUNDEMI TË ..."

■ FORMULIME TË NEVOJAVE TË PËRDORUESVE

■ PERSONALITETE

■ HARTËZIMI I UDHËTIMIT TË PËRDORËSVE

UDHËZIME PËR FAZËN E PËRKUFIZIMIT:

1 FILLO DUKE SHIKUAR SFIDËN NGA KËNDVËSHTRIMI I TË RIUT.

DIZENJIMI I SHËRBIMIT ËSHTË NJË QASJE ME NË QENDËR PËRDORUESIN. AJO ËSHTË NJË MJET I DOBISHËM QË TË NDIHMON TË RUASH QASJEN ME NË QENDËR PËRDORUESIN DHE NDIHMON NË FORMULIMIN E NEVOJAVE TË PËRDORUESIT. KY ËSHTË NJË FORMULIM QË TË NDIHMON TA SHIKOSH SFIDËN NGA PIKËPAMJA E PËRDORUESVE TUAJ.

Për shembull, hidhini një sy këtij problemi:

Të rinj nga një shkollë vendore, me njerëz nën kujdes po përpiqen të gjejnë kohën dhe hapësirën për të përfunduar detyrat e tyre të shtëpisë.

Tani, nëse e riformuloni këtë nga këndvështrimi i një të riu, deklarata bëhet:

“

Si një i ri që kujdeset për mamanë e vet, në një kohë kur më duhet të bëj detyrat e shtëpisë, kam nevojë për një hapësirë të qetë dhe kohë të përkushtuar, në mënyrë që të mund të kryej detyrat e shkollës në mënyrën më të mirë të mundshme.

E mira e kësaj deklarate është se ajo është shumë specifike dhe nuk të parashtron asnjë zgjidhje. Ajo fokusohet tek nevojat e të riut. Kjo quhet një deklaratë e nevojave të përdoruesit.

Të ofruarit e zgjidhjeve është shumë joshëse, përpara se sfida të jetë kuptuar plotësisht. Një shembull i dobët i një deklarate për nevojat e përdoruesit është:

“

Si një i ri që kujdeset për të ëmën, kur më duhet të bëj detyrat e shtëpisë, më duhet një rreth moshatarësh për detyrat pas shkollës, në mënyrë që të mund t'i kryej detyrat e shkollës sa më mirë që të mundem.

Problematika me këtë deklaratë është se zgjidhja tashmë është gjetur.

Megjithatë, nëse e mbani deklaratën të përqendruar tek nevojat, kjo lejon që të eksploroohen një sërë zgjidhjesh të mundshme.

Rast Studimor:

FAZA 2

DUKE MBLEDHUR TË GJITHË INFORMACIONIN DHE NJOHURITË NGA FAZA E ZBULIMIT, EKIPI I PROJEKTIMIT SHQYRTOI GJITHÇKA PËR TA KUPTUAR ATË DHE ZGJODHI DISA TEMA KRYESORE PËR TË PUNUAR. NGA KJO DOLËN TRE SFIDA THELBËSORE:

- Informacioni zyrtar dixhital ekzistues mbi shëndetin seksual nuk u prezantua në një format që të rinjtë të mund ta përpunonin dhe të vepronin me saktësi. **Rezultatet nga ushtrimi i historisë të treguar me skica, treguan se çdo i ri e keqinterpretoi informacionin zyrtar në internet dhe shkoi në klinikë në kohën e gabuar.** Kjo qe një gjetje domethënëse dhe e papritur.
- Informacioni për shëndetin seksual nuk ishte vazhdimisht i aksesueshëm për të rinjtë me dëmtime të shikimit. Hollësitë për qasjen në disa klinika, u prezantuan në formate që nuk ishin të lexueshme me makinë, si p.sh. PDF dhe fotografi të skanuara të hartave. Të rinjtë me dëmtim të shikimit shprehën një preferencë të qartë që informacioni të jetë i disponueshëm në një format video të qasshëm. Kjo gjetje kundërshtoi një supozim të mëparshëm se video nuk do të ishte e përshtatshme për këtë grup përdoruesish.
- Informacioni qe në formën e një teksti shumë të ngjeshur me pak përdorim të videos ose formateve të tjera për t'i bërë konceptet më të lehta për t'u kuptuar.



Ekipi përdori njohuritë e mësipërme për të krijuar një deklaratë për nevojat e përdoruesit:

“

“Si i ri, kur kërkoj ndihmë në lidhje me shëndetin tim seksual, duhet të jem në gjendje të gjej lehtësisht informacione të përshtatshme dhe të arritshme, specifike për rrethanat e mia për të më lejuar të ndër marr zgjedhje të mirë-informuara”.

Deklarata të llojit “Si do mundemi...” burojnë nga informacioni i mbledhur, e kanë për qëllim përmirësimin e informacionit për të rinjtë. Këto deklarata do të përcaktonin drejtimin e sfidës së dizenjimit.

- Si mund të sigurohemi që të rinjtë të jenë në gjendje të kuptojnë dhe të përpunojnë me saktësi informacionin në internet mbi shëndetin seksual?
- Si mund të sigurohemi që informacioni i ofruar të jetë i qasshëm për të rinjtë me shikim të dëmtuar?
- Si mund t’i bëjmë konceptet më të lehta për t’u kuptuar?
- Si mund të shmangim keqkuptimet e t’i çojmë të rinjtë drejt kuptimit të saktë Informacion që është i rëndësishëm për ta?



ZHVILLO

Kjo fazë është ajo në të cilën ju zhvilloni ide dhe testoni zgjidhje. Do të gjeni një sërë idesh, do të diskutoni dhe debatoni për të mirat dhe të këqijat e secilës dhe do të vendosni për më të mirat për të pilotuar. Qëllimi është të bëheni kreativ dhe të dilni me ide që mund të mos i keni marrë parasysh më parë. Pasi të keni formuluar idetë tuaja, do të ndërtoni prototipe dhe do të filloni t'i testoni ato me të rinjtë dhe do të mblidhni reagime.

Qëllimi është të gjeni një mënyrë jo të kushtueshme, shumë të vogël për të testuar idenë ose tërësinë e ideve të juaja. Ky mund të quhet një shërbim minimal i zbatueshëm. **CILA ËSHTË GJËJA MINIMALE QË MUND TË BËSH PËR TË TESTUAR IDENË TËNDE?**

Nga sprovat ju do të mblidhni të dhëna dhe informacione, nga gabimet do të nxirni mësim, dhe do të provoni rishtas idetë e juaja. Të provuarit rishtas është një proces i bërjes së ndryshimeve të vogla dhe më pas përsëritjes së sprovës. Në Dizenjimin e Shërbimeve, do të kaloni nëpër shumë provime rishtas ndërkohë që i afroheni zgjidhjes. Të mësosh nga ajo që nuk funksionon është po aq e rëndësishme sa të mësosh nga ajo që funksionon.

MJETET DHE METODAT

PËR T'U PËRDORUR ME KËTË HAP

- STILOLAPSË, LETËR DHE FLETË NGJITËSE SHËNIMESH
- TETËSHJA E SHPEJTË
- HARTA E UDHËTIMIT TË PËRDORUESVE
- PROTOTIPIMI
- MJETE DIGJITALE ME KOSTO TË ULËT OSE FALAS

KËSHILLA PËR FAZËN E ZHVILLIMIT:

1 PËRDORNI METODA KRIJUESE PËR FORMULIMIN E IDEVE

Ideimi është procesi i krijimit të ideve dhe ka shumë mënyra për të mbajtur sesione ideimi. Qëllimi është të bëheni krijues dhe të shikoni përtej zgjidhjeve të dukshme. Një mënyrë e mirë për të inkurajuar një sërë idesh është të luani "Tetën e Shpejtë". Secili ka për detyrë të nxjerrë tetë ide në gjashtë minuta.

Kur i zhvilloni më tej idetë tuaja, mund të dëshironi t'i skiconi ato dhe të përdorni një teknikë të quajtur prototipimi i letrës. Prototipimi i letrës përdoret gjerësisht si një mënyrë për të vizualizuar dhe testuar se si duket dhe funksionon një zgjidhje në fazat e hershme të zhvillimit.

NJË PARIM THEMELOR I PROJEKTIMIT TË SHËRBIMIT ËSHTË TË FILLOHET ME PAK. QËLLIMI ËSHTË GJETJA E NJË MËNYRE TË THJESHTË PËR TË TESTUAR IDENË TËNDE, PËR TË PARË NËSE FUNKSIONON.

Për shembull, përfytyroni sikur sfida jote është të angazhimi i të rinjve që të marrin pjesë në veprimtaritë e klubit tënd të të rinjve. Gjatë fazës tënde të zbulimit, ju zbuluat se pavarësisht publikimit të postimeve në mediat sociale, shumë të rinj thonë se mungojnë nëpër veprimtari sepse nuk kanë dijeni për zhvillimin e tyre.

Ju gjithashtu zbuloni se pjesa më e madhe e të rinjve që marrin pjesë në klubin tuaj të të rinjve, kanë telefona celularë dhe janë të

lumtur të njoftoheshin me sms. Përpara se të investoni në një shërbim të mesazheve tekstuale, ose në një fushatë të madhe marketingu, një test i thjeshtë do të ishte të kaloni një javë duke u shkruar mesazhe të rinjve, për t'u kujtuar atyre veprimtaritë në klubin e të rinjve. Monitoroni numrin e të rinjve që marrin pjesë në krahasim me një javë që nuk keni dërguar mesazhe me tekst. Nëse numri i pjesëmarrësve është rritur, atëherë e kupton se ideja juaj po funksionon.

PROTOTIP ME PËRDORIM MJETESH NË INTERNET FALAS OSE ME KOSTO TË ULËT

Ka një gamë të tërë mjetesh që mund të përdorni për të ndërtuar prototipe. Ju mund të ndërtoni uebsajte dhe baza të dhënash duke përdorur Notion, mund të krijoni grupe dhe forume në internet duke përdorur Facebook dhe Google Groups, mund të ndërtoni një CRM në airtable, mund të dërgoni SMS për të rinjtë duke përdorur Twilio, pra mundësitë janë të pafundme.

Një pyetje me vend për t'ia bërë vetes në këtë fazë është:

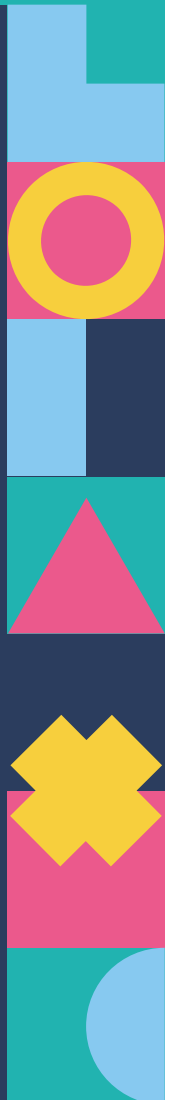
“a ekziston tashmë një zgjidhje për këtë?”

Në vend që të “rishpikni rrotën”, mund të ketë tashmë nga ato jo të raftit, të cilën mund ta përdorni për të testuar idenë tuaj.

Ka shumë shembuj të organizatave që testojnë një shërbim të ri

duke përdorur një mjet online me kosto të ulët për të zbuluar se mjeti me kosto të ulët është aq i suksesshëm sa nuk ka nevojë që ato të ndërtojnë platformën e tyre të dedikuar. Është shumë e kushtueshme dhe e rrezikshme të ndërtohet një platformë të re dixhitale.

Ekziston një listë e mjeteve dixhitale me kosto të ulët në seksionin e burimeve.



SESIONI I IDEIMIT

Ekipi i projektimit u angazhua me një grup të rinjsh dhe mbajti një seancë ideimi duke përdorur ushtrimin e 8-ës së shpejtë. Të rinjve iu dhanë deklaratat e "Si mundemi ne ..." dhe iu lanë 6 minuta për çdo deklaratë për të gjetur sa më shumë ide që mund të mendonin për secilën.

Ekipi i projektimit diskutoi faktorët pro dhe kundër secilës ide, diskutoi se cilat mund të kishin ndikimin më të madh dhe cilat ishin të mundshme dhe realiste brenda kufizimeve kohore dhe buxhetore të projektit. Ata ngushtuan listën dhe zgjodhën dy për të krijuar prototipe.

E para ishte krijimi i një mjeti shëndetësor dixhital që shtron një sërë pyetjesh dhe i drejton të rinjtë drejt informacionit të saktë që u nevojitet. E dyta është krijimi i një banke videosh rastesh studimore për të ofruar informacion në një mënyrë të arritshme dhe miqësore për të rinjtë. Dy prototipet do të lidhen pasi ky mjet mundëson lidhjen me video të caktuara të rasteve studimore në varësi të nevojave të të riut.

HIPOTEZA

MJETI DIXHITAL I

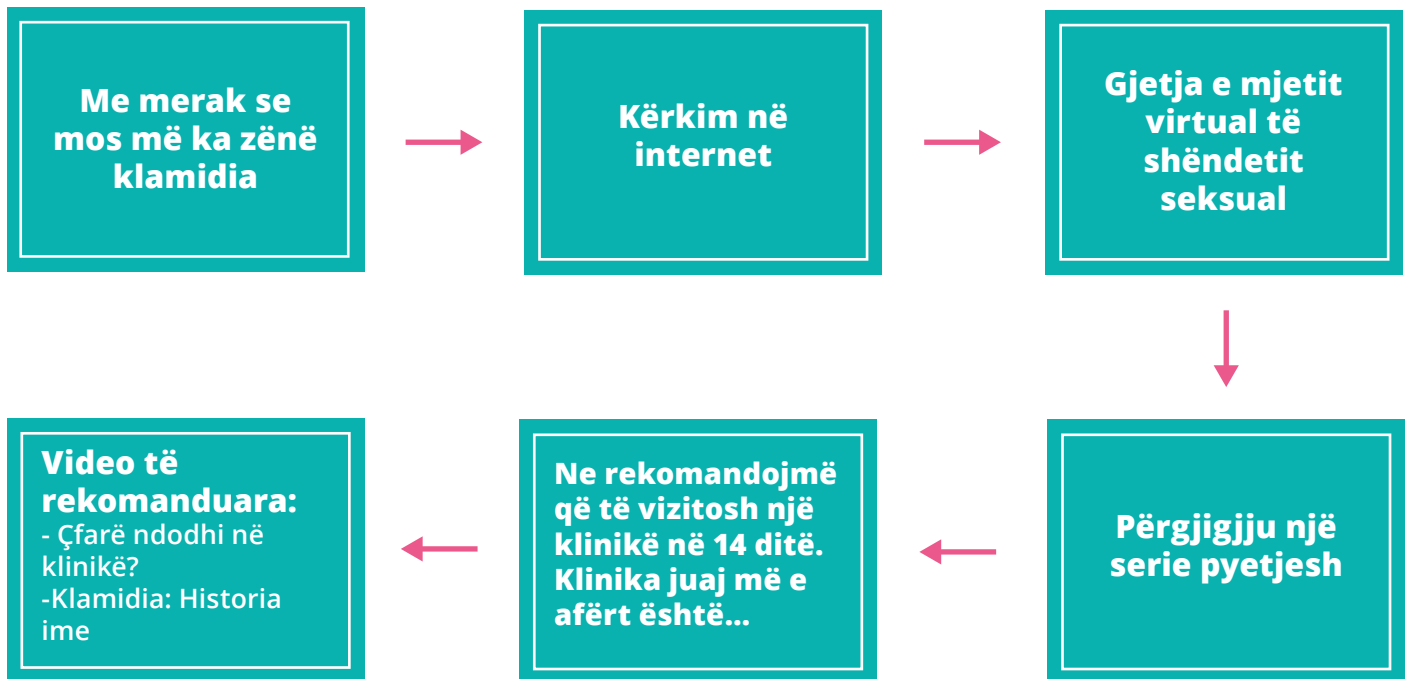
SHËNDETIT: Ne besojmë se krijimi i një mjeti në të cilin të rinjtë drejtohen drejt informacionit të përshtatur specifik për mbrojtjen e tyre, do t'u mundësojë atyre që të përpunojnë me saktësi informacionin dhe të bëjnë zgjedhje të informuara.

VIDEO RASTESH

STUDIMORE: Ne besojmë se ofrimi i një arkive videosh rasti studimor për një sërë temash, do t'i bëjë konceptet më të lehta për t'u kuptuar. Kjo do të jetë më e qasshme për të rinjtë (përfshirë të rinjtë me shikim të dëmtuar) impaired)



PROTOTIPET PREJ LETRE U PËRDORËN FILLIMISHT PËR TË DEMONSTRUAR UDHËTIMIN E TË RIUT PËRMES SHËRBIMIT TË RI KONCEPTUAL. KJO U BË DUKE PËRDORUR FLETË NGJITËSE SHËNIMESH ME LETËR BOJËKAFE.



Ky udhëtim, së bashku me disa shembuj të përshkrimeve të videove, u testuan me të rinj dhe u përshtatën në bazë të komenteve të tyre.

Më pas u ndërtua një prototip duke përdorur mjete dixhitale me kosto të ulët. Duke përdorur Typeform, ata mundën të ndërtonin anketën e logjikës së shëndetit seksual dhe ta testonin atë me të rinjtë dhe profesionistët e shëndetit.

1 → Are you looking for information on *

A Sexually Transmitted Infections

B Contraception

C Pregnancy

Një video prototip u krijua duke përdorur VideoScribe. Shikojeni në vjeggëzën e mëposhtme: <https://www.youtube.com/watch?v=ajgewMTXe4A>



BËJE

Për të kaluar në këtë fazë, do t'ju duhet të keni marrë rezultate të suksesshme nga faza "Zhvillimi".

Gjatë "BËRJES", do të zbatoni dhe filloni plotësisht zgjidhjen tuaj. Kjo ka të ngjarë të përfshijë shkallëzimin e idesë tuaj, duke e kaluar atë nga një prototip në diçka të kryer.

Që kjo të ndodhë, do t'ju duhet të ndani burime dhe të vendosni një procedurë për monitorim dhe vlerësim.

Faza e BËRJES është një proces i vazhdueshëm.

Ju do të mësoni, zhvilloni dhe bëni vazhdimisht rregullime në projektin tuaj, për t'u siguruar që ai të vazhdojë të përmbushë nevojat e të rinjve.

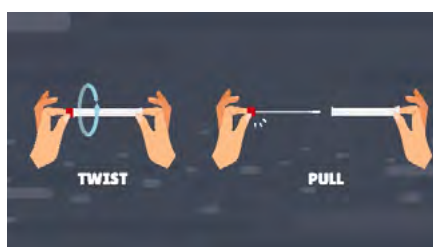
Mjeti u lançua dhe u organizua në faqen e internetit FriskyWales, uebsajti i shëndetit seksual për të rinjtë nga Shëndeti Publik i Uellsit. Për të ofruar informacion për të rinjtë në një format të qashtëm, një bankë animacionesh u caktua të ngrihej për të shoqëruar mjetin.

Projekti ka përfunduar, por pas lançimit të prototipit, u bënë rekomandime të mëtejshme për të zhvilluar më tej mjetin me qëllim përmbushjen e nevojave të të rinjve. Kjo tregon nevojën për të përmirësuar, zhvilluar, përshtatur dhe promovuar vazhdimisht zgjidhjet.

Rekomandimet e ardhshme janë:

- Mundësia për të rezervuar takimet në klinikë drejtpërdrejtë përmes mjetit
- Marrja e kujtuesve me anë të mesazheve me tekst
- Monitorimi dhe kapja e analizave mbi mënyrën se si të rinjtë po e gjejnë dhe përdorin mjetin
- Marketing efektiv përmes marketingut në internet dhe fjalëve të Google Ad, për të rritur dobinë dhe qëndrueshmërinë

Disa nga këto veçori dhe funksione nuk ishin të mundshme për shkak të kufizimeve të projektit dhe infrastrukturës aktuale dixhitale në shërbimet ndaj shëndetit seksual në Uells.





SEKSIONI I BURIMEVE

NJË STUDIM MBI NEVOJAT DHE SJELLJET E TË RINJVE PËR INFORMACION

Një pjesë e hulumtimit mbi nevojat për informacion dhe sjelljet e të rinjve, u krye nga ERYICA, konsorciumi i projektit DesYIgn dhe Universiteti Abo Akademi në vitin 2019. Njohuritë e nxjerra nga studimi mund të përdoren në përmirësimin e dizenjimit të shërbimeve dhe veprimtarive të komunikimit të shërbimeve të informacionit dhe këshillimit për të rinjtë, duke siguruar që ato të jenë të përqendruara te përdoruesit dhe inovative.

Tetë intervista me fokus grupe u kryen në katër vende të ndryshme, të cilat ishin: MB (Uells), Spanjë (Valencia dhe Madrid), Maltë dhe Luksemburg. Gjithsej 37 të rinj; moshë ndërmjet 15 dhe 29 vjeç dhe me një moshë mesatare 19 vjeç, morën pjesë në diskutimin e thelluar, ku përpunuan praktikatat e tyre të përditshme të kërkimit të informacionit, nivelin e ndërgjegjësimit të tyre për shërbimet, sfidat e tyre në aksesin e shërbimeve dhe se si do të preferonin të përdornin shërbime të tilla informacioni.

Ky është një burim integral dhe i thellë për t'iu referuar si pjesë e fazës së Zbulimit.

Mund ta aksesoni këtu: https://static1.squarespace.com/static/59ab1130ff7c50083fc9736c/t/5e6f80fd7f317b25bef3e59f/1584365830423/brochure_v8_ISBN.pdf

KËSHILLA PËR KRYERJEN E GRUPEVE TË FOKUSIT DHE INTERVISTAT:

- Punoni si ekip për të krijuar një sërë pyetjesh, që do t'ju ndihmojnë të kuptoni më mirë nevojat e të rinjve dhe mënyrën se si ata sillen.
- Përcaktoni personat më të përshtatshëm për të folur. Kush do t'ju japë informacionin që ju nevojitet? Flisni me përdoruesit aktualë të shërbimit tuaj, por gjithashtu flisni me të rinjtë me të cilët dëshironi të angazhoheni në të ardhmen.
- Shmangni pyetjet se çfarë dëshirojnë të rinjtë.
 - ✗ *Si dëshironi të merrni informacion mbi shëndetin seksual?*
 - ✓ *Kur keni nevojë për informacion mbi shëndetin seksual, ku shkoni, çfarë bëni?*
- Bëni pyetje të hapura, jo orientuese.
- Dëgjoni me kuriozitet dhe gërmoni më thellë nëse nuk po merrni informacionin që ju nevojitet nga përgjigjet fillestare.
- Shmangni orientimin e pjesëmarrësve duke dhënë të kuptohet qoftë me të folur, qoftë me gjeste atë që ju pëlqen ose që nuk ju pëlqen.
- Shqyrtoni se si t'i bëni grupet e fokusit të angazhohen duke përdorur një sërë metodash dhe mënyrash të ndryshme që të rinjtë të japin reagime. Provoni të përdorni mjete dixhitale si Kahoot ose Mentimeter. Mundohuni të dëgjoni nga të gjithë në grup.
- Përdorni një kombinim të fokus grupeve dhe intervistave. Intervistat do t'ju japin mundësinë të thelloheni më shumë.
- Kuptoni se kur të ndaloni. Ka të bëjë më shumë me cilësinë e informacionit dhe njohuritë që po merrni sesa me numrin e njerëzve me të cilët flisni.

SHEMBUJ TË PYETJEVE TË INTERVISTËS DHE FOKUS GRUPEVE

- Kur keni nevojë për informacion mbi aktivitetet sportive vendore, çfarë bëni? Si e zbuloni?
- Mendoni për kohën kur keni nevojë për ndihmë ose informacion për shëndetin tuaj mendor. Më shpjego hapat që ke ndërmarrë për të përftuar ndihmën që të nevojitet.
- A ishte e lehtë apo sfiduese të gjeje ndihmën që të nevojitet dhe pse?
- Çfarë kishte të mirë përvoja juaj?
- Çfarë nuk ishte e mirë në përvojën tuaj?
- Si mësuat për shërbimin tuaj vendor të informacionit për të rinjtë?
- Çfarë ju motivoi të përdorni shërbimin herën e parë?
- Çfarë ju motivoi të vazhdoni të ktheheni/të vazhdoni të përdorni shërbimin?
- Çfarë është e mirë për shërbimin e informacionit për të rinjtë?
- Çfarë nuk është aq e mirë për këtë?
- Si e kuptoni se çfarë po ndodh në qendrën tuaj vendore rinore? A ndiheni mirë të informuar për aktivitetet dhe shërbimet (apo shpesh nuk jeni të pasigurt se çfarë po ndodh dhe çfarë keni në dispozicion)?
- Cilat platforme online përdorni dhe për çfarë i përdorni ato?
- Cilat platforma duken si të përshtatshme për të komunikuar me një punonjës të të rinjve? (Zoom, whatsapp, facebook, Instagram, të tjera)

KËSHILLA PËR PLOTËSIMIN E PYETËSORËVE

PËRPARA SE TË FILLONI TË SHKRUANI PYETËSORIN TUAJ. JU DUHET TË MERRNI PARASYSH KËTO HAPA PËRPARA SE TA DORËZONI:

- Çfarë informacioni po përpiqeni të mblidhni? Po kërkonti të dhëna numerike, të matshme, apo po përpiqeni të merrni përshkrime të thella për të ndihmuar në formimin e të dhënave cilësore.
 - Formulojini pyetjet sa më të shkurtra dhe koncize. Duhet të bëni vetëm pyetje që janë të rëndësishme për të dhënat që dëshironi të grumbulloni.
 - Bëni pyetjet themelore. Ato duhet të jenë të lehta për t'u kuptuar për këdo që shfleton pyetësin tuaj.
 - Përfshi logjikën dhe programimin me sekuenca. Kjo do të thotë që renditja në të cilën janë pyetjet tuaja, ndjek një rend që evoluon në mënyrë progresive nga pyetjet e përgjithshme në ato specifike.
 - Mendoni sa e gjatë është pyetja. Sa kohë duhet për ta plotësuar? Mundohuni që kjo të jetë sa më e shkurtër që të jetë e mundur. Një mënyrë e mirë për ta bërë këtë është duke përdorur pyetje me zgjedhje të shumëfishta aty ku është e mundur.
 - Shmangni pyetjet orientuese.
 - Include continuity in the questionnaire. For example any questions that require ratings should be the same. 1 - 10 (1 also being the lowest & 10 always being the highest)
- Para se të dorëzoni pyetësin tuaj. Jepuni atë disa njerëzve. A ishte e lehtë për t'u kuptuar? A ishte shumë e gjatë?

Pasi të keni përfunduar këto hapa, mund ta shpërndani në masë pyetësin tuaj. Sigurohuni që të dërgoni pyetësin tuaj tek audienca e synuar, në mënyrë që të merrni rezultate të serioze e të besueshme.

Për shembull:

Në një shkallë nga 1-10 (1-shi është më i dobëti ndërsa 10 më i miri), si qe shërbimi sot?



Po patët ndonjë ankesë për shërbimin tonë, ju lutem na e shkruani më poshtë.

PERSONAZHE RINORE

Këto personazhe bazohen në të rinj realë dhe synojnë të përfaqësojnë një grup të rinjsh në shoqëri. Ato përqendrohen në nevojat dhe karakteristikat përkatëse të përdoruesve kryesorë të synuar. Për shembull, ju mund të krijoni një personazh për një të ri që ka përgjegjësi përkujdesjeje ndaj dikujt tjetër, pasi kjo do të ndikojë ndjeshëm në disponueshmërinë e tyre. Është gjithashtu e rëndësishme të merret parasysh kultura, rrethanat socio-ekonomike, identiteti etnik, gjinia dhe

aftësia e kufizuar.

Kjo është një veprimtari e shkëlqyer për t'u bërë me të rinjtë. Kërkojuni të rinjve të krijojnë personazhe të ndryshme bazuar në miqtë dhe komunitetet e tyre. Përdoreni atë si një mundësi për të pasur diskutime rreth barazisë dhe qasjes. Për shembull: Si do të ndërvepronte një i ri i transgjinnor me këtë shërbim? Çfarë nevojash të ndryshme mund të kenë?

Emri:

Mosha:

Gjinia:

Puna/Rrethanat
edukative:

Karakteristikat përkatëse:

Përshkruaj jetën e tyre të përditshme:

Nevojat dhe prioritetet:

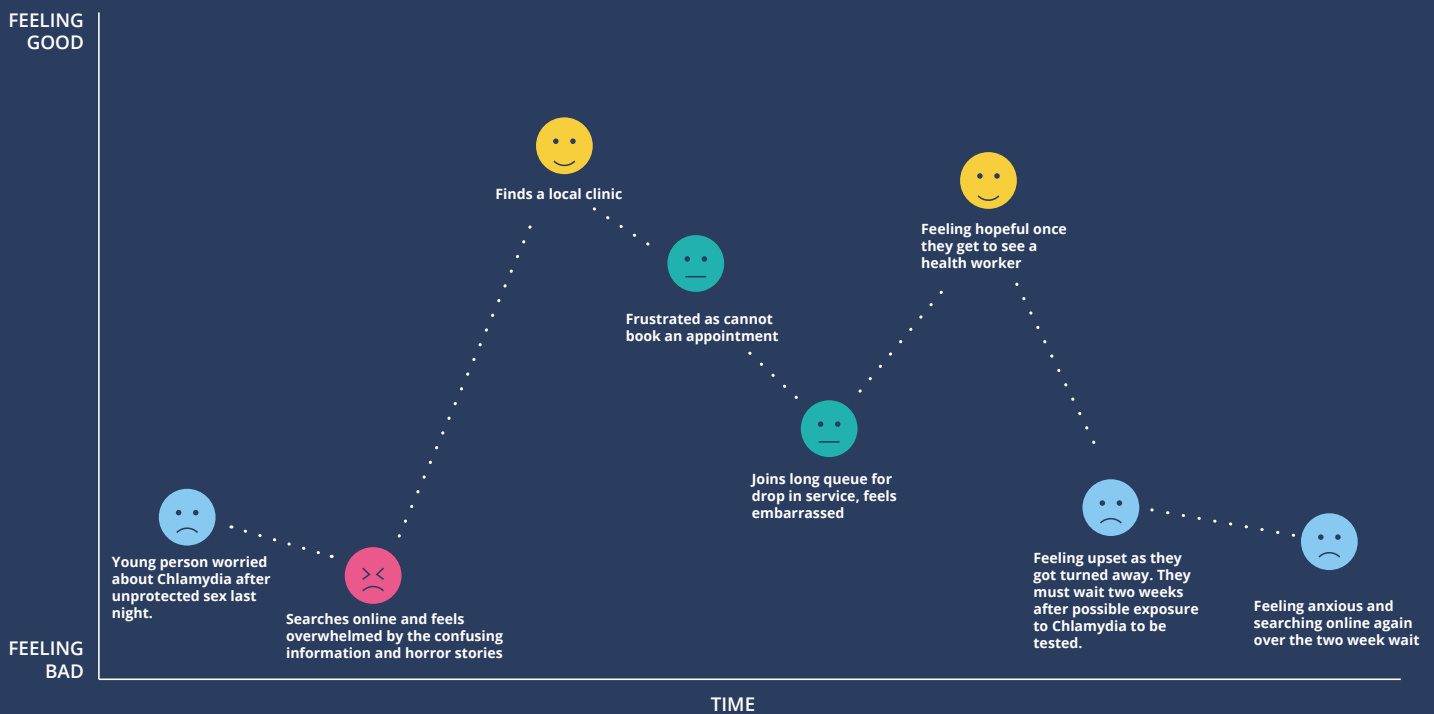
(Çfarë nevoje kanë në lidhje me këtë shërbim? Cilat janë prioritetet e tyre?)

HARTËZIMI I UDHËTIMIT TË PËRDORUESIT

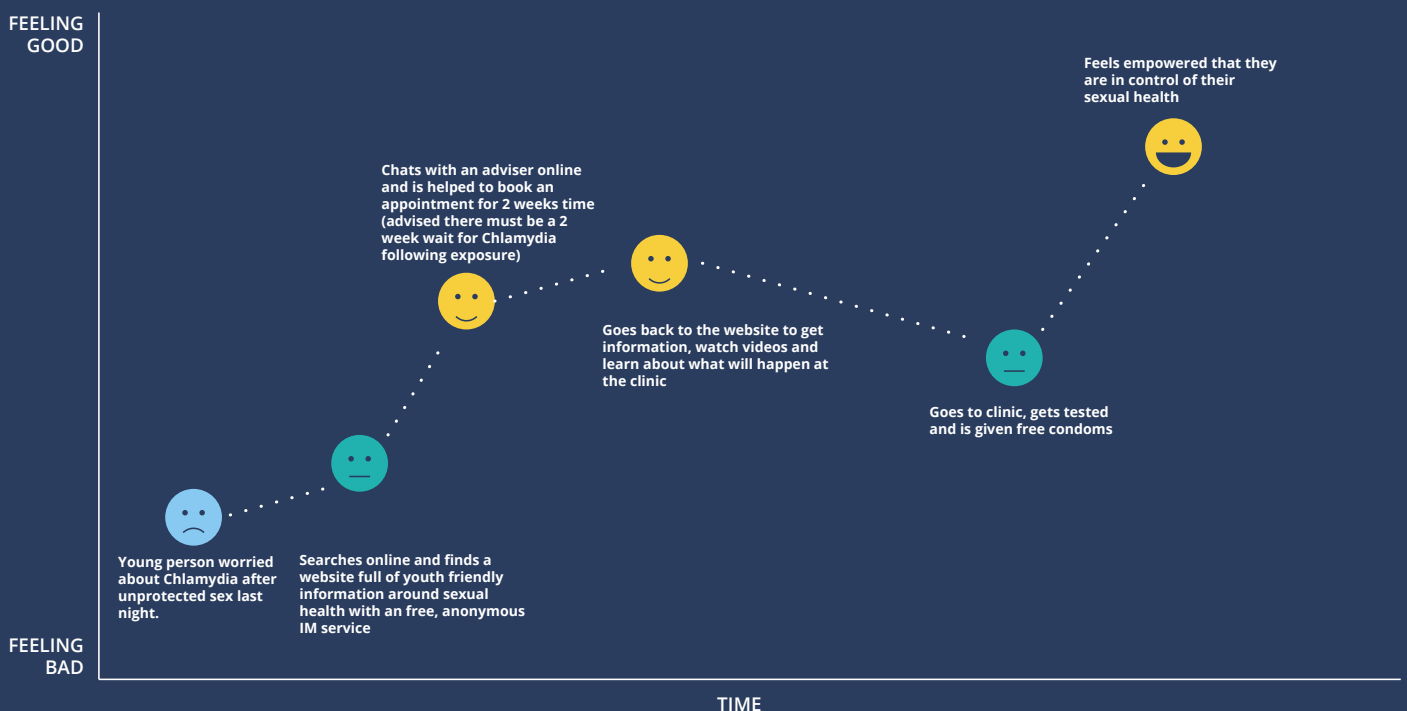
Hartëzimi i udhëtimit të përdoruesit mund të përdoret në fazat e zbulimit dhe përkufizimit, si dhe në fazën e zhvillimit.

E përdorur në fazat e hershme të projektimit, një hartë udhëtimi përdoret për të treguar udhëtimin aktual të përdoruesit. Në fazat e mëvonshme përdoret për të treguar udhën ideale të përdoruesit nëpër shërbimin tuaj të ri ose të përmirësuar.

Punoni me të rinjtë për të hartëzuar udhëtimet e tyre aktuale nëpër shërbimin tuaj ose krijoni një udhëtim bazuar në të dhënat që keni mbledhur në fazën e zbulimit. **Shembull:**



Gjatë fazës së zhvillimit. Hartëzo mënyrën se si do të duket shërbimi ideal:



KRIJIMI I DEKLARATAVE TË NEVOJAVE TË PËRDORUESIT

Ju mund të krijoni deklaratë për nevojat e përdoruesve që në fillim të projektit tuaj. Këto deklaratë përcaktojnë drejtimin e sfidës suaj. Mund t'ju duhet të bëni disa kërkime fillestare përpara se të jeni gati për të krijuar një deklaratë për nevojat e përdoruesit.

NJË SHEMBULL I DEKLARATËS PËR NEVOJAT E PËRDORUESIT:

“Duke qenë se jam një i ri që ka nën kujdes mamanë, për të bërë detyrat e shtëpisë në mënyrën më të mirë të mundshme, më duhet një hapësirë e qetë dhe kohë e dedikuar”.

SI TË KRIJONI NJË DEKLARATË PËR NEVOJAT E PËRDORUESIT:

Kërkojini secilit pjesëtar të ekipit tuaj të provojë të shkruajë një deklaratë duke përdorur këtë formulë:

Si i _____ [ri, i prekur nga problemi]

Kur unë _____ [situata në të cilën shfaqet problemi]

Kam nevojë për _____

Në mënyrë që _____ [rezultati që më nevojitet]

NJË SHEMBULL I MIRË:

“Duke qenë se jam një i ri që ka nën kujdes mamanë, për të bërë detyrat e shtëpisë në mënyrën më të mirë të mundshme, më duhet një hapësirë e qetë dhe kohë e dedikuar”.

E mira e kësaj deklaratë është se është shumë specifike dhe nuk parashtron ndonjë zgjidhje. Ajo përqendrohet tek nevojat e të rinjve.

SHEMBULL I KEQ:

“Duke qenë se jam një i ri që ka nën kujdes mamanë, për të bërë detyrat e shtëpisë në mënyrën më të mirë të mundshme, më duhet një klub për detyrat pas shkollës”.

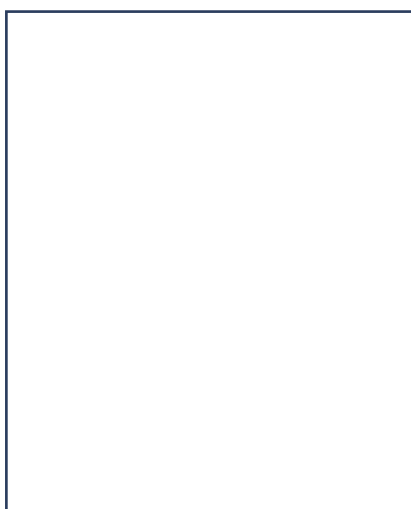
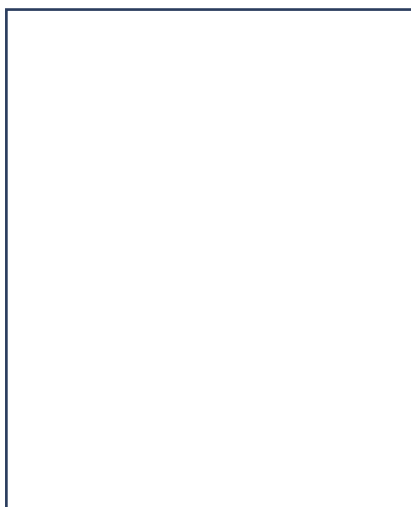
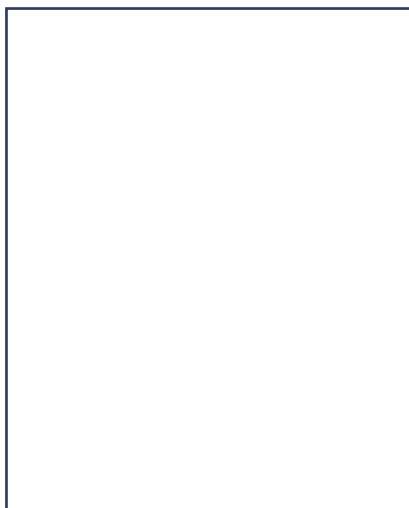
Problemi me këtë deklaratë është se zgjidhja tashmë është vendosur.

Faleminderit CAST, Qendra për Teknologjinë e Përsheptuar Sociale për këtë ushtrim.



TREGIM ME ANË TË SKICAVE

Ky shabllon mund të përdoret për t'i kërkuar një të riu të vizatojë hapat që do të ndërmerrnin në një skenar të caktuar. Ju gjithashtu mund të përdorni një tregim të skicuar për të hartuar përmbajtjen e një videoje.



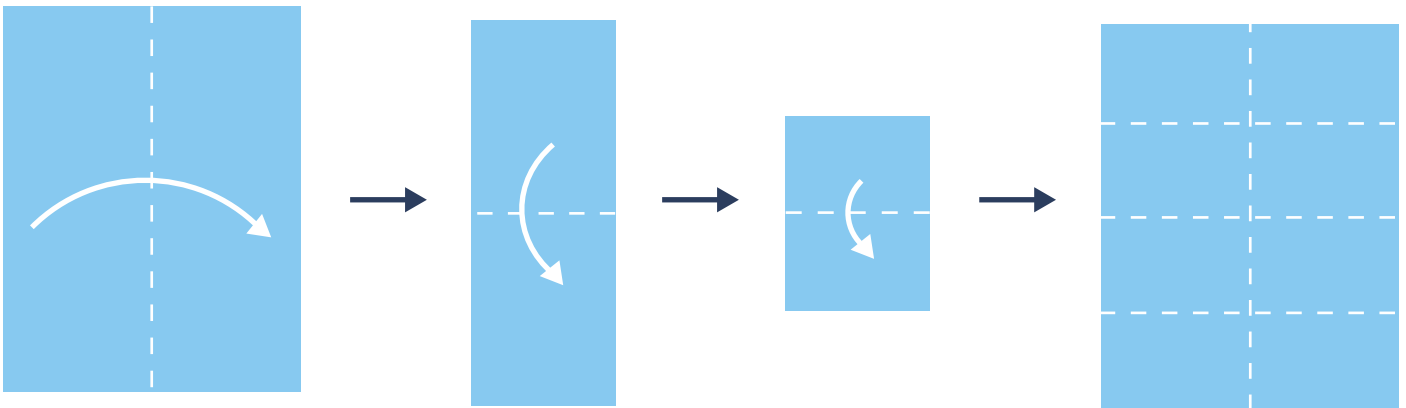
TETAT E SHPEJTA

Tetëshja e shpejtë është një mënyrë e shpejtë për të krijuar një gamë të tërë idesh dhe është një aktivitet argëtues për t'u përdorur me të rinjtë. Qëllimi është të inkurajohet kreativiteti duke parë përtej zgjidhjeve që duken lehtë.

Ju nevojiten vetëm fletë letre A3 ose A4 dhe stilolapsa.

1

Kërkojuni të gjithëve të palosin letrën e tyre në gjysmë dhe më pas përsëri në gjysmë.



2

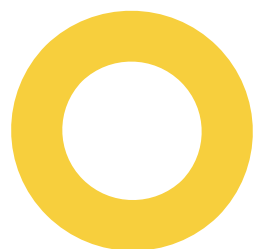
Shtrijeni fletën dhe duhet t'ju dalin tetë kuti me madhësi të barabartë.

3

Vendosni një kohëmatës të shkurtër prej gjashtë minutash dhe kërkojuni të gjithëve të skicojnë tetë ide.

4

Pasi të gjithë të kenë mbaruar, kërkojuni secilit person të japë komente për idetë e tij më të mira për grupin dhe diskutoni rreth ideve më premtuese.



TEMAT, NJOHURITË DHE FORMULIMET E TIPIT “SI MUNDEMI TË ...”

Jo çdo pjesëtar i ekipit do të ketë marrë pjesë në çdo intervistë përdoruesi, por është me të vërtetë e rëndësishme që çdo pjesëtar i ekipit të kuptojë mësimin kryesor nga i gjithë hulumtimi i përdoruesit. Një mënyrë e mirë për ta bërë këtë, është organizimi i një numri punëtorish kuptimplotë. Koha më e mirë për t'i mbajtur ato, është ndërsa vazhdoni procesin, ndërkohë që hulumtimi i përdoruesit është ende i freskët.

Do t'ju duhen stilolapsa, letra ngjitëse shënimesh, si dhe një hapësirë e pastër muri ose tabelë dixhitale

1 Mblidhni të tërë ekipin, dhe caktoni një lehtësues

2 Kërkojini secilit person që ka qenë i përfshirë në kërkimin e përdoruesve, t'i referohet të dhënave të tij dhe të ndajë atë që ka mësuar me pjesën tjetër të grupit. Kë kanë takuar, çfarë mësuan, cilat ishin njohuritë kryesore? Regjistrojeni këto pika duke përdorur fletë ngjitëse shënimesh

3 Pasi të gjithë të kenë pasur një mundësi për të reflektuar të mësuarin, ju mund të filloni të riorganizoni fletët ngjitëse të shënimeve sipas temave. Vëreni cilat janë temat të cilat përsëriten. Çfarë informacioni dallohet si i rëndësishëm dhe me lidhje për sfidën tuaj të dizenjimit?

FORMULIME TË LLOJIT “SI DO MUNDEMI...”:

Pasi të keni bërë një përmbledhje të temave dhe njohurive kryesore, mund t'i riformuloni ato në “Si do mundemi” (SDM).

Për shembull:

1 Shumë mama të reja shprehën një ndjenjë izolimi.

SDM:

Si mund t'i ndihmojmë mamatë e reja që të ndihet më pak të izoluar?

2 Mamaja e re me të vërtetë e vlerësoi mundësinë për të folur me mama të tjera të reja, si dhe shkëmbimin e përvojave me to.

SDM:

Si mund të krijojmë mundësi që mamatë e reja të rrjetëzohen dhe të komunikojnë me njëra-tjetrën në një mënyrë të sigurt dhe të qasshme?

Ka të ngjarë të merrni 5-8 formulime SDM. Këto deklarata përdoren gjatë fazës së Zhvillimit, me qëllim për të gjetur zgjidhje.

PROTOTIPIZIMI

Prototipi përdoret për të sjellë në jetë idetë e juaja. Kjo metodë ju ndihmon t'i bëni idetë tuaja më të prekshme, si dhe që ato të mund të testohen me të rinjtë. Do të nxjerrë në pah anët pozitive dhe negative në projektin tuaj.

HAPI 1: PROTOTIPIZIMI JO SHUMË IDENTIK

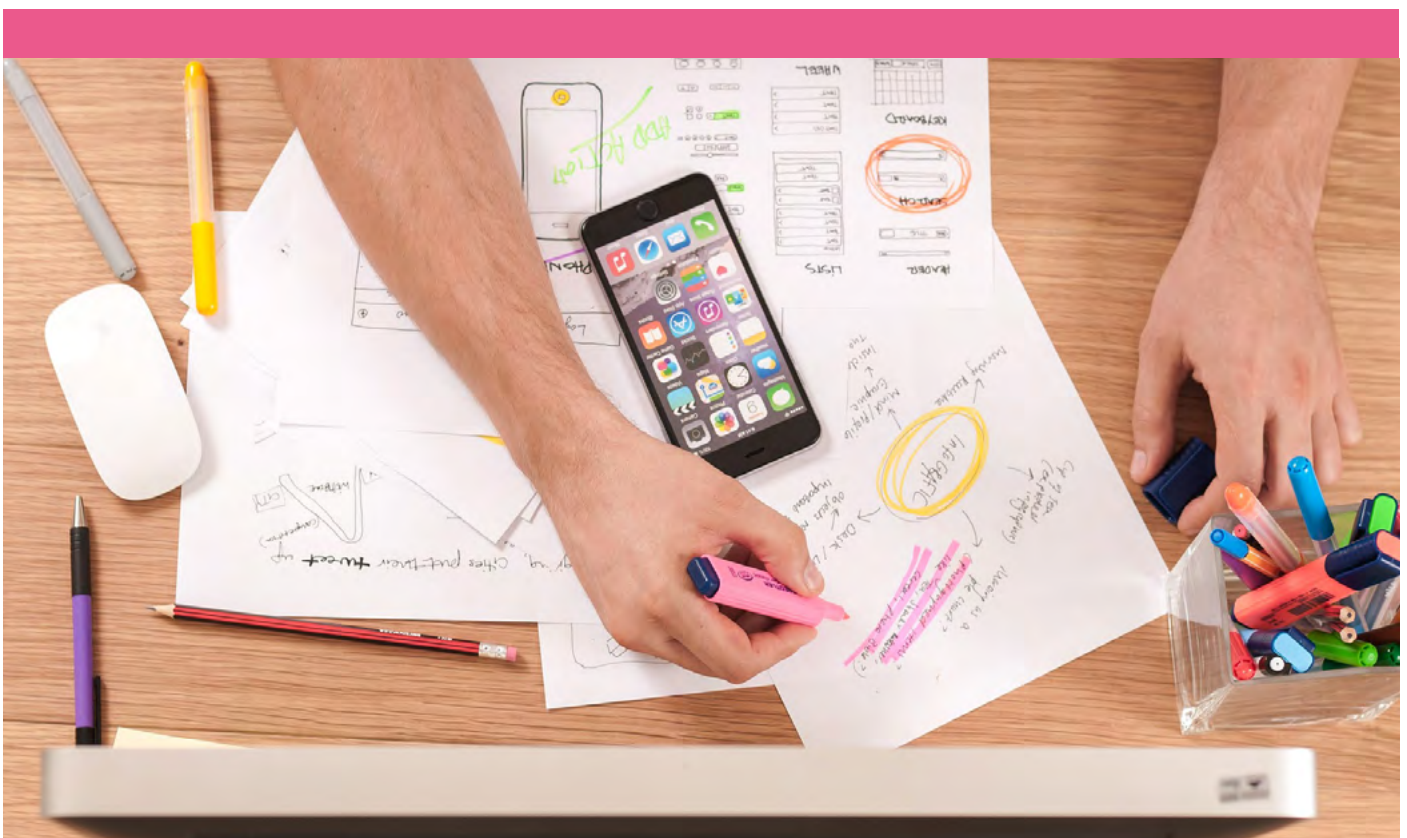
Prototipet tuaja fillestare duhet të jenë jo dhe aq identike, që do të thotë të përafërt dhe të aty për atyshëm. Ato mund të vizatohen në letër për të krijuar modele të modelit. Për shembull, për të testuar një video, mund të përdorni një tregim përmes skicave, ose një skenar për të treguar përmbajtjen e videos. Për një aplikacion mund të vizatoni çdo diapozitiv që do të shfaqet në ekranin e aplikacionit, si dhe udhëtimin e përdoruesit nëpër aplikacion.

Më pas i testoni këto prototipe jo shumë identike me të rinjtë, dhe i riktheheni punës dizajnuese bazuar në komentet e tyre.

HAPI 2: KRIJONI NJË PROTOTIP ME NGJASHMËRI "MË TË LARTË"

Faza tjetër është krijimi i një prototipi më të përpunuar. Këto mund të krijohen duke përdorur mjete dixhitale me kosto të ulët. Ju mund të ndërtoni uebsajte dhe baza të dhënash shembull duke përdorur Notion, mundeni të krijoni grupe dhe forume në internet duke përdorur Facebook dhe Google Groups, mund të dërgoni SMS për të rinjtë duke përdorur Twilio, mundësitë janë të pafundme.

Sigurohuni që të bëni fotografi të çdo përsëritjeje të konceptit, në mënyrë që të mund të dokumentoni idetë e suksesshme më vonë.



MJETE DIXHITALE ME KOSTO TË ULËT OSE FALAS

Ka një gamë të tërë mjeteve dixhitale që mund të përdoren për të realizuar projektin tuaj të dizajnit të shërbimit ndaj të rinjve.

Këtu janë disa që ne rekomandojmë:

GOOGLE JAMBOARD

Tabela e bardhë dixhitale. Mund të përdoret për fokus grupe dhe seminare.

TWILIO

Ju lejon të dërgoni dhe të merrni mesazhe me tekst si përkujtuesit e takimeve për përdoruesit e shërbimit.

TYPEFORM

Krijoni forma tërheqëse dhe ndërvepruese, si dhe sondazhe logjike.

SLACK

Krijoni një komunitet në internet, bëni diskutime dhe biseda.

VIDEOASK (nga typeform)

Ju lejon të zhvillosh biseda me video. Mund të përdoret si një mënyrë inovative për t'u angazhuar me të rinjtë dhe për t'u ofruar atyre informacion.

CANVA

Krijoni përmbajtje tërheqëse për postimet e mediave sociale ose afishe dhe fletushka.

NOTION

Notion është një mjet tepër i gjithanshëm në përdorim. Mund të përdoret si një bazë të dhënash, një faqe interneti dhe mund të përdoret për menaxhimin e projektit. Ai ka versione falas për organizatat jofitimprurëse.

LOOM

Krijoni me lehtësi video shpjeguese. Me Loom, mund të regjistroni kamerën, mikrofonin dhe desktopin tuaj njëkohësisht.

Mund të gjeni një mjet ose burim dixhital që është i duhuri për ju në Katalogun e Bamirësisë: <https://charitycatalogue.com/>

REFERENCA DHE BURIME TË MËTEJSHME



REFERENCA

Kjo paketë mjetesh është frymëzuar nga:

Korniza e Këshillit të Dizajnit për inovacion (diamant i dyfishtë):

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

CAST Design Hops:

<https://www.wearecast.org.uk/programmes/design-hops>

IDEO Design Kit:

<https://www.designkit.org/>

Service Design Toolkit

<https://servicedesigntoolkit.org/>

BURIME TË MËTEJSHME

Katalogu Charity

<https://charitycatalogue.com/>

Burimet e katalizatorit dhe recetat për punën dixhitale:

<https://www.thecatalyst.org.uk/resources#>



eryica a.s.b.l.

secretariat@eryica.org

www.eryica.org



ISBN 978-2-919810-44-4



9 782919 810444