

BRIEF Lab150

Czy wiesz, że...

"aż 79 proc. konsumentów zmienia preferencje zakupowe w oparciu o społeczny lub środowiskowy wpływ swoich zakupów. Ponad połowa klientów przyznaje, że kwestie ekologiczne mają znaczenie na ich zachowania, a aż 57 proc. osób w wieku 18-24 zdecydowała się na zakupienie produktów mniej znanej marki, ponieważ były bardziej zrównoważone. Świadomi konsumenci tworzą dziś nową rzeczywistość zakupową, w której decydującym czynnikiem jest dbałość o środowisko, przyrodę i ludzi."

fragment pochodzi z artykułu: <https://retail360.pl/jak-zrownowazony-rozwoj-wplywa-na-decyzje-zakupowe-klientow/>

CEL PROJEKTOWY:

Opracowanie ścieżki klienta z naciskiem na aspekty zrównoważonego rozwoju

Istotnym z perspektywy tematu jest podejście do wieloetapowego procesu współpracy z klientem:

- zespół - budowanie zespołu do pracy przy konkretnym projekcie
- cel - definiowanie celu projektowego
- wyzwanie - osadzenie celu w realnej wizualizacji
- inspiracja - badania otoczenia rynkowego, trendów, konkurencji
- badania z klientami - insighty do pracy
- projektowanie - generowanie rozwiązań
- prototypowanie - stworzenie fizycznej manifestacji produktu lub usługi
- testowanie - produktu lub usługi
- wdrożenie rynkowe

Każdy z wymienionych etapów procesu powinien być opatrzony podejściem w duchu zrównoważonego rozwoju. Aspekty te, w formie pytań, metodyki pracy, wskazówek lub etapów dodatkowych, których nie uwzględniono powyżej, powinny pozwolić na przeprowadzenie procesu projektowego, którego efektem będzie zrównoważony produkt lub usługa. Dla ułatwienia pracy, poniżej wskazano business case'y na bazie których można odwzorować konkretny proces. Wybór kategorii może dotyczyć dowolnego, nie wymienionego niżej - preferowanego przez grupę przykładu.

W opracowaniu mogą pomóc dyrektywy UE:

https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_pl

INSPIRACJE:

Wybierz jedną z 4 poniższych kategorii:

1. Produkty i zabawki przeznaczone dla dzieci

Pojawia się klient, który jest producentem gier i zabawek dla dzieci. Pyta o możliwość zaprojektowania nowego produktu, który mieściłby się w kategorii "EKO zabawek dla dzieci". Nie określa przedziału wiekowego ani nie precyzuje rodzaju przedmiotu, który miałby być produkowany. To dla niego drugorzędna kwestia. Jego główny postulat do firmy projektowej brzmi: "pomóżcie nam zaistnieć w świecie jako firma świadoma ekologicznie. Albo odpowiedzialna (CSR)". Klient wspominał jedynie, że chciałby sprzedawać na przykład gry planszowe wykonane z takich materiałów, które są dopuszczone do użytku dla dzieci.

2. Art. wyposażenia wnętrz (nie tylko meble)

Mamy nawiązany kontakt z klientem, który chce, żeby mu zaprojektować EKO lampę. Nie wie jaką ma mieć formę, nie zastanawiał się nad komponentami, ani nawet nad grupą docelową, czy sposobem świecenia. Przychodzi do nas z pytaniem, czy możemy mu zaprojektować lampę, która będzie zrównoważona. Pytany o to, czym jest dla niego "EKO" mówi o alternatywnych materiałach, na przykład pozyskiwanych z recyklingu i biomateriałach.

3. Projektowanie uniwersalne - produkty dla osób starszych

Jeden z klientów zauważył niezagospodarowany obszar na rynku obejmujący meble z ułatwieniami dla osób starszych i o upośledzonej motoryce. Tacy użytkownicy nie chcą czuć się stygmatyzowani przez wzornictwo kojarzone z wyrobami medycznymi, szpitalnymi. Prosi o zaprojektowanie ścieżki dla tej grupy odbiorców. Pomysł mógłby opierać się na produkcji funkcjonalnego łóżka dedykowanego osobom z niepełnosprawnościami, wytwarzanego i sprzedawanego w duchu zrównoważonego rozwoju. W grupie docelowej mogłyby znaleźć się zarówno domy spokojnej starości, szpitale, jak i prywatni użytkownicy.

inspiracje:

<https://sklep.tobo.pl/category/meble-dla-starszych-ludzi?horizontal>

4. Inne - branża do wybrania przez team projektowy

KRYTERIA OCENY:

Ścieżka Klienta to cały proces, który rozpoczyna się od wybrania celu mapowania doświadczeń klientów, grupy docelowej, a następnie przygotowania procesu badawczego (zebrania danych, które pomogą stworzyć mapę podróży klienta). <https://socjomania.pl/co-to-jest-customer-journey>

Podczas budowania ścieżki klienta z uwzględnieniem zrównoważonego rozwoju ważne, by skoncentrować się na czterech obszarach, które będą uwzględniane podczas końcowej oceny:

- Ludzie
- Produkty
- Planeta
- Zarządzanie

Jak będą się kształtować kryteria oceny?

Pomysł- 30%,

Aspekty techniczne- 20%,

Design- 20%,

Zgodność z tematem- 20%,

Efekt WOW- 10%.

Pamiętajcie, że liczy się pomysł oraz prototyp. Nie musicie niczego kodować lub programować.

Pigułka wiedzy, czyli gdzie szukać dobrych wzorców:

1. Cele zrównoważonego rozwoju wg. UNIC WARSAW <https://www.un.org/pl/>
2. Przykładowe case study: <https://retailnet.pl/2022/06/09/douglas-konsekwentnie-kroczy-sciezka-zrownowazonego-rozwoju/>