

DesYign

TEENUSEDISAINI MUDEL



Autor: Arielle Tye, ProMo-Cymru koostöös projekti „DesYlgn“ kuuluvate liikmetega

Graafiline disainer: Auguste Poskaite, ProMo-Cymru

Tõlkis: Kadri Koort, Haridus- ja Noorteamet

Juhendmaterjal on koostatud projekti „DesYlgn“ raames, mida rahastab Euroopa Liidu Erasmus+ programm.



European Youth Information
and Counselling Agency

European Youth Information and Counselling Agency (Luksemburg)



Youth Work Ireland

Youth Work Ireland (Iirimaa)



Koordinaatti (Soome)



Agence Nationale pour l'information des Jeunes (Luksemburg)



Dirección General de Juventud. Comunidad de Madrid (Hispaania)



ProMo-Cymru (Suurbritannia)



Aġenzija Żgħażaġh (Malta)



Institut Valencià de la Joventut (Hispaania)



Åbo Akademi University (Soome)

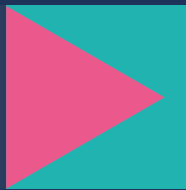
Juhendmaterjali valmimist on toetatud Euroopa Liidu Erasmus+ programmist. Juhendmaterjalis esitatud seisukohad kuuluvad kogumiku autoritele ja ei väljenda toetuse andja seisukohti.



Erasmus+

SISUKORD

Sissejuhatus	4
DesYlgn teenusedisaini mudel	6
Avasta	7
■ Töövahendid ja meetodid	
■ Nõuanded ja soovitused	
■ Näide: AVASTA ehk 1. etapp praktikas	
Kirjelda	12
■ Töövahendid ja meetodid	
■ Nõuanded ja soovitused	
■ Näide: KIRJELDA 2. etapp praktikas	
Arenda	16
■ Töövahendid ja meetodid	
■ Nõuanded ja soovitused	
■ Näide: ARENDA ehk 3. etapp praktikas	
Valmista	21
■ Näide: VALMISTA ehk 4. etapp praktikas	
Lisad	
Allikad ja lisainfo	



SISSEJUHATUS

Mis on DesYIgn mudel?

DesYIgn mudel ehk teenusedisaini juhendmaterjal koondab info ning praktilised töövahendid noorsootöötajatele ja noortefotöötajatele teenuste või toodete disainimiseks koostöös noortega.

Juhendmaterjali valmimisse on kaasatud noorsootöö praktikud üle Euroopa ja see toetab ERYICA e-koolitust „DesYIgn“.

Kõiki juhendmaterjalis kirjeldatud disainietappe on testitud noorsootöö keskkonnas.

Juhendmaterjal tutvustab noorsootöötajatele ja noortefotöötajatele teenusedisaini ning toetab noortefoteenuse arendamist ning täiustamist vastavalt noorte muutuvatele infovajadustele.

Mis on teenusedisain?

Digitaalsete teenuste arendamiseks sobib hästi just teenusedisaini meetod või disainimõtlemine.

Tehnoloogiaettevõtted kasutavad seda laialdaselt üle kogu maailma. Et vastata paremini kodanike vajadustele ja ootustele, on ka valitsusasutused ja kolmas sektor hakanud seda aina rohkem kasutama.

„Teenusedisain on protsess, mis algab sihtrühma vajadusest ja lõpeb lahendusega, mis täidab sihtrühma

vajadusi.“ (IDEO.org, konsultatsioon 2019)

Teenusedisaini keskne põhimõte on hoida oma fookuses sihtrühma vajadus. Seda põhimõtet arvestatakse läbivalt ka noorsootöös, et pakkuda noortele nende vajadustel ja huvidel põhinevaid võimalusi.

Teenusedisaini mudel sobib nii digitaalsete kui ka mittedigitaalsete teenuste ja toodete arendamiseks.

Miks kasutada noorteinfos teenusedisaini?

Teenusedisaini mudel on kasulik tööriist noorsootöötajatele ja noorteinfotöötajatele, et arendada nii uusi teenuseid või tooteid kui ka tugevdada ja mõtestada ümber olemasolevaid.

Kiirelt arenev tehnoloogia ja ühiskond ning noorte muutuvad infovajadused ja -tarbimisharjumused võivad põhjustada erinevate teenuste ja toodete kiire aegumise, mitte kasutamise ning piirata nende kättesaadavust. Digitaalsete teenuste arendamisel ja kasutuselevõtmisel minnakse sageli vale teed ning luuakse midagi, mis ei täida tegelikult eesmärki ja sihtrühma vajadusi ning need jäävad lõpuks lihtsalt seisma.

Sul on võimalik oma töös arendada jätkusuutlikke ja vajaduspõhiseid teenuseid, kasutades teenusedisaini meetodit, kaasates noori ja võrgustikupartnereid ning rakendades oma erialaseid teadmisi.

Mudeli kasutamine võimendab noori, sest neil on võimalus osaleda otsustusprotsessis, aga saada ka uusi teadmisi ja oskusi.

Mudeli kasutamine kinnitab, et noorteinfo- ja nõustamisteenused on kooskõlas Euroopa noorteinfo harta põhimõtetega, eriti 4.1 ja 9.1.

4.1. Noorteinfoteenused põhinevad noorte vajadustel.

9.1. Noorteni jõudmiseks on noorteinfoteenused oma meetodite, vahendite ja strateegiate valikul uuenduslikud.

Kuidas juhendmaterjali kasutada?

Juhendmaterjal on mõeldud kasutamiseks koos ERYICA e-koolitusega „DesYlgn“ ja DesYlgn fookusgrupi raportiga (lk 24).

Kui sul puudub varasem kokkupuude teenusedisainiga, soovitame läbida e-koolituse, et mõista paremini teenusedisaini käsitlust ja teooriat.

Kui sa juba kasutad oma töös teenusedisaini või selle läbivaid põhimõtteid, pakub juhendmaterjal täiendavat tuge ja infot.

Mõiste Noorteinfo ja nõustamine

Noortele pakutakse noorteinfo- ja nõustamisteenuseid erinevates vormides ja keskkondades ning kasutatakse erinevaid meetodeid.

Kvaliteetse ja usaldusväärse noorteinfo jagamisel ja nõustamise pakkumisel on olulisel kohal spetsialisti oskused ja pädevused. Euroopa tasandil on noorteinfo ja nõustamisega seotud põhimõtted koondatud Euroopa noorteinfo hartasse.

DesYign MUDEL



1 AVASTA

Selles etapis oled detektiiv ja avastaja. Teed oma sihtrühma kohta põhjaliku eeltöö ja kogud taustinformatsiooni, et mõista täielikult noorte vajadusi ja kogemusi. Räägi noortega, kuula ja vaatle neid ning nende käitumist.

2 KIRJELDA

Selles etapis analüüsid eeltöö ja uurimise raames koondatud informatsiooni, andmeid ja fakte ning otsustad, mis on kõige olulisem ja millele tuleb keskenduda.

3 ARENDA

Siin katsetad ja arendad võimalikke lahendusi. Selles etapis luuakse prototüübid või pilootprojektid, mida katsetatakse koos noortega ja töötatakse välja tulemusnäitajad. Siin etapis saad teada, mis töötab ja mis mitte.

4 VALMISTA

Selles etapis valmistad ja käivitate uue või täiustatud teenuse või toote. Kuid pane tähele, et sellega ei lõpe sinu töö ja tegevus! Loodud teenust või toodet tuleb järjepidevalt täiustada ja edasi arendada, et see vastaks jätkuvalt noorte vajadustele.



AVASTA

Avastamise etapp on teenusedisaini üks olulisemaid ja võtab kõige rohkem aega. Selles etapis on eesmärk saada aru probleemi või vajaduse olemusest ja mõista seda läbi noorte silmade ehk milliste takistuste ja väljakutsetega noored päriselt silmitsi seisavad.

See etapp sarnaneb põhjaliku uurimistööga. Fookuses on enne võimalike lahenduste leidmist mõista täielikult noorte vajadusi, kogemusi, hoiakuid ja väljakutseid ning koondada kokku info juba olemasolevatest lahendustest, teenustest või toodetest, et luua disainiprotsessi tarbeks teemast tervikpilt.

Avastamise etappi kaasatakse noori võrdsete partneritena, meetoditena kasutatakse näiteks nii individuaalintervjuusid kui ka fookusgrupiintervjuusid. Koondatud info alusel luuakse hilisemas etapis personaad, mis aitavad veel paremini mõista noorte tegelikke vajadusi.

Silmas tuleb pidada seda, et kaasatud oleksid võimalikult erinevad noored – see aitab mõista ja kaardistada noorte vajadusi erinevatest vaatenurkadest.

TÖÖVAHENDID JA MEETODID

MIDA SIIN ETAPIS KASUTADA?

- (TAUST)INFO KOONDAMINE JA ANALÜÜSIMINE
- INTERVJUUD JA TÖÖ FOOKUSGRUPPIDEGA (ja teiste vajalike huvigruppidega)
- NOORTE PERSOONADE LOOMINE
- VISUAALSETE STSENAARIUMIDE KOOSTAMINE
- KASUTAJA TEEKONNA KAARDISTAMINE
- KÜSITLUSE KORRALDAMINE

(TAUST)INFO KOONDAMINE JA ANALÜÜSIMINE

MIDA SAAD SELLES ETAPIS KASUTADA?

DESIGN FOOKUSGRUPI RAPORT

(UURIMUS NOORTE INFOVAJADUSTE JA -HARJUMUSTE TEEMAL)

NÕUANDED JA SOOVITUSED

1 KÜSI ÕIGEID KÜSIMISI

INDIVIDUAALINTERVJUUDE JA FOOKUSGRUPIINTERVJUUDE EESMÄRK EI OLE NOORTE ISIKLIKKE ARVAMUSI VÄLJA SELGITADA JA VÕIMALIKKE LAHENDUSI KAARDISTADA, V Aid MÕISTA, MILLEGA NOORED SILMITSI SEISAVAD VÕI MILLISED ON NENDE IGAPÄEVAELU VÄLJAKUTSED.

Kui soovid saada rohkem teada, millega noored silmitsi seisavad või millised on nende väljakutsed igapäevaelus, võid küsida järgnevaid küsimusi.

- Milline näeb välja sinu tavaline päev?
- Mis on sinu jaoks kõige olulisem asi, mille pead päeva jooksul ära tegema?
- Mis valmistab sulle sinu elus hetkel kõige suuremat väljakutset või nõuab kõige rohkem pingutust?

Selle asemel, et kaardistada võimalikke uusi lahendusi, küsi hoopis noortelt ükskõik milliste lahenduste, teenuste või toodete kohta, mis on neid aidanud ja mitte aidanud.

- Millist tuge oled varem saanud mõne probleemi või väljakutse lahendamiseks, millest sulle päriselt ka on abi olnud?
- Mis oli selle juures hea?
- Kuidas said selle kohta infot?
- Kuidas jõudsid selleni?
- Kas oskad tuua mõne näite, kus sa ei saanud mõne probleemi või väljakutse lahendamiseks vajalikku abi?
- Kus oled saanud mõne toote või teenuse kasutamisel halva kogemuse ning mis oli selle põhjus?

2

KASUTA MEETODEID, MIS AITAVAD VÄLJA SELGITADA NOORTE TEGELIKUD KÄITUMISVIISID

SEE, MIDA INIMESED ÜTLEVAD, ET NAD TEEVAD, JA SEE, MIDA NAD PÄRISILT TEEVAD, ON KAKS ERI ASJA.

Õigete meetodite kasutamine aitab välja selgitada ja mõista seda, kuidas noored päriselt erinevates olukordades käituvad. Siinkohal võib olla kasulikuks meetodiks visuaalsete stsenaariumide koostamine, mis just eri olukordades käitumist näitab.

Näiteks võid paluda noortel mingi mure või probleemi visuaalselt lahti joonistada selliselt, mis näitab samm-sammult seda, kuidas noor mure lahenumisele läheneb või mida teeb.

„Sa oled mures, kuna sul võib olla sugulisel teel leviv nakkus. Mida sa nüüd ette võtad?“

3

TÖÖTA LÄBI DESYIGN FOOKUSGRUPI RAPORT (Uurimus noorte infovajaduste ja -harjumuste teemal)

AVASTAMISE ETAPIS ON SULLE OLULISEKS INFOALLIKAKS DESYIGN FOOKUSGRUPI RAPORT. UURIMUSE SELLE JUHENDMATERJALI TARBEKS VIIS LÄBI SOOME ÅBO AKADEMI ÜLIKOOL.

Avastamise etapile annab olulise lisandväärtuse raporti läbitöötamine ja enda jaoks oluliste tähelepanekute tegemine. 2019. aastal viidi neljas riigis läbi kaheksa fookusgrupiintervjuud noortega vanuses 15–29 aastat. Need riigid olid Suurbritannia (Wales), Hispaania (Valencia ja Madrid), Malta ja Luksemburg. Kokku osales 37 noort, keskmine vanus 19. Noortega toimusid põhjalikud arutelud, kus nad jagasid infot sellest, millised on nende igapäevaharjumused

noorteinfo otsimisel, kui teadlikud nad on erinevatest noorteinfoteenustest, milliseid takistusi on nad kogunud noorteinfoteenuste kasutamisel ja milliseid noorteinfoteenuseid eelistaksid nad kasutada.

Täismahus raporti lingi leiad peatükist „Lisad“ (lk 24). Raportis on ka täpsem info ja juhised, kuidas moodustada fookusgruppe, kuidas viia läbi intervjuusid ning koostada visuaalseid stsenaariume.

TEENUSEDISAIN

SEKSUAALTERVISE TEEMALISE TÖÖVAHENDI VÄLJA TÖÖTAMINE NOORTELE

Et tutvustada teenusedisaini protsessi paremini ja lähemalt, on iga etapi juures kirjeldav näide päris elu disainiportsessist. Juhendmaterjali looja ProMo-Cymru tegi uue, digitaalsel kujul seksuaaltervise töövahendi väljatöötamiseks koostööd Public Health Walesiga (Walesi Rahvatervise Amet).

Näide:

1. ETAPP PRAKTIKAS

Paljudel noortel on seksuaaltervise teemadest keeruline rääkida. Walesi Rahvatervise Amet ja ProMo-Cymru alustasid selle väljakutse lahendamiseks koostööd, sest soovisid, et noortele oleks veebipõhine info seksuaaltervise teemal paremini kättesaadav.

Väljakutse lahendamiseks tuli koondada põhjalik info selle kohta, milline info on praegu noortele olemas – kui kättesaadav see on, kui lihtne on seda leida ja kui kasulik see on. Selle kõige teadasaamiseks jagati info koondamine omakorda kolmeks osaks – noortega suhtlemine, spetsialistidega suhtlemine ja taustinfo koondamine / suure pildi loomine.

NOORTEGA SUHTLEMINE

Moodustati fookusgrupid, kuhu kaasati võimalikult palju erinevaid noori. Nende hulka kuulusid ka nägemis- ja kuulmispuudega noored.

Noortelt küsiti:

- Kui sul on vaja infot seksuaaltervise kohta, kuhu pöördud ja mida teed?
- Kas sulle vajaliku või olulise info leidmine on lihtne või keeruline? Palun põhjenda.
- Millist infot oled leidnud ja mis on osutunud kõige rohkem/vähem kasulikuks?

Olles põhjalikult uurinud noorte infovajadusi, soovis disainitiim vaadelda, kuidas noored käituksid mingis teatud olukorras. Noortele anti arutlemiseks järgnev näidislokk:

„Sina olid (või sinu sõber oli) laupäeva õhtul kaitsmata seksuaalvahekorras. Järgmisel nädalal kuuled koolis kuulujuttu, et sekspartneril on klamüüdia. Mida teed?“

Fookusgrupis osalenud noored arutlesid sel teemal omavahel ja otsisid telefoni abil internetist lisainfot. Tegevusest tehti märkmeid ja tähelepanekuid, näiteks talletati iga otsingusõna ja külastatud veebilehtede kohta.

SPETSIALISTIDEGA SUHTLEMINE

Disainitiim vestles ka seksuaaltervise kliinikus töötavate tervishoiutöötajatega, kes jagasid oma kogemusi sellest, millist infot ja nõu noored kliinikust enamasti soovivad.

(TAUST)INFO KOONDAMINE

Selle etapi viimaseks osaks oli koguda taustinformatsioon ja alustada selle analüüsimisega. Disainitiim koondas nii seksuaaltervise teematist infot kui ka üldist noortele suunatud infot, et saada võimalikult lai ja terviklik pilt.





KIRJELDA

Eelmises ehk avastamise etapis tegelesid taustinfo koondamisega ja nüüd on käes aeg kogutud info mõtestamiseks ning põhjalikuks analüüsimiseks. Siin etapis tuleb kogutud info kategoriseerida ja jaotada teemadeks. Ülesandeks on kaardistada võtmeteemad või võtmesõnad, mis viivad sind lähemale võimalike lahenduste leidmisele.

MIS PAISTAB ERILISELT SILMA? MIS ON KÕIGE OLULISEM NOORTELE?

Kirjeldamise etapis leiad probleemile või vajadusele võimalikud lahendused ja paned paika järgnevad sammud. Infot läbi töötades ja analüüsisid pead selgelt veenduma selles, et järgnevad sammud aitaksid lahendada probleemi või vajaduse.

Selle etapi lõppeesmärgiks on mõista täielikult lahendatavat probleemi või vajadust noorte vaatenurgast, et tagada tugev alus arenduse etapile ja loovad lahendused.

Esimene ja teine etapp moodustavad omavahel terviku.

Hoia fookust ikka noortel ja proovi

leida noorte vaatenurgast kõige olulisem. Mis on see, mis aitab kõige paremini probleemi või vajaduse lahendada?

TÖÖVAHENDID JA MEETODID

MIDA SIIN ETAPIS KASUTADA?

 KIRJUTUSVAHEND, SUUR PABER
JA MÄRKMEKLEEPSUD

 VÕTMETEEMADE VÕI VÕTMEÕNADE
KAARDISTAMINE

 KASUTAJA VAJADUSTE SÕNASTAMINE

 PERSOONADE LOOMINE

 KASUTAJA TEEKONNA KAARDISTAMINE

NÕUANDED JA SOOVITUSED

1

HOIDA PROBLEEMI VÕI VÄLJAKUTSE LAHENDAMISEL FOOKUSES NOORE PERSPEKTIIV.

TEENUSEDISAINI PROTSESSI KESKMES ON TEENUSE VÕI TOOTE KASUTAJA. TEENUSEDISAINI KASUTAMINE AITAB HOIDA FOOKUST KASUTAJAL EHK KASUSAAJAL JA HOIDA PROBLEEMI VÕI VÄLJAKUTSE LAHENDAMISEL FOOKUSES NOORE PERSPEKTIIVI.

Probleem:

Perekonnaliiget hooldaval noorel on keeruline leida koolitööde tegemiseks aega ja kohta.

Probleemi sõnastus, arvestades noore perspektiivi:

“

Noore inimesena pean hooldama oma ema ja kui mul on vaja teha koolitöid, vajan vaikset kohta ja konkreetset aega, et saaksin rahulikult pühenduda.

Probleemi sõnastus on spetsiifiline ja ei paku lahendusi ning keskendub noore vajadusele. Sellist laadi sõnastust nimetatakse kasutaja vajaduste sõnastamiseks.

Juhtub ka nii, et mõnikord jõutakse võimaliku lahenduseni enne, kui on täielikult mõistetud probleemi olemust.

Halb näide kasutaja vajaduste sõnastusest:

“

„Noore inimesena pean hooldama oma ema ja kui mul on vaja teha koolitöid, vajan peale koolipäeva kodutööde tegemise huviringi, et saaksin rahulikult pühenduda.“

Sõnastus on halb, kuna sisaldab lahendust.

Kui aga sõnastus jääb kasutaja vajaduse keskseks, võimaldab see kaardistada erinevaid lahendusi, mis aitavad probleemi lahendada.

Näide:

KIRJELDA EHK 2. ETAPP PRAKTIKAS

DISAINITIIM ANALÜÜSIS 1. ETAPIS KOONDATUD INFORMATSIOONI JA VALIS VÄLJA MÕNED PÕHIPROBLEEMID, MILLEGA EDASI TÖÖTADA. ILMNES KOLM PEAMIST PROBLEEMI:

- Veebilehel avaldatud ametlik info seksuaaltervise teemal ei olnud noortele sobivas formaadis ning see tegi noore jaoks info töötlemise ja seejärel võimaliku tegutsemise keeruliseks. Lisaks selgus visuaalsete stsenaariumide koostamisel, **et iga noor sai veebilehel avaldatud infost valesti aru ja külastas kliinikut valel ajal.** See oli oluline ja ka ootamatu leid.
- Seksuaaltervise teemaline info ei ole nägemispuudega noortele täielikult kättesaadav. Näiteks osa kliinikuid avaldas teenuste või asukoha info formaatides, mis ei olnud masinloetav (PDF või pilt). Selgus ka, et nägemispuudega noored eelistavad, et info oleks kättesaadav videoformaadis. See eelistus on täielik vastand eeldusele, et videoformaad ei sobi nägemispuudega noortele.
- Informatsioon oli esitletud pika kirjaliku tekstina ja vähe oli kasutatud videot või teisi formaate, mis aitaksid infost paremini aru saada.



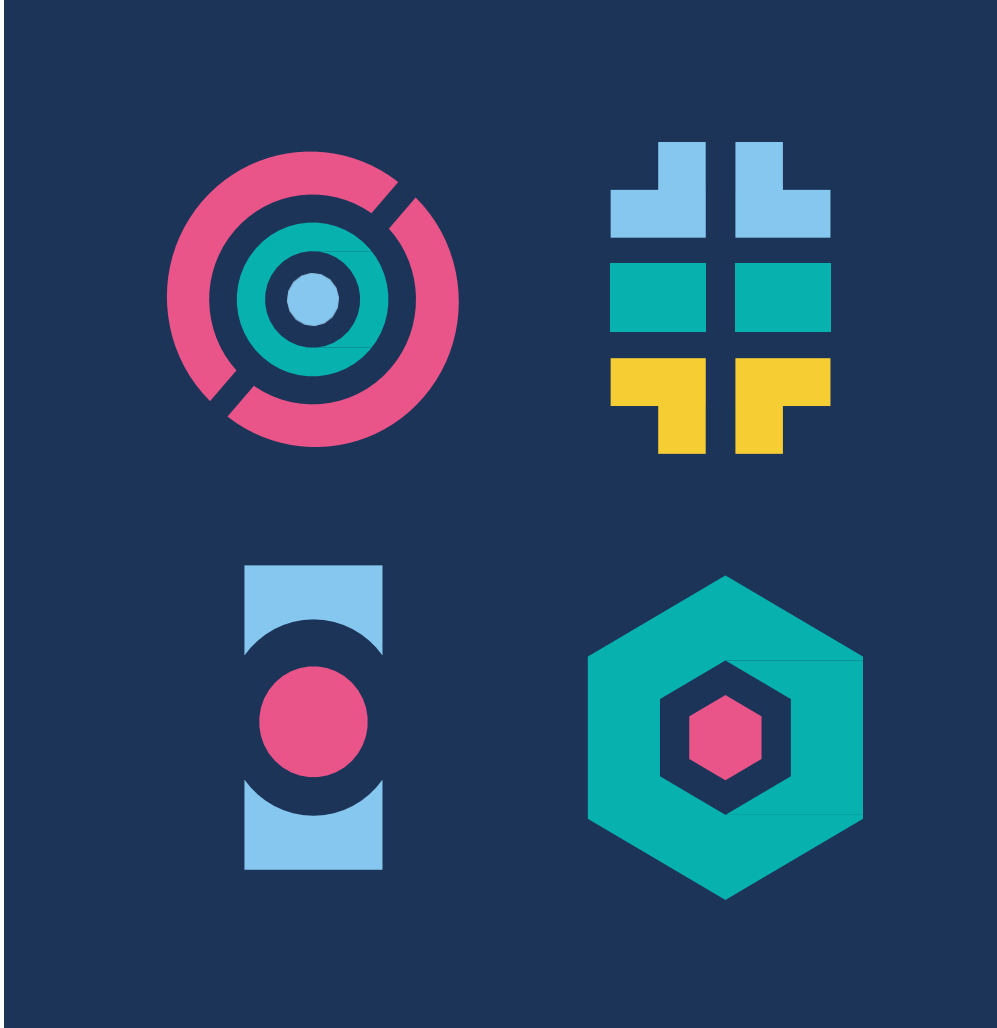
Disainitiim koostas ilmnenud probleemide põhjal teenuse kasutaja vajaduse sõnastuse:

“

„Kui mul on vaja infot seksuaaltervise teemal, on mulle oluline leida asjakohane info kiirelt ja lihtsalt, et saaksin teha teadlikke valikuid.“

Järgnevalt koostas disainitiim kasutaja vajadused küsimustena, mis tuginevad eelnevalt kogutud infole ja võtavad fookusesse noorteinfo teenuse arendamise. Kõik küsimused algasid sõnadega „**Kuidas saaksime ...**“.

- **Kuidas saaksime tagada, et noored mõistavad ja töötlevad õigesti digitaalsel kujul infot seksuaaltervise kohta?**
- **Kuidas saaksime tagada noorteinfo kättesaadavuse nägemispuudega noortele?**
- **Kuidas saaksime lihtsustada keerulises infos orienteerumist?**
- **Kuidas saaksime vabaneda väärinfost ja suunata noored õige infoni?**



ARENDA

Selles etapis hakkad probleemi või vajaduse lahendamiseks väljavalitud ideed arendama ja katsetama. Etapi eesmärk on esiteks tulla välja võimalikult paljude ideedega, teiseks arutleda nende üle põhjalikult kogu meeskonnaga ning kolmandaks valida välja üks idee, mida arendada ja katsetada.

Võimalik, et põhjaliku arutluse ajal tekib uus mõte või idee, mis ei ole eelnevalt esile kerkinud. See on täiesti loomulik ja normaalne! Väljavalitud idee põhjal luuakse prototüüp ja seda katsetatakse noortega või antakse noortele kasutada. Seejärel kogutakse tähelepanekud ja tagasiside, mida parandada, muuta või täiendada.

Pea meeles, et lahenduse testimine ei tohiks nõuda suurt rahalist ressursi. Samuti ka seda, et lahendust peab päriselt saama sihtrühmaga katsetada või kasutada.

MIDA TEED, ET VÄLJAVALITUD IDEED KATSETADA?

Väljavalitud idee ehk lahenduse katsetamine annab sulle infot, mis töötab ja mis ei tööta ning selle põhjal teed vajalikud muudatused ja täiendused. Teenusedisainile on väga iseloomulik see, et arendusetapis tuleb mõnikord üks ja seesama idee korduvalt ning korduvalt läbi katsetada. Nii jõuad lõpliku lahenduseni, mis päriselt ka töötab! Õppimine selle kohta, mis ei tööta, on sama oluline kui õppimine selle kohta, mis töötab.

TÖÖVAHENDID JA MEETODID

MIDA SIIN ETAPIS KASUTADA?

- IDEEDE KOGUMINE KAHEKSA-IDEED-MEETODIL
- PROTOTÜÜBI LOOMINE
- KIRJUTUSVAHEND, SUUR PABER JA MÄRKMEKLEEPSUD

- KASUTAJA TEEKONNA KAARDISTAMINE
- DIGITAALSED TÖÖVAHENDID

NÕUANDED JA SOOVITUSED

1 KASUTA IDEE LÖPLIKUKS VÄLJATÖÖTAMISEKS LOOVMEETODEID

Loovmeetodite kasutamise eesmärk on läheneda võimalikule ideele loominguliselt ja näha kaugemale ilmselgetest või võimalikest lahendustest. Üks hästi toimivatest loovmeetoditest, mida siin etapis kasutada, on ideede kogumine kaheksa-ideed-meetodil, kus iga teenusedisaini protsessis osaleja peab omalt poolt kuue minuti jooksul

pakkuma kaheksa ideed.

Ideede edasiarendamiseks võiksid kasutada paberil prototüüpimise meetodit, et arendamise varases staadiumis ideed visualiseerida ja need läbi katsetada. See aitab teada saada, kuidas potentsiaalne lahendus välja näeb ja töötab.

TEENUSEDISAINI ÜKS OLULISTEST PÕHIMÕTETEST ON KATSETAMISE PROTSESSIS LIIKUDA TASA JA TARGU. EESMÄRK ON LEIDA KÕIGE LIHTSAM VÕIMALUS OLEMASOLEVA IDEE KATSETAMISEKS JA SEELÄBI SELGITADA VÄLJA, KAS SEE TÖÖTAB VÕI EI.

Oletame, et sinu väljakutseks on saada rohkem noori neile suunatud üritustele osalema. Avastamise etapis selgus, et olenemata info jagamisest sotsiaalmeediakanalites, ütlesid noored, et nad ei saa ürituste infot siiski kätte ja ei tea, millal need toimuvad. Samuti selgus, et enamik noortel on olemas mobiiltelefon ja neil oleks üsna hea meel, kui nad saaksid info tekstisõnumiga. See tähendab

seda, et enne kui alustada ürituste reklaamimiseks turunduskampaaniatega, on võimalus katsetada noortele tekstisõnumite saatmist ja saada teada, kas see töötab. Jälgi üritusel osalenute noorte arvu enne sõnumite saatmist ja pärast sõnumite saatmist. Kui osalejate arv suureneb, järelkult idee töötab.

Digitöövahendid, mis on täiesti tasuta või soodsa hinnaga, pakuvad mitmeid mugavaid võimalusi. Näiteks on prototüübi loomiseks erinevaid digitöövahendeid. Notionis saad luua näidisveebilehe või -andmekogu, Facebookis ja Google Groupsis foorumeid ja online-kogukondi, Airtable'is sihtrühma ootuste ja vajaduste juhtimislaua (ingl CRM – Customer relationship management) ja Twiliod kasutada noortele SMSide saatmiseks.

Selles etapis on oluline küsida:

„Kas katsetamiseks saab kasutada mõnda olemasolevat tööriista või lahendust?“

Selle asemel, et luua või ehitada katsetamiseks mingi lahendus või platvorm, on suure tõenäosusega võimalus kasutada juba olemasolevaid digitöövahendeid.

On mitmeid näiteid, kus asutused

on uue teenuse või tegevuse katsetamiseks kasutanud olemasolevat digitöövahendit, mis on olnud väga edukas ja aidanud täita seatud eesmärki. Katsetamiseks millegi uue loomine või arendamine vajab enamasti suurt rahalist ressursi, mis lisab riskantsust.

Digitaalsete töövahendite nimekirja leiad peatükist „Lisad“.



IDEEDE KOGUMINE KAHEKSA-IDEED-MEETODIL

Disainitiim kasutas noortegrupiga ideede kogumiseks kaheksa-ideed-meetodit. Noortel tuli eelnevas etapis koostatud küsimustele „Kuidas saaksime ...“ leida kuue minuti jooksul võimalikult palju ideid. Iga küsimust käsitleti eraldi ja iga jaoks oli aega kuus minutit.

Disainitiim analüüsis noorte kõiki ideid põhjalikult, kaalus nende poolt- ja vastuargumente ning arutles, millel on tõenäoliselt suurim mõju ja mis on kõige realistlikum, arvestades projekti aja- ja eelarvepiiranguid. Edasi töötati kahe ideega, mille kohta loodi prototüübid.

Esimene idee oli luua tervise teemaline digilahendus (ingl digital health tool), mis suhtleb noorega ja küsib täpsustavaid küsimusi, et suunata noor tema vajadustega kooskõlas oleva infoni. Teine idee oli luua tervisega seotud juhtumianalüüsi koondav videopank (ingl bank of case study videos), mis pakub noortele infot noortesõbralikul viisil ja kujul. Need kaks ideed võiksid olla omavahel ka ühendatud, kuna digilahendus saaks noore mõne konkreetse teema puhul suunata otse videopanka.

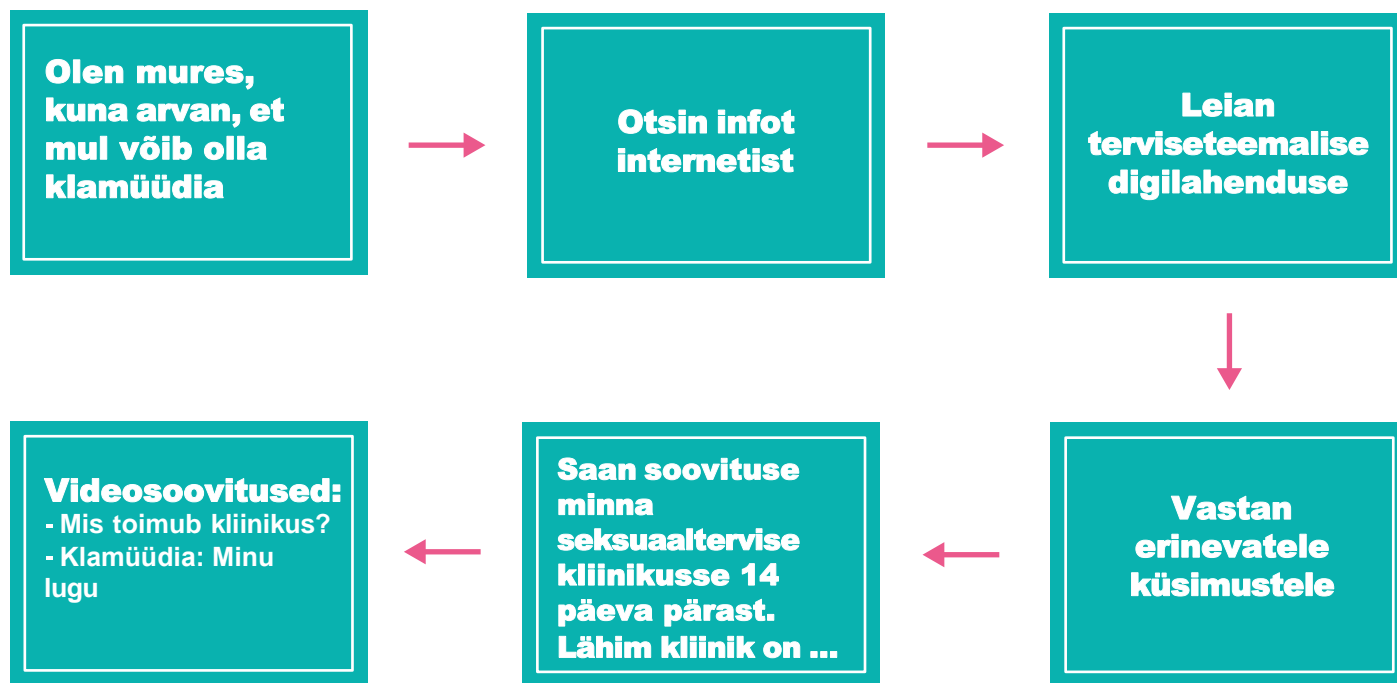
HÜPOTEESID

TERVISETEEMALINE DIGILAHENDUS: usume, et tervise teemalise digilahenduse loomine, mis suunab noort tema vajadustega seotud kvaliteetse infoni, toetab noort teadlike otsuste langetamisel.

JUHTUMIANALÜÜSE KOONDAV VIDEOPANK: usume, et erinevaid teemasid koondav juhtumianalüüside videopank, mis käsitleb spetsiifilisi teemasid, muudab info paremini mõistetavaks.



IDEE KATSETAMISEKS LOODI PROTOTÜÜP, ET MÕISTA NOORE KÄITUMIST JA KAARDISTADA KASUTAJA TEEKOND. TEEKONNA KAARDISTAMISEKS KASUTATI MÄRKMEKLEEPSE.



Kaardistatud kasutaja teekonda katsetati seejärel noortega ja koondati noorte tagasiside, mida kasutati omakorda idee edasiarendamiseks.

Seejärel toimus uuendatud prototüübi loomine digitöövahendis Typeform. Seal koostati küsimustik, mida katsetati noortega ja tervishoiutöötajatega.

1 → Are you looking for information on *

A Sexually Transmitted Infections

B Contraception

C Pregnancy

Videoprototüüp loodi digitöövahendis VideoScribe.

Seda saab vaadata siin (inglise keeles): <https://www.youtube.com/watch?v=ajgewMTXe4A>



VALMISTA

Kui sa oled eelmises ehk arendamise etapis välja valitud idee katsetamises saavutanud eduka tulemuse, võid edasi liikuda valmistamise etappi.

Siin etapis teed idee lõplikuks teostamiseks viimased viimistlused ja viid selle ellu ehk prototüüp saavutab oma küpsuse.

Samuti on siin etapis vajalik läbi mõelda kõikvõimalikud ressursid, planeerida lahenduse käivitamise või avaldamise ajakava ja seadma tulemuslikkuse jälgimiseks moodsid.

Pane tähele, et viimane etapp ei saa tegelikult kunagi läbi.

Loodud teenust või toodet tuleb järjepidevalt täiustada ja edasi arendada, et see vastaks jätkuvalt noorte vajadustele.

Näide:

VALMISTA EHK 4. ETAPP PRAKTIKAS

Noortele suunatud tervisetemaline digilahendus käivitati ja avaldati veebilehel FriskyWales, mis on Walesi Rahvatervise Ameti noortele suunatud veebileht. Info kättesaadavuse suurendamiseks ja atraktiivsemaks muutmiseks kujundati lahendusele ka visuaalne identiteet.

Teenusedisaini protsess on prototüübi käivitamisega lõppenud. Pärast käivitamist koondati mitmeid ettepanekuid ja soovitusi, kuidas digilahendust edasi arendada, et see vastaks paremini noorte vajadustele. See näitab seda, et iga lahendus, teenus või tegevus vajab järjepidevat edasiarendust ning täiendusi.

Soovitused edaspidiseks:

- Digilahenduses seksuaaltervisekliinikusse vastuvõtuoja broneerimine
- Meeldetuletuste saamine tekstisõnumiga
- Statistiliste andmete jälgimine ja koondamine digilahenduste kasutamise kohta
- Digilahenduste turundamine veebis ja Google Ad reklaami kaudu, et suurendada selle kasutamist ja jätkusuutlikkust

Teenusedisaini protsessi ajal ei olnud mõnede funktsioonide ja lahenduste teostamine võimalik tulenevalt projekti piirangutest ning Walesi digiteenuste infrastruktuurist.





LISAD

ERYICA, DesYign projektmeeskond ja Åbo Akademi viisid 2019. aastal läbi uuringu noorte infovajaduste ja -käitumise teemal. Uuringu tulemusi saab kasutada noorteinfo- ja nõustamisteenuste disainimiseks ning kommunikatsioonitegevuste parandamiseks, mis arvestavad kasutaja vajadusi ja on innovaatilised.

2019. aastal viidi neljas riigis läbi kaheksa fookusgruupiintervjuud noortega vanuses 15–29 aastat. Need riigid olid Suurbritannia (Wales), Hispaania (Valencia ja Madrid), Malta ja Luksemburg. Kokku osales 37 noort, keskmine vanus 19 aastat. Noortega toimusid põhjalikud arutelud, kus nad jagasid infot sellest, millised on nende igapäevaharjumused noorteinfo otsimisel, kui teadlikud nad on erinevatest noorteinfoteenustest, milliseid takistusi on nad kogenud noorteinfoteenuste kasutamisel ja milliseid noorteinfoteenuseid eelistaksid nad kasutada.

Avastamise etapile annab olulise lisandväärtuse selle raporti läbitöötamine, enda jaoks oluliste tähelepanekute tegemine ja raportile viitamine.

Raport: <https://www.eryica.org/publications/desyign-survey-report>

INTERVJUUD JA TÖÖ FOKUSGRUPPIDEGA

NÕUANDED:

- Koostage küsimused koos meeskonnaga, et mõista üheskoos paremini noorte vajadusi ja käitumist.
- Kaasa seda sihtrühma, kes annab sulle päriselt vajaliku sisendi. Kindlasti kaasa neid, kes juba kasutavad teenust või toodet, aga oluline on kaasata ka neid, kes ei kasuta või kellega soovid koostööd teha.
- Väldi küsimustes info kogumist selle kohta, mida noored tahavad.
 - ✗ *Kuidas sa soovid saada infot seksuaaltervise teemadel?*
 - ✓ *Kui sul on vaja infot seksuaaltervise teemade kohta, siis kuhu pöördud ja mida teed?*
- Küsi avatud küsimusi, väldi suunavaid küsimusi.
- Kuula uudishimulikult ja esita lisaküsimusi juhul, kui sa ei saa esialgse küsimuse vastusest piisavalt sisendit.
- Väldi osalejate suunamist ja reageerimist nende jagatud infole nii suuliselt kui ka kehakeeles.
- Ole kaasav ja kasuta fookusgruppides erinevaid meetodeid ning võimalusi, et kõik osalejad saaksid kaasa rääkida ja omapoolse sisendi anda. Võimalusel kasuta digitaalseid tööriistu, nagu Kahoot või Mentimeter.
- Vii läbi nii individuaalintervjuusid kui ka fookusgruupiintervjuusid. Intervjuud on hea võimalus teemadega rohkem süvitsi minemiseks.
- Tea, millal on aeg lõpetada. Siinkohal jääb alati peale info kvaliteet, mitte kvantiteet ehk oluline ei ole see, kui palju sa inimesi kaasad, vaid kui kvaliteetse sisendi sa kaasatutelt saad.

INTERVJUU JA FOOKUSGRUPI NÄIDISKÜSIMUSED

- Mida teed, kui sul on vaja saada infot sinu piirkonna spordi/huvitegevuse või mõne muu teema kohta? Kuidas leiad selle info?
- Mõttele olukorrale, kui sul oli vaja abi või infot vaimse tervise vm teema kohta. Selgita, mida ja kuidas võtsid ette, et abi saada või infot leida.
- Kas vajaliku abi ja info leidmine oli lihtne või keeruline?
- Mis oli vajaliku abi ja info leidmise juures hea?
- Mis ei olnud vajaliku abi ja info leidmise juures hea?
- Kuidas jõudis sinuni info, et just sellest allikast saad sulle vajalikku noorteinfot?
- Mis põhjusel sa pöördusid esimest korda vajaliku abi ja info leidmiseks just sellesse kohta?
- Mis põhjusel pöördud sa vajaliku abi ja info leidmiseks endiselt sellesse kohta?
- Mis on noorteinfo kättesaamise juures hea?
- Mis ei ole noorteinfo kättesaamise juures hea?
- Kuidas saad infot, mis toimub sinu piirkonna noortekeskuses? Kas tunned, et oled piisavalt informeeritud sellest, mida pakutakse ja mis toimub (või ei ole sa enamasti teadlik, mis ja millal toimub ning kus saab osaleda)?
- Milliseid veebilehti või veebikeskkondi sa kasutad? Miks?
- Millised veebikeskkonnad on head noorsootöötajaga suhtlemiseks? (Zoom, WhatsApp, Facebook, Instagram jne)

NÄPUNÄITED KÜSITLUSE LÄBIVIIMISEKS

Enne küsitluse läbiviimist mõtle kogu protsess põhjalikult läbi, tuginedes järgnevatele näpunäidetele:

- Mõtle läbi, millist infot ja mis kujul on sul vaja. Kas sul on vaja koguda arvandmeid, statistikat või põhjalikku kirjeldavat sisuinfot, mida analüüsides saad koostada kvalitatiivse kokkuvõtte?
- Kasuta lühikesi, konkreetseid ja lakoonilisi küsimusi. Küsida tuleb ainult neid andmeid/infot, mida on päriselt vaja ja mida edasises protsessis kasutatakse.
- Küsimustele vastaja peab mõistma küsimuse sisu ja olema võimeline nendele vastama, seega kasuta lihtsat ja sihtrühmale arusaadavat sõnastust.
- Moodusta küsimuste küsimiseks loogiline järjestus, näiteks järkjärguline üleminek üldistelt küsimustelt konkreetsematele küsimustele.
- Küsimuste sõnastamisel väldi sõnastustes vastaja suunamist ja juhtimist ühes või teises suunas.
- Vaata üle küsimustiku pikkus ja hinda, kui kaua võtaks vastajal aega küsimustiku täitmine. Proovi teha küsimustik võimalikult kompaktne ja lühike. Hea nipp on kasutada valikvastustega küsimusi.
- Kasuta küsimustikus läbivalt sarnast stiili ja punktisüsteemi, näiteks kui kasutad skaalal hinnangu andmist vahemikus 1–10 punkti (1 on kõige madalam ja 10 kõige kõrgem hinnang), siis kasuta skaalat 1–10 läbivalt kogu küsimustikus.
- Näita/jaga küsimustikku enne selle avalikustamist kolleegile või noorele. Kas küsimused on arusaadavad? Kas küsimustik on sobiva pikkusega?

Kui oled enne küsitluse läbiviimist eelnimetatud näpunäiteid arvestanud, saad alustada küsimustiku levitamist oma sihtrühmale. Usaldusväärse ja tegelikkusele vastava küsitlustulemuse jaoks tuleb küsitlus suunata soovitud ja vajaliku sihtrühmani.

Näidis:

Skaalal 1–10 (1 on kõige madalam ja 10 kõige kõrgem hinnang) kuidas jäid täna rahule noorteinfo kättesaadavusega?



Kui sul on noorteinfo kättesaadavuse teemal mõni kaebus või ettepanek, palun kirjuta selle kohta allolevasse lahtrisse.

NOORTE PERSOONADE LOOMINE

Persoonade loomise eesmärk on luua terviklik pilt kogukonnas või ühiskonnas esindatud noorte sihtrühmast. Persoonad põhinevad päriselt olemasolevatel noortel, võttes arvesse nende vajadused ja omadused. Samuti tuleb arvestada soo, identiteedi, sotsiaalmajanduslike, kultuuriliste, etniliste, erivajaduste ja muu olulisega, mis on seotud konkreetselt arendatava teenuse või tegevuse sihtrühmaga.

Persoonade loomine on hea võimalus teha koostööd noortega, sest saad paluda neil luua erinevaid persoonasid, mis põhinevad nende sõpruskonna või kogukonna liikmetel. Samuti saad noortega persoonade loomise ajal arutleda kõikidele võrdsete võimaluste tagamise ja kättesaadavuse teemadel. Näiteks: Kuidas suhtuks transsooline noor sellesse tegevusse või teenusesse? Millised võivad olla transsooliste noorte vajadused?

Nimi: _____

Vanus: _____

Sooline identiteet: _____

Töö / Kool / Praegune elukorraldus: _____

Omadused ja tunnused:

Igapäeva elu kirjeldus:

Vajadused ja prioriteedid:
(Mida ta vajab? Millised on tema prioriteedid?)

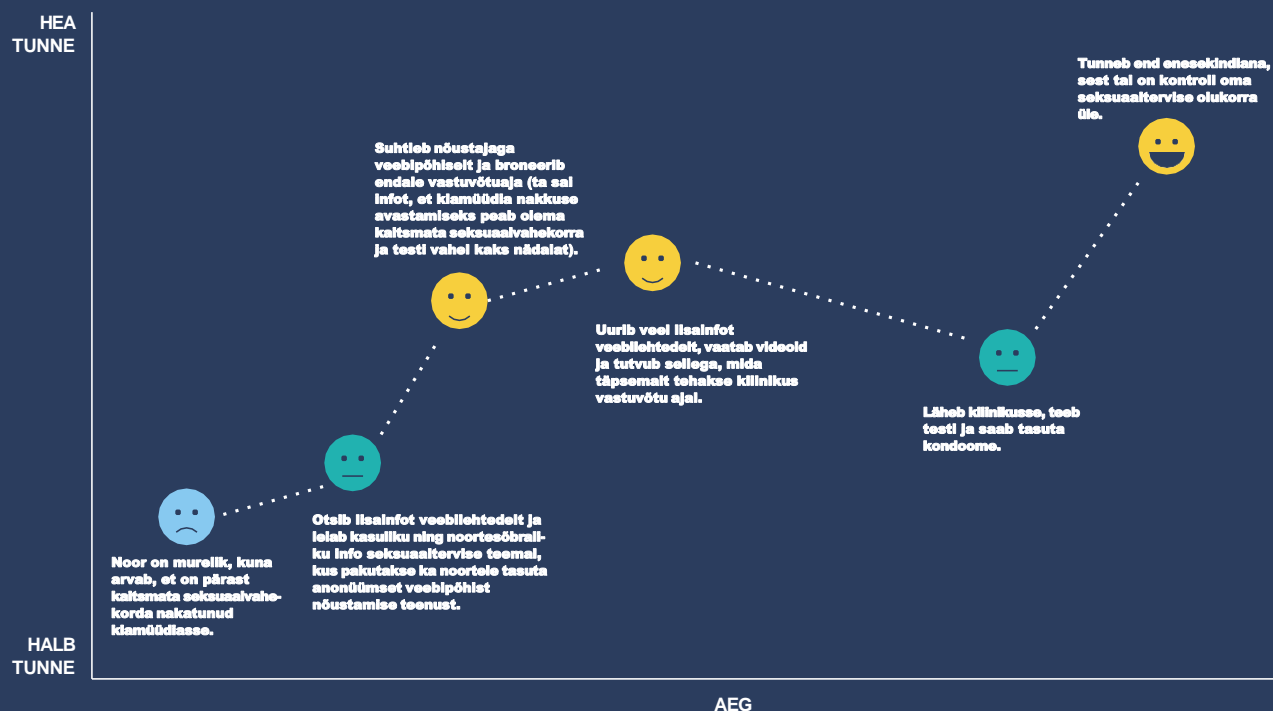
KASUTAJA TEEKONNA KAARDISTAMINE

Kasutaja teekonna kaardistamist saab kasutada nii 1. ehk AVASTA etapis, 2. ehk KIRJELDA etapis ja ka 4. ehk ARENDA etapis.

Kasutaja teekonna kaardistamist saab kasutada näiteks noorte personade loomise järgselt, et mõista, kuidas noor käitub või tegutseb mõnda teenust kasutades. Arenduse etapis saab näiteks kasutaja teekonna kaardistuse abil luua kasutaja käitumise või teekonna nn ideaalolukorra. Kaasa kasutaja teekonna kaardistuse koostamisse noori, kes oskavad kõige paremini oma käitumist või teekonda mõne teenuse kasutamisel kirjeldada. **Näide:**



Kui oled 4. ehk ARENDA etapis, siis näeb kasutaja käitumine või teekond ideaalolukorras välja nii:



KASUTAJA VAJADUSTE SÕNASTAMINE

Teenusedisaini protsessi alguses on oluline sõnastada teenuse või tegevuse kasutajate vajadused, mis annavad hea sisendi ja aluspõhja edasises disainiprotsessis. Kasutaja vajaduste sõnastamisele võib eelneada vajadus viia läbi küsitlus.

NÄIDE KASUTAJA VAJADUSE SÕNASTUSEST:

„Mina kui noor inimene, kes hooldab oma ema, kui mul on vaja teha koolitöid, vajan vaikset kohta ja konkreetset aega, et saaksin rahulikult pühenduda.“

KUIDAS KOOSTADA KASUTAJA VAJADUSE SÕNASTUSI?

Palu igal meeskonnaliikmel sõnastada vajadus, järgides allolevat juhist:

Mina kui _____ [probleemist mõjutatud noor]

Kui mul _____ [olukord, milles probleem ilmneb]

On vaja _____

Et saaksin _____ [tulemus, mida vajan]

HEA NÄIDE:

Noore inimesena, kes hoolitseb oma ema eest, vajan kodutööde tegemiseks vaikset ruumi ja kindlat aega, et saaksin koolitöid teha nii hästi kui võimalik.

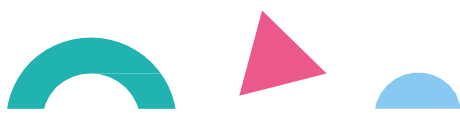
Selle näite puhul on hea, et see on väga spetsiifiline ega paku mingeid lahendusi. See keskendub noore vajadustele.

HALB NÄIDE:

Noore inimesena pean hooldama oma ema ja kui mul on vaja teha koolitöid, vajan pärast koolipäeva kodutööde tegemise huviringi, et saaksin rahulikult pühenduda.

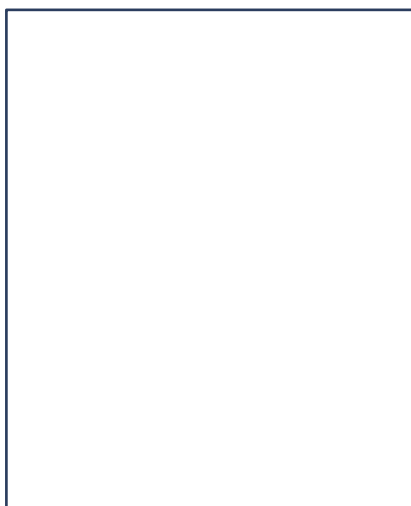
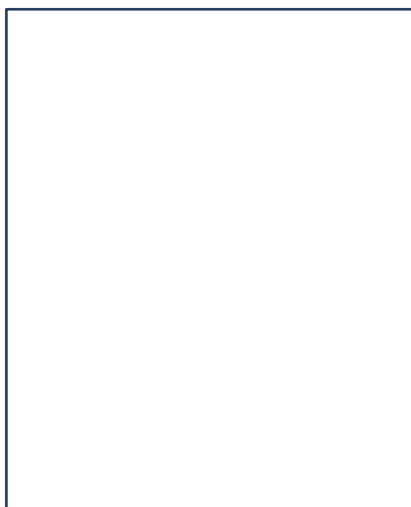
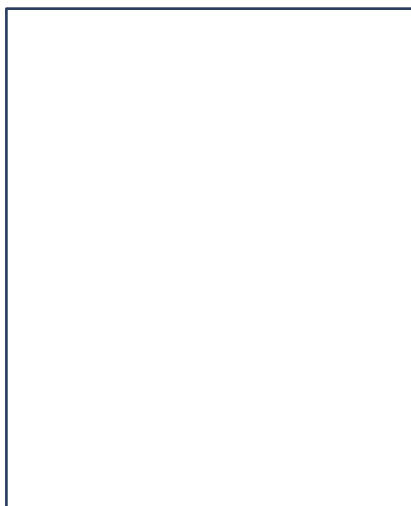
Selle näite puhul seisneb probleem selles, et lahendus on juba olemas.

Tänu sõnad CASTile (Centre for Accelerated Social Technology) harjutuse eest.



VISUAALSETE STSENAARIUMIDE KOOSTAMINE

Selle põhja abil saab noor joonistada sammud või kirjeldada teekonda, mida ta mingi konkreetse probleemi või väljakutse lahendamiseks ette võtaks. Põhja saab kasutada ka videostsenaariumi (mustandi) koostamiseks.

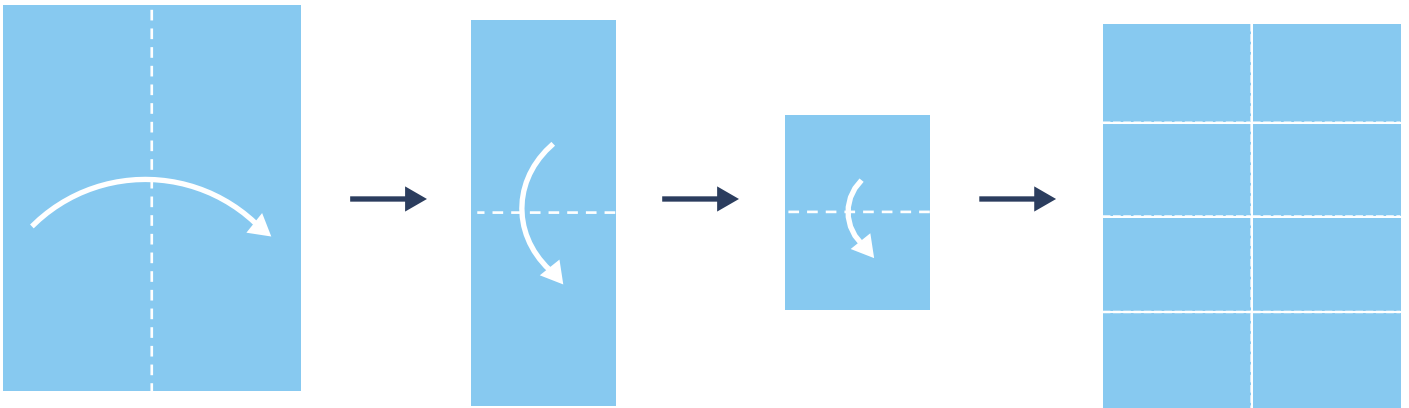


IDEEDE KOGUMINE KAHEKSA-IDEED-MEETODIL

Loovuse ergutamiseks ja lahenduste leidmiseks sobib kaheksa-ideed-meetod (ingl rapid eights), mis võimaldab koguda kiirelt ja korruga palju ideid ning mõtteid.

Vajad A3 või A4 paberilehti ja kirjutusvahendeid.

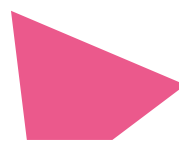
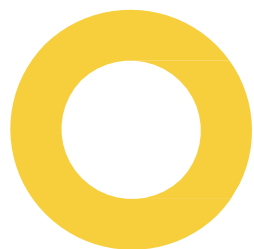
- 1** Anna igale osalejale paber ja palu see pooleks murda, seejärel omakorda pooleks ja veel kord pooleks.



- 2** Paberile tekib pooleks murdmise tõttu kaheksa kasti.

- 3** Kõik osalejad kirjutavad oma paberile 6 minuti jooksul kaheksa ideed. Kasuta kindlasti taimerit!

- 4** Iga osaleja nimetab oma parima või parimad ideed kogu grupi ees. Arutle kõikide osalejatega suures ringis kõige realistlikuma või teostatavama idee/ideede teemal.



VÕTMETEAMAD VÕI VÕTMESÕNAD JA KÜSIMUSED „KUIDAS SAAKSIME ...“

Kuna alati ei ole kõikidel disainiprotsessi meeskonnaliikmetel võimalik osaleda kõikides tegevustes, näiteks intervjuudel, on väga oluline hoida kogu meeskonda samas infoväljas ja toetada nende teadlikkust protsesside tulemuslikkusest, võtmeteemadest või võtmesõnadest, et mõista kogu meeskonnana teenuse või tegevuse kasutaja ehk noore vajadusi. Hea viis ühise infovälja loomiseks on töötuba. Seda on kõige parem teha siis, kui kasutajate vajadused on äsja kaardistatud ja värsked.

Töötoa läbiviimiseks on vaja kas kirjutusvahendeid ja märkmekleepse või mõnda digitaalset keskkonda/lahendust.

1 Kutsu kokku kogu meeskond. Nimeta läbiviija.

2 Palu igal meeskonnaliikmel, kes on osalenud kasutaja vajadusi välja selgitavates tegevustes, meenutada ja jagada tulemusi ülejäänud grupiga. Kellega nad kohtusid, mida teada said ja mis selgus? Talletage kogu jagatud info märkmekleepsudele või digikeskkonda.

3 Kui kõigil on olnud võimalus omalt poolt infot jagada, hakake jagatud infot kategoriseerima ja teemadesse jagama. Millised teemad korduvad? Milliseid teemasid tuleb disainiprotsessis arvestada, et lahendada probleem või vajadus?

KASUTAJA VAJADUSED SÕNASTATUNA KÜSIMUSTENA „KUIDAS SAAKSIME ...“:

Kui oled teinud avastamise ehk 2. etapis võtnud kokku võtmeteemad või võtmesõnad, saab need sõnastada viisil „Kuidas saaksime ...“, et saada infot kasutaja vajaduste kohta:

Näiteks:

1 Paljud noored emad tunnevad end ühiskonnas eraldatuna

„KUIDAS SAAKSIME ...“:

Kuidas saaksime aidata kaasa sellele, et noored emad tunneks end ühiskonnas vähem eraldatuna?

2 Noored emad hindasid kõrgelt võimalust suhelda ja jagada teiste noorte emadega oma kogemusi.

„KUIDAS SAAKSIME ...“:

Kuidas saaksime luua noortele emadele turvalise ja ligipääsetava võimaluse omavaheliseks suhtlemiseks?

Tõenäoliselt on sul protsessi ajal kokku 5–8 „Kuidas saaksime. ...“ lauset. Neid lauseid kasutatakse arenduse etapis lahenduste leidmiseks.

PROTOTÜÜBI LOOMINE

Prototüüpimist kasutatakse teie ideede elluviimiseks. Meetod aitab muuta ideed käegakatsutavamaks ning selliseks, et neid saaks noortega katsetada. See toob disainis esile positiivseid ja negatiivseid külgi.

1. SAMM: MADALSAGEDUSEL PROTOTÜÜPIMINE

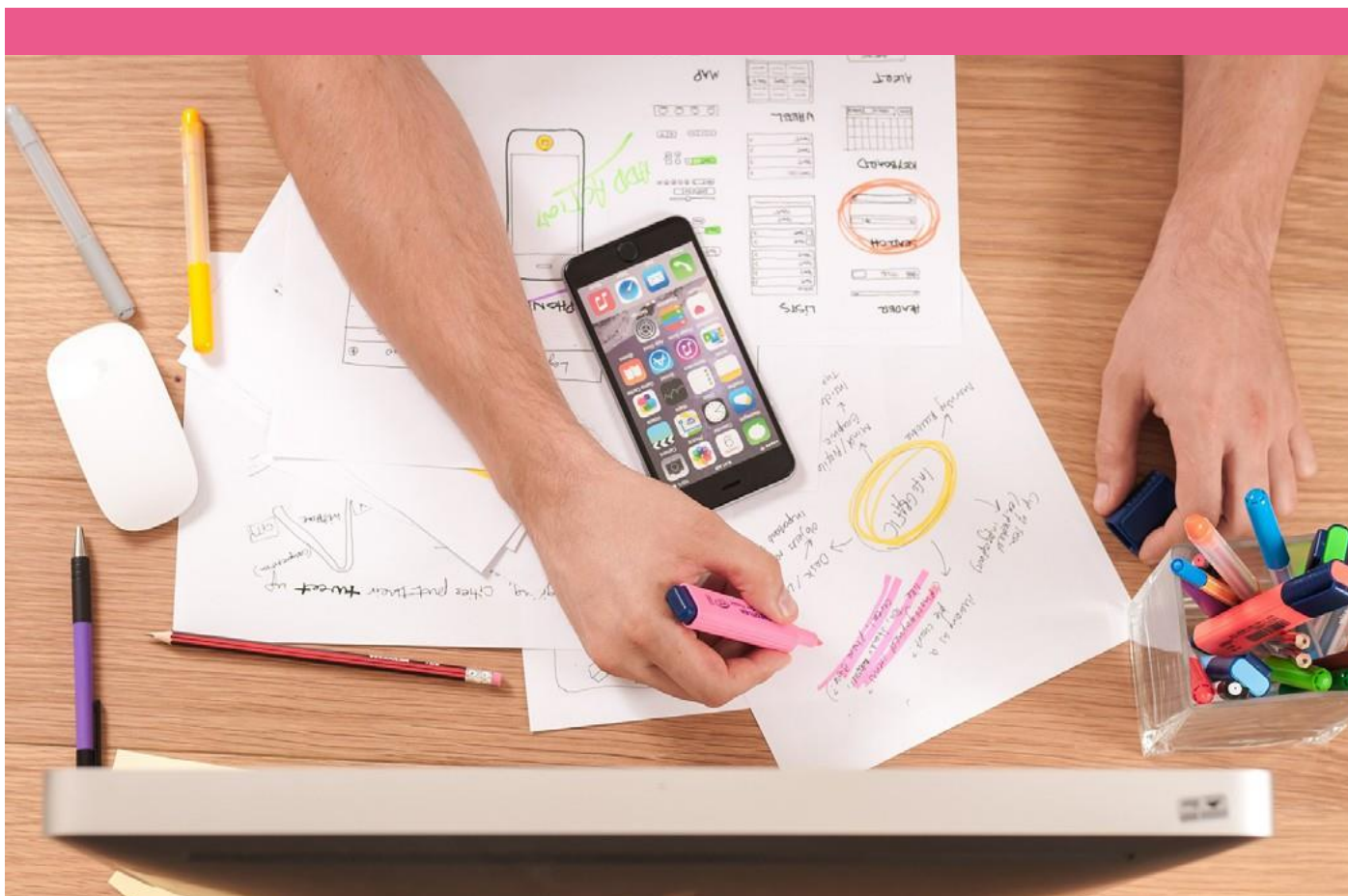
Teie esialgsed prototüübid peaksid olema madala sagedusega, st toored ja töötlemata. Neid saab joonistada paberile, et luua disainimaketid. Näiteks video testimiseks saate video sisu kuvamiseks kasutada stsenaariumit ja skripti. Rakenduse jaoks saate joonistada rakenduse iga ekraani ja kasutaja teekonna rakenduse kaudu.

Seejärel katsetate madalsagedusel prototüüpe noortega ja kordate disaini nende tagasiside põhjal.

2. SAMM: LOOGE „KÕRGEMA SAGEDUSE- GA“ PROTOTÜÜP

Järgmine etapp on täpsema prototüübi loomine. Neid saab luua odavate digitaalsete töövahenditega. Notioni abil saate luua näitlikke veebilehti ja andmebaase ning teil on võimalik luua Facebooki ja Google'i gruppide abil online-gruppe ja foorumeid, Twilio kaudu saate noortele SMS-e saata – võimalusi on lõputult.

Tehke kindlasti fotod iga kontseptsiooni mõtteloomest, et saaksite õnnestunud ideid hiljem dokumenteerida.



TASUTA VÕI SOODSA HINNAGA DIGITÖÖVAHENDID

Teenusedisaini paremaks korraldamiseks ja õnnestumiseks on olemas mitmeid tasuta või soodsa hinnaga digitaalseid platvorme, mida on lihtne kasutada ka noortel.

Soovitused:

GOOGLE JAMBOARD

Digitaalne tahvel, mida on mugav kasutada fookusgruppides ja töötubades.

TWILIO

Tekstisõnumite saatmine ja vastuvõtmine, näiteks kohtumiste meeldetuletused.

TYPEFORM

Küsimustike ja uuringute keskkond, kus on kaasahaaravad ja interaktiivsed vormid.

SLACK

Veebipõhine suhtlemise ja arutlemise keskkond.

VideoAsk (by typeform)

Videokoosolekute ja -vestluste keskkond, mis on uuenduslik ja kaasahaarav.

CANVA

Sotsiaalmeedia, plakatite, flaierite ja muude kujunduste loomise keskkond.

Notion

Mitmekülgne info koondamise ja projektijuhtimise tööriist. MTÜ-d saavad küsida tasuta ligipääsu.

LOOM

Videosalvestuste tegemine üheaegselt nii kaamera, mikrofoni kui ka arvutiekraaniga.

Rohkem digitaalsed platvorme, mida katsetada ja proovida:

<https://charitycatalogue.co.uk/>



ALLIKAD JA LISAINFO



Juhendmaterjali koostamise aluseks on:

Design Council's Framework for innovation (double diamond):

<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/>

Digitaalsete platvormide ja tööriistade kogumik Charity Catalogue (inglise keeles)

<https://www.charitycatalogue.co.uk/>

Nõuanded ja soovitused digiteenuse arendamiseks Catalyst Resources (inglise keeles)

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