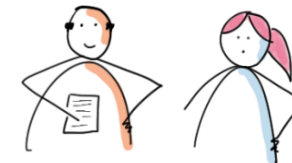


Nástroj pro plánování empatických rozhovorů

Tento tahák je krátké shrnutí základních principů, jak vést inovační rozhovory během procesu Design thinkingu. Cílem je porozumět, jak se zákazník cítí, jak přemýšlí, jaké má hodnoty, problémy a touhy.

Empatické rozhovory obvykle trvají 60 až 90 minut. Abychom měli validní data, je potřeba provést alespoň 5 rozhovorů pro každou osobu.



Použijte tyto příklady a vytvořte si vlastní sadu otázek:

Ptejte se na příběh, ne statistiku

Řekněte mi o Vašem posledním zážitku s...
Máte nějakou pozitivní nebo negativní zkušenost s ...

Ptejte se na problém, ne řešení

Co Vás ohledně toho trápí nebo štve?
Co potřebujete vyřešit?

Ptejte se na emoce, ne proces

Jak jste se v daný okamžik cítil/a?
Vaše pocity z toho byly...

Jděte do hloubky

Proč?
Jaký byl k tomu důvod?
Co se stalo před tím?
Proč si to myslíte?
Co vás k tomu vedlo?
Kvůli čemu se to stalo?

Hledejte mezi řádky, jak se chce cítit

Lidé dělají věci proto, aby se nějak cítili. Tyto emoce nás nejčastěji ženou:

1. Jistota / Pohodlí
2. Nejistota / Pestrost
3. Význam
4. Láska / Dobré vztahy
5. Růst
6. Přínos společnosti

Struktura rozhovoru

1. Vytvořte pohodu
2. Vysvětlete, co se bude dít
3. Začněte jednoduchými otázkami
4. Jděte do hloubky
5. Dobrý závěr

