

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 **3/發現階段** 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

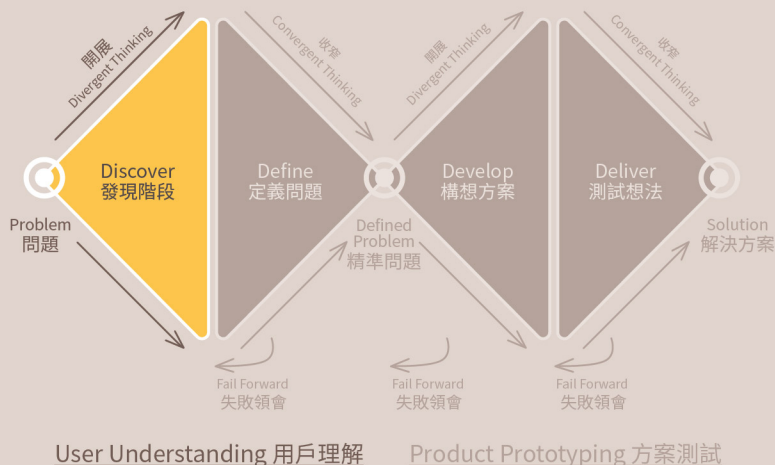
設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

第三部份為發現階段，是在建立團隊後，開始接觸用戶的階段。這亦是真正設計思維旅程的第一步，而設計思維最重要是找尋並定義問題，再發想方案。

此階段的重點，是了解真實的狀況，從用戶的角度思考。以下的心法和工具，著重如何發掘用戶的真實想法和感受，收集足夠資訊來準備定義「用戶問題」，亦為之後發想的設計方案，提供足夠的支持和理據。

「發現階段」亦是最能夠與用戶直接接觸和建立關係的一步，讓你開始為項目累積用戶群。



設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

實戰技巧一：

「在發掘用戶需要時，我該用甚麼角度？」



在發現階段時，最重要的心態是打開心胸，放下成見。當然，你並不是你的用戶，必然會出現你無法完全理解用戶想法的時候，但重要的是你「理解」這種不同，然後願意接受及聆聽這些不同。這些時候，同理心就最為重要。

帶著同理心，在了解問題時，將自己既有身份打破，想像自己不再是「用戶的社工」、「用戶的長輩」，而只是變成「聆聽別人感受的人」，坦然地感受用戶或訪問對象的情緒和經歷。

在這個階段不需要任何批判成份，而是在下一個階段才會過濾或者篩選你的發現。這個階段最重要是感受，與用戶產生共鳴，不要被身份局限，不要帶批判眼光。

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

實戰技巧二： 「我該從何入手？」



那麼到底要發掘甚麼？而所謂的「問題」，會怎樣顯示出來？關於這個階段，除了同理心，最重要的另一個關鍵詞是：「痛點」。痛點，顧名思義，就是會令人感覺到「痛」的地方，又或者是不舒服、缺乏的地方。



用戶可能會在受訪時，明確地告訴你：「我不喜歡甚麼」或「我覺得這樣不足」，或有時會非常婉轉地告訴你一些故事，但沒有直接告訴你感受。這時候，同理心就相當重要，將心比己時，你能否體會到用戶的「痛」？我們相信人與人之間的真誠交流是可以產生共鳴的，對用戶痛點的深刻理解會讓你在設計思維旅程中，得出能回應用戶需要的解決方案。

在「發現階段」，我們從經歷入手找尋痛點。試著問用戶「你有關壓力最壞的經歷是甚麼？」，或者是「請告訴我一個關於最深刻的放鬆經歷」等，都有助你沉浸在用戶的角度中，啟發同理心，真正做出一個以人為本的設計。

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

實戰技巧三： 「我該如何發問/聆聽？」



知道了要尋找痛點，但要在簡短的訪問及聆聽中發掘，其實並不容易。

首先，用戶「說了」不代表「說完了」，我們要秉持好奇心，在可行的情況下「打爛沙盆問到篤」，不斷問「為甚麼？」落力去發掘用戶的深層需要。設計思維提供了不同工具，協助你於各種情況下發掘用戶的深層需要，愈挖得深，及後的可能性愈大。若然用戶不喜歡談及自己，亦可以嘗試發問有關用戶生活裡的不同面向，或者請用戶談及他人，這通常都很有用。

其次，團隊「聽到了」有時並不代表「聽入耳」。若果不善於發問，或是發現團隊無法放下既有的成見並「同理」用戶，可考慮邀請第三方參加者來訪問用戶。發掘得愈深、愈多、愈廣，切中的痛點就愈精準，就更能因應用戶的需要提供解決方案。

最後，留意那些未被訪問的人。有時候我們可能傾向較容易找到外向，或願意發表意見的用戶來與我們分享經歷，但請也切勿忘記那些未有表達意見的。我們可以邀請這些用戶的身邊人去描述他們的特徵，又或是直接觀察那些用戶的行為。



設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

甚麼是深層需要？



深層需要是指當一個人做決定，或渴望一件事情時，所考慮的最底層原因。

「表面需要」

例如有一天，你的鄰居敲門，想問你借一個「電鑽」。你以為他需要的是電鑽，但其實電鑽只是一個「表面需要」。

「實際需要」

實則他需要的是：如果你問他「為甚麼你要電鑽」- 他會答你，我想「在牆上鑽洞」，「牆上鑽洞」是一個實際需要。

「深層需要」

但當你再問他「為甚麼你要在牆上鑽洞呢？」可能鄰居會答你不同的原因：「我想掛一幅全家幅在牆上」／「我想架設一個毛巾架方便打掃整理」／「我想掛一幅風水畫轉轉運」。

這樣就出現了三個截然不同的「深層需要」，分別是「想要溫馨的家庭感覺」／「想要清潔乾淨的家」／「想要轉運的機會」。

當你不問到最底層的原因時，你將無法了解用戶的深層需要，無法設計出有效的方案，一個電鑽背後其實可能有非常多截然不同的深層需要，而你必須要理解深層需要，才能最有效地設計方案。如對方想改變空間裝飾轉運時，但你為他提供溫馨家庭感覺，則徒勞無功。

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

工具一： 同理心訪問 Empathetic Interview

透過訪問有壓力的青年(目標用戶)，深入了解其壓力來源和相關感受。

需要時間

20至30分鐘 (可因應受訪者的狀態延長或縮短)

環境及所需物資

能安靜對話及讓用戶感到放鬆和熟悉的地方、錄音設備、白紙、筆、智能電話或電腦以搜尋及分享資訊

所需心態或技巧

保持誠懇和客觀、不批判、尊重受訪者感受

參與者

1-2 個受訪者、2個訪談人員 (1人負責提問、1人負責記錄)、1個與受訪者相熟的人作為陪伴 (如有需要)

預期成效

理解受訪者的深層感受及需要、從過往經驗中找尋痛點、與受訪者建立聯繫

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

工具樣版

開展訪談

- 介紹自己
- 簡介訪談目的及方式

準備

- 測試一下訪談問題
- 簡單了解受訪者背景
- 營造合適的受訪方式

訪談問題

了解受訪者過往的經歷和感受，內容可包括：

- 壓力來源
- 活動喜好
- 對中心的印象
- 減壓方法
- 喜歡的空間
- 對社工的印象

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____
- 5) _____
- 6) _____
- 7) _____
- 8) _____
- 9) _____
- 10) _____

總結

- 簡述計劃的下一步
- 感謝受訪者參與訪談，邀請參與往後的活動
- 提供其他方式，讓受訪者訪談後提供意見

工具一：

同理心訪問

Empathetic Interview

透過訪問有壓力的青年(目標用戶)，深入了解其壓力來源和相關感受。

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

參考例子

開展訪談

- 介紹自己
- 簡介訪談目的及方式

準備

- 測試一下訪談問題
- 簡單了解受訪者背景
- 營造合適的受訪方式

訪談問題

了解受訪者過往的經歷和感受，內容可包括：

- 壓力來源
- 活動喜好
- 對中心的印象
- 減壓方法
- 喜歡的空間
- 對社工的印象

- 1) 甚麼令你感到最大壓力？
- 2) 你上次覺得最無助，最需要比人幫係幾時？
- 3) 對上一次如何解決無形壓力？
- 4) 對於你來講既"休息位"，會係邊？
- 5) 你唔開心既時候會做啲咩？
- 6) 描述一兩個你最鐘意的空間/地方。
- 7) 你曾經主動邀約朋友去過邊度？點解？
- 8) 你覺得青少年中心缺乏啲咩(對你而言)？
- 9) 對中心社工既印象係點？
- 10) _____

總結

- 簡述計劃的下一步
- 感謝受訪者參與訪談，邀請參與往後的活動
- 提供其他方式，讓受訪者訪談後提供意見

工具一：

同理心訪問

Empathetic Interview

透過訪問有壓力的青年(目標用戶)，深入了解其壓力來源和相關感受。

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

工具一：

同理心訪問

Empathetic Interview

透過訪問有壓力的青年 (目標用戶)，深入了解其壓力來源和相關感受。

使用目的(Why):

- 深入了解用戶的動機、需要、感受和想法
- 找出現有服務的盲點以及用戶對於現有服務的實際觀感
- 收集理據，為未來方案及服務創新提供支持和討論方向

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

使用方法(How):

步驟 1: 草擬訪談問題

- 就著訪談方向，由淺入深地列出相應問題
- 盡量使用開放性問題，避免引導性問題
- 多問受訪者的感受和經歷
- 簡單測試列出的問題，與團隊討論
- 注意有機會牽動受訪者情緒的問題，在提問時加以注意，有需要時可要求專業人士在場陪同訪問

步驟 2: 選擇受訪者

- 事先了解受訪者及其背景資料
- 指出幾個目標用戶的名字或特色
- 討論受訪者的特質和時常會去的地方

步驟 3: 籌劃及招募

- 招募及邀請合適的受訪者
- 決定訪談的日期、時間及地點
- 選擇合適的記錄方式，如筆錄、錄音或電腦打字記錄

步驟 4: 進行訪談

- 以輕鬆聊天的方式，提出不同問題，注意受訪者的反應及情緒
- 細心傾聽用戶的故事和體驗，發現他們的痛點
- 原句摘錄，摘錄一些令人印象深刻的「金句」
- 善用5W1H問題 (What、Why、Who、Where、When、How)
- 適時提出追問問題 (follow-up question)，更深入了解用戶

步驟 5: 事後總結

- 在訪談記錄中，挑選約10句關鍵句子 (原句摘錄)
- 簡單寫一篇「訪談撮要」，列出重點和精要內容，方便往後重溫

工具一： 同理心訪問 Empathetic Interview

透過訪問有壓力的青年 (目標用戶)，深入了解其壓力來源和相關感受。

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

工具一：

同理心訪問

Empathetic Interview

透過訪問有壓力的青年(目標用戶)，深入了解其壓力來源和相關感受。



小提示：

- 1 盡量營造適合用戶分享的環境和說話的語調，讓用戶在輕鬆、安心的環境下表達意見。
- 2 盡量貼合用戶的語言，讓其感到親切，樂於分享更多自身經歷。
- 3 盡量讓受訪者多說話，引導其說出自己的故事。
- 4 謹記錄音時事先告知，解釋原因並取得對方同意，保證所有訪談內容將會保密。

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

工具二： 用戶旅程圖 Journey Map

當用戶分享一個深刻的經歷時，紀錄在用戶旅程圖上，深入了解這個經歷的更多細節和感受。

需要時間	8-10分鐘 (於同理心訪問當中使用)
環境及所需物資	A4/A3的白紙、兩種顏色的便利貼、筆、錄音設備
所需心態或技巧	抱持開放的好奇心、探究精神
參與者	1-2 個受訪者、2個訪談人員 (1人負責提問、1人負責記錄)、 1個與受訪者相熟的人作為陪伴 (如有需要)
預期成效	協助用戶回想經歷，用戶在特定旅程中的經歷或感受，發掘出當中的需要及痛點

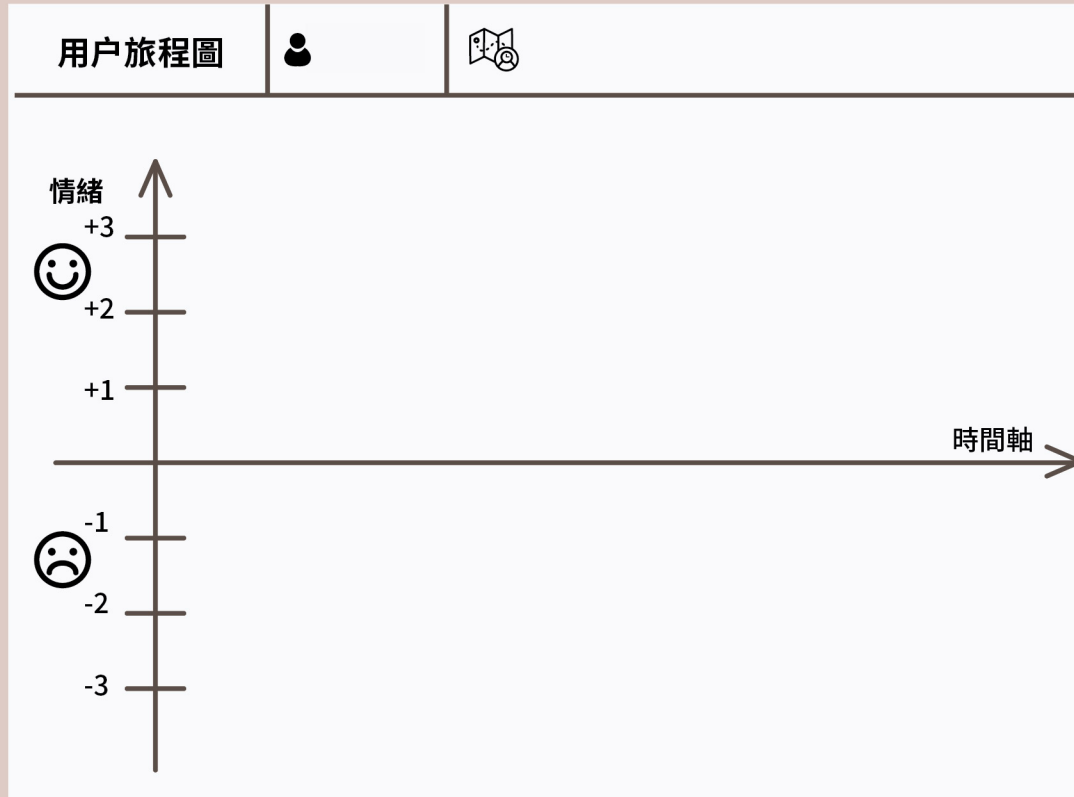
設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

工具樣版

工具二： 用戶旅程圖 Journey Map

當用戶分享一個深刻的經歷時，紀錄在用戶旅程圖上，深入了解這個經歷的更多細節和感受。



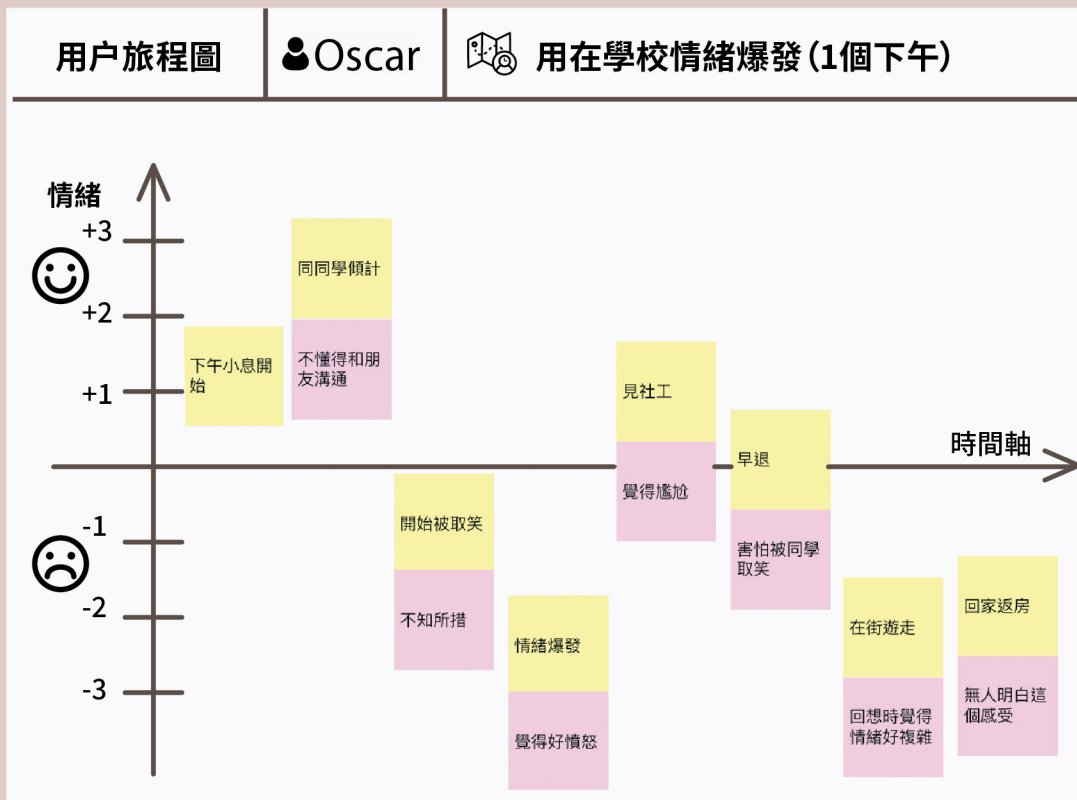
設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

參考例子

工具二： 用戶旅程圖 Journey Map

當用戶分享一個深刻的經歷時，紀錄在用戶旅程圖上，深入了解這個經歷的更多細節和感受。



設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

工具二： 用戶旅程圖 Journey Map

當用戶分享一個深刻的經歷時，紀錄在用戶旅程圖上，深入了解這個經歷的更多細節和感受。

使用目的(Why):

- 站在用戶的角度，深入理解和代入某個深刻的經歷
- 讓用戶更仔細回顧自己的經歷及感受
- 把該次經歷的過程和情緒變化，分階段呈現出來
- 以圖像展示其感到不快或困擾的事 (痛點)，從而找出值得改善和可以入手創新的地方

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 3/發現階段 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

使用方法(How):

步驟 1: 挑選希望進一步 了解的深刻經歷

- 在同理心訪談中，當用戶分享一個深刻的經歷時，邀請其作進一步分享
- 向用戶了解這次經歷的時間範圍，可以是2小時、1天、幾個星期、幾個月不等

步驟 2: 向用戶簡述做法

向用戶簡述「用戶旅程圖」的做法，請其詳細分享事情經過，一起共創「用戶旅程圖」。用戶旅程圖主要包括以下幾個部分：

- 時間點 (Touchpoint):
在深刻經歷當中，較為重要的環節或事件
- 痛點 (Pain point):
經歷不同環節時，令用戶覺得不快、不舒服和有缺乏的地方
- 當刻情緒 (Emotion):
經歷不同環節時，用戶當刻的情緒高低 (是開心還是不開心?)

步驟 3: 列出「時間點」

- 先邀請用戶在黃色便利貼上寫下「時間點」，並打橫排列在用戶旅程圖上

步驟 4: 列出「痛點」

- 在紅色便利貼上寫下他們在每個「時間點」面對的「痛點」

步驟 5: 展示用戶的 情緒變化

- 根據用戶的描述及每個環節的情緒高低，把便利貼上下移動，展示每個「時間點」的「當刻情緒」

步驟 6: 重溫整個 「用戶旅程圖」

- 與用戶再次重溫眼前畫面，檢查有否遺漏重要部分，或是否需要刪減多餘細節，突出關鍵部分

工具二： 用戶旅程圖 Journey Map

當用戶分享一個深刻的經歷時，紀錄在用戶旅程圖上，深入了解這個經歷的更多細節和感受。

設計思維實際應用

1/籌劃階段 2/建立團隊 **3/發現階段** 4/定義問題 5/構想方案 6/測試想法 7/社群建立

工具二： 用戶旅程圖 Journey Map

當用戶分享一個深刻的經歷時，紀錄在用戶旅程圖上，深入了解這個經歷的更多細節和感受。



小提示：

- 1 因為每個時間點的情緒高低都不一樣，所以要仔細討論當中的不同感覺。
- 2 可以留意這個用戶經歷情緒最高及最低的幾個時間點，這些時間點都十分值得討論。
- 3 在同理心訪談中，可能不適合使用用戶旅程圖，也可能有多張用戶旅程圖，視乎用戶的分享內容而定。