

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

在測試想法階段後，設計思維旅程便暫告一段落，接下來就是項目執行了。設計思維可以幫助我們尋找用戶需要，打造出一個青年人專屬的空間。而項目的開展和持續發展，則有賴團隊找出如何運作空間、提供什麼類型的服務，以及如何讓用戶參與在其中。

在這階段，我們建議引入「社群建立」的概念，讓用戶持續參與在項目當中。可以建立的社群分為兩種，第一種是「用戶的社群」，由於設計思維的過程中牽涉到大量用戶的參與，我們可以思考如何利用這些已建立的關係和網絡，提供更多不同形式去持續為用戶（青年）賦權；第二種是「社工的社群」，透過與其他中心和同工交流，分享成功的做法和經驗，有助提升整體青年服務的質素，開創更多可能性。



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：

「如何建立『用戶的社群』，令用戶持續參與，繼續賦權用戶？」



參考過去「平行心間」計劃的經驗，接下來的考驗就是如何營運空間，並一步步提升用戶（青年）在這裡的歸屬感和參與，讓這個影響力在同儕之間發酵，進一步讓更多人受惠。在建立「用戶的社群」時，我們會嘗試為青年提供不同參與形式。

在這裏介紹一種青年參與的形式——「青年工作者（Youth Worker）」。這種形式的對象為參與程度較高、較積極的用戶（青年）。團隊可以邀請他們幫忙帶領活動，甚至聘請他們擔任兼職，以青年的身分去接觸其他青年。不少例子顯示，這種做法能夠提升輔導效果，讓青年工作者以過來人的身份融入用戶群，分享真實的感受，在同儕間培養影響力，提升接觸用戶的深度和闊度。



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

另外，我們可以逐步擴展用戶參與的方式。不同類型的用戶對不同活動有興趣，參與程度有別，透過降低參與門檻，用戶將更容易參與到活動當中。長遠而言，用戶對青年空間的參與程度可以由淺入深，循序漸進，慢慢便能達至用戶賦權。

團隊可以利用不同工具去檢視目前用戶的參與程度，包括審視目前用戶參與的方式。在開始前，不妨思考以下問題：「在你的中心裡面，用戶（青年）的角色是什麼？他們主要是服務使用者嗎？」、「目前用戶參與形式的分佈是否理想？例如有多少用戶有參與統籌服務？有多少是純參與角色？有什麼可以改變嗎？」、「這是否你心目中的理想畫面？能否改變用戶的參與形式，減輕同工的工作，帶來事半功倍的效果？」

透過動員更多用戶（青年），不但能讓他們為社群出一分力，更能為中心提供額外人力資源，也能令服務的接觸面更廣。以下是建立「用戶的社群」的兩大益處：

1. 有效地為用戶（青年）賦權： 透過鼓勵青年參與表達意見及共創空間，讓他們感到自己有能力，有信心一起想像出更多新穎的服務。

2. 提升用戶（青年）歸屬感： 空間的一椅一桌對青年而言都有不一樣的意義 — 若青年有機會一起參與，能大大增加他們對青年中心的歸屬感。

團隊可以參考「工具一：用戶參與階梯」，以回顧用戶在不同活動的參與形式，然後發想新的服務和活動。



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：

「如何建立『社工的社群』，連繫不同中心和同工，產生協同效應？」



除了建立用戶的社群外，來自不同團隊、不同專業，但負責相近項目的社工，同樣也可建立自己的社群。例如來自不同「平行心間」中心的社工們，只要定期聯絡，互相交換資訊，便已可以成為一個成熟的社群。

不同中心既是彼此的同行者，亦像一個延伸的團隊——社工之間可以分享經驗和心得，亦可以交流面對困難時的解決方法，例如應對疫情的策略等等。不同中心透過互相連結、交流合作，甚至合辦活動，能讓不同團隊的想法互相碰撞，突破既有框框，讓想像力更豐富。

交流亦不需要過於正式（不一定是研討會），可以保持輕鬆的溝通聯絡，定期交流，亦可以間中會面，就著服務創新交換想法；或者進行腦力震盪（Brainstorming），分享一些個人覺得最深刻的經歷或是挑戰，甚至在出現突發事件時一同商討對策等。

即使同樣為青年專屬空間，由於不同中心位處不同地區、面對的用戶不同，在操作上也會出現不一樣。如果在交流中跨中心社工可以互相勉勵學習，相信定能帶出更多服務可能性，連結更多新的持份者。



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：

用戶參與階梯

User Engagement Ladder

回顧中心用戶不同程度的參與形式，並尋找值得提升參與程度的活動及形式。

需要時間

45至60分鐘

環境及所需物資

A1白紙，便利貼及筆，過去的活動記錄

所需心態或技巧

仔細回顧，開放討論

參與者

3位或更多的團隊成員

預期成效

對用戶的參與形式和分佈加深了理解、新服務或新活動的可能性

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：

用戶參與階梯

User Engagement Ladder

回顧中心用戶不同程度的參與形式，並尋找值得提升參與程度的活動及形式。

工具樣版

用戶參與階梯 (User Engagement Ladder)					
用戶的 參與方式	[]	[]	[]	[]	[]
	使用	分享	協助	構思	管理
用戶 (Who)					
事件 (What)					

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：

用戶參與階梯

User Engagement Ladder

回顧中心用戶不同程度的參與形式，並尋找值得提升參與程度的活動及形式。

參考例子

用戶參與階梯 (User Engagement Ladder)					
用戶的參與方式	[120]	[42]	[39]	[30]	[2]
	使用	分享	協助	構思	管理
用戶 (Who)	中學生 Mary, Kit, Tom... 雙待青年 龍, 小明, 小美... 大學生 Eric, Rita, Amy... 在業青年 啊青, Louis, Andy	中學生 Mary, Kit... 雙待青年 龍, 小明... 大學生 Eric, Rita... 在業青年 啊青	大學生 Eric, Rita... 在業青年 啊青	中學生 Mary, Kit... 雙待青年 龍, 小明... 大學生 Tracy... 在業青年 啊青	Lesley Tracy
事件 (What)	在中心活動 傾偈 玩桌遊 食零食 溫書 情緒學習小組 興趣班 皮革手作班 繪畫班 咖啡班	中心資訊 開放資訊 活動資訊 中心資源 情緒管理手法 零食 介紹 帶朋友到中心玩 中心大使	年度嘉年華 義工送飯 咖啡班幫手 零食/桌遊 選擇建議 情緒管理 陪談員 (過來人)	中心空間設計 情緒轉介形式 咖啡班的安排 手作班市集	臨時工作 設計 活動宣傳 短期工作 駐場接待 中心行政工作 活動籌備 工作

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：

用戶參與階梯

User Engagement Ladder

回顧中心用戶不同程度的參與形式，並尋找值得提升參與程度的活動及形式。

使用目的(Why):

- 有系統地回顧用戶在不同活動的參與形式
- 了解在青年中心層面，不同參與形式的分佈
- 重新思考參與形式的分佈，並往更深入的參與形式推進

不同形式的用戶參與

每個用戶(青年)在中心有著不同形式的參與，大致包括以下五種參與形式(參與程度由淺入深)：

- 使用：參加活動 / 使用空間 / 購買產品
- 分享：分享中心資訊或資源 / 介紹的中心予其它人
- 協助：給予服務及空間意見 / 擔任活動義工
- 構思：參與構思活動及服務 / 組織活動
- 管理：實際參與中心運作

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: 回顧活動

- 回顧過去半年或一年與用戶相關的中心活動
- 討論在活動中，不同用戶各自的參與形式（使用、分享、協助、構思、管理）

步驟 2: 在每種參與形式下面， 分別填寫「用戶」曾參與 的「事件」

- 在「事件」中，填寫用戶曾參與的活動或服務
- 在「用戶」中，填寫具共同參與形式的用戶名字
- 在空白欄位[]中，填寫在每種參與形式之下，曾參與活動的估計總人次

步驟 3: 討論不同參與形式 的人次分佈

- 討論人次分佈是否符合團隊理想的狀況
- 討論為何個別參與形式的人次會較高 / 較低
- 討論希望提升哪種「用戶的參與形式」的人次

步驟 4: 發想相關的新活動 及服務

- 因應不同活動及服務，討論新的參與形式，以提升用戶的參與程度
以「情緒支援服務」為例，A中心現有的用戶參與形式是：
 - 使用：參加「情緒學習小組」
 - 分享：與其他青年「分享情緒管理手法」
 而新的活動或服務可以是：
 - 協助：擔當「情緒管理陪談員」
 - 構思：構思「情緒轉介形式」
- 用便利貼將新的想法寫出來，貼在工具上

步驟 5: 討論新的活動或服務 所需的配套

- 因應每種新的活動或服務，提出相應的配套
- 邀請相關用戶討論新活動或服務的可行性

工具一： 用戶參與階梯

User Engagement Ladder

回顧中心用戶不同程度的參與形式，並尋找值得提升參與程度的活動及形式。

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： 用戶參與階梯 User Engagement Ladder

回顧中心用戶不同程度的參與形式，並尋找值得提升參與程度的活動及形式。



小提示：

- 1 在同一種活動或服務中，用戶可能有不同的參與形式，團隊應盡量在工具中列出來。
- 2 在「用戶參與階梯」中，用戶參與的方式是層層遞進的（使用 < 分享 < 協助 < 構思 < 管理），所以參與人次正常會是逐層遞減的。團隊如果發現其中一種參與形式的人次特別高，可以討論為何這種參與形式特別受歡迎。

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：

持份者關係圖 II

Stakeholder Map II

為潛在的新服務或用戶參與形式，重新構想持份者的關係圖。

需要時間

45 - 60分鐘

環境及所需物資

印有本工具的A3紙張，兩種顏色的便利貼及筆，「用戶參與階梯」的成果、以往的「持份者關係圖」（可參考第一階段的「持分者關係圖 I」）

所需心態或技巧

仔細討論可能出現的場景、嘗試分析並指出不同可能性

參與者

團隊所有成員及最相關的同工

預期成效

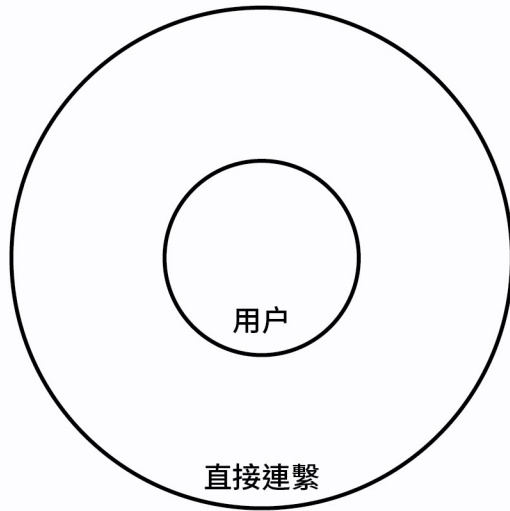
在新服務或新的用戶參與形式下，持分者關係的畫面、對新服務所需配套的了解

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

持份者關係圖 II (Stakeholder Map II)



間接連繫

潛在合作伙伴

工具二： 持份者關係圖 II Stakeholder Map II

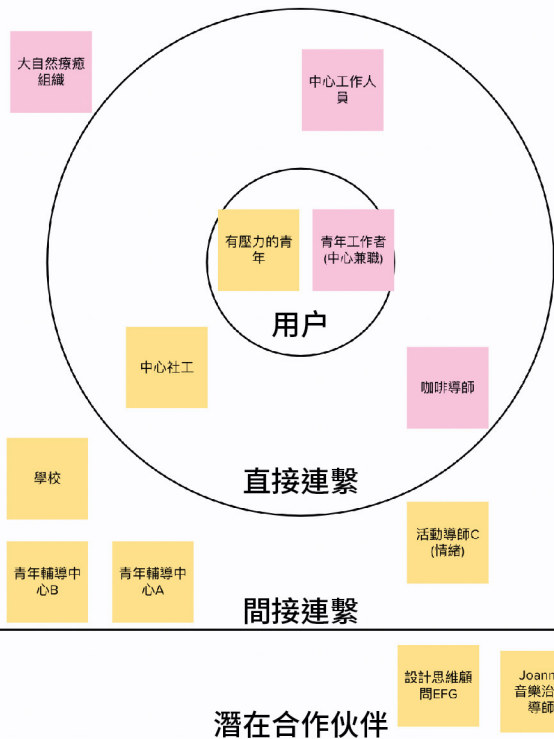
為潛在的新服務或用戶參與形式，重新構想持份者的關係圖。

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

持份者關係圖 II (Stakeholder Map II)



工具二： 持份者關係圖 II Stakeholder Map II

為潛在的新服務或用戶參與形式，重新構想持份者的關係圖。

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：

持份者關係圖 II

Stakeholder Map II

為潛在的新服務或用戶參與形式，重新構想持份者的關係圖。

使用目的(Why):

- 釐清新的持分者關係，並更新持分者關係圖
- 指出新的服務及參與形式為現有服務帶來的影響
- 了解新形式所需的配套

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： 持份者關係圖 II Stakeholder Map II

為潛在的新服務或用戶參與形式，重新構想持份者的關係圖。

使用方法(How)：

步驟 1:

回顧之前的持份者關係圖

- 與團隊重溫以往的持份者關係圖
- 講述先前得出的結果，包括在持分者關係圖中，期望強化或弱化的持分者關係

步驟 2:

組織新的持份者關係圖

- 在另一張白紙組織一張新的持份者關係圖
- 回顧經歷設計思維過程後的改變，討論並考慮將不適用的持份者移除

步驟 3:

加入新的用戶參與形式

- 將新的用戶參與形式放到用戶的位置
- 構想新的持份者，討論並加入圖表中

步驟 4:

討論新的服務細節

- 討論新的服務所需的配套
- 因應中心的資源，討論可行性

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： 持份者關係圖 II Stakeholder Map II

為潛在的新服務或用戶參與形式，重新構想持份者的關係圖。



小提示：

- 1 有些潛在用戶本身的參與程度就很高，團隊可以邀請他們一起發想新服務或參與形式的細節，令畫面更全面。
- 2 團隊也可以就著新服務或參與形式實行一些短期測試，提升成功率。