

# Malin Winberg: "Design Thinking i föreningsutveckling"

*Vi som arbetar med TAL-KO Österbotten använder oss av Design Thinking i utförandet av projektet och ställer därför givetvis frågan hur samma metod kunde hjälpa föreningar i sitt arbete.*

Design Thinking är en iterativ process baserat på empati, idégenerering och testning samtidigt som användaren alltid hålls i fokus. Man försöker förstå användaren, utmana antaganden och omdefiniera problem genom följande steg eller lägen: empatisera, definiera, generera idéer, ta fram prototyp och testa.

Metoden blir allt mer populär i takt med att organisationer från olika sektorer inser vikten av att förstå produktens eller tjänstens användare. En djupare förståelse för användaren och problemen ger en bättre

lösning och en bättre produkt.

## **Varför använda Design Thinking i föreningsutveckling?**

Föreningar är i grund och botten användarcentrerade organisationer. Detta gör dem väl lämpande att använda metoden Design Thinking som är en användarcentrerad process. Design Thinking kan dessutom appliceras till nästan vilket problem som helst, det behöver alltså inte nödvändigtvis handla om utveckling av produkter eller tjänster, man kan även använda metoden vid planering av organisationer, evenemang eller annan verksamhet.

Metoden lämpar sig för alla, oavsett bakgrund eller kompetensområde. Det är just mångfalden av kunskap, erfarenhet och intres-



**Skribenten Malin Winberg är projektledare vid Yrkes högskolan Novia. Här tipsar hon om Design Thinking, en enkel metod som även kan ge föreningar en ny-start.**

sen, vilka man så ofta hittar i föreningar, som möjliggör bättre och mer kreativa lösningar. Det blir möjligt att ställa de rätta frågorna och omdefiniera problemet, testa och utveckla.

Vi som konsumenter och potentiella föreningsmed-

lemmar förväntar oss allt mer av produkten eller servicen vi köper eller använder. Vi kräver också att organisationers, förenings och företags kommunikation ska hålla hög nivå, oberoende av avsändare har vi lika höga krav.

Vårt tålamod kan vara kort, så en förening eller ett företag måste fånga vår uppmärksamhet snabbt och informationen som vi får ska vara lätt att förstå och ta till sig.

Design Thinking kan t.ex. vara till nytta då vi ska lösa en av de största utmaningarna för föreningar idag: rekrytering av nya medlemmar. Orsakerna till detta problem är många och komplexa och det finns inte en lösning som passar alla föreningar. Problemet och målgruppen måste alltså analyseras.

De rätta frågorna bör ställas och besvaras för att det ska vara möjligt att hitta en lösning. Lösningarna bör också testas och vidareutvecklas vid behov.

Många förenings verksamhet är beroende av ide-

ellt arbete och för att den mycket upptagna nutidsmänniskan ska vara villig att ge upp sin tid vill hon snabbt få svar på frågor som uppstår. Frågor som Varför?

Om en förening då önskar rekrytera nya medlemmar bör föreningens syfte geomsyra verksamheten och även kommunikationen. Att använda Design Thinking i utvecklingsarbetet av föreningens verksamhet och kommunikation leder till en djupare förståelse både för organisationen och även för problemet. Det är precis det som leder till att hitta de förenings specifika lösningar som behövs för att nå ut till målgruppen.

Dessa lösningar kan variera mycket från förening till förening förstås, men det är just det som är så fantastiskt med Design Thinking.