

Design Thinking

a CSR



Marzena Strzelczak, Dyrektorka Generalna Forum Odpowiedzialnego Biznesu
 Wyzwania, które na co dzień stoją przed CSRowcami – doskonalenia organizacji, jej produktów, usług, i równocześnie odpowiadanie na potrzeby jej interesariuszy – często wymagają wyjścia poza utarty tok myślenia i szukania nowych, nie zawsze oczywistych, rozwiązań. Równocześnie, w centrum działań CSR są zawsze ludzie, a ile osób, tyle problemów i zarazem nowych pomysłów i rozwiązań. Design Thinking może być tu bardzo przydatnym narzędziem, zwłaszcza przy tworzeniu bardziej zrównoważonych produktów. Wynika to z jego istoty - inspirowanie i zachęca do twórczego wysiłku, a zarazem – ułatwia szukanie rozwiązań i porządkuje ten proces. Warto to wykorzystać.



Sylwia Lewandowska-Akhvlediani, MakeSense
 Design Thinking jest fantastycznym narzędziem do tworzenia innowacyjnych rozwiązań nakierowanych na realne i palące potrzeby użytkowników. W myśl zasady „nic o nas bez nas”, pozwala na włączenie interesariuszy od samego początku projektowania strategii i działań CSR, poprzez fazę prototypowania, by sfinalizować na rozwiązaniu, które faktycznie przynosi rezultaty. Metodologia ta pozwala na więcej luzu, lekkości i radości także samemu zespołowi odpowiedzialnemu za CSR, gdyż nie trzeba w pojedynkę „urodzić” właściwego rozwiązania, można je współtworzyć. Warto choć raz spróbować tych prostych kroków, z ogromnym potencjałem do rozwiązań pełnych mocy!

