

Казус 3

Наименование на казуса	Мобилни телефони BlackBerry
Ключови думи	Дизайн мислене
Разработен от	Университет в Дубровник, Хърватия
Език	Български
Казус	
<p>Blackberry е мобилен телефон, проектиран и разработен от компанията RIM (Research in Motion) през 1999 година. Компанията е първата, която предоставя достъп на потребителите до имейл услуги на мобилните им телефони. Устройството става любимо на световни лидери, хора от бизнеса и известни лица. Притежанието му се превръща в символ на влияние и богатство. Между 1999 и 2007 година компанията не спира да се развива, тъй като продуктите ѝ са изключително новаторски и много добре приети. Но появата на устройството Айфон с тъч скрийн води до драстичен спад в продажбата на устройствата BlackBerry и в рамките на две години компанията губи повече от половината от пазарната си стойност. Нещо повече, компанията не успява да предвиди появата на „икономиката на софтуерните приложения“, която води до масовото разпространение на устройствата Айфон и на тези, базирани на андроид</p> <p>Въпроси по казуса:</p> <p>Като имате предвид тази информация, използвайте техниките за генериране на творчески идеи, които научихте от модула, за да разрешите проблема пред BlackBerry, най-вече:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определете проблема и формулирайте целта. 2. Използвайте рамката на дизайн мисленето, за да създадете идеи за постигане на вече формулираната цел. 3. Използвайте техниката на брейнсторминг, за да обсъдите получените идеи. 	
Източници	https://www.blackberry.com/us/en https://www.feedough.com/why-did-blackberry-fail/
Вид на обучителния материал	КАЗУС

(Примерни отговори на стр. 2)



Примерни отговори

Примерно решение

Проблем: Неуспешно прогнозиране на нуждите на пазара
Основна цел: Запазване и поддържане позициите на пазара

Рамка на Дизайн мислене:

Фокус върху потребителя – фокусирайте се върху потребителите и върху решенията, които отговарят на нуждите на клиентите. Емпатията, съчетана с желанието за разбиране и отчитане на нуждите на клиента, играе решаваща роля при разработването на персонализирани решения.

Преформулиране на проблема – предизвикайте традиционния начин на мислене и решаване на проблеми. Многократно поставяйте под въпрос първоначалния проблем и непрекъснато го преформулирайте, за да определите по-мощния проблем и многото алтернативни решения. Подобно на техниката на шестте мисловни шапки, разглеждайте проблема от различен ъгъл. Провалът не се разглежда като нещо лошо; напротив, приема се като възможност за научаване на нови неща.

Разнообразие – различни гледни точки към даден проблем води до комбиниране на различни идеи от различни хора. Постига се в екип с разни участници, събиращ в едно разнообразни лични характери и умения.

Визуализация – прави идеите по-разбираеми и позволява на всеки да разбира абстрактни понятия и да схваща всички нюанси на идеите, които иначе могат да останат скрити в неяснотата на словото.

Списък на възможни дейности:

- Създайте и внедрете нова технология с тъч скрийн
- Инвестирайте в иновации
- Проучване на пазара за новите тенденции – какви са нуждите на клиента и как те се променят
- Фокусирайте се върху развитието на оперативна система, която улеснява потребителя и отговаря на нуждите на конкретната компания
-