

# Design Thinking Workshop for user insights and market clarification

Start-ups need efficient processes to ensure that needs and early solutions are accepted by paying customers and end users. VIS is experienced in facilitating workshops using design thinking methodology, where different stakeholders meet, and start-ups gain momentum. When we see that our involvement can add value, we spend some time on initial work to ensure that the collaboration will work, and details have been clarified. VIS will help recruit the right mix of participants from our network, prepare and facilitate the workshop, and give a short summary of the insights gained from the workshop, with clear recommendations and advice on the road ahead.

**Investment:** 15,000 kr (value 60,000 kr)

**Duration:** ~4 weeks, one day workshop  
max 16 participants

Delivered by VIS

Send email to [hei@visinnovasjon.no](mailto:hei@visinnovasjon.no) for ordering this package

# Stegene

## 1. Opprette kontakt

Vi er alltid åpne for å diskutere samarbeid om markedsavklaring. Utvikling og eksperimentering på bakgrunn av tilbakemelding fra sluttbrukere og betalende kunder er svært verdifullt for å velge kundeperspektiv, optimalisere tjenester/produktpakker og utvikle gode brukergrensesnitt.

## 2. Samarbeid:

Når vi ser at vår involvering kan tilføre gründersekskapet verdi, bruker vi litt tid på innledende arbeid for å sikre at samarbeidet vil fungere, og detaljer er avklart. Når 4-timers workshop først starter, går det fort

## 3. Forberedelser til workshop:

VIS utarbeider forslag til invitasjon, og sørger for å invitere relevante stakeholders / interessenter i dialog med gründer. Spesielt er vi opptatt av å finne noen kreative hoder, som kan bidra konstruktivt inn i gruppearbeidet, og koble forskere på tidlig i innovasjonsløpet om det er aktuelt. Dynamikken mellom kunder, sluttbrukere, påvirkere, innkjøpere og ekspertise skal være optimal tilpasset gründersekskapets behov

## Stegene

### 4. Fasilitering:

To spesial-trente fasilitatorer kjører workshop, og tilrettelegger materiellet som benyttes. Det kan f.eks. være et sett av spesialtegnede canvas, magikort/barrierekort. Vi passer på å dokumentere med bilder og evt. filme underveis.

### 5. Etterarbeid:

Verdien ligger i funnene, observasjonene og analysen. Workshopmaterialet blir analysert, og kommunisert tilbake til oppstartselskapet i en enkel rapport med klare råd og anbefalinger til veien videre – fra dybdeinnsikt og dialog med betalende kunder og sluttbrukere.

# Eksempel på workshop med Trigo Tech AS

## Steg i markedsavklaring for innovasjon:

### Empati workshop

The collage contains several elements:
 

- A survey with questions like "Vil du bidra til å skape økt motivasjon for å gjennomføre treningsopplegg?" and "Har du erfaring med muskel- og skjelettlager?"
- A hand-drawn character with the text "JA TIL TRENING" below it.
- A presentation slide titled "Kroppen" showing a diagram of a human body.
- Two thought bubbles: "Du kommer ikke til å gjøre øvelsene fordi..." and "Jeg gjør øvelsene mine fordi..."
- A photo of a workshop session with a screen and sticky notes.
- A photo of a grey t-shirt with sensors, labeled "Trigo Tech prototype".
- An "EMPATIKORT" diagram with sections for "TENKER:", "SITUASJON:", "FØLELSE:", and "SILKE:".

### Kommunikasjonsløsning mellom pasient og fysioterapeut, med weareble

- Resultat 1: **Bekreftet behov**
- Resultat 2: **Tydeliggjorde nødvendig valg av perspektiv: pasientens**
- Resultat 3: **Brukergrensesnittet må utvikles**