

如何運用 Design Thinking 作為行銷工具

江宜蓁, MD

Stanford STB Fellow

2016.11.09

輔仁大學 織品服裝研究所 行銷管理課



創新 = 創造力 × 執行力
發現問題 解決問題

TRADITIONAL THINKING

Avoid Failure

Give the right answers

Telling

Subject Expert

Thinking & Planning

Passive Experience

DESIGN THINKING

Fail Fast

Ask the right questions

Showing

Process Expert

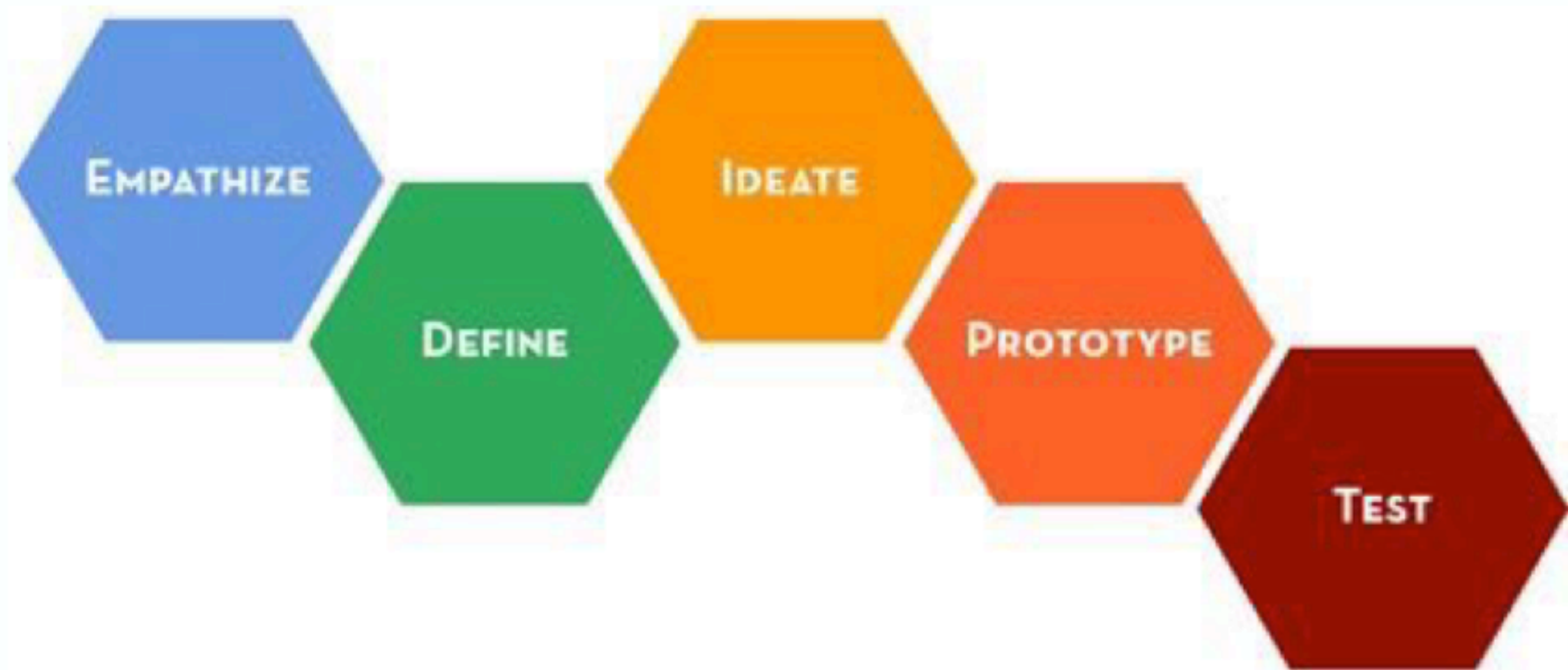
Doing

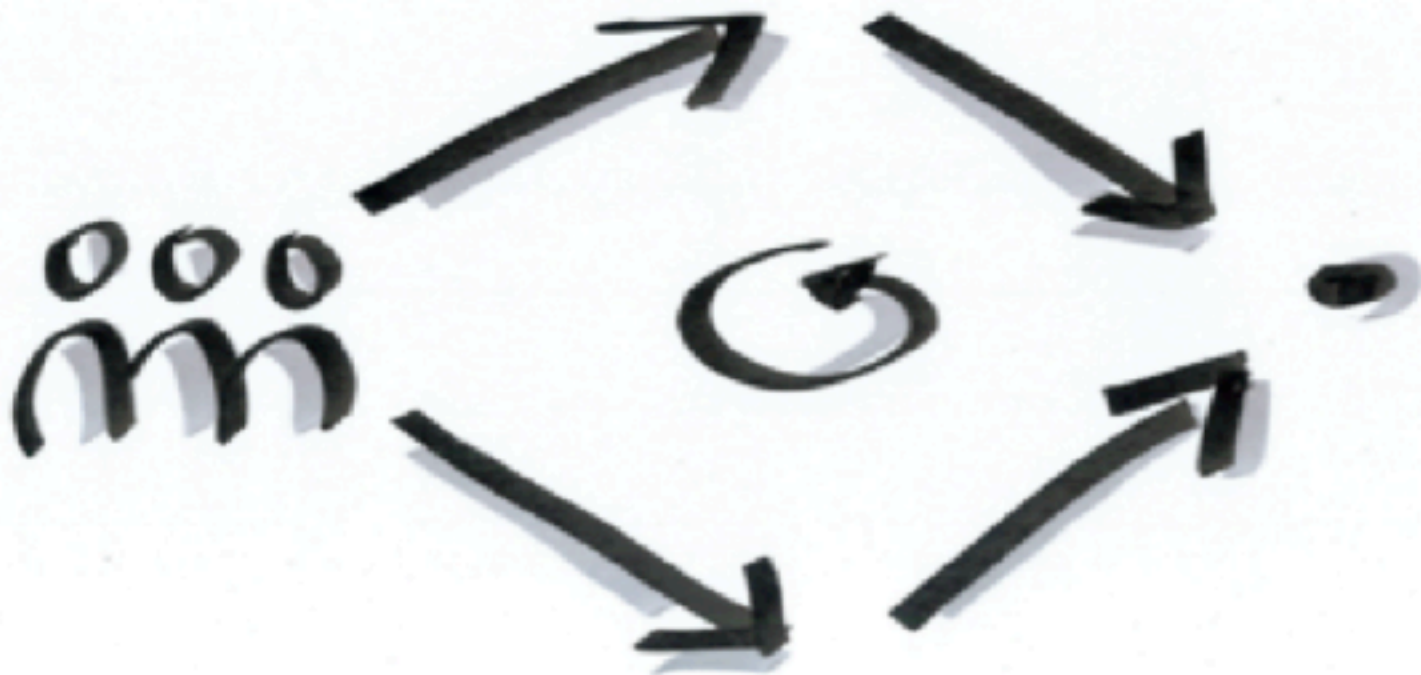
Active Experience



HASSO PLATTNER

Institute of Design at Stanford





擴散性思考

收斂性思考



我們是為誰設計？為誰解決問題？

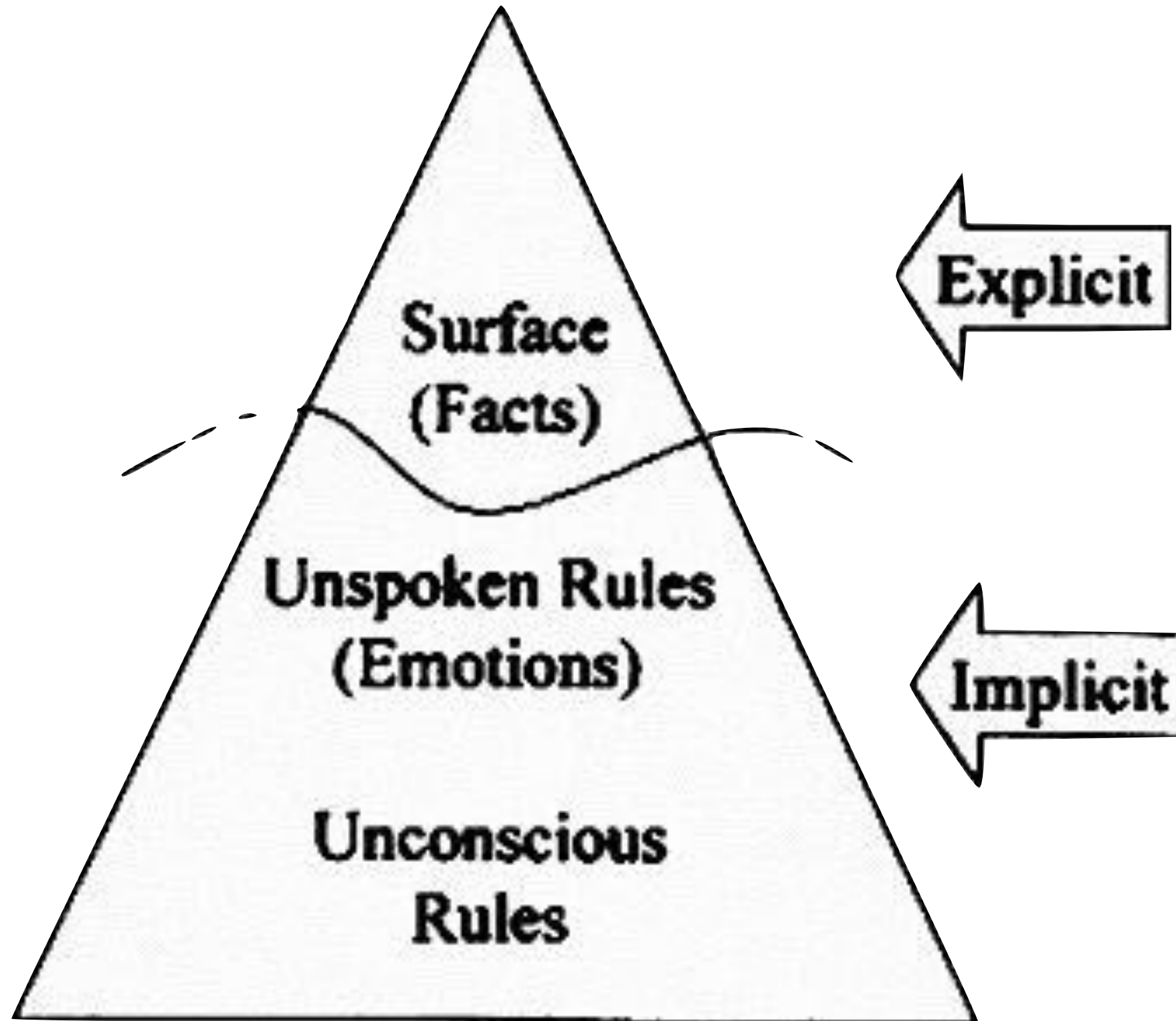
他們的需求是什麼？

他們所說的，真的是他們想要的嗎？

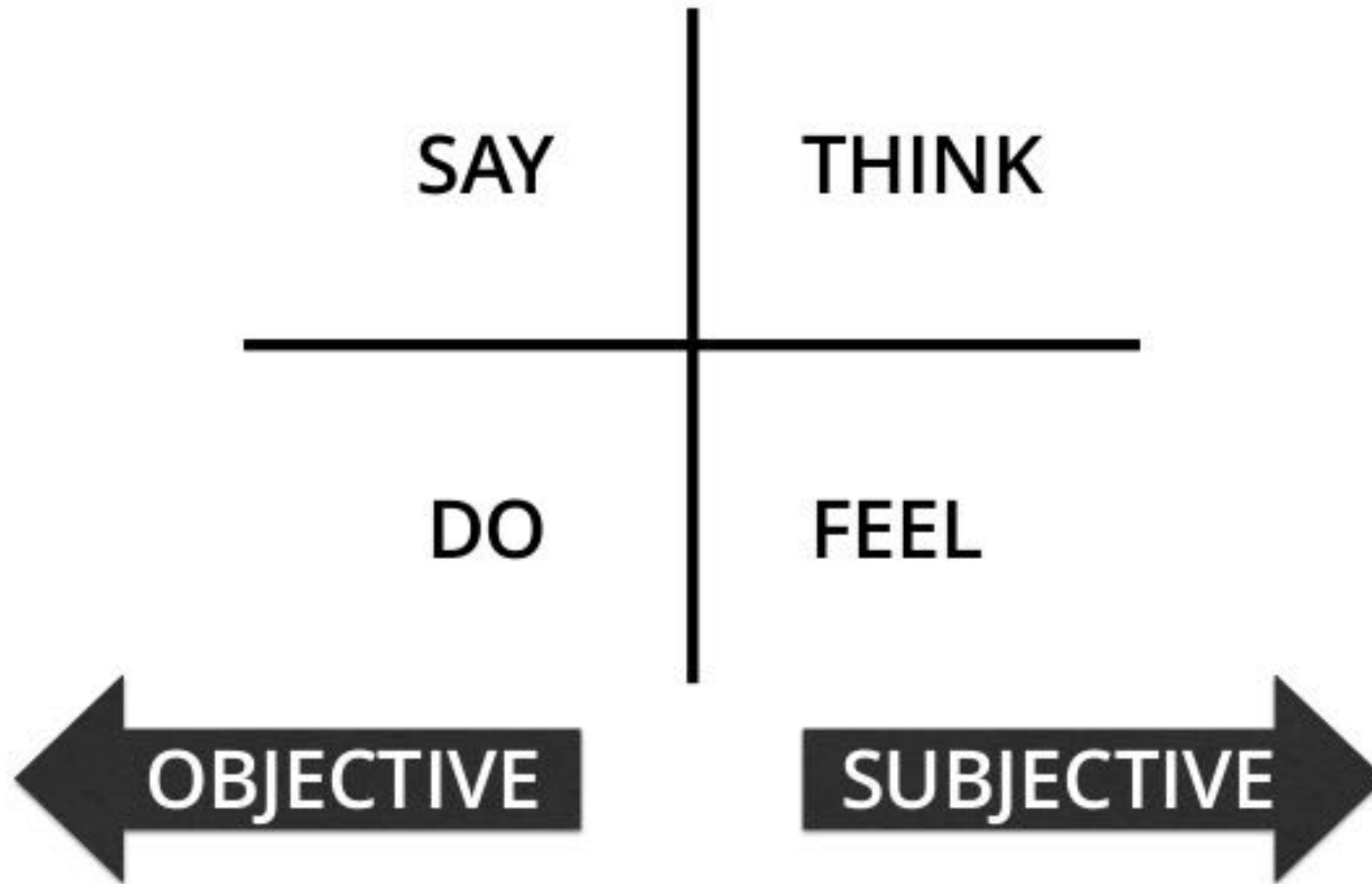
口是心非

在感同身受同時，更要仔細觀察





EMPATHY MAP



Observation Exercise



