

Co-design Handbook

Una guida ai principi del *Co-design*
scritta per i Brand Designer.

Perchè questa guida è stata scritta?

In un'epoca di forte digitalizzazione e partecipazione attiva alla vita della marca, il progetto di branding sta diventando sempre più un processo di coinvolgimento multilaterale.

Il designer deve possedere le conoscenze e gli strumenti per affrontare queste sfide.

Come usare questa guida

Questa guida contiene principi cardine
e consigli utili per strutturare un progetto
di co-design democratico e partecipativo.

Per chi è fatta questa guida?

Questa guida è scritta per Brand Designer che si trovano ad affrontare progetti per realtà con una forte componente comunitaria che richiedono un'approccio partecipativo da parte di tutti i cluster di stakeholder coinvolti nella vita della marca.

Con branding si intende il processo progettuale che porta alla traduzione visiva e narrativa delle caratteristiche distintive di una marca.

Co-design è un metodo progettuale incentrato sulla collaborazione creativa tra designer e non, volta al problem solving, che scaturisce da una diversità di punti di vista e competenze.

Cosa significa fare *Co-design* per il branding?

Applicare il Co-design ad un progetto di branding significa strutturare una serie di attività co-creative con un approccio partecipativo e democratico, con lo scopo di rendere partecipi gli stakeholder alla genesi dell'identità della nuova marca.

Questi assumono il ruolo di co-designer.

“Non si tratta più di progettare per rispondere ad un bisogno espresso da un cliente convincendolo della qualità della soluzione offerta. Ma di cooperare con lui per creare la risposta desiderata sulla base delle sue aspettative ed esigenze profonde.”

(Rizzo, Strategie di Co-design, 2009)

Chi sperimenta direttamente il contesto in cui
stai progettando ne saprà sempre più di te!

Usa la conoscenza e il portato emozionale degli stakeholder per aggiungere valore, profondità e concretezza al tuo progetto.

Tu sei il Designer, loro i Co-Designer.

Processo democratico non significa appiattimento delle competenze e dei ruoli. Loro mettono le conoscenze, tu devi portare la tua competenza tecnico-progettuale e uno spirito maieutico nella conduzione delle attività.

Le scelte si prendono assieme
ma sei tu che le proponi.

Essere Designer significa saper distinguere tra un percorso progettuale florido e uno che potrebbe condurre a un vicolo cieco. Non lasciare che siano gli utenti a prendere le redini del progetto.

Pre-progetta le attività ma lasciati sorprendere.

Ogni tool che utilizzi durante un workshop deve avere uno scopo. Progetta le attività non in base ad un esito che ti aspetti ma in base allo scopo che vuoi raggiungere.

Trasparenza e rispetto sono degli ottimi punti di partenza per fare Co-design.

Non trattare gli utenti con sufficienza, ma con rispetto e fiducia come con dei pari. Spiega lo scopo e le ragioni della loro presenza. Se non capiscono cosa e perchè, non è colpa loro, sei tu che non sei stato abbastanza chiaro.

Divertiti e accresci la tua persona.

Un progetto di Co-design può essere lungo e impegnativo. Trai insegnamenti dalle esperienze che farai e dalle persone che incontrerai, non solo per i tuoi progetti futuri ma per te come persona. E divertiti!

Sei principi per fare Co-design

01_Trasparenza

02_Democrazia

03_Valorizzazione delle Competenze

04_Partecipazione

05_Collaborazione

06_Creatività

01_Trasparenza

Fin dalle prime fasi è fondamentale chiarire quali saranno i processi, le attività e gli scopi del progetto. Nella fase di produzione di contenuti, in particolare, bisogna fare in modo che gli stakeholder abbiano accesso ai materiali per poter dare pareri, giudizi e suggerimenti.

02_Democrazia

In un processo di Co-design il rapporto tra Designer e Co-Designer deve essere alla pari: tutti hanno uguale potere decisionale ed uguale voce in capitolo riguardo il progetto, a patto che si rispettino e si dia peso alle specifiche competenze individuali per le quali si è stati chiamati a co-progettare.

03_Valorizzazione delle Competenze

Ogni componente del team di co-progettisti, compreso il Designer è chiamato a contribuire al progetto secondo le sue competenze e conoscenze. Più un Designer è capace a dare forma e senso alle conoscenze degli stakeholder e più gli utenti hanno fiducia dell'operato del progettista, più il risultato progettuale sarà completo e soddisfacente.

04_Partecipazione

Alla base del progetto di Co-design c'è una partecipazione attiva da parte di diversi attori che prendono parte alla vita della marca. Senza una partecipazione appassionata e volontaria da parte degli stakeholder, il progetto risulterà inconsistente e privo di concretezza.

05_Collaborazione

La partecipazione dei Co-Designer deve avere una natura collaborativa durante tutte le fasi del progetto. I workshop sono un chiaro esempio di una collaborazione guidata, finalizzata alla soluzione di un problema comune, raggiunta grazie al contributo di tutti.

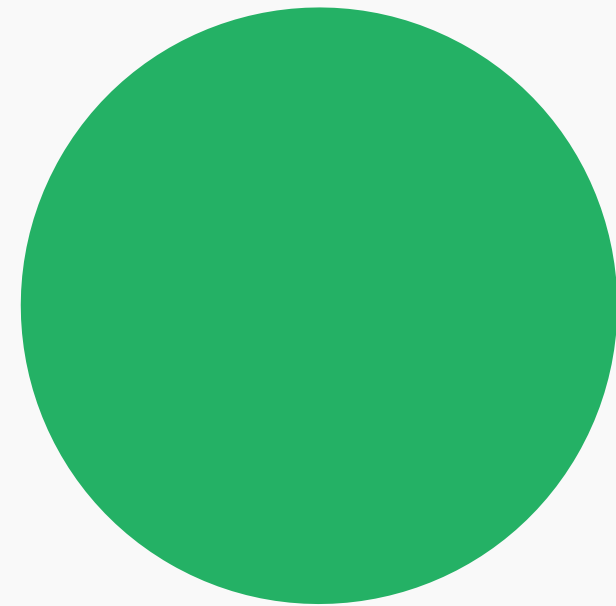
06_Creatività

Il Co-design ha una forte componente creativa. Lo scopo di un progetto di Co-design è trovare soluzioni creative a problemi comuni partendo dalle idee e dal vissuto di chi li sperimenta in prima persona. Sta al Designer favorire la creatività e tradurre le idee in un progetto concretizzabile.

Considerazioni finali

Il progetto di Co-design è un'attività con gradi di complessità stratificati su piú livelli: progettuali, tecnici, relazionali e sociali.

Rimanendo fedeli ai principi base e seguendo questi consigli, però, si possono ottenere risultati progettuali creativamente inaspettati, accettati e supportati dalla community.



◆● Community Branding
●■ *Co-design* Toolkit

www.cotoolkit.com
cotoolkit@gmail.com

