

## Design management

*O tym, dlaczego design management to więcej, niż tylko dobre projektowanie produktów mówi **Joanna Oziemblewska** - specjalista w obszarze zarządzania wzornictwem i prognozowania trendów wzorniczych, ekspert i trener w projektach edukacyjnych IWP.*

**Co łączy takie firmy jak: Decathlon, P&G, Lekue, czy Carrefour? Odpowiedzią jest: stosowanie design management.** Te firmy są laureatami nagrody DME Award. Jest ona przyznawana organizacjom, które strategicznie wykorzystują design w celu zwiększenia swojej konkurencyjności i skuteczności. To więcej niż dobre projektowanie produktów.

Obecnie to czego oczekuje klient, to nie pojedynczy przedmiot, ale produkt, w otoczeniu usług z nim zintegrowanych, za którym stoją wartości zarówno emocjonalne jak i racjonalne, oferowany przez godnego zaufania dostawcę - bliską mu markę. Wymaga jednocześnie intuicyjnej, bezwysiłkowej obsługi i możliwości pełnego dostosowania do swoich potrzeb. Aby sprostać tym potrzebom konieczne jest dostarczenie innowacyjnego rozwiązania, zawartego w estetycznej fizycznej formie produktu, zaprojektowanie jego funkcjonalności i interfejsu, a także opakowania, identyfikacji i komunikatu oraz scalenie tych aspektów z marką.

Jest wiele sposobów projektowania i kreatywnego tworzenia, wynikających z indywidualnej organizacji pracy projektantów. Szczególnie metody design thinking pozwalające na znajdowanie nowych, często zaskakujących rozwiązań, zapraszają do wyjścia poza schemat i utarte ścieżki dotychczasowych praktyk. W szerszej perspektywie jednak, muszą istnieć stałe schematy prowadzenia procesu rozwoju nowego produktu, całościowe podejście wpisujące projektowanie w strukturę organizacji. To właśnie jest design management. **Dobrze zarządzany design pozwala zarówno na płynny rozwój strategii, znajdowanie nisz rynkowych i trafne odpowiadanie na potrzeby konsumentów.**

Także w Polsce coraz więcej organizacji zauważa potrzebę wprowadzenia do swojej struktury stanowiska design managera – osoby, która weźmie odpowiedzialność za proces projektowania i wdrożenia nowego produktu, czy usługi i będzie zarządzać kompetencjami w interdyscyplinarnym zespole. Stosowanie design management to także kwestia sprawnej komunikacji wewnątrz organizacji, co często może być już kluczem do sukcesu.

**Joanna Oziemblewska** - absolwentka historii sztuki na Uniwersytecie Warszawskim. Specjalista w obszarze zarządzania wzornictwem i prognozowania trendów wzorniczych. Ekspert i trener w projektach edukacyjnych IWP m.in. dotyczących przewagi konkurencyjnej produktu opartej o wzornictwo oraz metodologii Design Thinking. Doświadczenie zdobyła w projektach doradczych, w tym w zakresie audytów i ekspertyz wzorniczych. Współautor treści serwisu Trendwizor.pl, ekspert w konkursach wzorniczych m.in. Konkursie Dobry Wzór. Wykładowca nowych studiów podyplomowych Total Design Management.