

RAPORT PROJEKTOWY

# MENNONICKI ODKRYWCA

---

Analiza i kreowanie trendów

Olsztyn 2022



# Struktura raportu

---

## MENNONICKI ODKRYWCA

- Zespół projektowy
- Klient
- Empatyzacja (badania)
- Wyzwanie projektowe
- Ideacja
- Prototypowanie
- Testowanie prototypu
- Service blueprint rozwiązania
- Rekomendacje

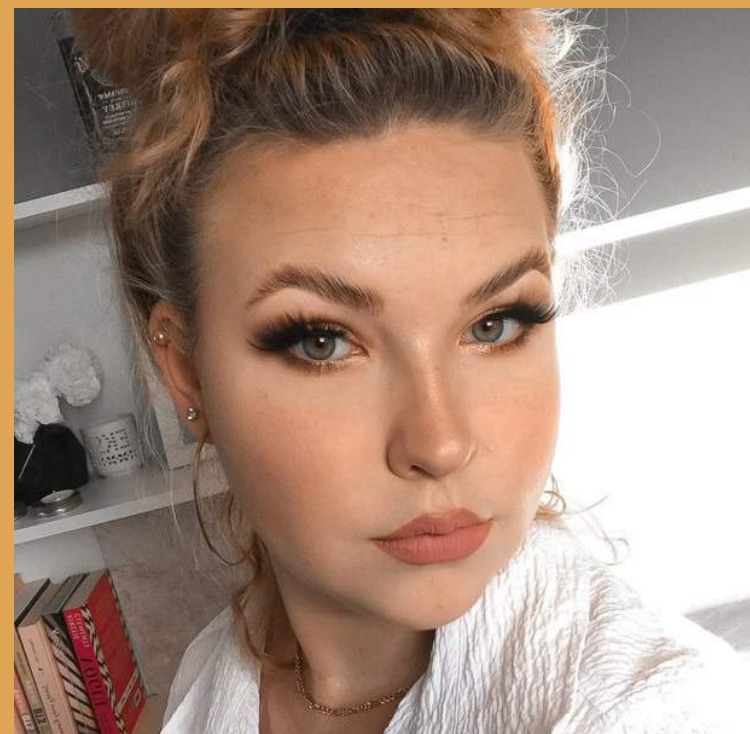


# ZESPÓŁ PROJEKTOWY



ADRIANNA MAZUREK

Moderator zespołu projektowego. Absolwentka pierwszego stopnia Analizy i Kreowania Trendów. Posiada tytuł zawodowy plastyka, co w dużym stopniu przekłada się na jej zacięcie do estetyki wykonywanych projektów.



ALEKSANDRA  
KAŚKIEWICZ

Studentka Analizy i Kreowania Trendów II stopnia. Pasjonatka kultury koreańskiej i dusza artystyczna. Lubi próbować nowych rzeczy i stara się myśleć niekonwencjonalnie.



MATEUSZ MECH

Student II stopnia Analizy i Kreowania Trendów. Technik żywienia i usług gastronomicznych. Z natury indywidualista, jednak nie przeszkadza to w pracy w zespole. Potrafi skoncentrować się na wyszukiwaniu wad i ograniczeń, a następnie zamienić je w szansę.



# ZESPÓŁ PROJEKTOWY



PAWEŁ LUKS

Absolwent studiów filozoficznych. Posiadacz otwartego umysłu. Z powodzeniem wykorzystuje zdobytą wiedzę w nowych projektach. Pasjonat rekonstrukcji historycznych oraz podróży.



KAROLINA  
OBREŃSKA

Absolwentka I stopnia Analizy i Kreowania Trendów.  
Studentka II stopnia Analizy i Kreowania Trendów.  
Miłośniczka zwierząt a w szczególności psów.



PAWEŁ ŁUCZAKÓW

Student Analizy i Kreowania Trendów, ukończone technikum informatyczne. Zapał do komputerów oraz turystyki. Obecnie pracuje jako barista maestro w Costa Coffee. Posiada ponad 2 lata doświadczenia na stanowisku kierowniczym.



MIKOŁAJ ROSIŃSKI

Student Analizy i Kreowania Trendów, osoba z dużą pasją do sportu, głównie pływania, deskorolki, snowboardingu. Posiada szeroki wachlarz uprawnień w tych dziedzinach m.in. ratownika wodnego, instruktora pływania i deskorolki, patentu żeglarskiego i motorowodnego.



# Klient

---



Spotkanie w siedzibie i wywiad  
Opis działalności klienta  
Oczekiwania klienta  
Wstępne wnioski





# Spotkanie i wywiad z klientem

Dnia 5 listopada 2021 roku, we Władysławowie, odbyło się spotkanie grup projektowych z Elżbietą Mieczkowską prowadzącą działalność Mennonickie Inspiracje. Na spotkaniu właścicielka przedstawiła, na czym polega jej działalność. Członkowie grup projektowych, pod okiem moderatora grupy, Adrianny Mazurek, mieli możliwość zadawania nurtujących ich pytań związanych zarówno z prowadzoną działalnością, jak i tematyką Mennonitów. Zespół projektowy dowiedział się, czego oczekuje od nich prowadząca działalność, i z czym tak naprawdę będzie musiał się zmierzyć. Całe spotkanie odbyło się przy wyśmienitym poczęstunku przygotowanym przez organizatorkę, a na koniec każdy otrzymał słoiczek pysznej konfitury własnej roboty, który potem z sentymentem wspominany był podczas całego procesu tworzenia usługi.



# OPIIS DZIAŁALNOŚCI KLIENTA



# MENNONICKIE INSPIRACJE

Mennonickie inspiracje to projekt, za którym stoi Elżbieta Mieczkowska. Cała propozycja usługi opiera się na przedstawieniu osobom zainteresowanym historii, ale również aktualnych informacji o Żuławach Elbląskich, z wyszczególnieniem informacji o Mennonitach. Głównym celem całej usługi jest dostarczenie wiedzy poprzez zabawę i aktywne skorzystanie z czasu wolnego.





# Oczekiwania klienta

Po dyskusji z organizatorką, którą mogliśmy odbyć w miejscu usługi zaproponowanej przez Elżbietę Mieczkowską dowiedzieliśmy się, jakie oczekiwania są stawiane wobec nas. Zostały nam przybliżone możliwości oraz mocne strony całej usługi, ale również to, jakie problemy wiążą się z wprowadzaniem nowych atrakcji. Główny problem, któremu musieliśmy sprostać przy projektowaniu usługi dla Mennonickich Inspiracji były możliwości finansowe, lokalizacyjne oraz logistyczne przedsiębiorstwa. Dowiedzieliśmy się między innymi, że organizatorka oczekuje stworzenia rozwiązania, które nie będzie wymagać zatrudnienia nowych pracowników oraz dodatkowych kosztownych zobowiązań. Projektując usługę staraliśmy się czerpać jak najwięcej z tego, co Elżbieta Mieczkowska już posiada, łącząc to z częściami usługi, które będą według nas możliwe do wprowadzenia niewielkim kosztem zarówno finansowym, jak i logistycznym.



# Wstępne wnioski



Kluczem jest skupienie się na możliwościach. Nie odbieganie od rzeczywistości przy projektowaniu rozwiązania.



Zamiana słabych stron w możliwości (ramy czasowe usługi).



Sukcesem będzie stworzenie rozwiązania, które będzie łączyło zabawę z nauką.



Wykorzystanie lokalności.



# Empatyzacja

---

Desk research

Wywiady i wnioski

Analiza trendów

Mapa empatii

Mapa podróży klienta

Persony



# Desk Research

Na potrzeby projektu dokonaliśmy Desk Research, czyli badania polegające na poszukiwaniu jeszcze większej ilości informacji na dany temat.

- Usługodawczynie stara się brać udział w inicjatywach turystycznych, m.in. wycieczkach i rajdach rowerowych, przynależenie do stowarzyszenia Łączy Nas Kanał Elbląski.
- Zauważalny jest brak konsekwencji w umieszczaniu informacji na temat Mennonickich Inspiracji na stronie internetowej gminy i stowarzyszenia.
- Elżbieta Mieczowska ma niewielki udział w działalności w mediach społecznościowych, co skutkuje brakiem promocji.
- Brak istotnych informacji o firmie – lokalizacja Google, cennik, oferta działalności, opinie użytkowników.
- Miejsce prowadzenia usługi jest bardzo atrakcyjne przyrodniczo, ale także ze względu na okoliczne działalności, tj. Folwark Żuławski, Park Historyczny, Muzea w Elblągu, Bażantarnia w Elblągu.



# Wywiady i wnioski

Przeprowadzone przez nas wywiady obejmowały zróżnicowaną grupę respondentów. Wśród nich znaleźli się użytkownicy mediów społecznościowych, nauczyciele wczesnoszkolni/szkolni, pracownicy i studenci UWM, mieszkańcy Elbląga i podróżnicy.

Badanie oparte zostało o pytania dotyczące, m.in. organizacji wycieczek dla grup przedszkolnych, znajomości tematu Mennonitów, a także zainteresowania terenem Żuław Wiślanych.





## Turyści

potrzebują noclegu, bądź miejsca do dłuższego wypoczynku; są zainteresowani zakupem pamiątek i robieniem zdjęć z wyjazdu; interesują ich regionalne potrawy i możliwość ich spróbowania; lubią sam na sam obcować z naturą, a pora roku nie odgrywa większej roli podczas planowania przez nich wyjazdu. Możliwymi przeszkodami przy tej grupie odbiorców może być brak zainteresowania historią, a także okolicą Elbląga, oraz niechęć do brania udziału w zorganizowanych wycieczkach.

## Przedszkolaki

to wymagająca grupa odbiorców, ponieważ charakteryzuje się wymaganiami związanymi z ciągłą aktywnością i bezpośrednim przeżywaniem sytuacji. Niezbędne jest w ich przypadku także miejsce na odpoczynek i dostęp do łazienki. Dzieci chętnie biorą udział w zajęciach kulinarnych oraz rękodzielniczych/plastycznych, natomiast nie są zainteresowane słuchaniem długich opowieści bez możliwości interakcji. Większość dzieci lubi przywozić z wycieczek pamiątki. Problemami, które mogą wynikać przy tej grupie odbiorców jest niska wytrzymałość na długotrwały wysiłek, problem ze skupieniem, choroby lokomocyjne, a także rozłąka z rodzicami i trudności w okresie zimowym.





## ANALIZA TRENDÓW

Jeśli chodzi o powiązanie aktualnych trendów z działalnością Elżbiety Mieczkowskiej najbardziej wyróżniają się **TRENDY TURYSTYCZNE**. Mennonickie Inspiracje są rodzajem podróży **neutralnej klimatycznie**, ponieważ wzięcie udziału w usłudze nie wymaga wykorzystywania szkodliwych środków transportu, a wręcz czasami skłania do korzystania z tych ekologicznych – rowerów.

Jest to także **podróż empiryczna**, gdyż skłania gościa do poznania nowych miejsc i kultury, a także wpływa na potrzebę tworzenia wspomnień. Elżbieta Mieczkowska tworząc zróżnicowane oferty kierowane do potencjalnych odbiorców usługi opiera się niejako o **personalizację**, gdyż jest w stanie dostosować ofertę/program do indywidualnych potrzeb użytkownika.

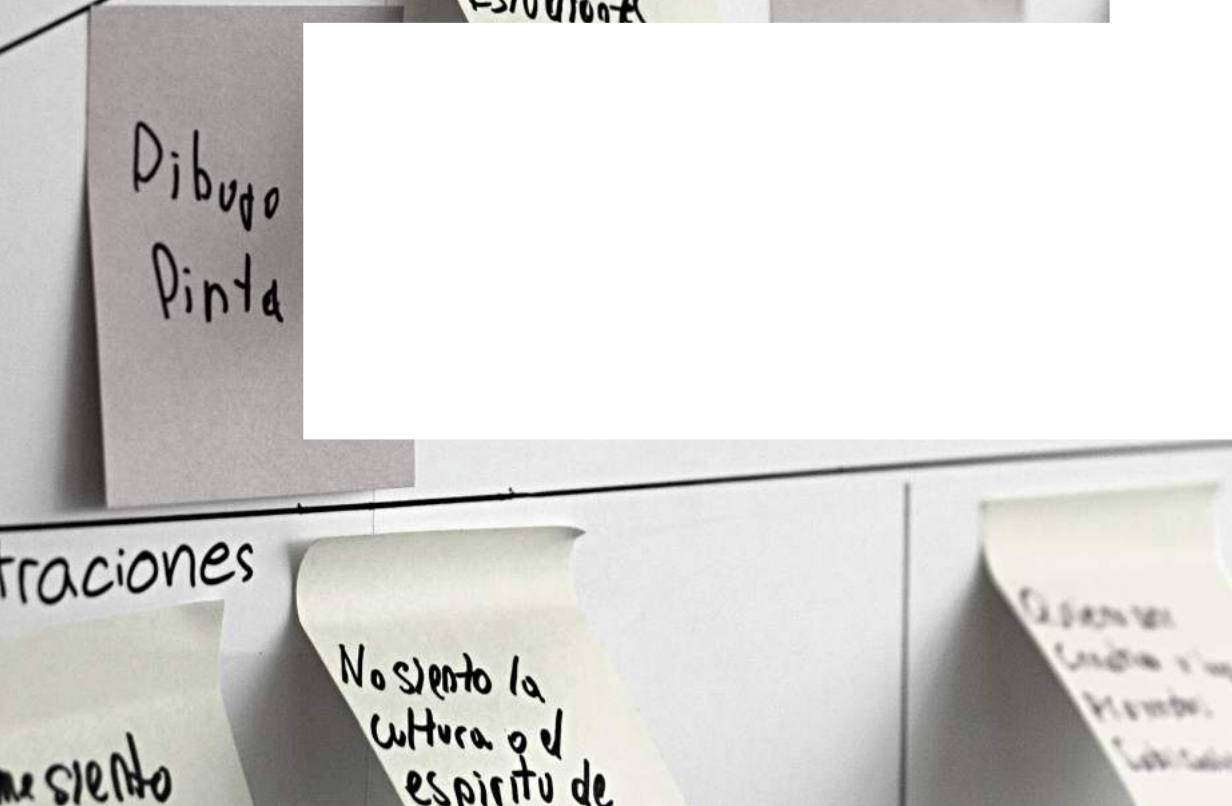
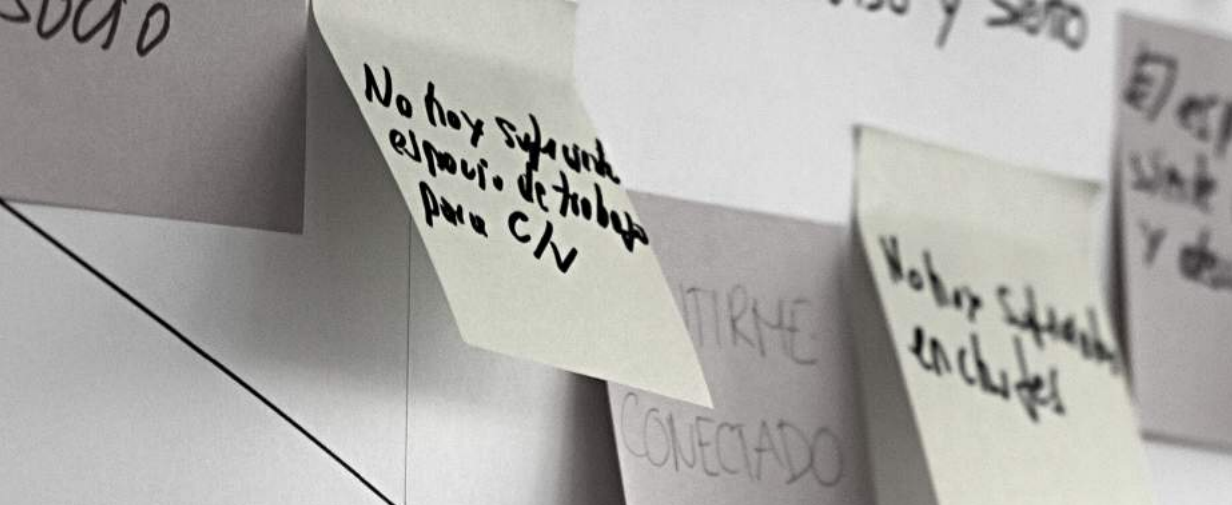
Niewątpliwie najistotniejsza będzie w tym przypadku **arche-turystyka**, polegająca na autentycznym przekazywaniu dziedzictwa kulturowego, pokazaniu prawdziwego miejsca i podzieleniu się opowieścią, która przyciągnie turystów. Te wszystkie cechy zawarte są w działalności Mennonickich Inspiracji.



W działalności Elżbiety Mieczkowskiej odnajdziemy także zdecydowanie bardziej zróżnicowane połączenie z trendami. **Hodowanie własnej żywności i hiperlokalność** pokazuje, że w tej działalności ważne jest wspieranie lokalnych inicjatyw. Jeden z najpopularniejszych trendów obecnych czasów, czyli **authentic storytelling** jest widoczny podczas dzielenia się historią mennonitów z odbiorcami. Budowana jest niejako więź emocjonalna skupiona na przodkach, ale także między usługodawczynią, a klientami poprzez jej autentyczność i pasję. **Content** stawia sobie za cel wciągnięcie odbiorców w historię, a nie skupia się na treściach reklamowych. To też jedna z wyraźnych cech Mennonickich Inspiracji. **Social marketing** w przypadku tej działalności jest trendem wciąż raczkującym, ale dostrzegalny jest w nim duży potencjał dla rozwoju i sprawnego prosperowania firmy.







# MAPA EMPATII

To narzędzie badawcze, które pozwala na dokładne przeanalizowanie doświadczeń klientów/użytkowników w związku z usługą Mennonickich Inspiracji.

Na podstawie przeprowadzonych obserwacji wychwyciliśmy zagadnienia, które następnie podzieliśmy na cztery kategorie umożliwiające lepsze zrozumienie potrzeb i problemów użytkowników.



### Co widzą?

Naturę i okoliczne wiejskie tereny, a w tym także region o własnej oryginalnej historii, którą uważają za wartą poznania. Niestety pierwsze wrażenie skupia się na ograniczonej przestrzeni, jaką jest podwórko. Pojawia się także problem związany z ograniczeniami wynikającymi z COVID-19.

### Co słyszą?

Podczas szukania informacji na temat usługi korzystają z Map Google/Apple, przewodników turystycznych i mediów społecznościowych (sugerują się opinią influencerów). Niestety ciężko dostrzec im informacje dotyczące Mennonickich Inspiracji.



### Co myślą?

Użytkownicy mają nadzieję na miło spędzony czas i poznanie nowych rzeczy. Chcą korzystać z uroków otaczającej ich natury i aktywnie wykorzystać każdą chwilę. Ci, którzy już korzystali z usług oferowanych przez Elżbietę Mieczkowską uważają, że troszczy się ona o dziedzictwo kulturowe oraz widać w niej ogrom pasji i wiedzy.

### Co mówią?

Turyści uważają, że ważne jest wspieranie lokalnych przedsiębiorców i poznanie historii swojego regionu. Zwracają uwagę na to, aby rozmowa była wartościowa i można było się z niej dowiedzieć czegoś nowego.



## Korzyści

Głównymi korzyściami wynikającymi z korzystania z usługi jaką są Mennonickie Inspiracje jest poznanie lokalnej kultury. Niezaprzeczalnie jest to oryginalne urozmaicenie życia codziennego i szansa na udany wypoczynek. Nie można zapomnieć o dużym potencjale turystycznym związanym przede wszystkim z oryginalnością tematu, a także pięknie natury i krajobrazu.

## Problemy

Jeśli chodzi o mniej przyjemną kwestie jaką są problemy, które mogą wynikać podczas planowania wycieczki, to pojawia się kwestia lokalizacji – mała wieś i mało znana lokalizacja zdecydowanie nie pomagają w odnalezieniu Mennonickich Inspiracji. Brak znizek może być kolejnym problemem, który należałoby przeanalizować pod kątem uwzględnienia choćby w większych grupach zorganizowanych. Niestety istnieje także ryzyko małego potencjału związanego z miejscem, ponieważ całość wydarzenia odbywa się na działce o ograniczonej powierzchni i infrastrukturze.



# Mapa podróży klienta (na podstawie naszych doświadczeń)

## punkty styku/kroki klienta

- Poznanie oferty firmy w internecie
- przybycie do Władysława autokarem po wcześniejszym researchu nt. działalności pani Eli
- Zapoznanie się z właścicielką posiadłości
- Zwrócenie uwagi na strój, buty który wprowadzał w temat
- Wykład na temat historii Mennonitów oraz pokazanie makiety wiatraka
- Poczęstunek produktami regionalnymi + ciepłe napoje <3
- Czas na zadawanie pytań o mennonitach w celu uzupełnienia wiedzy
- Oprowadzenie po „mini muzeum” i przedstawienie eksponatów
- Spotkanie z krową
- Odebranie poczęstunku w postaci pysznego dżemiku z dyni i pomarańczy
- Pożegnanie i zakończenie całego spotkania





# PERSONA

To profil modelowego użytkownika, dla którego projektujemy rozwiązanie.

Pani Jolanta chciałaby pokazać swoim podopiecznym coś nowego i interesującego. Coś co pobudzi ich kreatywność oraz łaknienie wiedzy. Sama lubi dowiadywać się nowych rzeczy w sposób ciekawy i zapadający w pamięć. Wychowawczyni wie jak ważne jest poznawanie innej kultury oraz jak obcowanie z naturą wpływa na rozwój najmłodszych, ponieważ jest mamą dwójki dzieci.



Imię i nazwisko: Jolanta Kania

Wiek: 48 lat

Wygląd: brunetka średniego wzrostu

Wykształcenie: wyższe, zawodowe

Praca: nauczyciel wczesnoszkolny

Rodzina: 2+2 (mąż oraz dwóch synów)





Imię i nazwisko: Amelka Wolak

Wiek: 5 lat

Wygląd: mała, drobna blondynka

Wykształcenie: brak (przedszkolak)

Rodzina: 2+1 (mama, tata oraz córka)

Amelka chce miło spędzić czas, jest ciekawa nowych doświadczeń i dzielenia się nimi z otaczającymi ją ludźmi. Nie przepada za słuchaniem długich historii, ale jest otwarta na ciekawe zajęcia praktyczne. Amelka jest zainteresowana zabawą i integracją. Ma dużo energii, którą chce gdzieś wykorzystać. Nie lubi przez dłuższy czas skupiać się na jednej rzeczy i siedzieć w miejscu.





# Matryca propozycji wartości i wyzwanie projektowe

## PYTANIE GENERATYWNE

Jak moglibyśmy pomóc użytkownikom, aby bawiąc się, jednocześnie nabyli wiedzę na temat mennonitów i Żuław Wiślanych?

Jak moglibyśmy pomóc nauczycielom wczesnoszkolnym (organizatorom wycieczek) w odnalezieniu oferty wycieczki proponowanej przez Elżbietę Mieczkowską, tj. Mennonickie Inspiracje?



## POTRZEBY

- stworzenie oferty pozostającej w pamięci turysty tak, by chętnie wrócił lub polecił obiekt
  - dotarcie do turysty
  - stworzenie informacyjnej strony internetowej
- poczęstunek bazujący na tym, co jedli mennonici
  - sieciowanie z innymi atrakcjami w pobliżu
  - zaplanowanie całego procesu poznawczego
- stworzenie etykiety (logo) na upominkach tak, by przypominała o całej atrakcji





## PROBLEMY

- znikomy marketing
- słaby Fanpage na Facebooku
- reklamowanie bardziej atrakcji w pobliżu niż swojej działalności
- nużąca teoria niedostosowana do grup złożonych z młodzieży szkolnej
  - niewykorzystanie potencjału miejsca, np. modelu krowy
  - ograniczona ilość osób w grupie





## KORZYŚCI

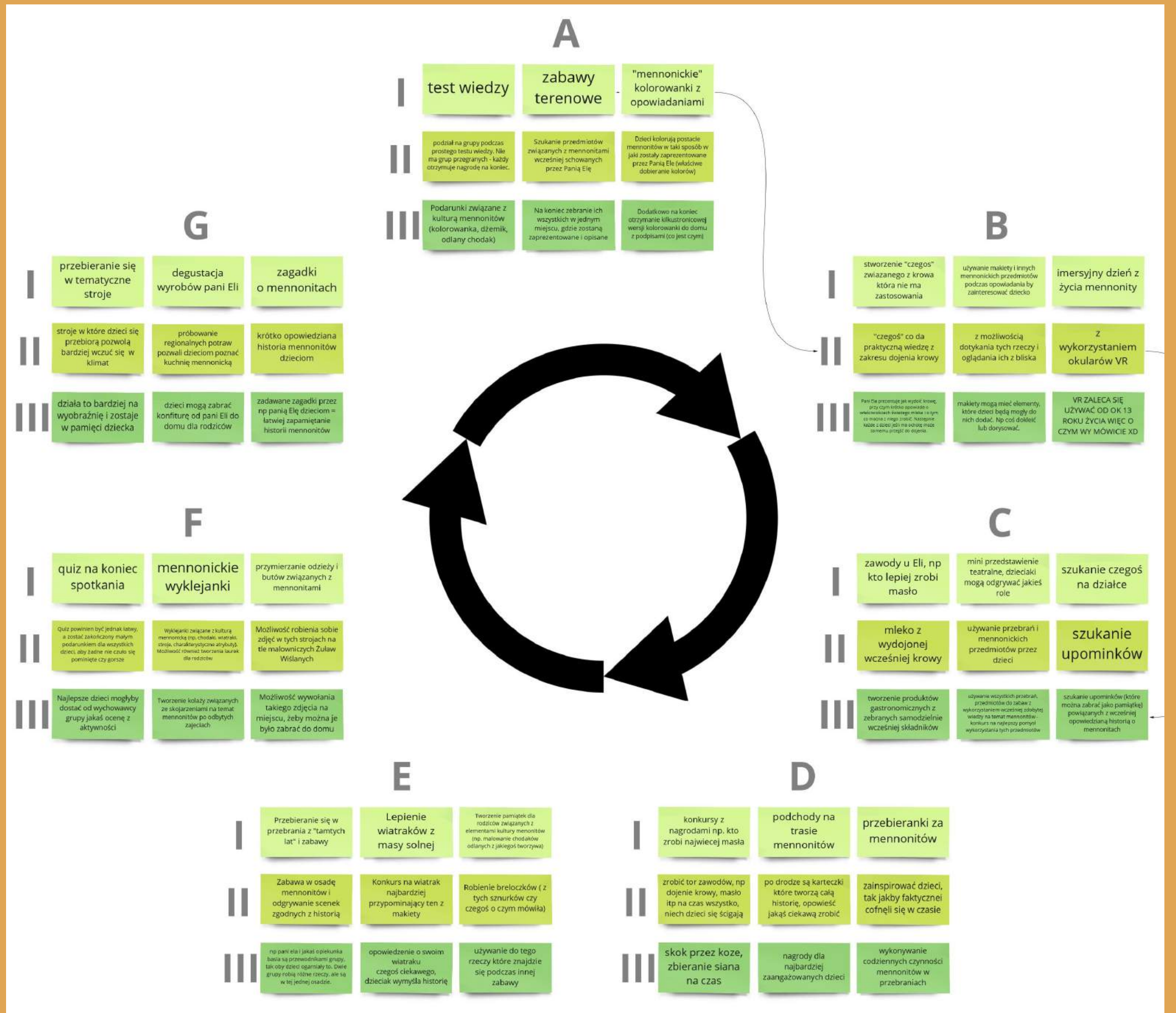
- smaczny poczęstunek własnego wytwórstwa
- próbowanie produktów niedostępnych na co dzień dla „mieszczuchów”
  - łączenie rozrywki z nauką
- stroje Mennonitów (przyciągają uwagę oraz wprowadzają w temat)
  - wypoczynek w wiejskim otoczeniu
  - Prezencik "na pożegnanie"





# Ideacja

Etap ideacji służył stworzeniu rozwiązania i polega na wygenerowaniu jak największej liczby pomysłów, nawet tych, które obecnie nie są możliwe do realizacji.







# WYNIKI BURZY MÓZGÓW I ANALIZA POMYSŁÓW

## ZABAWY TERENOWE I MEMORY

Nauka poprzez zabawę w terenie z wykorzystaniem popularnej gry lubianej przez młode osoby – memory.

## "LOOK LIKE MENNONITA"

Przebieranki w stroje Mennonitów. Po prostu bądź i wyglądaj jak Mennonita.

## MENNONICKI PLASTUŚ

To co młode grupy lubią najbardziej – zabawy techniczne. Pobudź wyobraźnię i stwórz kreatywny projekt mennonickich dzieł kultury.

## GASTRONOMICZNA USŁUGA

Zrób, zobacz i zde gustuj.  
To przyspieszony kurs gotowania z mennonickich przepisów.



# KARTY KONCEPTÓW ZABAWY TERENOWE I MEMORY

Pomysł polega na zorganizowaniu zabawy na terenie posesji organizatora, w której udział weźmie cała grupa. Uczestnicy podczas zabawy będą szukać mennonickich memory. W zabawie nie ma wygranych oraz przegranych. Uczestnicy dzięki zabawie mają nabyć podstawową widzę o Mennonitach.



# KARTY KONCEPTÓW LOOK LIKE MENNONITA

Aby rozwiązać niejasności związane z tym, jak wyglądali Mennonici, uczestnicy wycieczki będą mieli możliwość przebrać się w stroje Mennonitów i wykonać pamiątkowe zdjęcia. Młodsze grupy lubią "przebieranki" i będą zainteresowane takim sposobem urozmaicenia wycieczki.





# KARTY KONCEPTÓW MENNONICKI PLASTUŚ

W tym rozwiązaniu wyjątkowe jest połączenie rozrywki, pracy kreatywnej oraz edukacji w taki sposób, aby: dzieci w wieku przedszkolnym bądź szkolnym były tym zainteresowane; miały pozytywne odczucia co do wyjazdu; wyniosły z tego "coś" więcej.

Mennonicki plastuś pochłonałby większość czasu wycieczki, tworząc rozrywkę przy jednoczesnym edukowaniu uczestników, nt. Mennonitów. Proponujemy tutaj, m.in.: kolorowanki przedstawiające Mennonitów, ich stroje, rekwizyty oraz związane z nimi otoczenie zewnętrzne; lepienie chodaków czy wiatraka z masy solnej bądź innej przystępnej masy plastycznej (np. plasteliny).



# KARTY KONCEPTÓW GASTRONOMICZNA USŁUGA

Poczęstunek w trakcie spotkania. Jest to ulepszony pomysł tego co obecnie funkcjonuje w Mennonickich Inspiracjach. Pomysł polega na wykorzystaniu umiejętności grupy, aby stworzyć niewielkie przekąski – można przy tym urządzić zawody grupowe. Dzięki temu grupy będą mogły ze sobą rywalizować i próbować stworzyć coś wyjątkowego pod nadzorem organizatora oraz opiekunów wycieczki. Uczestnicy będą musieli współpracować ze sobą, dzięki czemu każdy wniesie coś do zabawy.



# Tworzenie rozwiązania

## Mennonicki Odkrywca

Rozwiązanie jest połączeniem wcześniej przedstawionych pomysłów w jedność. Tak powstał "Mennonicki Odkrywca". Każdy element wycieczki jest niezwykle istotny, aby w pełni przekazać wiedzę uczestnikom na temat Mennonitów, a zarazem wywołać u nich pozytywne wibracje podczas wycieczki.







## Mennonicki Odkrywca w czterech odsłonach – matryca innowacji

Matrycę innowacji wykorzystaliśmy, aby zmodyfikować pomysł pod względem możliwości jego wykonania i wdrożenia.

Kierowaliśmy się dwoma parami przeciwstawnych wartości:

- wysoki oraz niski koszt rozwiązania
- kolektywność oraz indywidualność pracy.

W ten sposób powstały 4 wersje naszego rozwiązania.



## I wersja (tani i indywidualny)

- komplet mennonickiego obuwia i odzieży dla chłopca oraz dziewczynki
- każdy uczestnik ozdabia wcześniej zakupione gotowe ciastka
- każdy uczestnik dostaje od organizatora małą kolorowankę (pobraną z Internetu) oraz zestaw kredek
- karty memory w formie papierowej drukowane na drukarce domowej

## II wersja (drogi i indywidualny)

- różne komplety strojów oraz zdjęcia, które będą wysłane na e-mail
- zestaw produktów od lokalnych dostawców (taki sam
- pakiet dla każdego uczestnika)
- trwalszy materiał do wytwarzania prac plastycznych, z którego każdy uczestnik jest w stanie zrobić swój chodak/wiatrak
- laminowane karty do gry w memory, każdy uczestnik dostaje zestaw do gry w domu

## III wersja (tani i kolektywny)

- zdjęcie grupowe w mennonickich czapkach
- grupowe pieczenie i ozdabianie upieczonych ciasteczek (podstawowe produkty)
- tanie materiały – uczestnicy muszą przywieźć materiały ze sobą
- uczestnicy są jedną drużyną, która na podwórku poszukuje części do gry w memory, a następnie zaczynają grę w memory na znalezionych materiałach

## IV wersja (drogi i kolektywny)

- stroje dla całych grup, a także sprzęt wywołujący zdjęcia w trybie natychmiastowym (fotobudka)
- produkty od lokalnych dostawców w określonej ilości dla całej grupy
- specjalistyczny materiał wytwórczy, z którego grupa jest w stanie wykonanie jednego odlewu (np. chodaka), a następnie ozdobienie go farbami akrylowymi
- materiały do gry w memory grupa może zabrać do przedszkola i powtórzyć grę w warunkach przedszkolnych



# PROTOTYPOWANIE

Na etapie prototypowania z myślą o użytkowniku wykorzystane zostało narzędzie zwane storyboardem. Za jego pomocą graficznie przedstawiona została sekwencja następujących po sobie czynności związanych z korzystaniem z zaproponowanego przez nas rozwiązania.



# STORYBOARD I PREZENTACJA ROZWIĄZANIA

## STORYBOARD



Opis: Rozpisano listy do rodziców dla grupy przedszkolnej. Rozpisano na listy terminy wizytacji.



Opis: Rozpisano wizyty przedstawicieli.



Opis: Dzieci wraz z rodzicami wykonują, przygotowują program wyjazdowy do wycieczki. Dzieci i rodzice przygotowują program wyjazdowy.



Opis: Dzieci w drodze do Władysławowa.



Opis: Po drodze do Władysławowa dzieci wykonują zadania. Dzieci wykonują zadania w drodze do Władysławowa.

## PROBLEM



## Rozwiązanie



Opis: Dzieci w drodze powrotnej wykonują zadania. Dzieci wykonują zadania w drodze powrotnej.



Opis: Rodzice wykonują zadania, które przygotowali. Dzieci wykonują zadania, które przygotowali rodzice.



Opis: Dzieci wraz z rodzicami wykonują zadania. Dzieci wykonują zadania, które przygotowali rodzice.



Opis: Rodzice wykonują zadania, które przygotowali. Dzieci wykonują zadania, które przygotowali rodzice.



Opis: Dzieci wykonują zadania, które przygotowali rodzice. Dzieci wykonują zadania, które przygotowali rodzice.



Opis: Dzieci wykonują zadania, które przygotowali rodzice. Dzieci wykonują zadania, które przygotowali rodzice.

## Rozwiązanie opis



Opis: Powrót z wycieczki.



Opis: Następnego dnia dzieci wraz z opiekunem dzielą się wrażeniami z wycieczki.



Opis: Swoje wrażenia z wycieczki dzieci przedstawiają również swoim rodzicom. Czytają ich upominki z kulturalnych warsztatów oraz pokazują im jeszcze przywieźli z Władysławowa.



Opis: Po powrocie dzieci grają w memory, które przygotowali rodzice. W trakcie gry porządkują swoją wiedzę z przy tym świetnie się bawią i wspominają najpiękniejsze chwile z Władysławowa.



Opis: Wśród nauczycieli grup wczesnoszkolnych rozchodzi się informacja o bardzo dobrej ofercie na wycieczkę. Być może do Władysławowa zawita kolejna grupa przedszkolaków.



Opis: Przez to w jak ciekawy sposób została przekazana dzieciom wiedza o mianarach, być może w przyszłości będą chcieli ją zgłębić na własną rękę.

## WYNIK



Scenariusz storyboardu podzielony został na trzy etapy:

### PIERWSZY

w którym pokazane zostało to, co dzieje się przed wycieczką, od znalezienia jej oferty do jazdy autobusem i przybycia na miejsce.

### DRUGI

gdzie klient korzysta z usługi, w tym czasie odbywają się warsztaty, zabawy, rozdanie upominków oraz poczęstunek,

### TRZECI

odbywający się już podczas powrotu oraz po nim. Podczas niego ustrukturyzowana zostaje wiedza dzieci przez nauczyciela. Oprócz tego dzieci oraz wychowawcy dzielą się wrażeniami związanymi z miejscem, które odwiedzili, co będzie miało przyszły wpływ na jego reklamę i opinię.



# Testowanie rozwiązania

---

## Wywiady i ocena użytkowników

1. Co działa? Jakie funkcje prototypu oceniono pozytywnie?
2. Co należy poprawić? Co wymaga usprawnienia? Z czego można zrezygnować?
3. Pytania oceniającego prototyp, niejasności, uwagi, komentarze.
4. Sugestie, wszelkie inne spostrzeżenia i opinie



# CO DZIAŁA?

---

- Gotowanie z dziećmi (małe wypieki), gry i zabawy z elementami historii w terenie, drobne upominki, przebieranki, mennonicki plastuś
- Możliwość przywiezienia ręcznie wykonanych pamiątek z wyjazdu, gotowanie i przebieranki ze zdjęciami
- Różnorodność zabaw i atrakcji dla dzieci, atrakcyjna przyrodniczo okolica
- Ciekawe pomysły na zapoznanie dzieci z innymi kulturami. Uczy to dzieci tolerancji. Nauczanie przedszkolne to głównie nauka przez zabawę, a ten projekt to proponuje. Wszystkie punkty są warte uwagi. Gra terenowa to doskonała zabawa i czas spędzony na świeżym powietrzu. Warsztaty kulinarne są lubiane przez dzieci. Mennonicki plastuś (chwyтлиwa nazwa), który pobudza kreatywność dzieci. Dzieci lubią się pobrudzić, lepić, kleić itd. Dodatkowym plusem jest możliwość zabrania pamiątek do domu. Przebieranki i zdjęcia na pamiątkę to również super pomysł.
- Forma pracy z przedszkolakami. Plan jest logiczny i merytoryczny. Daje sposobność przeżywania pozytywnych emocji, podejmowania różnych aktywności, umożliwia wizualizację zdobytych doświadczeń i nowych wiadomości. Sprzyja utrwaleniu oczekiwanych efektów edukacyjnych.
- Ciekawe punkty wycieczki. Kilkulatki lubią się bawić, przygotowywać różne kolorowe potrawy oraz lepić/rysować.



# CO NALEŻY POPRAWIĆ?

---

- Czy atrakcje nie przekroczą zakładanego czasu organizacyjnego?
- Można by poprosić przedszkolanki o zorganizowanie opiekunów, którzy mogliby pilnować dzieci i obserwować je w trakcie zabaw. Dodać, np mapę, aby dzieci mogły się poczuć jak poszukiwacze przygód.
- Gra terenowa przeniesiona do pomieszczenia (gra w memory) w razie pogorszenia pogody.
- Warsztaty plastyczne, które można odbyć w przedszkolu.
- Brakuje drugiej osoby prowadzącej byłoby na plus jeśli był by to mężczyzna.
- Brakuje oferty co dzieci mogłyby kupić i zabrać do domu np mennonickie zabawki (dzieci zabierają dużo pieniędzy z domu które chcą wydać).



# PYTANIA OCENIAJĄCEGO PROTOTYP

---

- Co takiego wnieśli Mennonici, że dzieci powinny o tym wiedzieć, jak przyda im się to w przyszłości, jak będą mogli wykorzystać tą wiedzę?
- Kim są Menninici?
- Czy daleko jest do tego miejsca?
- Czy jest możliwość zjedzenia przez dzieci treściwego obiadu?
- Czy prowadząca ma jakieś doświadczenie w pracy z dziećmi? czy jest przygotowana na ignorowanie jej osoby?
- Czy były tam już jakieś grupy dzieci?
- Dzieciom z innych miast, np. z Olsztyna nie opłacałoby się jechać tam na kilka godzin. Oferta musiałaby być skierowana do przedszkolaków z Elbląga lub jego okolic. Czy jest przewidziany tam jakiś konkretniejszy posiłek?
- Co z ewentualnym pogorszeniem pogody?
- Czy Pani Ela będzie w stanie w sposób przystępny przekazać wiedzę/kluczowe założenia na temat mennonitów kilkulatek?
- Czy wycieczki są całoroczne? Często poza sezonem jest mało możliwości wyjazdów dla dzieci więc było by to plusem.



# SUGESTIE

---

- Więcej zabaw edukacyjnych, których nie można zrealizować w warunkach przedszkolnych/domowych.
- Więcej gier i zabaw na dworze.
- Przygotować się do komunikacji z małymi dziećmi, bo nie można do nich mówić jak do szkolnych grup.
- Zebrać kontakty/e–maile do rodziców do wysyłki zdjęć, aby mieć pewność, że każdy dostanie pamiątkowe zdjęcia.
- Popracować nad alternatywami poszczególnych zabaw, gdyby nie dopasowały się do gustów danej grupy, bądź zaoferować różne „pakiety” z wybranymi zabawami w niższych cenach.
- Po programie dać dzieciom chwilę czasu, niech pobiegają i się wyszaleją. Będą się bawić w chowanego czy coś w tym stylu.
- Oferta powinna być skierowana do większej liczby odbiorców – powiększona o klasy 1–3.
- Szkoły podstawowe też powinny móc tam jechać, bardzo chciałabym pojechać na taką wycieczkę.
- Zorganizować czas odpoczynku (np. piknik w ładny dzień, gdzie będą mogły zjeść przygotowane kanapki przez rodziców).
- Przybliżenie nowego pojęcia "Mennonici". Nauczycielka powinna wprowadzić przed wyjazdem ten termin, a na wycieczce powinien on zostać przypomniany. Wprowadzić krótki moment swobodnej zabawy dla odpoczynku (berek itd.)
- Zajęcia kulinarne oraz gra terenowa powinny być wcześniej, ponieważ są bardziej atrakcyjne niż zajęcia plastyczne, które można odbyć w przedszkolu. Więcej zajęć ruchowych
- Zwierzęta gospodarskie które mogły by np pokarmić dotknąć (nauczycielka podkreśla że dzieci lubią zwierzęta)





# WNIOSKI

- Rozsyłanie broszury wprowadzającej w temat
- Zorganizowanie chwili przerwy – np. berek czy piknik na trawie
- Dobrze odbierana nauka przez zabawę
- W momencie pogorszenia pogody – gra w memory zamiast gry terenowej
- Urozmaicenie gry terenowej o elementy podchodów
- Zamiana kolejności plastusia z innymi formami zabawy (zajęcia plastyczne mogą odbyć się w przedszkolu)
- Możliwość zakupienia pamiątek



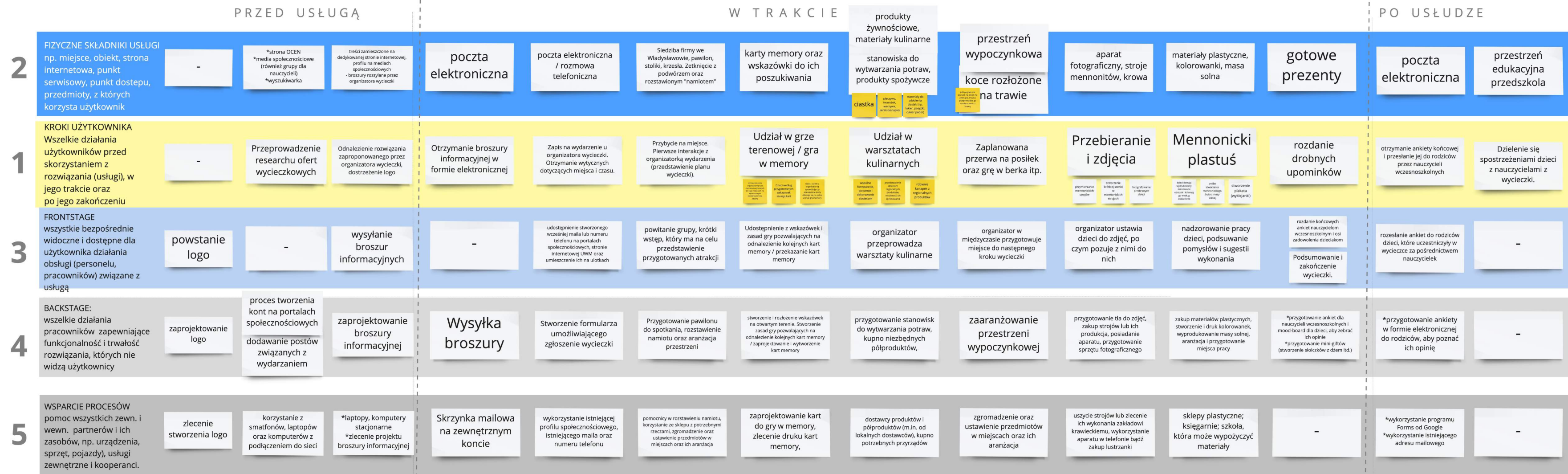
# Service blueprint

---

to kompleksowe narzędzie, które pomaga zdefiniować lub poprawić interakcję z klientem oraz interfejsy w firmie dla produktu lub usługi.

Dzięki zaawansowanej wizualizacji mapy podróży klienta możliwe jest zaktywizowanie i zmotywowanie całej organizacji (w naszym przypadku działalność jednoosobową Elżbiety Mieczkowskiej), ponieważ plan usługi uwzględnia również procesy back-office i procesy wspierające, a także nowe regulacje i technologie.







PRZED USŁUGĄ

2

FIZYCZNE SKŁADNIKI USŁUGI

np. miejsce, obiekt, strona internetowa, punkt serwisowy, punkt dostępu, przedmioty, z których korzysta użytkownik

-

\*strona OCEN  
\*media społecznościowe (również grupy dla nauczycieli)  
\*wyszukiwarka

treści zamieszczone na dedykowanej stronie internetowej, profilu na mediach społecznościowych  
- broszury rozsyłane przez organizatora wycieczki

1

KROKI UŻYTKOWNIKA

Wszelkie działania użytkowników przed skorzystaniem z rozwiązania (usługi), w jego trakcie oraz po jego zakończeniu

-

Przeprowadzenie researchu ofert wycieczkowych

Odnalezienie rozwiązania zaproponowanego przez organizatora wycieczki, dostrzeżenie logo

3

FRONTSTAGE

wszystkie bezpośrednie widoczne i dostępne dla użytkownika działania obsługi (personelu, pracowników) związane z usługą

powstanie logo

-

wysyłanie broszur informacyjnych

4

BACKSTAGE:

wszelkie działania pracowników zapewniające funkcjonalność i trwałość rozwiązania, których nie widzą użytkownicy

zaprojektowanie logo

proces tworzenia kont na portalach społecznościowych  
dodawanie postów związanych z wydarzeniem

zaprojektowanie broszury informacyjnej

5

WSPARCIE PROCESÓW

pomoc wszystkich zewn. i wewn. partnerów i ich zasobów, np. urządzenia, sprzęt, pojazdy), usługi zewnętrzne i kooperanci.

zlecenie stworzenia logo

korzystanie z smartfonów, laptopów oraz komputerów z podłączeniem do sieci

\*laptopy, komputery stacjonarne  
\*zlecenie projektu broszury informacyjnej

# Service blueprint – przed usługą

To tutaj należy zastanowić się nad tym, co powinno zostać zrobione "przed usługą", w jaki sposób użytkownik odnajduje ofertę Mennonickich Inspiracji, w jaki sposób aplikuje do nawiązania współpracy. Dodatkowo dzięki wierszom 2, 3, 4, 5 dowiadujemy się co musi wykonać organizator, z czyjej pomocy musi skorzystać, co użytkownik widzi a czego nie oraz z jakich zasobów się korzysta.

KOLEJNOŚĆ PRACY



# W TRAKCIE

**poczta elektroniczna**

poczta elektroniczna / rozmowa telefoniczna

Siedziba firmy we Władysławowie, pawilon, stoliki, krzesła. Zetknięcie z podwórzem oraz rozstawionym "namiotem"

karty memory oraz wskazówki do ich poszukiwania

produkty żywnościowe, materiały kulinarne

stanowiska do wytwarzania potraw, produkty spożywcze

prześczeń wypoczynkowa

koce rozłożone na trawie

aparatury fotograficzne, stroje mennonitów, krowa

materiały plastyczne, kolorowanki, masa solna

gotowe prezenty

ciastka

pieczywo, twaróg, serek (kanapki)

materiały do zdobienia ciastek (np. lukier, posypki, cukier puder)

jeśli pogoda nie pozwoli na piknik na zewnątrz, można przeprowadzić go pomieszczeniu z krową

Otrzymanie broszury informacyjnej w formie elektronicznej

Zapis na wydarzenie u organizatora wycieczki. Otrzymanie wytycznych dotyczących miejsca i czasu.

Przybycie na miejsce. Pierwsze interakcje z organizatorką wydarzenia (przedstawienie planu wycieczki).

Udział w grze terenowej / gra w memory

Udział w warsztatach kulinarnych

Zaplanowana przerwa na posiłek oraz grę w berka itp.

Przebieranie i zdjęcia

Mennonicki plastyk

rozdanie drobnych upominków

obdobnie jako organizatorka kart memory w wytycznych do organizatorów na wytycznym, wskazując na wytycznym

Dzieci według przygotowanych wskazówek szukają kart

Dzieci z pomocą organizatorki sprawdzają czy otrzymane karty wskazują na jedną wersję gry memory

wspólne formowanie, pieczenie i dekorowanie ciasteczek

przedstawienie dzieciom regionalnych produktów, możliwość ich spróbowania

robienie kanapek z regionalnych produktów

przymierzanie mennonickich strojów

stworzenie krótkiej scenki w mennonickich strojach

fotografowanie przebranych dzieci

dzieci dostają wydrukowane mennonickie obrazki i kolorują go według wskazówek

próba stworzenia mennonickiego buta z masy solnej

stworzenie plakatu (wyklejanki)

-

udostępnienie stworzonego wcześniej maila lub numeru telefonu na portalach społecznościowych, stronie internetowej UWM oraz umieszczenie ich na ulotkach

powitanie grupy, krótki wstęp, który ma na celu przedstawienie przygotowanych atrakcji

Udostępnienie z wskazówek i zasad gry pozwalających na odnalezienie kolejnych kart memory / przekazanie kart memory

organizator przeprowadza warsztaty kulinarne

organizator w międzyczasie przygotowuje miejsce do następnego kroku wycieczki

organizator ustawia dzieci do zdjęć, po czym pozuje z nimi do nich

nadzorowanie pracy dzieci, podsuwanie pomysłów i sugestii wykonania

rozdanie końcowych ankiet nauczycielom wczesnoszkolnym i osi zadowolenia dzieciakom

Podsumowanie i zakończenie wycieczki.

Wysyłka broszury

Stworzenie formularza umożliwiającego zgłoszenie wycieczki

Przygotowanie pawilonu do spotkania, rozstawienie namiotu oraz aranżacja przestrzeni

stworzenie i rozłożenie wskazówek na otwartym terenie. Stworzenie zasad gry pozwalających na odnalezienie kolejnych kart memory / zaprojektowanie i wytworzenie kart memory

przygotowanie stanowisk do wytwarzania potraw, kupno niezbędnych półproduktów,

zaaranżowanie przestrzeni wypoczynkowej

przygotowanie tła do zdjęć, zakup strojów lub ich produkcja, posiadanie aparatu, przygotowanie sprzętu fotograficznego

zakup materiałów plastycznych, stworzenie i druk kolorowanek, wyprodukowanie masy solnej, aranżacja i przygotowanie miejsca pracy

\*przygotowanie ankiet dla nauczycieli wczesnoszkolnych i mood-board dla dzieci, aby zebrać ich opinie  
\*przygotowanie mini-giftów (stworzenie słoiczek z dżem itd.)

Skrzynka mailowa na zewnętrznym koncie

wykorzystanie istniejącej profilu społecznościowego, istniejącego maila oraz numeru telefonu

pomocnicy w rozstawieniu namiotu, korzystanie ze sklepu z niezbędnymi rzeczami, zgromadzenie oraz ustawienie przedmiotów w miejscach oraz ich aranżacja

zaprojektowanie kart do gry w memory, zlecenie druku kart memory,

dostawcy produktów i półproduktów (m.in. od lokalnych dostawców), kupno potrzebnych przyrządów

zgromadzenie oraz ustawienie przedmiotów w miejscach oraz ich aranżacja

uszywanie strojów lub zlecenie ich wykonania zakładowi krawieckiemu, wykorzystanie aparatu w telefonie bądź zakup lustrzanki

sklepy plastyczne; księgarnie; szkoła, która może wypożyczyć materiały

-



# Service blueprint – po usłudze

Na tym etapie opisujemy jakie są ostatnie kroki użytkownika naszej usługi, czy widać jeszcze wkład organizatora wycieczki, czy występują jeszcze jakieś aktywności z jego strony, których użytkownik już nie dostrzega oraz co lub kto pomógł w osiągnięciu tego.

poczta  
elektroniczna

przestrzeń  
edukacyjna  
przedszkola

otrzymanie ankiety końcowej  
i przesłanie jej do rodziców  
przez nauczycieli  
wczesnoszkolnych

Dzielenie się  
spostrzeżeniami dzieci  
z nauczycielami z  
wycieczki.

rozesłanie ankiet do rodziców  
dzieci, które uczestniczyły w  
wycieczce za pośrednictwem  
nauczycielek

-

\*przygotowanie ankiety  
w formie elektronicznej  
do rodziców, aby poznać  
ich opinię

-

\*wykorzystanie programu  
Forms od Google  
\*wykorzystanie istniejącego  
adresu mailowego

-



# Wnioski i rekomendacje z projektu

Stworzone przez nas rozwiązanie dla Mennonickich Inspiracji, tj. Mennonicki Odkrywca posiada duży potencjał, aby stać się niezwykle ciekawym i często obieranym punktem na mapie Żuław Wiślanych, który będzie chętnie odwiedzany przez grupy przedszkolne.

Chcąc zachęcić dzieci do odwiedzania Władysławowa k. Elbląga, stwierdziliśmy, iż nie wystarczy tutaj wykorzystanie tylko pięknego terenu wokół oraz przedstawienie "suchej" teorii, ale należy zaangażować dzieci w różne zabawy, które będą posiadać również istotny walor edukacyjny, poznawczy i naukowy.

W stworzonym przez nas rozwiązaniu wzięliśmy pod uwagę możliwości finansowe oraz miejsce odbywania się zorganizowanego zgromadzenia, tak aby zbyt mocno nie obciążać Elżbiety Mieczkowskiej. Stworzone przez nas rozwiązanie przedstawiliśmy w czterech różnych wariantach, od tanich do drogiech oraz od indywidualnych do kolektywnych. Nie wyklucza to jednak możliwości ich łączenia w coś, co zaspokoi potrzeby prowadzącej wydarzenie.





# Źródła wykorzystanych materiałów

W przygotowanym przez nas raporcie wykorzystaliśmy zdjęcia z:

- portalu społecznościowego "Mennonickie Inspiracje"
- zasobów strony internetowej CANVA
- grafik wykonanych na platformie internetowej MIRO
- zdjęcia przy osobach: Amelka i Jolanta



