

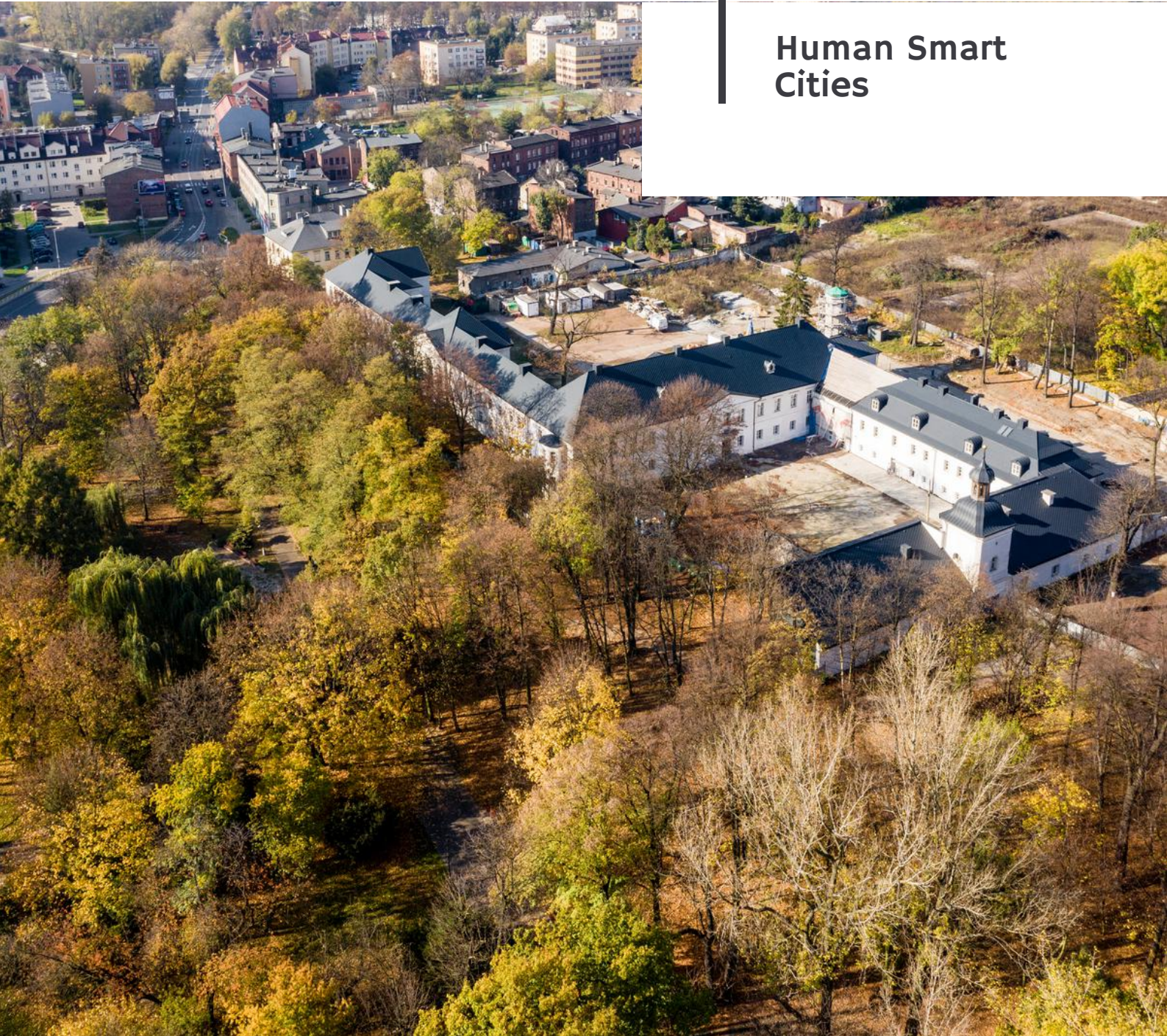


STOWARZYSZENIE PRZYJACIÓŁ
PAŁACU DONNERSMARCKÓW
SIEMIANOWICE ŚLĄSKIE

ŁĄCZYMY SIEMIANOWICKĄ KULTURĘ

Raport z III
warsztatów

Human Smart
Cities



28 września 2020 roku

STOWARZYSZENIE PRZYJACIÓŁ
PAŁACU DONNERSMARCKÓW W
SIEMIANOWICACH ŚLĄSKICH
"PAŁAC INSPIRACJI"



SPIS TREŚCI

Strona 3

Human Smart Cities

Strona 4 - 5

Przebieg spotkania i kluczowe pytania

Strona 6 - 9

Opis użytkowników (persony)

Strona 10 - 11

Mapa kontekstów

Strona 12 - 13

Podsumowanie spotkania i wstępne rekomendacje



HUMAN SMART CITIES

Czyli inteligentne miasta współtworzone przez mieszkańców

Dzięki Human Smart Cities, projektowi wdrażanemu przez Urząd Miasta Siemianowice Śląskie, a w ramach niego poddziałania "ReviLab" realizowanego przez Stowarzyszenie Przyjaciół Pałacu, jako członkowie organizacji mamy możliwość i ogromne chęci włączenia mieszkańców w skomplikowany proces rewitalizacji kompleksu pałacowo-parkowego mieszczącego się w samym centrum miasta. Chcemy współprojektować to miejsce dla nas dziś i dla przyszłych pokoleń, ale również dzielić się doświadczeniem płynącym z realizacji zróżnicowanych działań o charakterze publicznym w ciągu trzech ostatnich lat.

Jak pisaliśmy wcześniej, do procesu zaprojektowania i wdrożenia usługi wspierającej rewitalizację Pałacu poprzez stworzenie atrakcyjnego otoczenia dla działalności podmiotów sektora publicznego i kultury, zaproponowaliśmy elementy metodologii service design, ze szczególnym uwzględnieniem projektowania partycypacyjnego.

Niniejszy raport podsumowuje trzecie spotkanie, które odbyło się 28 września 2020 roku, w którym wzięli udział przedstawiciele Urzędu Miasta Siemianowic Śląskich i podległych mu instytucji.

PRZEBIEG SPOTKANIA

28 września 2020 r. w godzinach porannych na terenie kompleksu pałacowo-parkowego w Siemianowicach Śląskich, odbyły się III warsztaty z cyklu "Łączymy Kulturę". Po raz drugi w interaktywnym spotkaniu wzięli udział przedstawiciele administracji publicznej miasta, którzy zgodzili się podzielić swoim doświadczeniem i wiedzą o mieście. Spotkanie rozpoczęło podsumowaniem efektów prac wypracowanych podczas dwóch ostatnich warsztatów tj. mapa interesariuszy Pałacu, uzupełniona o nowe podmioty przez mieszkańców miasta.

Doprecyzowanie kryteriów projektowanej usługi doprowadziło uczestników spotkania do stworzenia trzech dodatkowych person (szczegółowy opis wybranych użytkowników usługi), lepiej dopasowanych do potrzeb rewitalizacji i potencjału miasta. Ponadto podczas warsztatu skoncentrowano się na zbadaniu przebiegu ścieżki (customer journey) organizacji wydarzenia kulturalnego, przez wybranych i opisanych wcześniej przedstawicieli (persony). Takie podejście dało wgląd w rodzaje, ilość i kolejność czynności potrzebnych do realizacji imprezy kulturalnej.

Kolejnym krokiem było zdiagnozowanie otoczenia i kontekstów wpływających na projektowaną usługę. Uczestnicy spotkania dyskutowali nad pytaniami dotyczącymi: potrzeb kultury vs. potrzeb rewitalizacji, trendów, barier, i działań wspierających. Wyłonienie powyższych czynników dało wgląd w potencjał i ograniczenia dla usługi wsparcia procesu rewitalizacji tej części miasta.





KLUCZOWE PYTANIA

Podczas spotkania uczestnicy poszukiwali odpowiedzi na następujące pytania:

- Kim jest potencjalny użytkownik usługi wsparcia procesu rewitalizacji? Jakie są jego cechy charakterystyczne? Czego poszukuje? Jakie są jego potrzeby, bolączki i poszukiwane korzyści?
- Jakie czynniki mają wpływ na proces rewitalizacji? Jakie trendy, bariery, ograniczenia, szanse mogą wpłynąć na usługę wsparcia rewitalizacji?

SŁOWNICZEK

1. **Persona** - zbiór kluczowych cech potencjalnego użytkownika, wybranego z konkretnej grupy docelowej/segmentu.
2. **Podróż użytkownika** (z ang. customer journey) - wizualne przedstawienie kolejnych kroków jakie użytkownik/klient doświadcza podczas korzystania z usługi.
3. **Mapa kontekstów** - zbiór informacji opisujących otoczenie usługi. Najczęściej dotyczą obszarów tj. trendy, szanse, bariery, ograniczenia, konkurencja itp.



OPIS UŻYTKOWNIKÓW

Dzięki pracy w trzech grupach, uczestnicy warsztatów wypracowali trzy różne persony użytkownika usługi, z trzech różnych docelowych segmentów.

Pierwsza osoba, Jan Maria, to siemianowicki senior. Druga, to przedstawiciel segmentu lokalnych przedsiębiorców - Krzysztof. Ostatnia persona to Nikoś, reprezentant siemianowickiej młodzieży.

Proces powstawania person skoncentrowany jest wokół zbierania i porządkowania informacji o wybranych przedstawicielach grup docelowych. Ideą tego etapu procesu projektowego jest jak najgłębsze zrozumienie systemu podejmowania decyzji, a także możliwości zaspokojenia potrzeb.

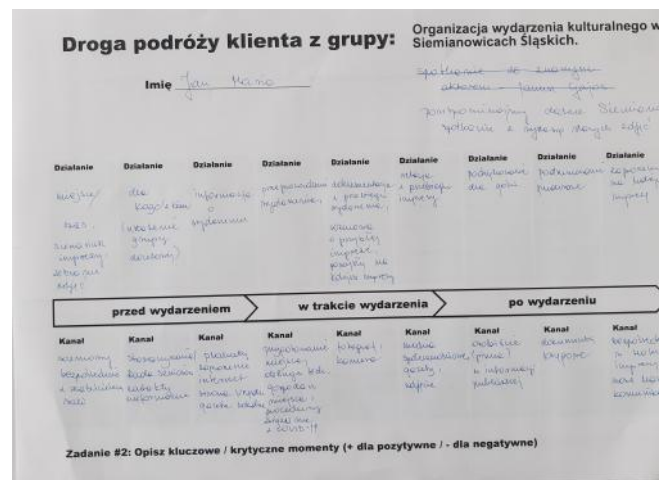
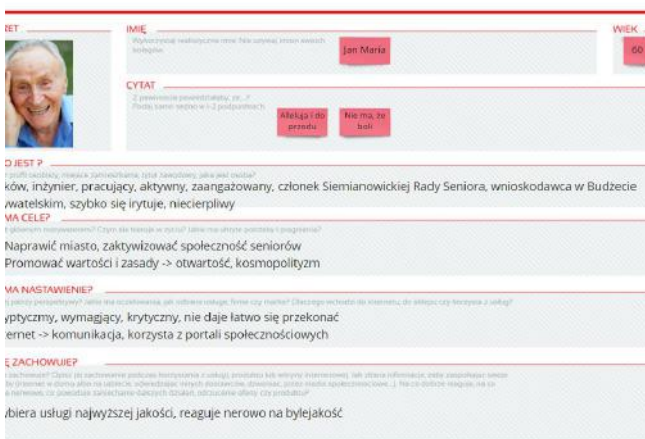
JAN MARIA

"Alleluja i do przodu", "nie ma, że boli"

Jan Maria jest 60-letnim, społecznikiem i aktywistą z Bytkowa. Zaangażowany w zróżnicowane sprawy obywatelskie oczekuje wysokiej jakości rezultatów. Pomimo tego, że wciąż pracuje jako inżynier, jest aktywnie zaangażowany w sprawy seniorów na terenie całego miasta. Jest członkiem Siemianowickiej Rady Seniorów oraz czynnym wnioskodawcą w budżetach obywatelskich.

Jego obywatelska energia skoncentrowana jest wokół tematów "naprawienia miasta" i aktywizacji seniorów. Ponadto pragnie promować wartości tj. kosmopolityzm i otwartość. Z drugiej strony Jan Maria bywa niecierpliwy i porywczy. Szybko się irytuje co bywa nie lada wyzwaniem dla jego rozmówców. Jest wymagający i krytyczny, a kiedy ma wątpliwości co do słuszności sprawy, niełatwo daje się przekonać.

Jan Maria posiada konto w mediach społecznościowych i aktywnie korzysta z możliwości internetu. W swoich decyzjach zarówno zakupowych jak i tych związanych z zarządzaniem czasem, kieruje się wysoką jakością i nerwowo reaguje na "bylejakość".



KRZYSZTOF

"Jedyną pewną w życiu jest zmiana", "Innowacja to podstawa rozwoju"

Krzysztof jest 35-letnim inżynierem, dobrze zorientowanym w sprawach miasta. Jako przedsiębiorca jest skoncentrowany na celach zawodowych i dobrze potrafi działać pod presją czasu. Ma ambicje by rozwijać swoją firmę zarówno na polu biznesowym jak społecznej odpowiedzialności biznesu. Krzysztof lubi wyzwania zarówno zawodowe jak i osobiste. Uprawia sporty ekstremalne tj. triathlon.

Biegłe posługuje się nowymi technologiami, a także mediami społecznościowymi. Internet jest głównym źródłem pozyskiwanych przez Krzysztofa informacji, w tym kontaktów i kontraktów. Z racji prorozwojowego nastawienia i wielości zadań, ceni czas swój i innych. Lubi szybko pozyskiwać niezbędne informacje i oczekuje szybkiej reakcji odbiorcy/korespondenta.

Śledzi trendy światowe i przysłowiowo można go nazwać "rekinem biznesu" ze społeczną twarzą. Jest skutecznym i dobrym strategiem, czujnym i rzeczowym. Krzysztof jest gadżeciarzem, a większość swoich zakupów dokonuje przez internet. Swój wolny czas spędza na aktywnej rozrywce biegając i/lub spotykając się z ludźmi.

IMIĘ Krzysztof

WIEK 35

CYTAT Innowacja to podstawa rozwoju
Czas to pieniądz
Jedyną pewną w życiu rzeczą jest zmiana

JA JESTEM? Inżynier, konkretny, zorientowany na cel, umie działać pod presją czasu, otwarty na wyzwania w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu

JA CELEP Uprawianie sportów ekstremalnych (maratony, triathlon, inne wyzwania)

JA NASTAWIENIE? Technologie i internet są jego głównymi źródłami pozyskiwania informacji, działania i kontaktów, celem jest szybkie uzyskanie informacji, sprawność procesów

ZACHOWUJE? Śledzi trendy światowe, jest rekinem biznesu, ale nie idzie po trupach do celu, skuteczny, dobry strateg, czujny, podatny na nowości, gadżeciarz, w internecie robi zakupy, śledzi trendy, szuka trendów, spędza czas na rozrywce, gra w gry, dobrze reaguje na profesjonalizm, nerwowo reaguje na nieprofesjonalne podejście do klienta.

Droga podróży klienta z grupy: Organizacja wydarzenia kulturalnego w Siemianowicach Śląskich.

Imię: Krzysztof

przed wydarzeniem			w trakcie wydarzenia			po wydarzeniu		
Kanal	Kanal	Kanal	Kanal	Kanal	Kanal	Kanal	Kanal	Kanal
Media społecznościowe	Strona internetowa	Telefon	Strona internetowa	Media społecznościowe	Strona internetowa	Media społecznościowe	Strona internetowa	Media społecznościowe

Zadanie #2: Opisz kluczowe / krytyczne momenty (+ dla pozytywne / - dla negatywne)

NIKOŚ

"Miasto to MY"

Nikoś jest 16-letnim Siemianowiczanie, silnie zaangażowanym w sprawy społeczne. Jest częstym wolontariuszem na zróżnicowanych wydarzeniach miejskich i ogólnopolskich tj. WOŚP. Ponadto jest członkiem Młodzieżowej Rady Miasta. Jego sytuacja rodzinna wymaga od niego zaangażowania na poziomie wsparcia rodzeństwa, co czyni z Nikosia bardzo zajęтым, z nadzieją patrzy w przyszłość dlatego chce się rozwijać i pójść na studia.

Swoją karierę zawodową planuje w obszarze kierunku związanego z zarządzaniem danymi (big data). W wolnych chwilach bierze udział w nieodpłatnych imprezach, głównie miejskich, nie tylko jako wolontariusz, ale również uczestnik. Jego aktualnym, głównym celem jest zdobycie doświadczenia, poznanie bliskich mu na poziomie wartości ludzi, wspólne działania na rzecz zmiany na lepsze, a jako mieszkaniec chce mieć realny wpływ na miasto.

Jego głównym źródłem komunikacji i wiedzy zarówno o mieście jak i świecie jest internet. Korzysta z niego w sposób selektywny (poprzez swoje grupy). Odrzuca wszystko to co nie jest przejrzyste, czyste i dostępne. Interesujące go treści chętnie udostępnia i przekazuje znajomym. Ważnym dla niego elementem jest zabawa i grywalizacja. .

RET **IMIĘ** **W**

Nikodem "Nikoś" Jarocki

CYTAT

Miasto to MY!

O JEST ?

dzeństwa, zaangażowany, zaangażowany społecznie (zbiera na WOŚP, wolontariusz w trakcie imprez miejskich), planuje studia związane z zarządzaniem danymi (Big Data), członek Młodzieżowej Rady Miasta. Bierze udział w imprezach i imprezach, nie tylko jako wolontariusz, ale też jako uczestnik.

MA CELE?

bycie doświadczenia, chęć zmiany, dowiedzenie się jak co działa, posiadanie wpływu na miasto.

MA NASTAWIENIE?

ysta głównie z internetu, ale w sposób selektywny, do pozyskiwania potrzebnych mu informacji oraz do komunikowania, czerpie wiedzę o mieście z internetu, z pozycji człowieka, który chce coś zmienić i zachęcić innych do w

Ś ZACHOWUJĘ?

zucca wszystko to co nie jest przejrzyste, czyste i dostępne. Interesujące go treści chętnie udostępnia i przekazuje jonym. Grywalizacja.

Droga podróży klienta z grupy: Organizacja wydarzenia kulturalnego w Siemianowicach Śląskich.

Imię: *NIKOŚ*
Koncert muzyki alternatywnej w Forum Śląskie

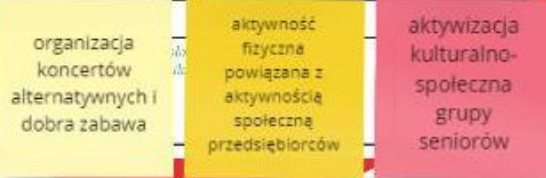
Działanie	Działanie	Działanie	Działanie	Działanie	Działanie	Działanie	Działanie	Działanie	Działanie
<i>Opis wydarzenia</i>	<i>Wydarzenie</i>	<i>Wydarzenie</i>	<i>Wydarzenie</i>	<i>Wydarzenie</i>	<i>Wydarzenie</i>	<i>Wydarzenie</i>	<i>Wydarzenie</i>	<i>Wydarzenie</i>	<i>Wydarzenie</i>

przez wydarzeniem w trakcie wydarzenia po wydarzeniu

Kanał	Kanał	Kanał	Kanał	Kanał	Kanał	Kanał	Kanał	Kanał	Kanał
<i>FB</i>	<i>FB</i>	<i>FB</i>	<i>FB</i>	<i>FB</i>	<i>FB</i>	<i>FB</i>	<i>FB</i>	<i>FB</i>	<i>FB</i>

Zadanie #2: Opisz kluczowe / krytyczne momenty (+ dla pozytywne / - dla negatywne)

CEL USŁUGI



POTRZEBY SEKTORA KULTURY



POTRZEBY REWITALIZACJI



KONTEKSTY USŁUGI

TRENDY



WEWNĘTRZNE BARIERY



OGRODNICZENIA



DZIAŁANIA WSPIERAJĄCE



MAPA KONTEKSTÓW

Dzięki wcześniej wypracowanym opisom użytkowników (person) i omówieniu ścieżek organizatorów wydarzeń kulturalnych w Siemianowicach Śląskich (user journey) mogliśmy przygotować podsumowanie kluczowych informacji w postaci mapy kontekstów. Zbiorna prezentacja wszystkich użytkowników, ich potrzeb, wyzwań rewitalizacyjnych, trendów, wewnętrznych barier, ograniczeń, a także działań wspierających, dała nam większy obraz otoczenia i sytuacji wpływającej na powstającą usługę.

Na potrzeby warsztatowe zaproponowano następujące pomysły na usługi realizowane przez użytkowników i współtwórców procesu rewitalizacji Pałacu. Jan Maria jest organizatorem wystawy prezentującej stare zdjęcia miasta (aktywizacja kulturalno-społeczna grupy seniorów), Krzysztof jest liderem wydarzenia biegu charytatywnego (aktywność fizyczna powiązana z aktywnością społeczną przedsiębiorców), Nikoś organizuje koncert niszowego zespołu alternatywnego (organizacja koncertów alternatywnych i dobra zabawa).

JAN MARIA

W przypadku Jana zdiagnozowano kluczowe potrzeby w postaci zaplecza technicznego i infrastrukturalnego. Ponadto potrzebne mu jest wsparcie w dotarciu do grupy docelowej i dotychczas niezaangażowanych seniorów. Uczestnicy zaobserwowali trend "aktywnego seniora", który przejawia się m.in. w zainteresowaniu starszej części społeczności lokalnej w obszarze zachowania pamięci, dziedzictwa i tożsamości. Do kluczowych barier zaliczono: bariery językowe (nie zawsze Jan rozumie skróty, zapożyczenia z języków obcych) i architektoniczne w zakresie komunikacji i dostępności miejsca. W obszarze działań, których aktualnie brakuje w mieście a sprzyjałyby rewitalizacji wskazano: dalszą dyskusję o rewitalizacji poprzez spotkania, informacje publiczne, publikacje w miejskich mediach, szerszą dystrybucję informacji o rewitalizacji parku. Na pytanie jakie inne działania mogłyby wesprzeć proces rewitalizacji wskazano: cykliczne zwiedzanie Pałacu, wirtualny park oraz parking.

KRZYSZTOF

Aby Krzysztof mógł realizować swoje aspiracje społeczne są mu potrzebne następujące informacje: lista/baza stale współpracujących wolontariuszy, firm oraz fundacji. W ramach głównych trendów Krzysztof zaobserwował work-life balance i zrównoważone miasta, a w ramach nich podkreślił istotność kwestii historycznych i tożsamościowych, potrzeb wizerunkowych miasta i budowania jego przewagi konkurencyjnej względem miast sąsiadujących, tworzenia atrakcyjnych i "prawdziwych" miejsc spotkań z naturalną architekturą i zielenią dookoła. Do kluczowych barier zaliczono: uwiarygodnienie jego zamiarów, fundusze oraz zmęczenie sponsorów. Krzysztof w ramach pytania o działania, których aktualnie brakuje w mieście, a mogłyby sprzyjać rewitalizacji wskazuje badania i rzetelne informacje. Do działań wspierających zaliczono: zaproszenie sławnych osób i influencerów, przekonanie otoczenia mieszkańców, stowarzyszeń, przedsiębiorców do współpracy, a także stworzenie bazy technicznej

NIKOŚ

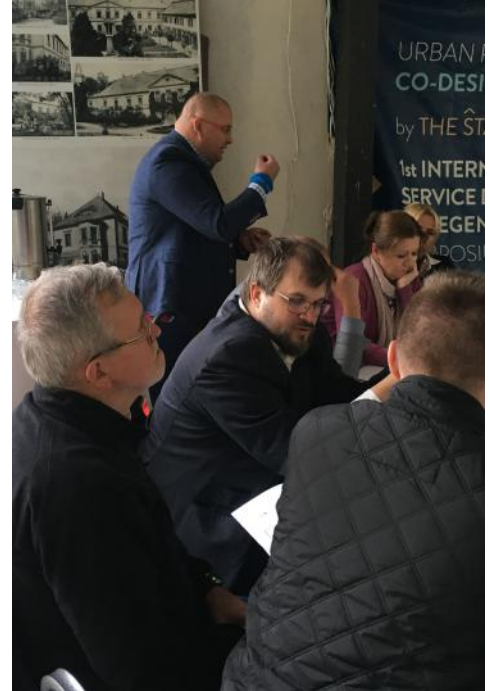
Dla Nikosia kluczem do rozwoju jego działalności społecznej jest wsparcie w zakresie organizacji i pozyskiwania finansowania dla własnych inicjatyw. Zwraca on uwagę na wykorzystanie nowoczesnych technologii informacyjnych oraz nieformalne ścieżki komunikacji (polecanie, fora, grupy, oznaczanie w mediach społecznościowych). Do barier dla realizacji własnych działań wskazał: wiek, brak wiedzy i doświadczenia, brak środków finansowych i umiejętności ich pozyskiwania, Co pomogłoby mu rozwinąć skrzydła? Pomoc osoby, instytucji innych pełnoletnich działaczy z doświadczeniem i kwalifikacjami, którzy wsparliby go merytorycznie. Istotną rolę odegrały również sponsor oraz inne młode zaangażowane osoby, które mogłyby włączyć w działalność na rzecz miasta i rewitalizacji.

PODSUMOWANIE SPOTKANIA

Obydwa warsztaty projektowe, w których wzięli udział przedstawiciele sektora publicznego, obejmowały fazę badawczo-diagnostyczną. Podczas drugiego spotkania zebrano istotny materiał badawczy wynikający częściowo z zastanej wiedzy uczestników o mieście, mieszkańcach i ich potrzebach, a częściowo stanowił wyobrażenie/ spekulacje, które należy zweryfikować z realnymi użytkownikami usługi.

W trakcie warsztatu wypracowano ważny materiał projektowy, który będzie podlegał dalszemu opracowaniu przez przedstawicieli sektora publicznego, kultury, a także projektantów i konsultantów zaangażowanych w proces.

W kolejnych krokach przewiduje się przeprowadzenie analizy SWOT (analizy obejmującej szanse, zagrożenia, słabe i mocne strony otoczenia wpływające na potencjał usługi), dalsze współprojektowanie usługi wsparcia procesu rewitalizacji z wybranymi użytkownikami, konsultowanie pierwszych szkiców usługi, zbieranie informacji zwrotnych, definiowanie kluczowych problemów, rozwój usługi, jej testowanie oraz wprowadzanie niezbędnych korekt.





WSTĘPNE REKOMENDACJE

Na tym etapie procesu projektowego ważnym elementem jest "urealnienie" person poprzez skonsultowanie ich szkicu z realnymi przedstawicielami danego sektora. Do tego celu warto wykorzystać elementy projektowania partycypacyjnego, jak również wywiady pogłębione.

Na podstawie zebranych materiałów warto zaprojektować pierwszy szkic usługi parasolowej, która będzie stanowiła przedmiot konsultacji i dalszej pracy warsztatowej z użytkownikami.

KLUCZOWE OBSERWACJE

Szanse

Uczestnicy spotkania wyraźnie nakreślili spory potencjał miasta i mieszkańców w zakresie oddolnej energii i inicjatywności do przeprowadzania zmian jak również chęci wpływu na miasto.

Ryzyka

Istnieje ryzyko, że zaproponowane grupy docelowe będą zbyt nieliczne, żeby usługa w długiej perspektywie była zrównoważona oraz realnie wpływała na rewitalizację i rozwój miasta.



STOWARZYSZENIE PRZYJACIÓŁ
PALACU DONNERSMARCZKÓW
SIEMANOWICE ŚLĄSKIE



Rzeczpospolita
Polska

Unia Europejska
Fundusz Spójności

