

Jak nie drzwiami, to oknem

Wyzwania zdobywania wiedzy niezbędnej do podejmowania decyzji strategicznych w obliczu braku dostępu do danych



ŁUKASZ POSŁUSZNY

CENTRALNY OŚRODEK INFORMATYKI



MONIKA NOWAK

CENTRALNY OŚRODEK INFORMATYKI

Jak nie drzwiami, to oknem

Zdobywanie wiedzy bez dostępu do danych



ŁUKASZ POSŁUSZNY

CENTRALNY OŚRODEK INFORMATYKI



MONIKA NOWAK

CENTRALNY OŚRODEK INFORMATYKI

Didaskalia

Miejsce akcji:

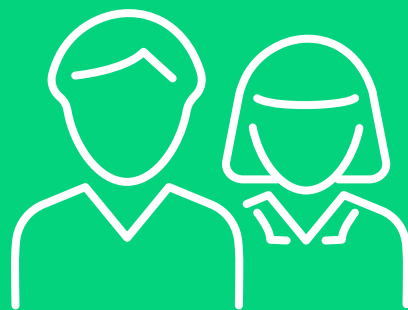
W dwóch miastach,
ale w jednym
polskim onlinie.

Tło akustyczne:

Cisza, sąsiad pojechał
po wiertło do Castoramy

Czas akcji:

13 wypłat temu... tak oto
w publicu minął rok



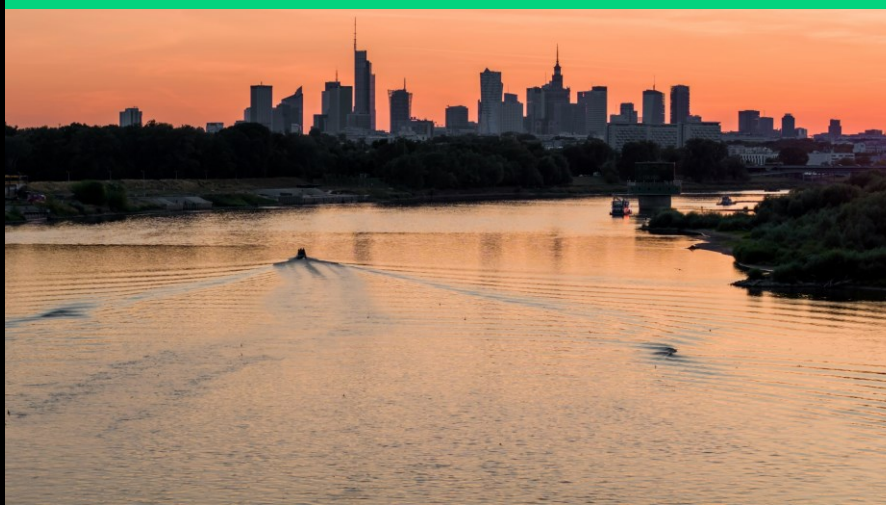
Protagoniści:

Badaczka Monika

nowa w Publicu, wraca
ze spotkania typu „niedasie”

Starszy badacz Łukasz

zmaga się z „niedasie” od lat



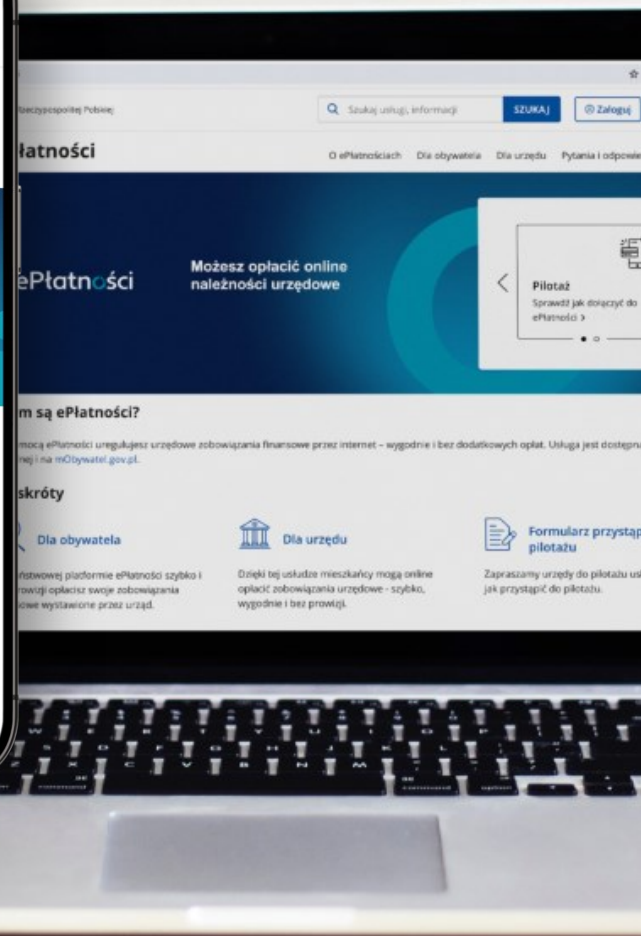
Platforma ePłatności i potrzeba biznesu

ePłatności zbierają finansowe zobowiązania urzędowe i są zintegrowane z mObywatel na komputer oraz smartfon

Badania dotyczyły płatności inicjowanych przez obywateli w urzędach, „w okienku”

Cel badawczy:

Określić, których usług związanych z płatnościami jest najwięcej?



Wyzwanie

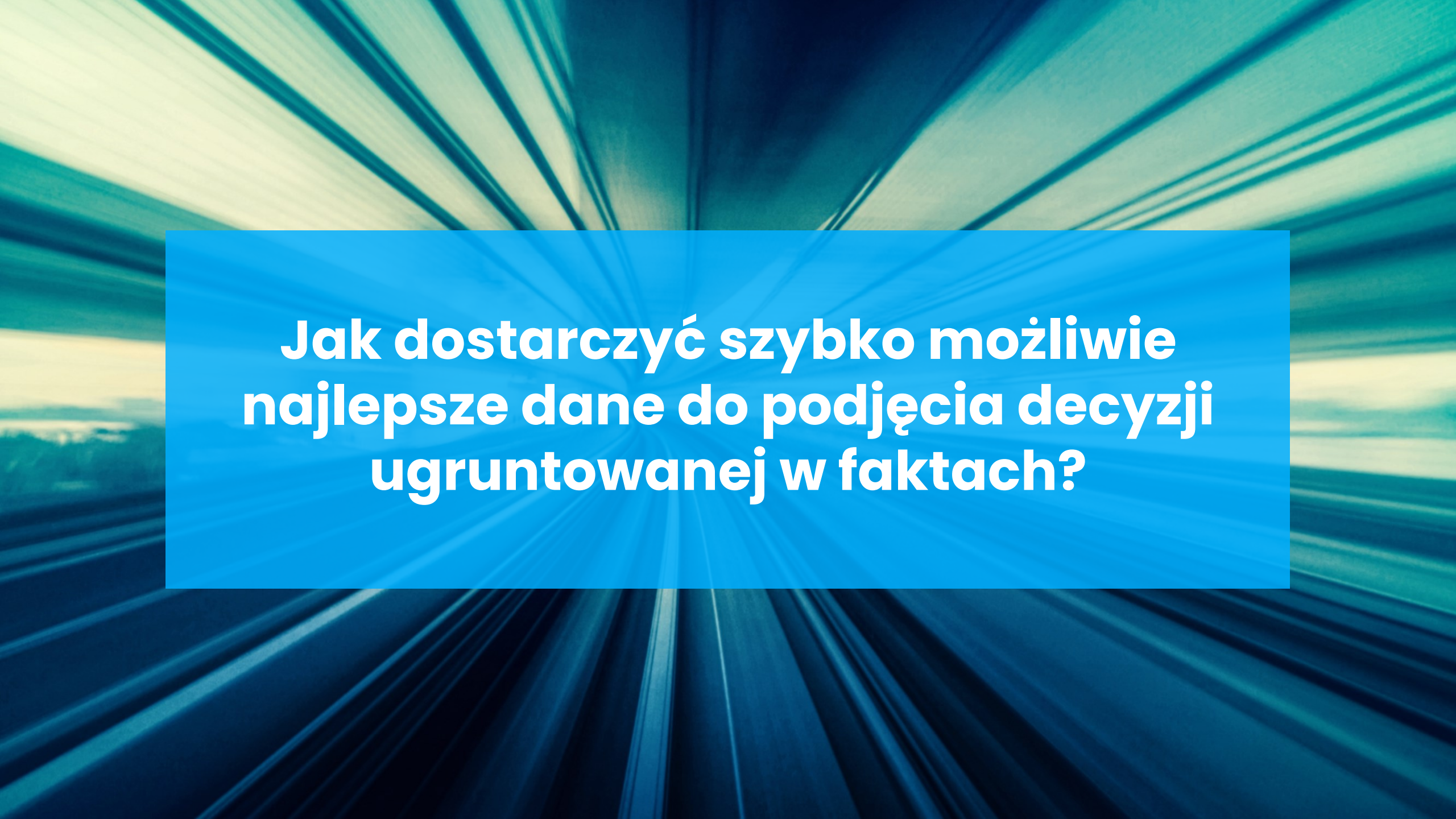
Bezpieczeństwo i ograniczenia dostępu do baz danych

Granice użyteczności danych

Bezwzględna legislacja, terminy a dług wiedzy

RODO





**Jak dostarczyć szybko możliwie
najlepsze dane do podjęcia decyzji
ugruntowanej w faktach?**



Pułapka zamkniętych drzwi

Czego unikać?

Fiksowania się na jednej opcji

Myślenie rozwiązaniem i wpadanie w schematy

Na co uważać?

Ryzyko zero-jedynkowe myślenia
(wycofanie=marnotrawstwo)

Ryzyko działań pozorowanych

Strategia uchylonego okna

Powrót i zrozumienie celów biznesowych

Dlaczego tak? Dlaczego nie?
Eksploracja celu, potrzeb i ograniczeń
„aDaSie”? Eksploracja alternatyw

Pomoce: brief badawczy i dokumenty nt. strategii



Strategia uchylonego okna

- Przyspieszenie, skrócenie i ułatwienie płatności dla obywateli i urzędów
- Które płatności są najliczniejsze?
- Cyfryzacja usług płatniczych w urzędzie, zaczynając od najważniejszych

Dlaczego te, których jest najwięcej?

Dlaczego potrzebujemy dokładnych wartości liczbowych?

A da się to osiągnąć inaczej?



Strategia maksymalnego minimum

Zrozumienie celu i potrzeby

Definiowanie, rozszerzanie i uelastycznianie pojęć: najważniejsze to?

Określenie warunku minimum

Odważne tworzenie alternatywnych sposobów realizacji celu

Partyzanckie walidacje i hartowanie

Crashtesty – zderzenia z ograniczeniami

Test sita – pozostawienie wyłącznie kwestii oraz problemów niezbędnych

Wybór alternatywny o maksymalnych korzyściach



Więcej informacji
o badaniu



Szukajmy alternatyw!

Bądź jak MacGyver z tymi **3 prostymi technikami**:



Rozumienie:
Dlaczego tak?
Dlaczego nie?



Nastawienie:
Mantra aDaSie



Wytwarzanie:
Testowanie wytrychu

Ale...

Pamiętajmy, że:

Nie zastępujemy na siłę tego, co już działa dobrze dla zasady

Traktujemy to jak ćwiczenie, które wspiera pokonywanie trudności i innowacyjność

Nie obcinajmy budżetu na badania



**MacGyver 30 lat
później na rynku
badawczym**



Więcej
o badaniu



Brief
badawczy

Dziękujemy

Opracowanie graficzne **Paweł Wojtysiak**