

# STEPS TO THE FUTURE

T×DG



**Образовательно-исследовательская игра, в основе которой — обучение анализу и прогнозированию пользовательских трендов. Игра помогает фокусно и глубоко проработать поиск решений для реальной рабочей задачи участников.**

## КОМУ ПОЙДЕТ

- Командам, которым нужно адаптировать текущие продукты и сервисы под новые запросы аудитории,
- Командам, которые должны уметь отслеживать, анализировать и прогнозировать влияния трендов на продукты компании.

## НА КАКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ НАПРАВЛЕНА

- Работа в команде,
- Работа в условиях неопределенности,
- Принятие решений,
- Стратегическое мышление,
- Креативное мышление,
- Инновационное мышление.

## ФОРМАТЫ

- Онлайн (с использованием интерактивных площадок для совместной работы),
- Офлайн (в формате настольной игры).



**Длительность  
от 4 часов**



**Размер 1 команды —  
до 8 человек**



**Модератор — 1 на команду**

## РЕЗУЛЬТАТЫ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ

- Получают набор идей для дальнейшей разработки в своих рабочих задачах,
- Понимают, как новые пользовательские ожидания влияют на их продукты и сервисы,
- Умеют анализировать тренды и оценивать их долговечность,
- Умеют варьировать свои решения в зависимости от аудитории, на которую эти решения направлены,
- Умеют придумывать идеи на основе найденных трендов.

## ИЗ ЧЕГО СОСТОИТ ИГРА

- Поле (тренд-канвас),
- Набор игровых карточек:
  - Кейсы (актуальные кейсы из разных индустрий),
  - Тренды (готовый набор трендов или тренды, выявленные участниками),
  - Базовые потребности (что лежит в основе тренда),
  - Драйверы и сдвиги (что способствует росту или ослабеванию тренда),
  - Новые пользовательские ожидания,
  - Персона-модель (один или несколько портретов целевой аудитории),
  - Цель инновации (какие продукты или сервисы необходимо придумать или адаптировать),
  - Идеи (все идеи по доработке продуктов или сервисов).



**ПОСМОТРЕТЬ ОБЗОР  
ИГРОВОГО ПОЛЯ**



## КАК ПРОХОДИТ ИГРА



### Шаг 1

К каждой игре мы подбираем наиболее актуальные кейсы реакции компаний на новые ожидания пользователей.



### Шаг 2

Участники получают набор кейсов из разных индустрий, учатся выявлять паттерны в них и объединять эти проявления тренда в крупные кластеры-тренды.



### Шаг 3

Участники проходят всё игровое поле, начиная от фокусной аудитории и заканчивая идеями инноваций.



### Шаг 4

Движение по игровому полю происходит от «Анализа» к «Внедрению» тренда. Это позволяет участникам не просто подхватывать идеи из внешнего мира, а выявлять те ожидания пользователей, которые они формируют.

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

- Подборка кастомных кейсов под задачу компании,
- Проработка целевой аудитории продукта/сервиса до игры,
- Оформление игры в фирменном стиле заказчика,
- Разработка и изготовление боксов с мерчем образовательной инициативы для продвижения внутри компании.