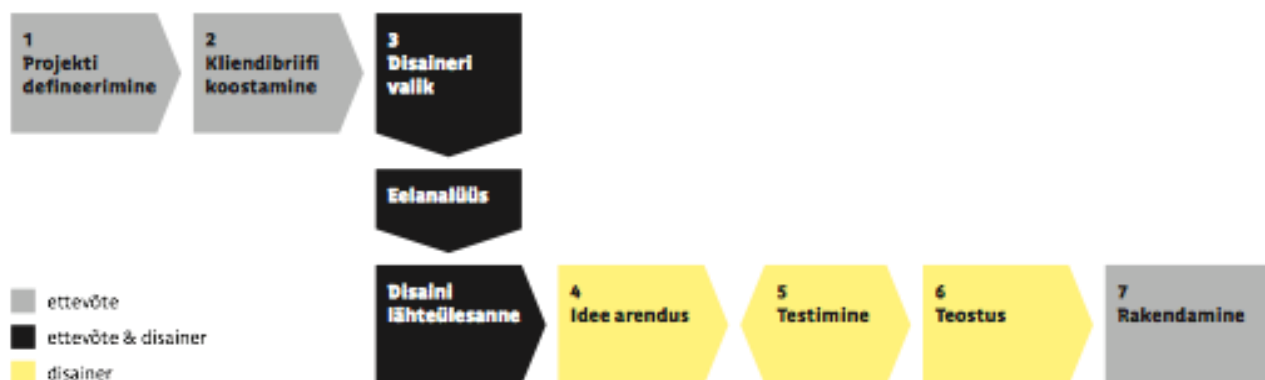


LÄHTEÜLESANDE KOOSTAMINE

- **Disainiprotsess** koosneb kahest loovast osast (vt. Disainiprotsessi joonist), mille esimeses etapis tegeldakse lähteülesande püstituse ja probleemi täpse kirjeldamisega, püüdes leida vastuseid küsimusele, miks me midagi teeme ja kellele seda pakume. Teine ja tavaliselt palju paremini mõistetud pool tegeleb uute lahenduste väljamõtlemise, projekteerimise, testimise ja lihvimisega ehk siis sellega kuidas me midagi teeme ja mis see lahendus on. Loovat ja eksisteerivaid lahendusi küsimärgi alla seadvat lähenemist eeldavad mõlemad pooled. Ainult sel juhul saame lõpplahenduseks midagi täiesti uut.
- Lähteülesanne ei sünni iseenesest, vaid selle loomine on oluline osa kogu disainiprotsessist, kuna annab viimasele suuna ja maitse, kirjeldab piiranguid ja võimalusi. Disainikeskse arenduse seisukohalt on lähteülesanne keskne dokument, mille koostamine on töö, mis mõjutab oluliselt lõpptulemust.
- Lähteülesannet tuleks käsitleda pigem partnerluslepinguna kui töökäsuna. See kahepoolne kokkulepe tellija ettevõtte ja disaineri/disainibüroo vahel peaks sisaldama kõiki olulisi nõudmisi, mis aitavad ühelt poolt teha otsuseid arendusprotsessis, ning teisalt hinnata väljapakutud lahenduste sobivust.
- Lähteülesande koostamine toimub tavaliselt mitmes etapis. Juhul kui ostetakse disainiteenust sisse väljastpoolt ettevõtet, esitab firma alustuseks oma nägemuse tellitavast tööst (kliendibriif). Tavaliselt töötab disainibüroo selle materjali läbi ja esitab sellele omapoolse nägemuse (disainibriif), kuidas antud eesmärgi parimal viisil täita, täiustades nii esitatud plaani ning juhtides tähelepanu olulistele, kuid lahtistele küsimustele.
- Reeglina peavad osapooled oluliseks erinevaid aspekte. Ettevõtte jaoks on esmatähtis soovitud tulemuse saavutamine piiratud ressursside abil ning lähteülesandes väljendub soov seda protsessi mõõdetavate muutujate abil juhtida.
- Disainerile peab disainibriif olema aluseks, mis annab suuna ja mõtte kuidas ülesannet lahendada. Mida pikaajalisem on kahe poole partnersuhe, seda paremaks kujuneb teineteise mõistmine ja väiksemaks jääb vajadus püüda pehmeid väärtusi ja ootusi kirja panna. Teineteise mõistmine sünnib vestluste või töötubade käigus. Uue suhte puhul tuleks püüda aga võimalikult palju eelnevalt kokku leppida ja just nimelt pehmeid omadusi.
- Lähteülesanne küll piirab ja suunab, kuid ei tohi olla jäik ja suletud. Miks? Me ial ei tea ega suuda kirjeldada ära kõike vajalikku enne arendusprotsessi. Disainiprotsessile on omane pidev ülesande täpsustamine ja uute võimaluste avamine. See omakorda võib tähendada seda, et peame tegema lisaurimusi või langetama otsuseid, mida lähteülesandes ei ole seni käsitletud või on käsitletud teisest vaatevinklist.



Joonis: Disainiprotsess

LÄHTEÜLESANDE/DISAINIBRIIFI ÜLESEHITUSE NÄIDE

• Ettevõtte / brändi taust

- Millised on ettevõtte põhiväärtused ja sõnumid? Mõistlik on alustada üldisest - kes me oleme ja kuidas käitume või pigem kes me tahame olla ja kuidas püüame käituda.
- Millised on tehnoloogilised piirangud ja võimalused? Mida saab ja mida ei saa teha?
- Millised on toote/teenuse/info pakkumise kanalid?
- Millised on turunduskanalid ja kuidas saame oma sõnumit levitada?

• Kasutaja vajadused / soovid / võimalused

- Kes on meie kasutajad ja mida me neist teame?
- Milliseid väärtusi meie tooted/teenused kasutajatele pakuvad? Väärtus ei ole funktsioon vaid kasu, mis inimesed selles enda elus tajuvad.
- Millist infot me omame, et oma tooteid/teenuseid teistest eristada?

• Turg

- Kes on konkurendid turul ja millega nad eristuvad?
- Kus on turg? Sise- vs välisturg.
- Kellele oma tooteid/teenuseid pakume?
- Kuidas ja kus tooteid/teenuseid pakutakse?

• Toote/teenuse spetsifikatsioon

Toote/teenuse kasutuse konteksti ja kasutuskeskkonna kirjeldus. See on võtmekoht, kus sõnastatakse ülesande püstitus. Toote/teenuse sõnumit on reeglina lähteülesandes vara kirjeldada ja see sünnib kontseptsiooni loomise staadiumis. Kuid see sõnum toetub eelkõige selles punktis kajastuvale.

- **Funktsioon:** Mida toode/teenus teeb ja mida mitte? Funktsiooni on väga lihtne kirjeldada. Pigem on probleem, et seda kiputakse kirjeldama liiga täpselt ja liiga laialt, lootes kõik maailma vajadused ühte tootesse ära mahutada. Sellisel juhul võime ennast varsti avastada situatsioonist, et meil on kolm head ideed, igaüks ise moodi, igaüks omas klassis ja teineteist välistades. Me oleme paratamatult fakti ees, et peame langetama otsuseid, mis suunas minna. See juhised, mille abil otsuseid langetada, peab aga olema briif. Seega kui soovime palju vastandlikke omadusi, peaksime kirjeldama ka hierarhia, mis peab olema ja mis võiks olla. Ei ole ka paha välja öelda, mida me antud valdkonnas kindlasti ei tee.
- **Omadused:** Omadusi on kahesuguseid. Ühed on hästi kirjeldatavad ja mõõdetavad, nagu suurus, kaal, võimsus, mahtuvus, värv. Neid nimetame kõvadeks omadusteks, mis kirjeldavad meile täpselt lahendust ja neid võime hiljem lugeda toodet tutvustavast materjalist. Neid on ka lihtne kirja panna enne arenduse algust, vaja on vaid otsustamist. Sellise lähenemise juures tõstame oluliste otsuste tegemise väljapoole terviklikku arendust ja muudame seega loova arendusprotsessi tegelikkuses marginaalseks.
Omadused, mida võiks püüda väljendada, peaksid aga määrama seda, missugust tunnet me tahame oma lahendustega inimestes tekitada. Neid võime nimetada pehmeteks omadusteks. Pehmete omaduste kirjeldamine on raske, sest allub väga vastumeelselt loetelu minimalistlikule vormile, kuid sellest on palju enam kasu, kui vaid kindlate väärtuste üle otsustamisel. See on ka üks punkt, mille sisu loomise eest briifis võiks vastutada disainer, kelle tööriistade arsenalis on olulisel kohal visualiseerimise oskus. Loomulikult tuleks seda teha koostöös tellijaga. Selle punkti täitmine eeldab diskussiooni, vestlusi ja töötubasid, moodustades nii märkamatu osa juba alanud arendustegevusest ja ühtse arusaama ehitamisest kogu meeskonna sees. Siin võime võtta appi

lugusid, metafoore ja näiteid. Pehme väärtuste kõigile osapooltele arusaadav fikseerimine muutub edaspidi oluliseks, kuna see on üks kesksetest tööriistadest otsuste langetamisel arendusprotsessis. Väga lihtne on mõõta, kas meie idee mahub etteantud parameetrite sisse või tootmishind vastab planeeritule. Tunduvalt raskem on aga otsustada, kas antud lahendus on parim viis soovitud tulemuse saavutamiseks ehk inimestele just selliselt mõistetava väärtuse pakkumises, nagu oleme soovinud. Nii nagu testimise arenduse käigus tehnilisi lahendusi, tuleks püüda jooksvalt testida ka pehmeid otsuseid. Nii elimineerime "mulle meeldib-mulle ei meeldi" tasandi ja loome ühise arusaamisplatvormi organisatsioonis. Siin peame silmas nii esteetikat kui ka kasutatavust, seda kuidas me toodet tajume ja seeläbi kasutada oskame, olgu see siis kokkukäiv voodi, põllutöömasin või maksuameti e-deklaratsioon. Siin all võime rääkida ka esteetikast, kuid vaid tasandil, mis tunnet soovitame saavutada. Muu võiks jääda kõik disainlahenduse osaks.

- **Positsioneerim:** Kuidas toode/teenus suhestub kaaslastega ettevõtte oma tooteportfellis ja kuidas konkurentidega turul? Milline on loodava toote/teenuse roll tooteportfellis? Millised on võimalused täiesti uue turuosa loomiseks?

• Ajakava

- Kui kõik eelnev kujutas endast imaginaarse 5 mõõtmelise ruumi kirjeldamist, kus lisaks tavamaailma kolmele parameetrile ja ajale püüti kirjeldada ka tundeid ja taju, siis ajakava aitab meil selles ruumis orienteeruda. Lisaks arenduse etappide ajalisele planeerimisele sisaldab ajakava ka otsustamise hetki ja otsuste langetamiseks olulise info esitust.

• Tulemus

- Millised on hindamiskriteeriumid? Kuidas tuntakse ära hea tulemus? Millised konkreetset tulemit tuleb üle anda?

• Lisad

- Kõik muu, mis on oluline: turu-uuringud, disainiuuringud, tehnoloogia uuringud, teadusuuringud, konkurentide uuringud ...

PAINDLIKKUS

- Kõik eelnev ei ole punkt punktilt täitmiseks, kuid need on aspektid, mis kõik disainiprotsessiga haakuvad ja mis vajavad disainipartneriga läbirääkimist ning eeldavad ühiseid arusaamu.
- Iga lähteülesanne on isesugune.
- Lähteülesanne peab olema piisavalt mahukas ja looma selge arusaama arendatavast teemast, kuid samas ei maksa seada eesmärgiks perfektse lähteülesande kirjutamist, mis sisaldaks ja otsustaks kõik ette ära.
- Vajadusel peab lähteülesannet muutma. Mida vähem on lähteülesandele eeltööd tehtud, seda suurem on see võimalus, sest dokumendis sisalduvad argumendid võivad osutada ekslikeks, puudulikeks või mittevajalikeks.