



ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ

МЕТОДИКА СОЗДАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Ленинградская область



Давайте знакомиться



- ✓ Независимый **бизнес-консультант** по развитию клиентоцентричности
- ✓ **Лидер UX-практики** лаборатории клиентского опыта Wonderfull
- ✓ **Эксперт** международного Центра Дизайн-мышления
- ✓ **Спикер** федеральных образовательных проектов Российского общества «Знание»
- ✓ **Бизнес-трекер** школы стартапов Skolkovo
- ✓ **Преподаватель** Высшей Школы Бизнеса Высшей Школы Экономики
- ✓ Выпускник международной сертификационной программы по дизайн-мышлению [d.standards](#)
- ✓ Профессиональный спикер и сертифицированный бизнес-тренер с 2007 года, с опытом проведения более 2000 мероприятий и количеством участников от 5 до 7000 человек
- ✓ Сотрудничал с компаниями: Сбербанк, РЖД, Leroy Merlin, Правительство Москвы, Softline, Lanit, IKEA, АФК Система, Mastercard, Райффайзенбанк, Норникель, Альфа-банк, X5 Group, Яндекс, Дом.рф, Ингосстрах, Газпром Нефть, Счётная палата РФ, Siemens, ВТБ, МТС, Газпром ИД и другие.





Загогулина

Рабочий процесс



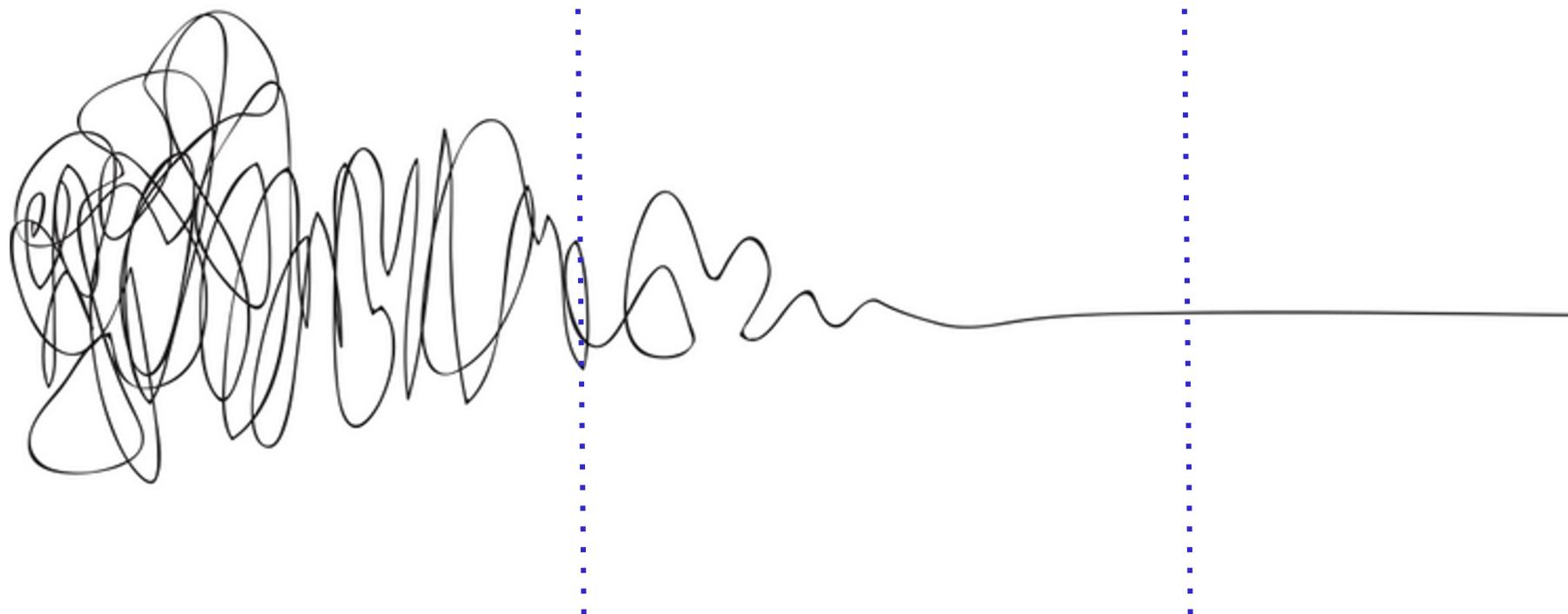
*“Дэмиан Ньюман, автор
“загогулины” (Squiggle) - самой
известной схемы творческого /
рабочего процесса”*



Рабочий процесс

“Незнание” - “Инсайты” - “Идеи” - “Гипотезы”

“Понимание” и “Воплощение”

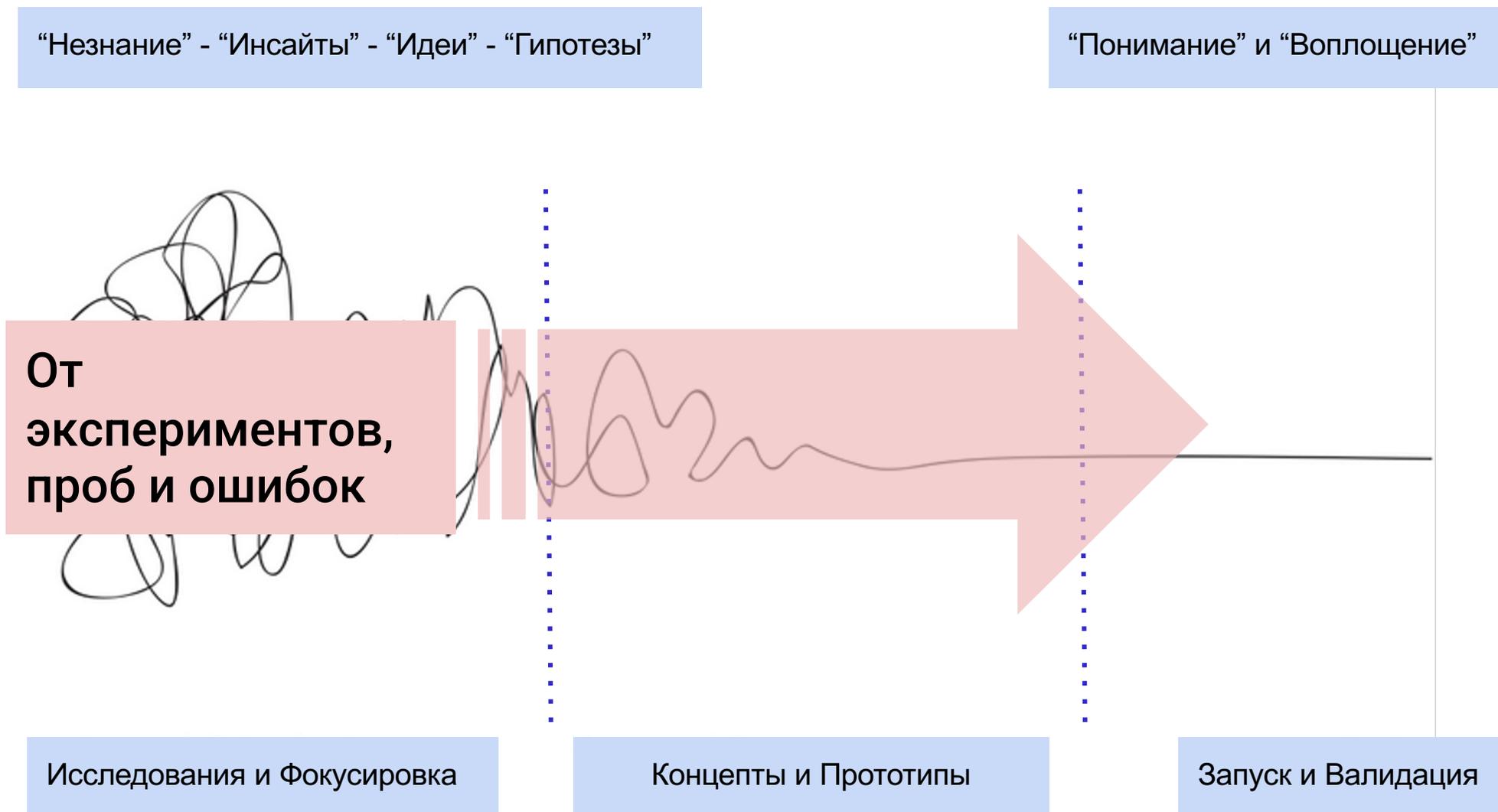


Исследования и Фокусировка

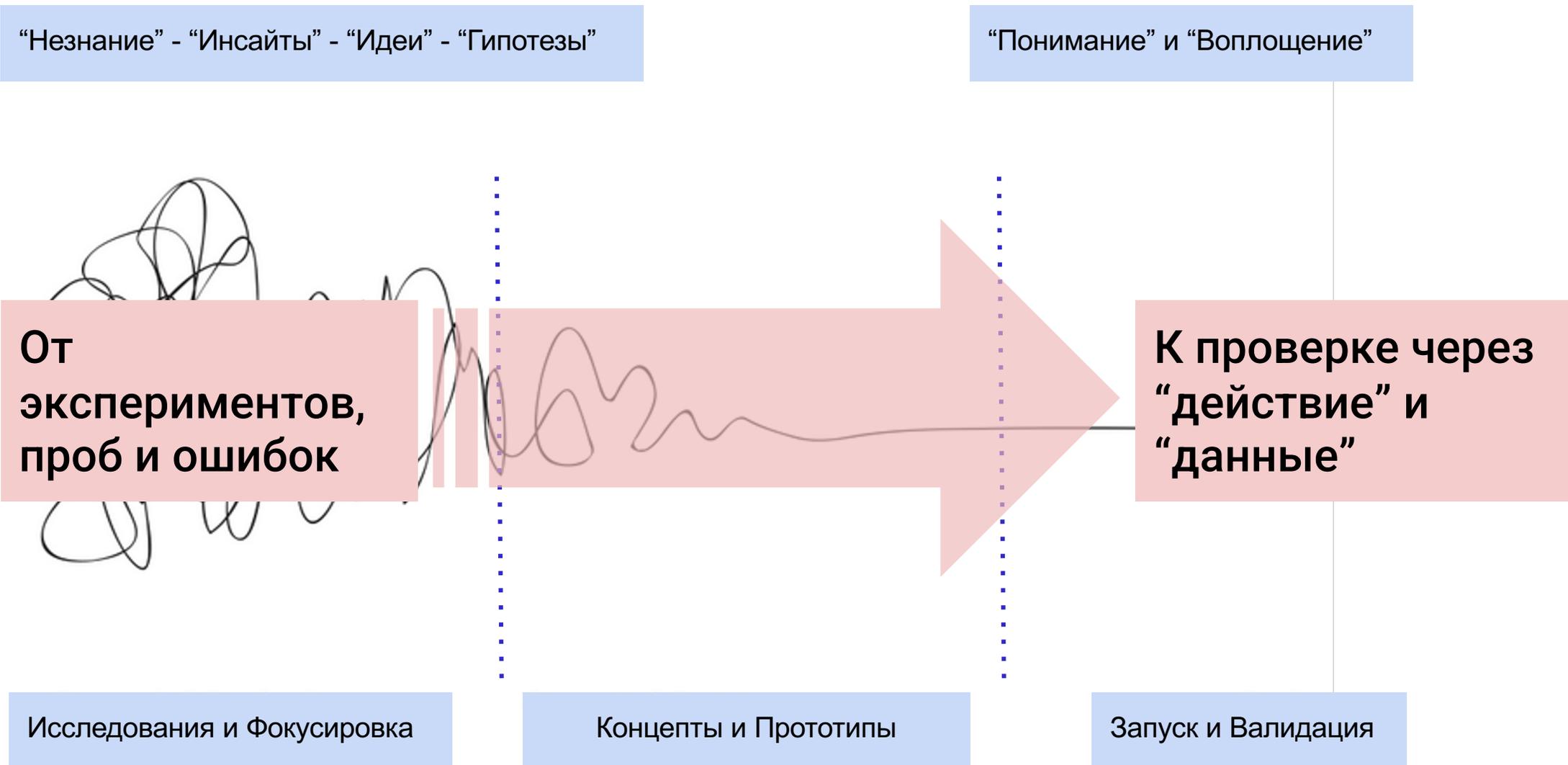
Концепты и Прототипы

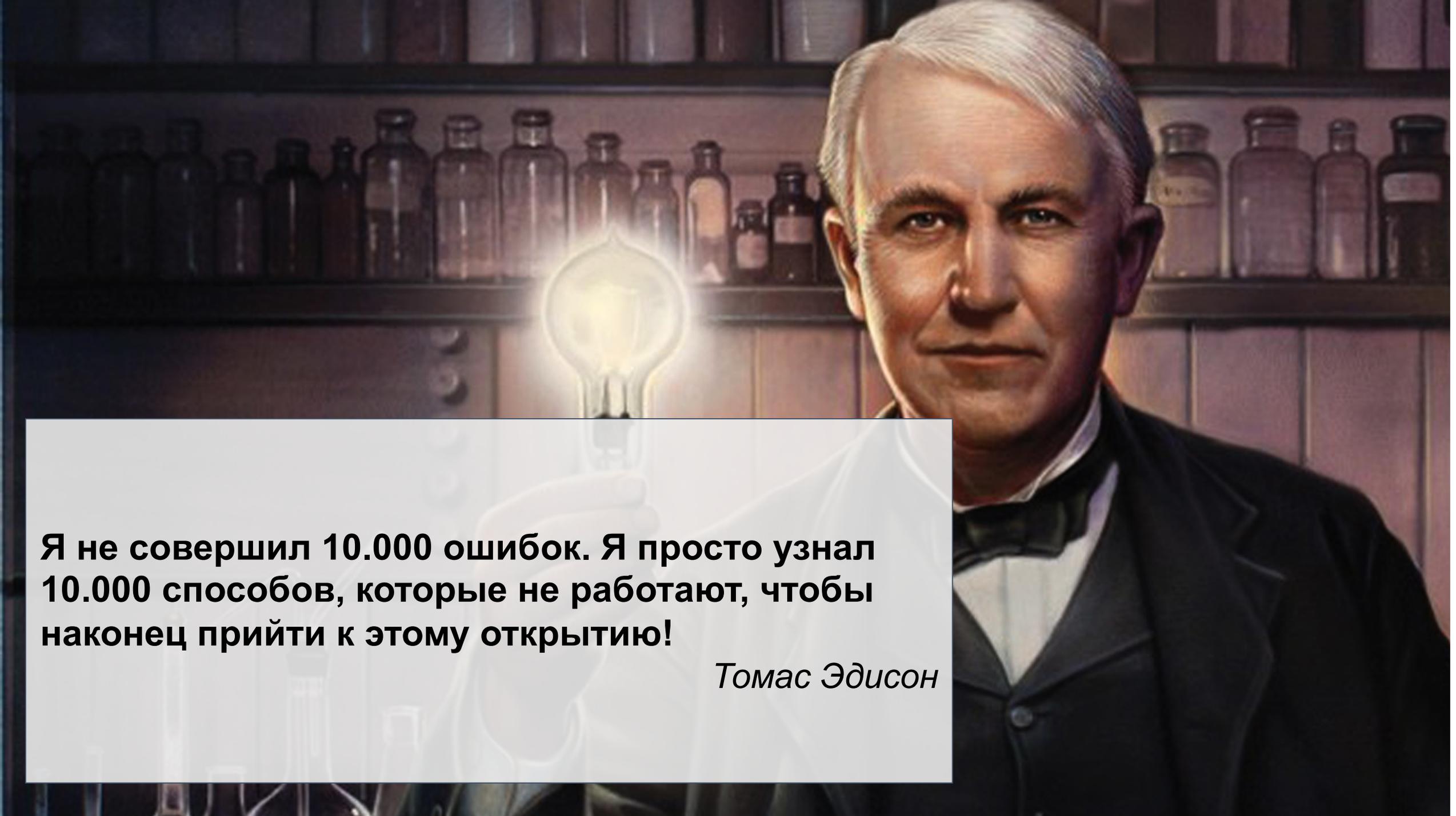
Запуск и Валидация

Рабочий процесс



Рабочий процесс



A portrait of Thomas Edison in a laboratory setting. He is wearing a dark suit and a bow tie. In the background, there are shelves filled with various glass bottles and a glowing lightbulb is visible, symbolizing his invention.

**Я не совершил 10.000 ошибок. Я просто узнал
10.000 способов, которые не работают, чтобы
наконец прийти к этому открытию!**

Томас Эдисон

Определение

Дизайн + Мышление

“Design” –
проектирование

“Thinking” – способ
создания разных вещей

Популярно ли дизайн-мышление?

Динамика популярности 



Определения

— Человекоцентричный подход к созданию инноваций

— Способ создания правильных вещей

— Метод создания продуктов, сервисов и услуг,
ориентированных на человека



ПРОЦЕСС ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ



01

Эмпатия

02

Фокусировка

03

Генерация
идей

04

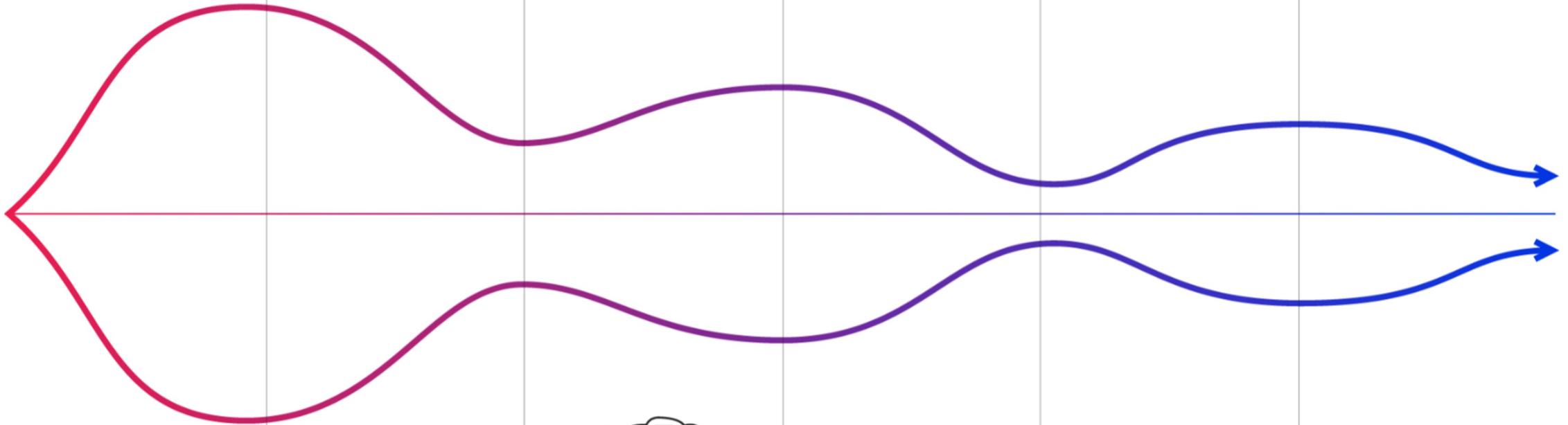
Выбор идей

05

Прототипиро-
вание

06

Тестирование



Погружаемся в
опыт пользователя



Собираем наблю-
дения по итогам
исследований



Создаем решения
для выявленных
пользовательских
проблем



Отбираем лучшие
идеи



Создаем макеты
самых перспектив-
ных идей



Получаем обрат-
ную связь от
пользователей
о своем решении

S-OIL

01

Эмпатия

02

Фокусировка

03

Генерация
идей

04

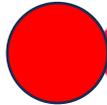
Выбор идей

05

Прототипиро-
вание

06

Тестирование



Погружаемся в
опыт пользователя



Собираем наблю-
дения по итогам
исследований



Создаем решения
для выявленных
пользовательских
проблем



Отбираем лучшие
идеи



Создаем макеты
самых перспектив-
ных идей



Получаем обрат-
ную связь от
пользователей
о своем решении

Карта стейкхолдеров

Кто такой стейкхолдер?

Стейкхолдеры – все, кто прямо и косвенно взаимодействует с вашим продуктом или услугой

01 **Продукт**
это тот товар или услуга, над которой вам непосредственно предстоит работать

02 **Пользователи**
лица или организации, которые станут конечными потребителями вашей услуги

03 **Прямые стейкхолдеры**
лица или организации, которые оказывают непосредственное влияние на пользовательский опыт, или создают его

04 **Косвенные стейкхолдеры**
лица или организации, которые влияют на пользовательский опыт опосредованно, задавая рамочные условия для работы прямых стейкхолдеров, или иначе влияя на их деятельность

01

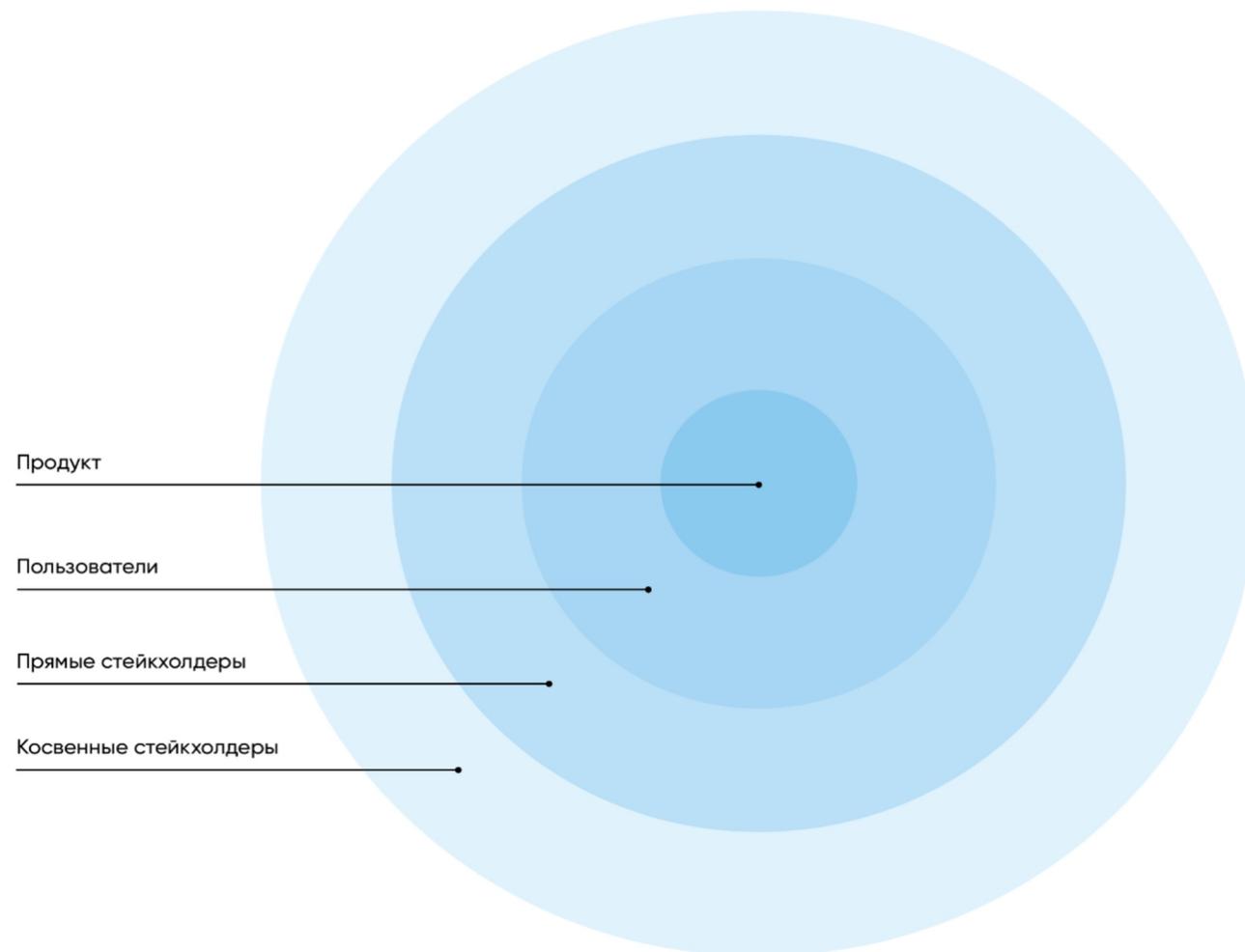
02

03

04

Карта стейкхолдеров

Stakeholders map



С помощью карты стейкхолдеров мы:

- Обозначаем ландшафт проекта
- Отмечаем ключевых игроков
- Фиксируем их интересы
- Используем как “оценочный лист” при выборе идей

01

Эмпатия

02

Фокусировка

03

Генерация
идей

04

Выбор идей

05

Прототипиро-
вание

06

Тестирование



Погружаемся в
опыт пользователя



Собираем наблю-
дения по итогам
исследований



Создаем решения
для выявленных
пользовательских
проблем



Отбираем лучшие
идеи



Создаем макеты
самых перспектив-
ных идей



Получаем обрат-
ную связь от
пользователей
о своем решении

Что такое эмпатия?

— **Осознание разрыва**
между нашим опытом и опытом
другого человека

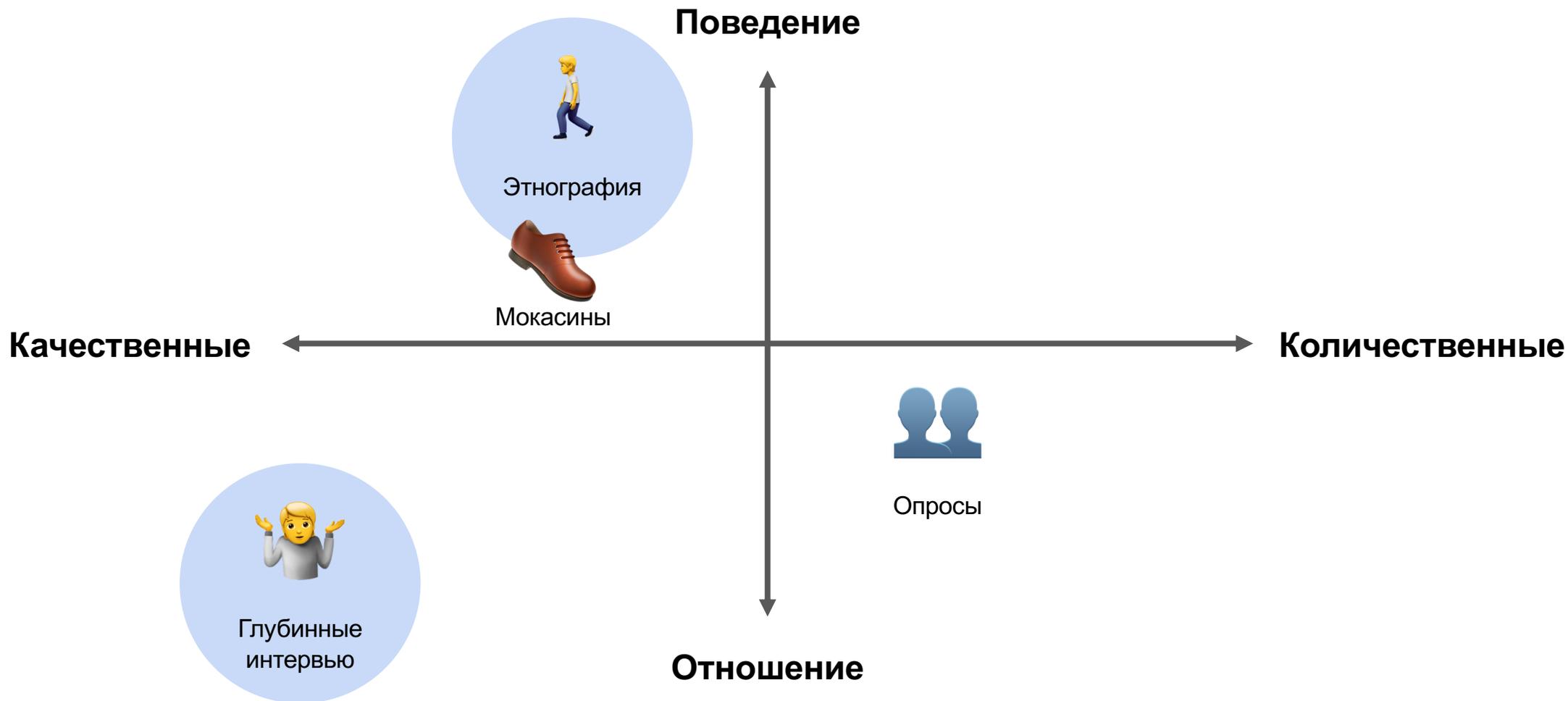
И **желание его преодолеть**



«Пока команда не общается с клиентами, она коллективно галлюцинирует об их потребностях»



Методы исследований



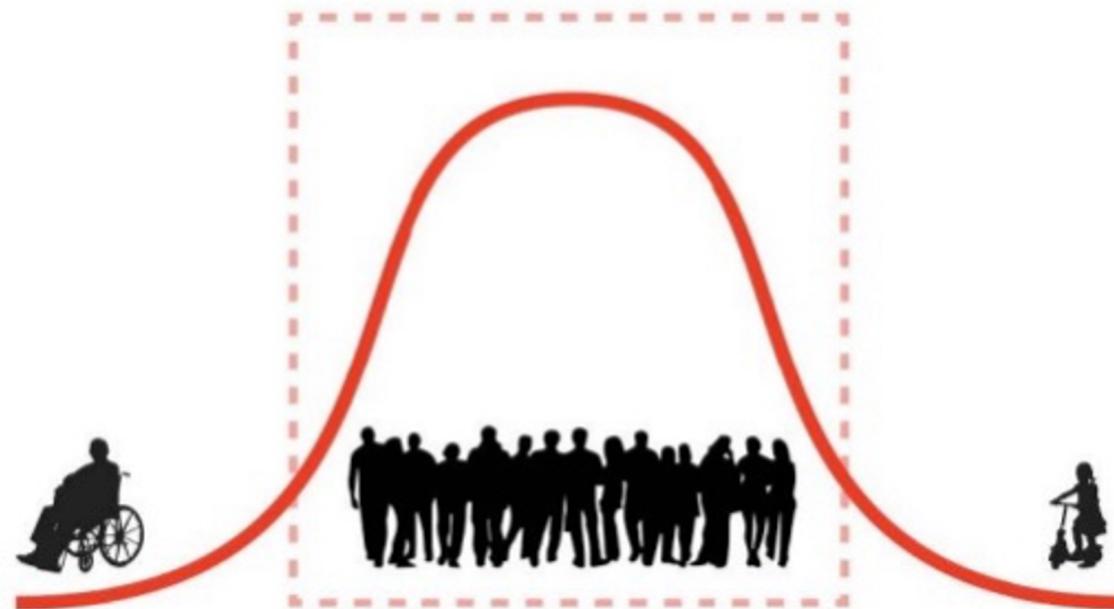
Генри Форд

«Если бы я спрашивал людей,
чего они хотят, они бы попросили
более быструю лошадь»»



С кем общаться?

- Обычные пользователи
- Экстремальные пользователи:
 - Инвалиды
 - Пожилые люди
 - Клиенты конкурентов
 - От нас отказались
 - Недавно начали пользоваться
 - Нас обожают
 - Нас ненавидят
 - Нами никогда не пользовались
- Эксперты



01

Эмпатия

02

Фокусировка

03

Генерация
идей

04

Выбор идей

05

Прототипиро-
вание

06

Тестирование



Погружаемся в
опыт пользователя



Собираем наблю-
дения по итогам
исследований



Создаем решения
для выявленных
пользовательских
проблем



Отбираем лучшие
идеи



Создаем макеты
самых перспектив-
ных идей



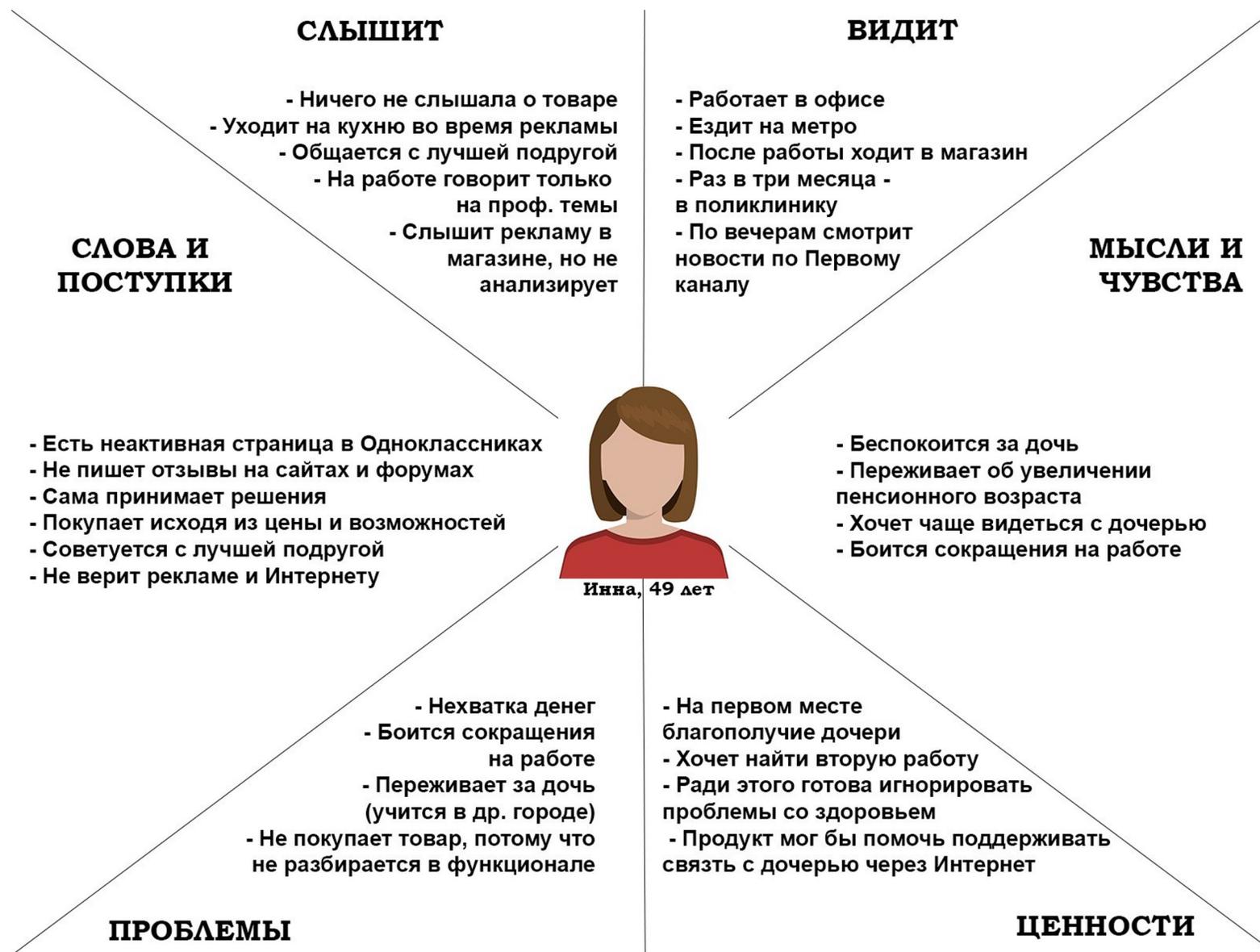
Получаем обрат-
ную связь от
пользователей
о своем решении

Карта эмпатии

Карта эмпатии (empathy map) — инструмент визуализации идей, позволяющий поставить себя на место пользователя, взглянуть на проблему, которую решает ваш продукт, его глазами.



Карта эмпатии



СJM - инструмент диагностики

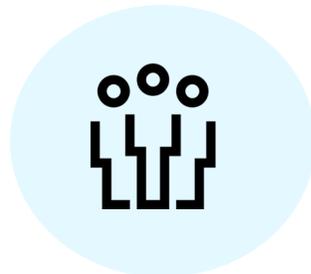


Задачи, которые решает CJM



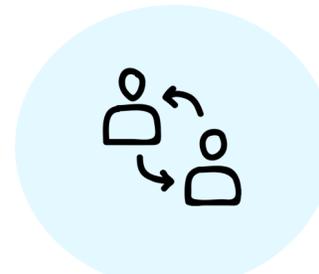
Диагностика проблем

Выявление ключевых болей и проблем пользователя в разных точках контакта



Демонстрация стейкхолдерам

Наглядная визуализация опыта клиентов для быстрого и адекватного понимания “что происходит” в реальности



Синхронизация команды

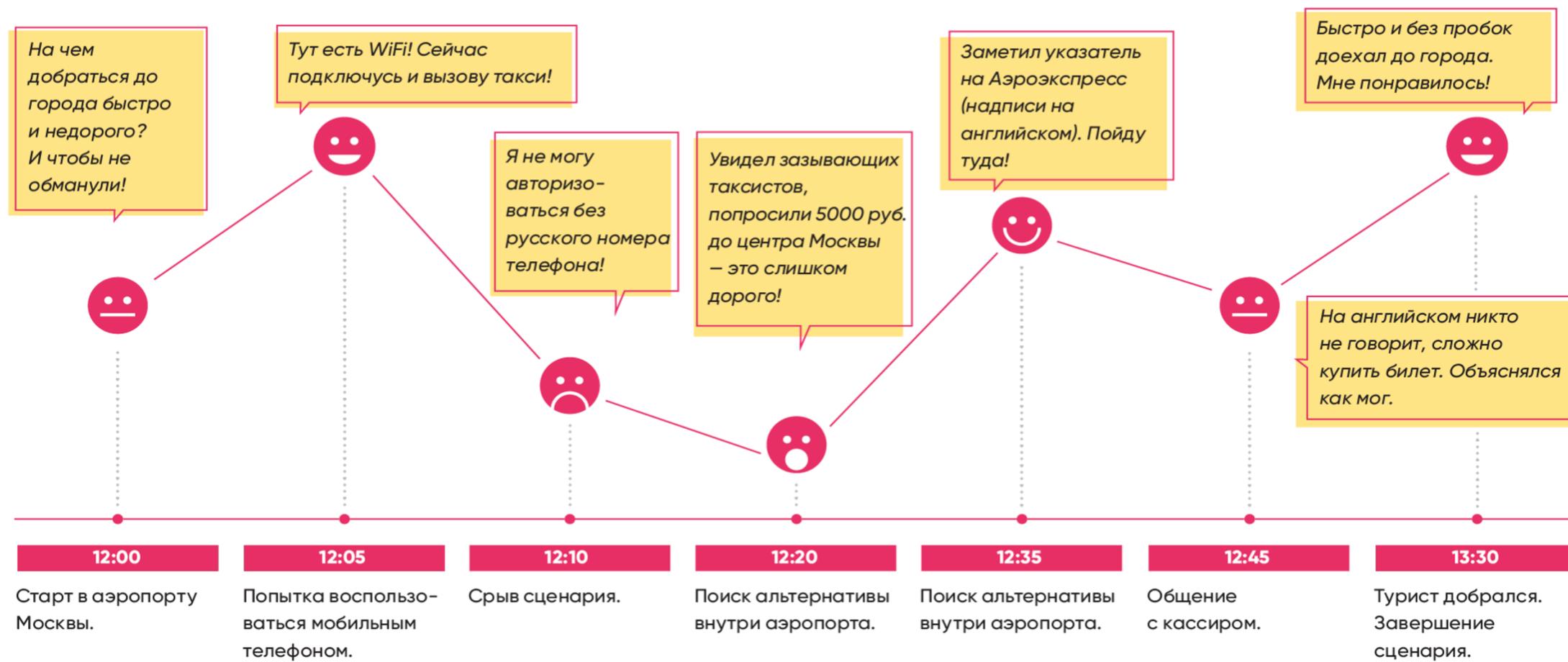
Единая картинка для разных департаментов - помогает всем быть “на одной странице” и не терять связь с клиентом



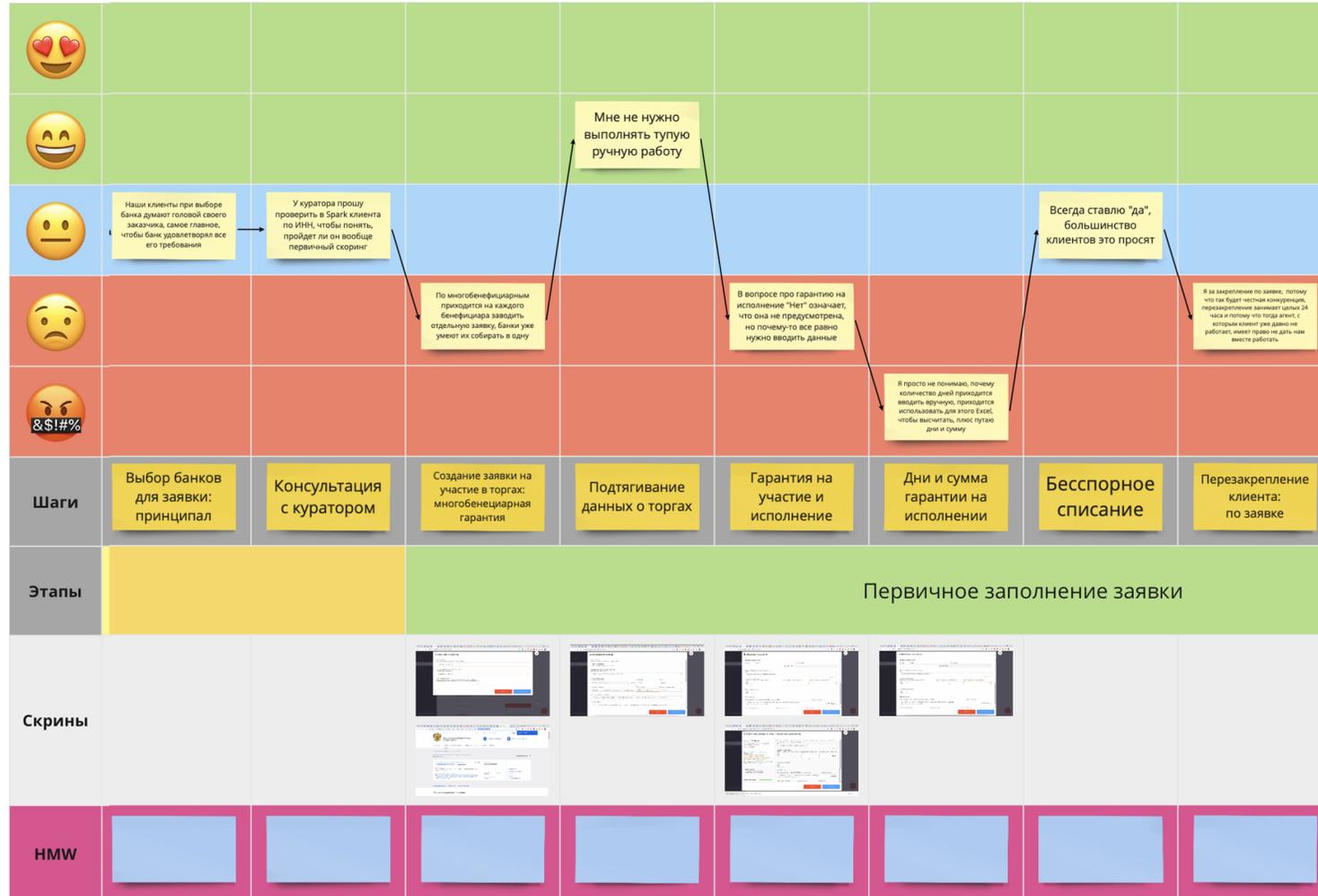
Основа для улучшения

Отличный заход на понимание того, “что происходит” и как мы можем это “полечить” в дальнейшем. Инструмент быстрого принятия решений

Карта пути приехавшего в Москву



Пример CJM



Разная визуализация карт пути

Стадии путешествия	Мотивация	Поиск в интернете		Поиск на сайте	Оценка товаров		Оплата		
Активности	Хочет купить подарок другу на новый год	Ищет товары в интернете по ключевым словам	Переходит по первому объявлению в результатах поиска	Еще раз сравнивает с другими сайтами в поисковой выдаче	Изучает текущие скидки и предложения	Открывает страницу товара, чтобы изучить детали	Открывает страницы других товаров, чтобы сравнить информацию	Переходит к оплате выбранного товара	Связывается со службой поддержки для помощи
Чувства									
Счастлив									
В целом доволен									
Несчастлив									
Опыт	Приятно сделать подарок другу	Нравится большой выбор, но не знает как выбрать	Не нравится много бесполезной информации	Доволен обилием информации. Не уверена как найти лучшую цену	Удивлен обилием скидок	Разочарован отзывами других покупателей	Нравится дизайн и функциональность. Расстраивает, что многих товаров нет в наличии	Расстроен, что есть только один способ оплаты	Расстроен, что есть только один способ оплаты
Ожидания	Получать легкий доступ к информации о скидках	Релевантные результаты поисковой выдачи	Возможность скрывать ненужные объявления	Понятный и современный дизайн сайта	Больше праздничных скидок	Высокое качество товаров	Большой ассортимент и быстрая доставка	Больше способов оплаты	Высокая скорость работы сайта

	ВЫБОР	ПОИСК	ЗАКАЗ	ОЖИДАНИЕ	ПОЛУЧЕНИЕ	ВОЗВРАТ
Действия	Выбор нужной категории товара	Поиск товара по параметрам	Заказ и оплата	Ожидание доставки заказа	Получение и примерка	Возврат товара и денег
Положительные комм.	<ul style="list-style-type: none"> Быстрый выбор нужного раздела удобный подбор по различным параметрам Видеопосказ товара Скорость Все акции на главной Большие картинки История просмотра 	<ul style="list-style-type: none"> при наведении курсора видны размер, разные ракурсы и цвет Большой выбор параметров Хороший текстовый поиск Большое поле для ввода 	<ul style="list-style-type: none"> Простота заказа бесплатная доставка Быстрый поиск пункта самовывоза Отличные курьеры Доставка того, что заказали Дополнит ельный заказ на то же время Удобная корзина Минимизация общения с оператором 	<ul style="list-style-type: none"> Один раз за 6 лет приехал очень странный курьер, у которого не работал терминал и не было сдачи 	<ul style="list-style-type: none"> Возможность примерки Количество пунктов самовывоза Примерочная Соблюдение сроков Быстрый самовывоз связь с курьером доставка в отдаленный пункт (слово Яворонки в Озониловского района) 	<ul style="list-style-type: none"> возврат товара через курьера возврат без чеков и бирок/этикетки
Оценка	4,10	3,93	4,40	4,40	4,23	2,78
Опыт						
Отрицательные комм.	<ul style="list-style-type: none"> Недостаточно логичное разделение товаров в каталоге Трудно понять, в какой акции относится цена Нужно дополнительное разделение для беременных, большие размеры Нет деления на муж/жен Нужен фильтр по типу - основан на закрытых максим на первой странице много рекламы нет возврата в место просмотра в каталоге 	<ul style="list-style-type: none"> Нет поиска по стилю Не всегда корректно сортирует поиск Грузится долго Все параметры в одной куле Несоответствие товара выбранной группе Установленные фильтры пропадают при выборе другой категории Нет кнопки "запомнить поисковой запрос" Нет фильтра по материалу 	<ul style="list-style-type: none"> Несовпадение размерных сеток Брел Платная доставка Нельзя выбрать размеры без потери % выкупа Дополнительные интервалы доставки *с 11 до 18* и *с 18 до 18* Нельзя выбрать доставку на следующий день предоплата ошибка приложения - оплата в сей корзину 	<ul style="list-style-type: none"> были задержки с доставкой, без информации о том, что происходит Смс на телефон приходит позже, чем сообщение на почту 	<ul style="list-style-type: none"> товар был недоработан/неисправен платная доставка в туалетах самовывоза, очереди не удобное помещение отсутствие самого замерытарного -обувной локка Нельзя выбрать точное время доставки нельзя поменять доставку и самовывоз Грязные вещи 	<ul style="list-style-type: none"> короткий срок возврата долго нет подтверждения по смс нет операторов при самостоятельном обращении снижение % выкупаемого товара нельзя изменить скидку на-за возврата

01

Эмпатия

02

Фокусировка

03

Генерация
идей

04

Выбор идей

05

Прототипиро-
вание

06

Тестирование



Погружаемся в
опыт пользователя



Собираем наблю-
дения по итогам
исследований



Создаем решения
для выявленных
пользовательских
проблем



Отбираем лучшие
идеи



Создаем макеты
самых перспектив-
ных идей



Получаем обрат-
ную связь от
пользователей
о своем решении

Что такое хорошая идея?

**“Хорошая идея - это решение проблемы
пользователя**

**“Хорошая идея - это решение проблемы
пользователя с опорой на основные тренды**

**“Хорошая идея - это решение проблемы
пользователя с опорой на основные тренды,
которое можно поскорее воплотить в жизнь”**

**“Хорошая идея - это решение проблемы
пользователя с опорой на основные тренды,
которое можно поскорее воплотить в жизнь, чтобы
принести ценность бизнесу или обществу”**

Правила мозгового штурма

1. 😄 Нет критике!
2. 🙊 Не перебивайте друг друга
3. 🚀 Сумасшедшие идеи
4. 👍 Как можно больше идей
5. 📌 Не забывайте про задачу
6. ✍️ **1 идея - 1 стикер**

01

Эмпатия

02

Фокусировка

03

Генерация
идей

04

Выбор идей

05

Прототипиро-
вание

06

Тестирование



Погружаемся в
опыт пользователя



Собираем наблю-
дения по итогам
исследований



Создаем решения
для выявленных
пользовательских
проблем



Отбираем лучшие
идеи

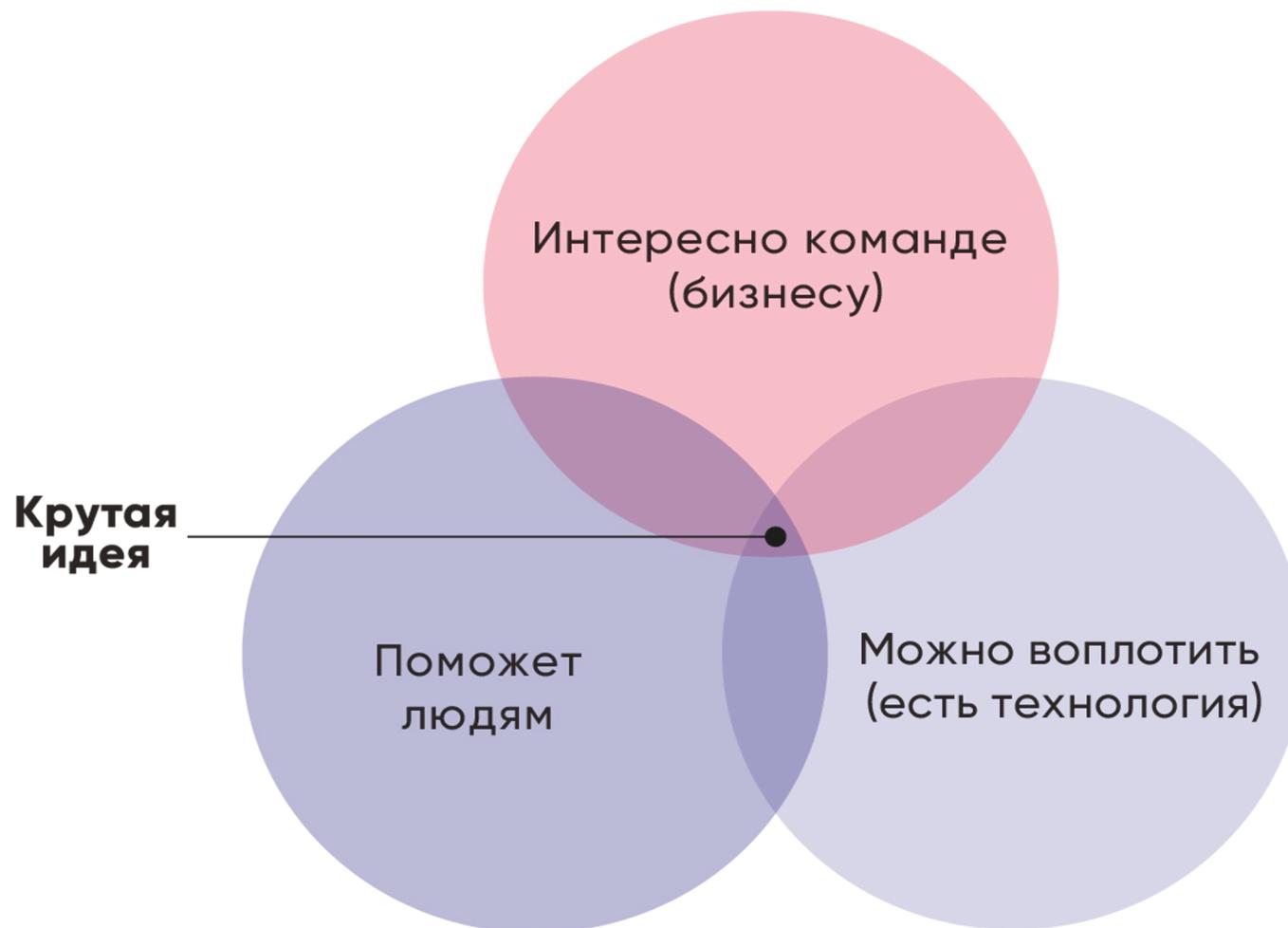


Создаем макеты
самых перспектив-
ных идей

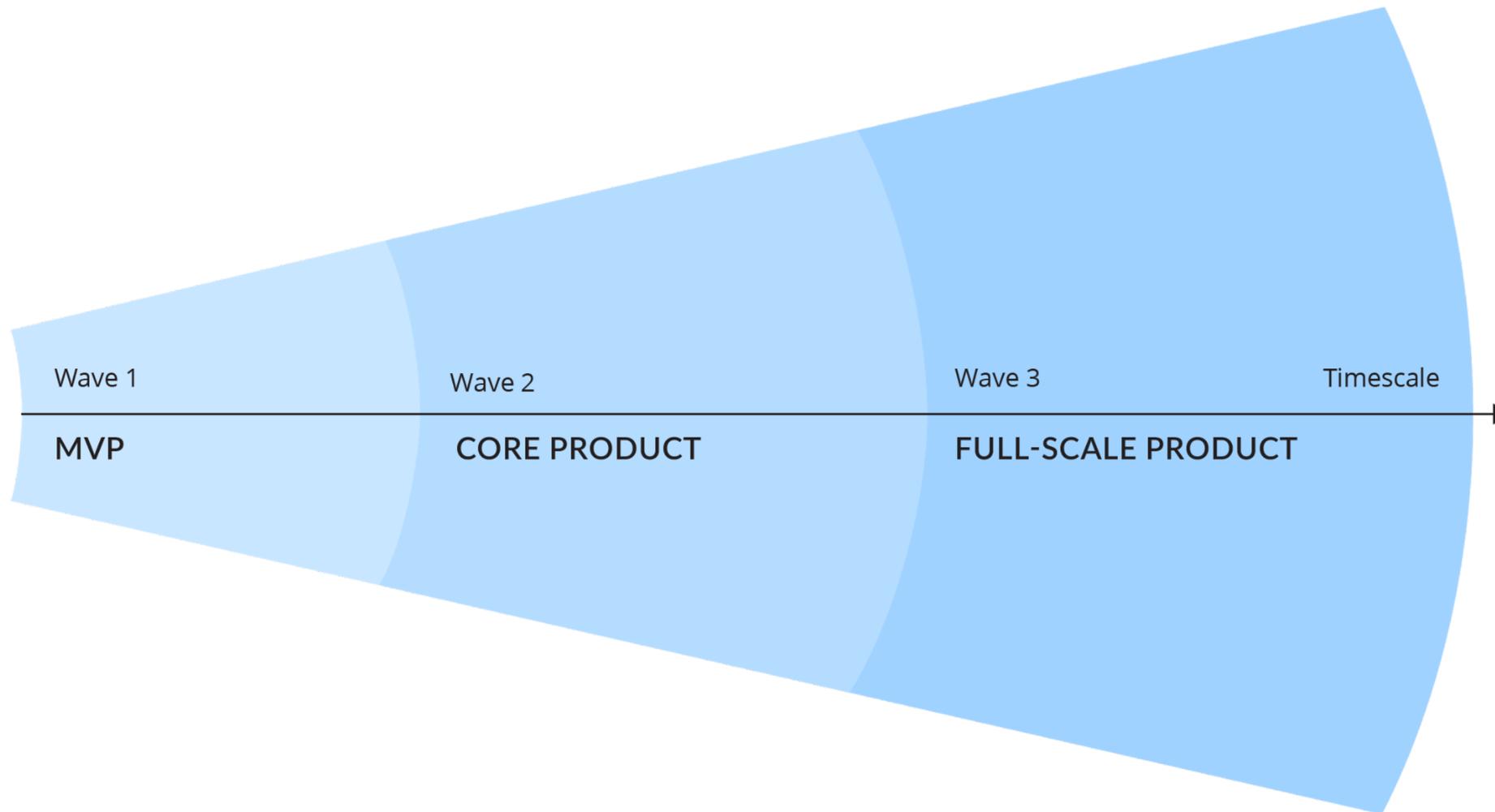


Получаем обрат-
ную связь от
пользователей
о своем решении

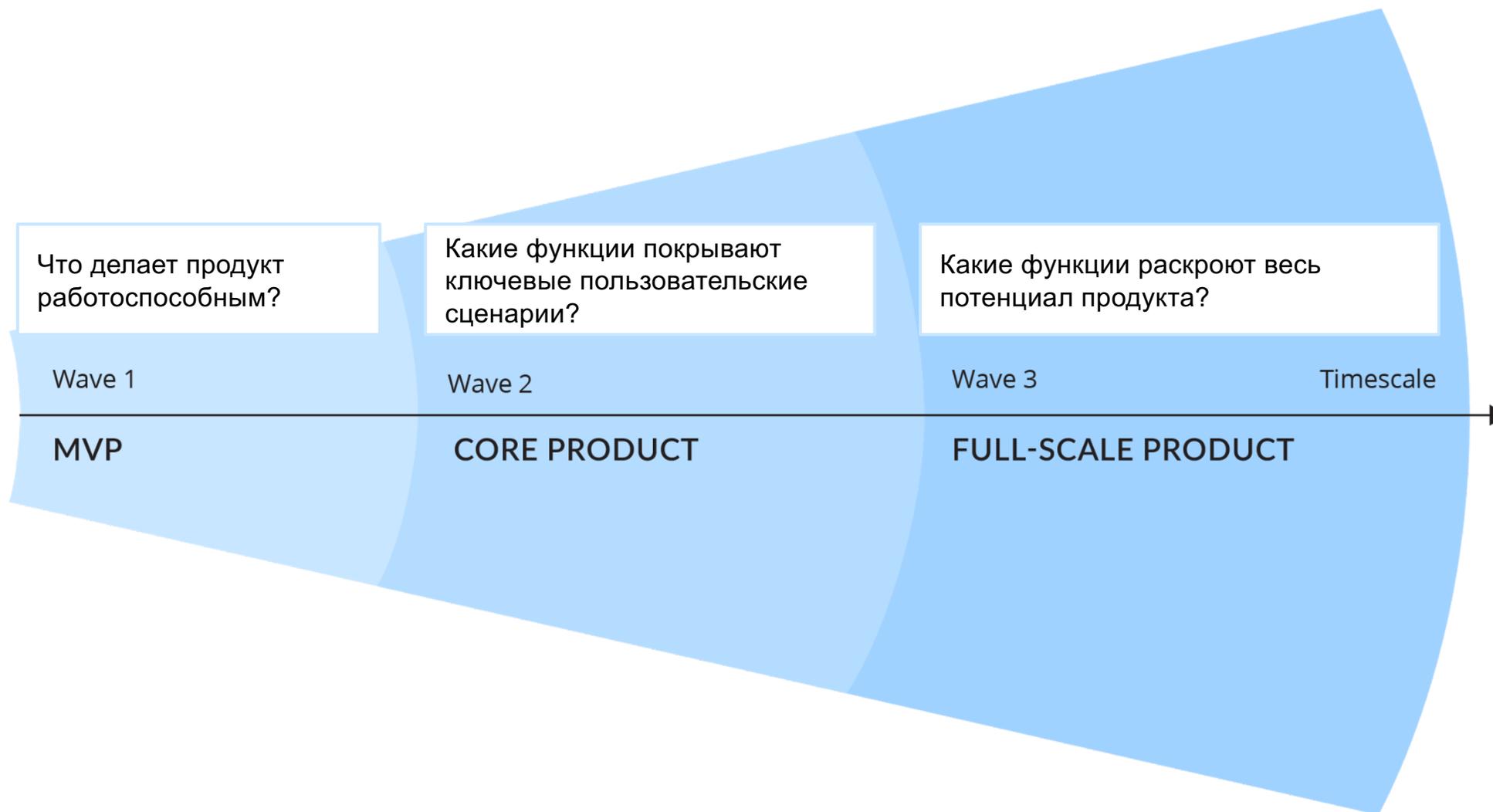
Канвас эволюции продукта



Канвас эволюции продукта



Канвас эволюции продукта



01

Эмпатия

02

Фокусировка

03

Генерация
идей

04

Выбор идей

05

Прототипиро-
вание

06

Тестирование



Погружаемся в
опыт пользователя



Собираем наблю-
дения по итогам
исследований



Создаем решения
для выявленных
пользовательских
проблем



Отбираем лучшие
идеи



Создаем макеты
самых перспектив-
ных идей



Получаем обрат-
ную связь от
пользователей
о своем решении

Прототипирование

Прототип — участник эксперимента по проверке гипотез

Цель этапа — создать осязаемые модели идей, чтобы с помощью них получить обратную связь

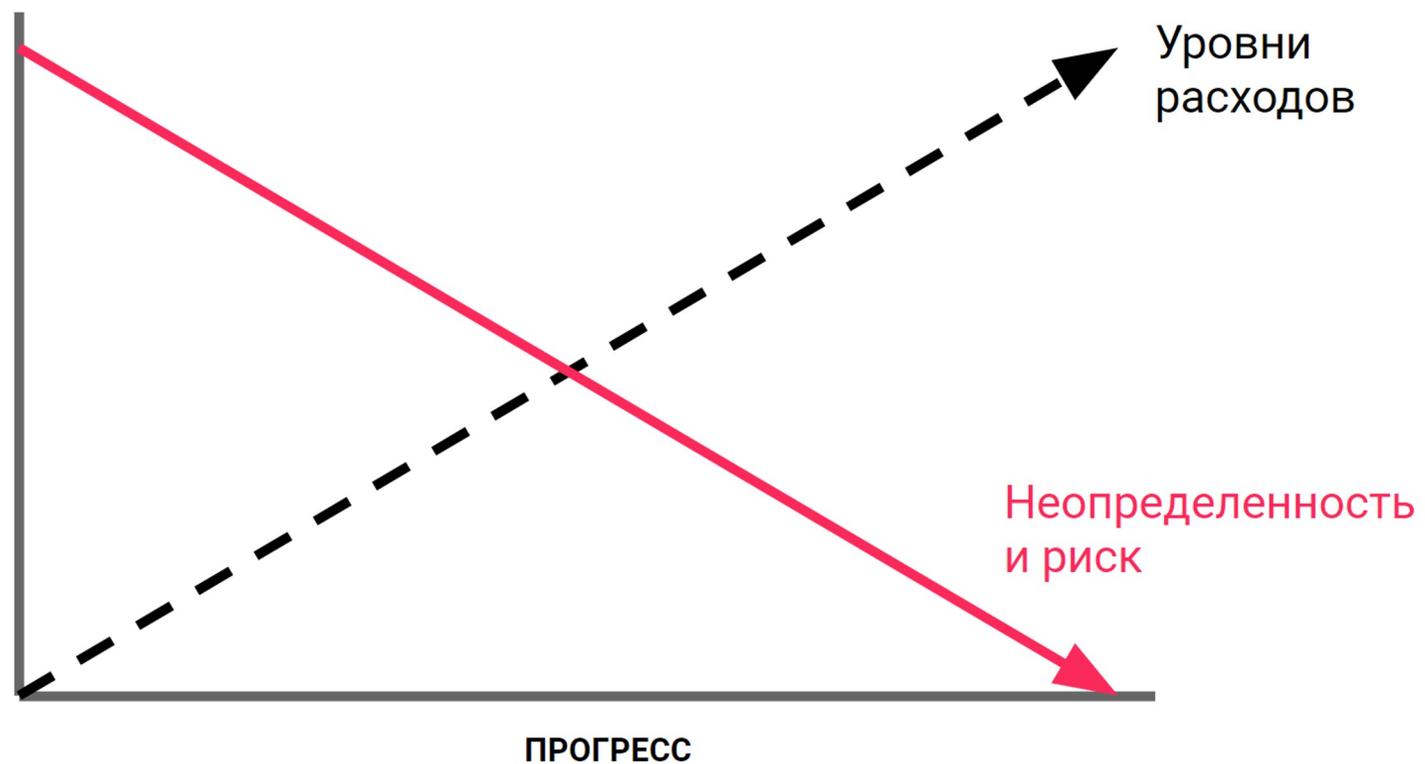
Прототипы в дизайн-мышлении

Принципы:

- Количество прототипов важнее качества
- Скорость создания важнее проработки
- Минимизация затрат на разработку
«Прототип за 1 доллар»
- Должен создавать пользовательский опыт



Дешёвые прототипы – в начале!



Что можно прототипировать?

Осязаемые объекты

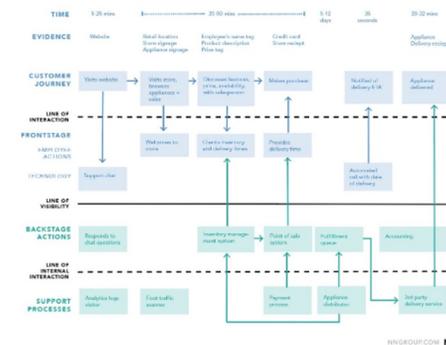


Физические объекты
 Цифровые продукты

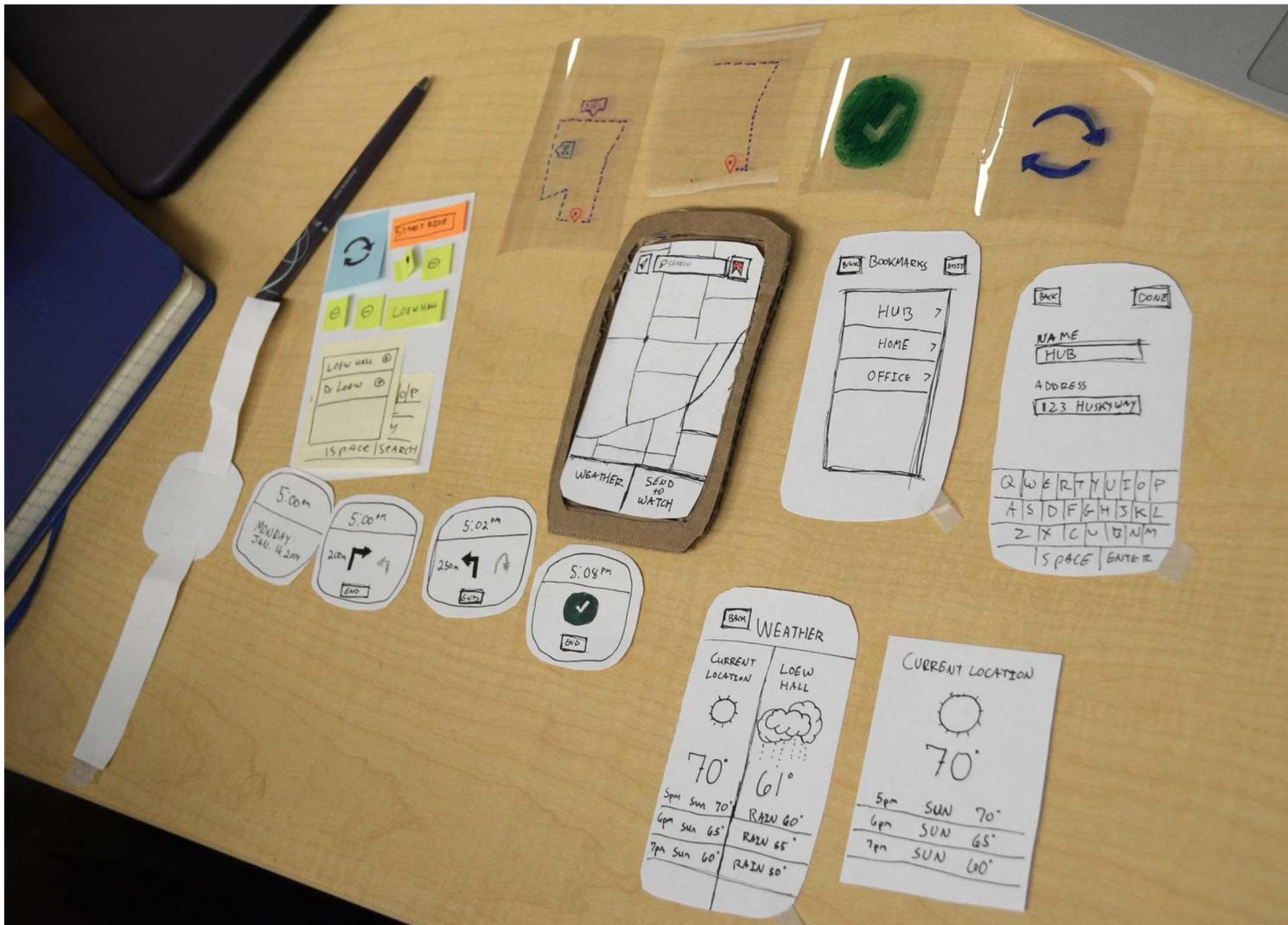
Неосязаемые объекты



Сервисные решения
 Бизнес-процессы
 Концепции
 Стратегии



Бумажное прототипирование



Бумажное прототипирование



Прототипирование из картона



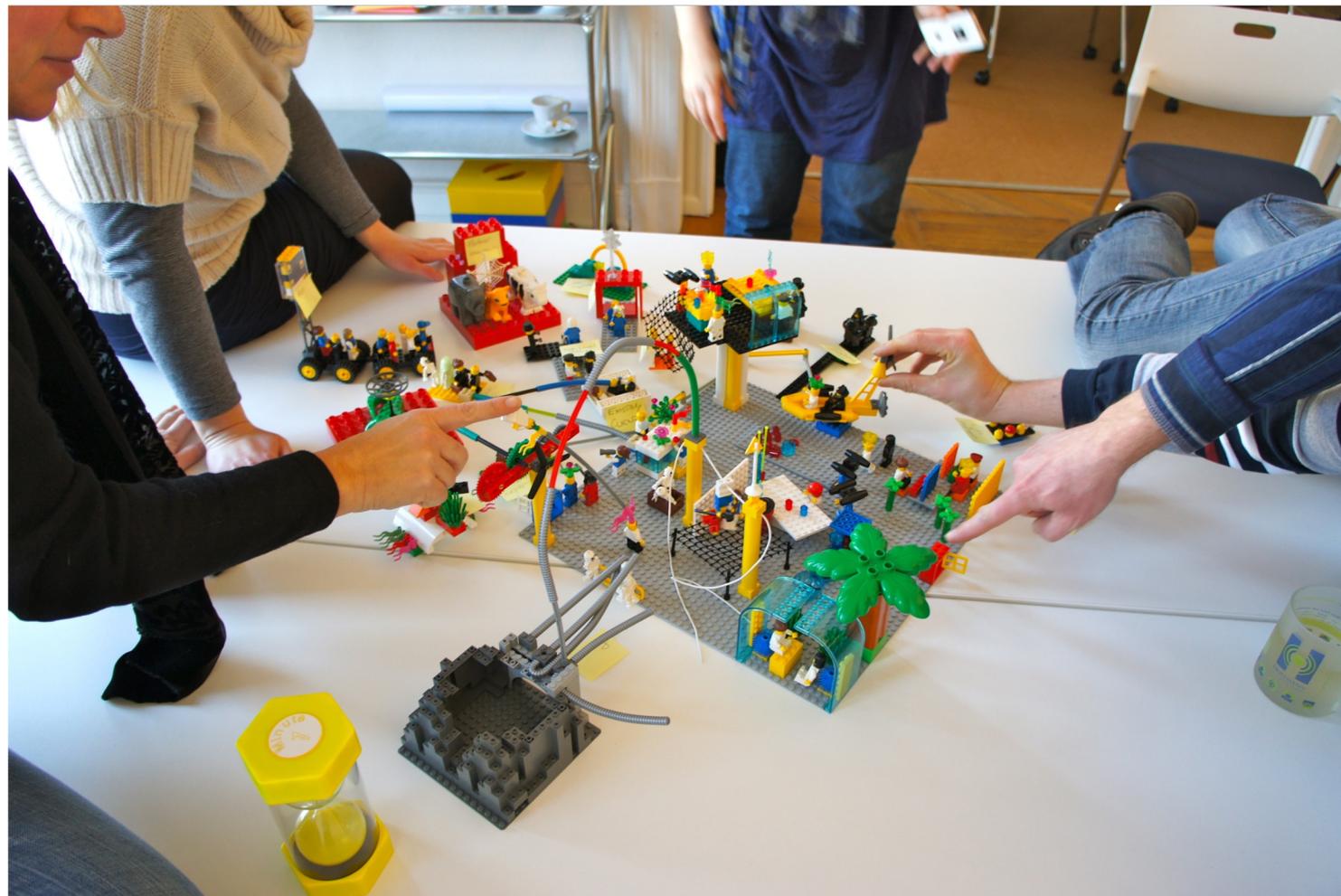
Ролевые игры



Minecraft



LEGO Serious Play



Бодисторминг



<http://pouliadou.com/project/scania-multimodal-interface/>

Сториборд / раскадровка



Физические прототипы



AVERAGE MARK: 3

Comments: «Why it is round?»



AVERAGE MARK: 3

Comments: «It is look like spade..», «quite comfortable!», «I like that it is thin»



AVERAGE MARK: 3,6

Comments: «Nice idea!», «quite comfortable», «It do not fit my finger!»



AVERAGE MARK: 3,1

Comments: «I do not like, that it intend to use both hands»



AVERAGE MARK: 3,5

Comments: «Very comfortable!», «It looks strange..», «I like this organic shape»



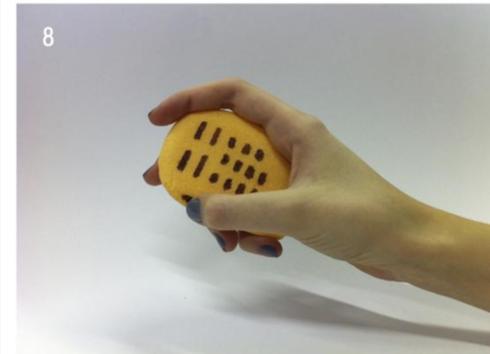
AVERAGE MARK: 2,5

Comments: «Very uncomfortable», «Look like ordinary RC»



AVERAGE MARK: 4,2

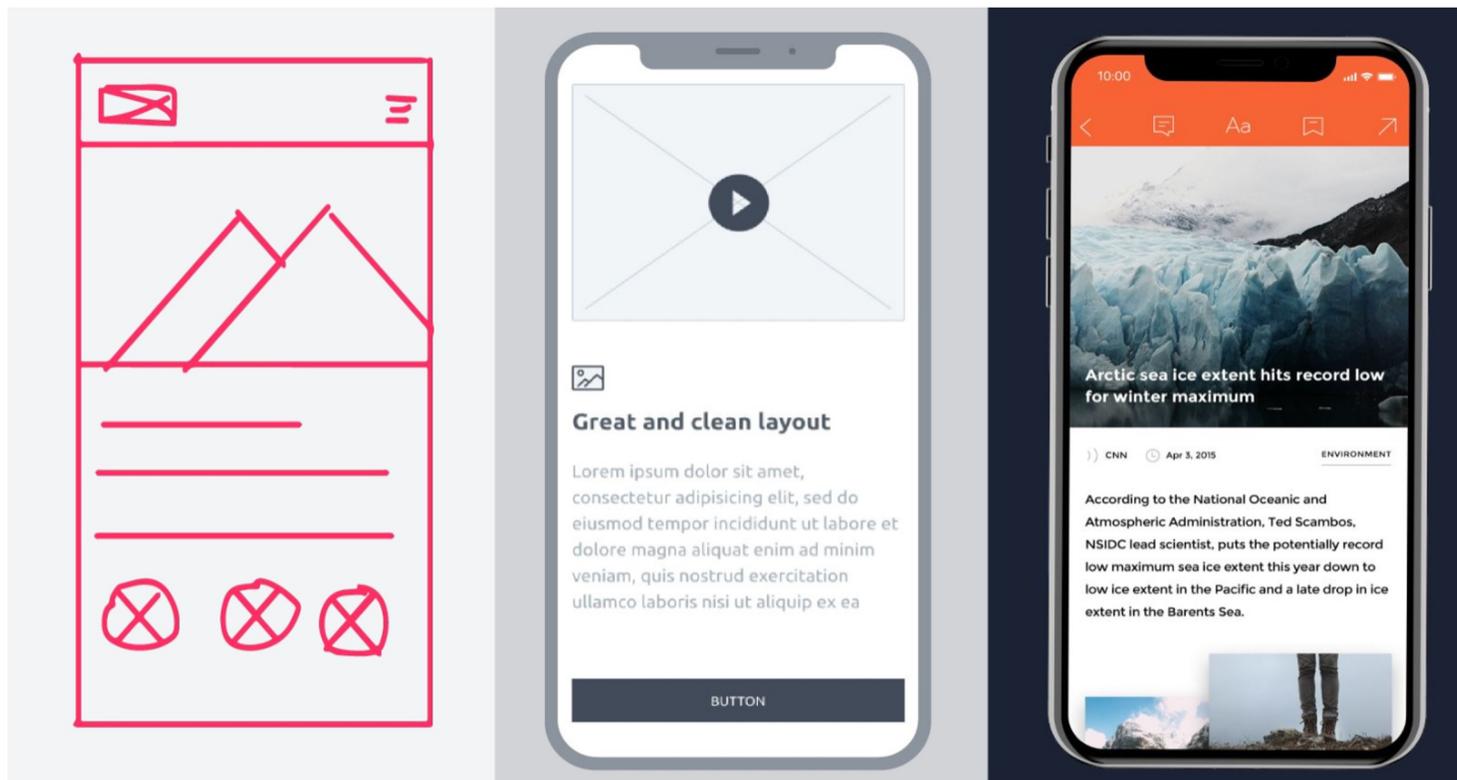
Comments: «It is really very comfortable», «I like, that I can push all buttons in obe hand position»



AVERAGE MARK: 2,2

Comments: «Too small», «Why 'swich on' button is on the buttom part?»

Уровень детализации



01

Эмпатия

02

Фокусировка

03

Генерация
идей

04

Выбор идей

05

Прототипиро-
вание

06

Тестирование



Погружаемся в
опыт пользователя



Собираем наблю-
дения по итогам
исследований



Создаем решения
для выявленных
пользовательских
проблем



Отбираем лучшие
идеи



Создаем макеты
самых перспектив-
ных идей



Получаем обрат-
ную связь от
пользователей
о своем решении

Тестирование

Тестирование необходимо, чтобы:

- Улучшить прототипы и решения
- Лучше узнать пользователя
- Улучшить «точку зрения»

Два подхода к тестированию

1. **Просто наблюдать:** дать пользователю прототип и смотреть за его действиями.
2. **Поставить задачу:** совершить какое-то целевое действие.



4 вопроса Дизайн-Мышления

1. **«Что есть?»** – вначале мы заняты тем, что исследуем существующую реальность.
2. **«Что если?»** – на следующем этапе мы начинаем фантазировать, представлять, как можно сделать будущее лучше.
3. **«Что цепляет?»** – выбираем идеи на этапе фокусировки.
4. **«Что работает?»** – проверяем их пригодность.



МИНИ-ПРАКТИКУМ





На месте свои
какие-то лайфхаки
надо знать

Милленил Пассивный Наталья

Советы нужны на месте,
почитать перед дорогой -
это для вдохновения

Москва Туры Варварва

Ко всему не
ПОДГОТОВИШЬСЯ

Милленил Пассивный Даниил



HMW / POV:

*Как мы можем
помочь...?*

*“Получить совет
“здесь и сейчас”*

*“Продлить ощущение
комфортного перелета”*

*“Быть уверенным в
чужой стране!”*

A woman in silhouette, wearing a hat and carrying a suitcase, stands by an airport window. Outside, a large airplane is taking off against a bright, hazy sky. The scene is bathed in a warm, orange-red light, suggesting sunrise or sunset.

HMW / POV:

*Как мы можем
помочь...?*

**Генерируем идеи новых
решений и проектов за 5 минут!**

5 минут

*“Получить совет
“здесь и сейчас”*

*“Продлить ощущение
комфортного перелета”*

*“Быть уверенным в
чужой стране!”*



И... РЕШЕНИЕ ОТ KLM!





КАК ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ ПОМОГАЕТ В СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ



Идентификация и понимание социальных проблем

Дизайн-мышление помогает глубже понять проблемы, с которыми сталкиваются социальные группы, путём эмпатичного взаимодействия с ними.

Это позволяет социальным предпринимателям разрабатывать решения, исходя из реальных потребностей и жизненного опыта людей.

Разработка инклюзивных решений

Применение методов дизайн-мышления способствует созданию решений, которые учитывают разнообразие потребностей и предпочтений, делая продукты и услуги доступными и удобными для широкого круга пользователей, включая людей с ограниченными возможностями и другие уязвимые группы.

Итеративное тестирование и прототипирование

Дизайн-мышление включает в себя быстрое прототипирование и итеративное тестирование идей с целью постоянного улучшения.

Этот подход позволяет социальным предпринимателям экспериментировать и находить наиболее эффективные способы решения социальных проблем.

Содействие сотрудничеству и ко-созданию

Дизайн-мышление поощряет сотрудничество между различными заинтересованными сторонами, включая представителей социальных групп, экспертов, волонтеров и партнеров.

Такой подход позволяет объединить разнообразные знания и ресурсы для разработки комплексных решений.

Адаптация к изменяющимся условиям

Гибкий подход дизайн-мышления позволяет социальным предпринимателям адаптироваться к изменяющимся социальным и экономическим условиям, а также к новым потребностям своей целевой аудитории, обеспечивая долгосрочную устойчивость и эффективность своих проектов.

Привлечение общественности и повышение осведомлённости

Методы дизайн-мышления также могут быть использованы для разработки стратегий коммуникации и информационных кампаний, направленных на привлечение внимания к социальным проблемам, изменение общественного мнения и поощрение активного участия общества в решении этих проблем.

Формула устойчивого продукта

Польза для
человека

1



2

Возможности
технологий

3

Учёт
интересов
бизнеса



ТРЕНДЫ

В СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ



Тренд: «Устойчивое развитие и экологическая ответственность»

Всё больше социальных предпринимателей сосредотачиваются на создании бизнес-моделей, которые способствуют устойчивому развитию и минимизации воздействия на окружающую среду.

Это включает разработку экологически чистых продуктов, повторное использование материалов и сокращение отходов.



Тренд: «Цифровизация и технологические инновации»

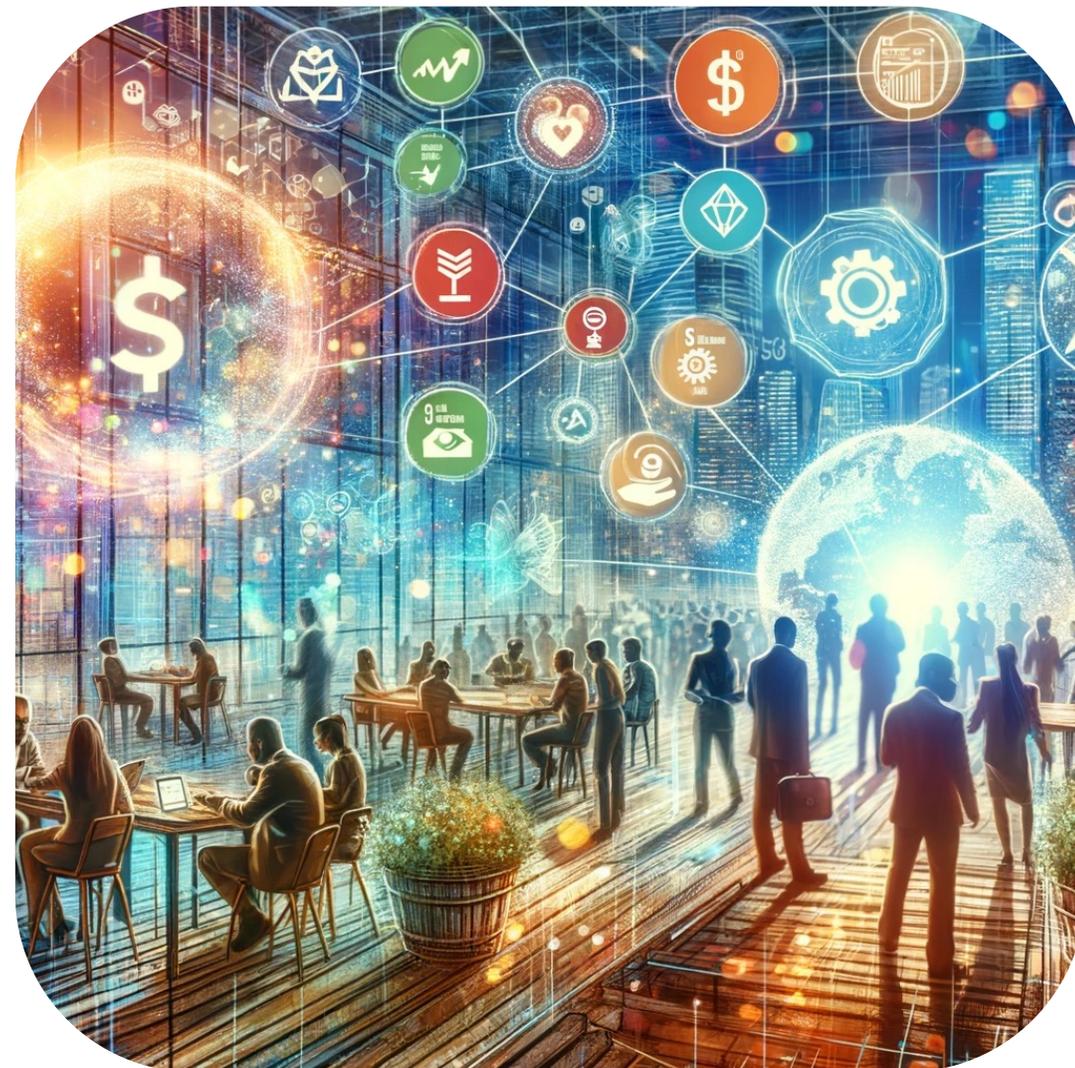


Технологии, такие как искусственный интеллект, блокчейн и большие данные, используются для создания новых решений социальных проблем, улучшения доступности и качества услуг для уязвимых слоёв населения и повышения прозрачности благотворительной деятельности.

Тренд: «Финансирование и инвестиции в социальное предпринимательство»

Растёт интерес инвесторов к социальным предприятиям, способствующим достижению Целей устойчивого развития (ЦУР).

Появляются новые инструменты финансирования, такие как социальные облигации и венчурное финансирование с акцентом на социальный эффект.



Тренд: «Вовлечённость сообщества и краудфандинг»



Социальные предприниматели всё чаще обращаются к сообществам для поддержки и финансирования своих проектов через платформы краудфандинга, что способствует большей вовлечённости и осведомлённости общества.

Тренд: «Социальное включение и равенство»

Проекты, направленные на поддержку равенства и инклюзии, получают всё большее распространение.

Это включает предприятия, ориентированные на поддержку людей с ограниченными возможностями, мигрантов, женщин и других социальных групп.



Тренд: «Образование и обучение»



Образовательные инициативы и программы, направленные на повышение уровня грамотности, профессиональное обучение и развитие навыков, особенно в развивающихся странах, продолжают быть важным направлением социального предпринимательства.

Тренд: «Здравоохранение и благополучие»

Развитие доступных и инновационных решений в области здравоохранения, включая телемедицину и цифровые здравоохранительные платформы, для улучшения доступа к медицинским услугам и повышения качества жизни.



Тренд: «Сотрудничество и партнёрство»



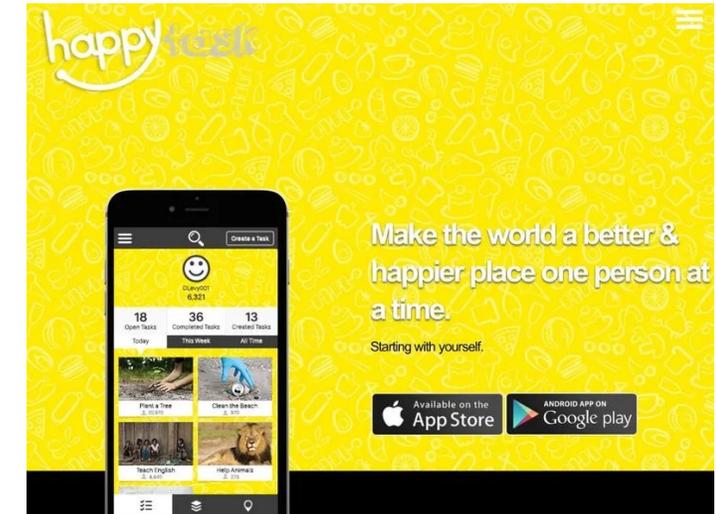
Сотрудничество между социальными предпринимателями, НПО, правительствами и частным сектором становится ключевым фактором успешного решения сложных социальных проблем на местном и глобальном уровнях.

Кейс «Социальные приложения, ориентированные на счастье»

Приложение «HappyTask» — это сеть, которая позволяет пользователям **делиться своим опытом**, который принес им счастье, и **поощрять других участвовать** в нём, чтобы улучшить свое общее благополучие, а также благосостояние планеты.

Сеть работает, позволяя пользователям **добавлять задачи**, которые они выполнили. Те, которые они надеются выполнить, и другие, над которыми они сейчас работают. Это могут быть простые вещи, такие как **посадка дерева** или работа, или более серьезные задачи, такие как **обучение детей** из малообеспеченных семей или **волонтерство за границей**, чтобы помочь сельским общинам. Какой бы ни была задача, сеть ориентирована на **повышение уровня счастья** людей за счёт ускорения позитивных действий, предпринятых другими.

Приложение HappyTask рассказывает об эволюции социальных сетей, поскольку потребители ищут способы улучшить себя и своё сообщество.



Тренды

- **Социальные приложения, ориентированные на счастье** – возможность прорывных инноваций. Разработайте социальное приложение, которое способствует счастью и побуждает пользователей делиться положительным опытом и задачами.
- **Увеличение количества позитивных действий через социальные сети** – возможность революционных инноваций: создайте социальную сеть, которая будет продвигать и ускорять позитивные действия, предпринимаемые отдельными людьми, повышая уровень счастья и вдохновляя других.

Кейс «Неожиданно возникающие благотворительные бары»

В Торонто находится новый общественный бар под названием «PhilantroPub», который управляет временными пабами, ресторанами и проводит мероприятия, **100% доходов которых передаются местным благотворительным организациям.**

Идея PhilantroPub была придумана группой людей, которые думали, что может быть **лучший способ отлично провести время с друзьями и сделать его более значимым.** Некоторые из способов поддержки PhilantroPub, которыми люди могут воспользоваться, включают пожертвования или волонтерство.



Тренды

- **Социальные предприятия, ориентированные на сообщества.** Создание предприятий, которые отдают приоритет поддержке сообщества и возвращают деньги местным благотворительным организациям.
- **Значимый социальный опыт.** Создание возможностей для людей отлично провести время с друзьями, одновременно оказывая положительное влияние посредством благотворительных пожертвований.

Кейс «Игры во благо» (gaming for good)

«Игры во благо» (Gaming for Good) – **новый формат**, который позволяет направить геймерский азарт в «мирное русло»: онлайн-игроки не просто «рубятся», а генерируют доход, **который идёт на конкретные благотворительные цели**.

Яркий пример игр во благо — «Игры без границ» (Gamers Without Borders). Это длинная серия турниров, проходящих по всему миру с участием команд геймеров. «Игры без границ» были запущены в 2020 году, и к настоящему времени **призовой фонд составляет 8,2 млн фунтов** стерлингов (10 млн долларов США), которые победители жертвуют на добрые дела по своему выбору.

Как показал первый опыт, **геймеры довольно легко** соглашаются добавлять в свои стримы кнопки пожертвований. Фактически, с помощью игр во благо фандрайзеры вышли на новую для мировой филантропии целевую аудиторию. Причем, как правило, аудитория не исчерпывается самими игроками – **жертвуют и друзья геймеров, и просто зрители**.





@CHEREMISIN_PRO

Контакты: +7 (925) 230-51-05

Telegram: [@cheremisin_pro](https://t.me/cheremisin_pro)

Соцсети: Дмитрий Черемисин ([@cheremisin.pro](https://www.instagram.com/cheremisin.pro))

Telegram: [PRO навьки](https://t.me/PROнавьки)

Мой канал с полезными материалами о развитии навыков

