

BERTRAND JOUVENOT

.....

**DOPEZ VOTRE
STRATÉGIE
DIGITALE**

.....

72 fiches pratiques

INTRODUCTION

Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Dopez votre stratégie digitale* de Bertrand Jouvenot.

Un livre comprenant près d'une centaine de recettes digitales, destinées à vous aider à tout savoir préparer, de l'entrée au dessert, depuis la digitalisation de l'entreprise, la stratégie, le management, jusqu'à l'innovation et le produit, en passant par le marketing et à la mesure....

Découvrez ici, l'une des recettes revisitée par nous, rien que pour vous.
#DVSD

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

Le Design Thinking



TEMPS • plusieurs mois
 NOMBRE DE PERSONNES • 10 à 20
 DIFFICULTÉ • ★ ★ ★

Présentation

Le Design Thinking est une approche de l'innovation et de son management qui vise à opérer la synthèse entre la pensée intuitive et la pensée analytique. Elle s'appuie sur un processus de co-créativité impliquant des retours de l'utilisateur final.

Contrairement à la pensée analytique, le Design Thinking est un ensemble d'espaces qui s'entrecroisent plutôt qu'un processus linéaire avec un début et une fin.

Privilégiant l'expression des idées par des schémas, des dessins, des techniques proches du Mind Mapping, généralement réalisés sur des murs d'écriture prévus à cet effet, le Design Thinking fonctionne avec cinq étapes, non linéaires. Il conviendra d'effectuer des retours en arrière, de réaliser des cycles, de revenir à une phase antérieure, quand bien même les développements d'un prototype ont commencé.

POUR ACCOMPAGNER

Cette fiche pourra être combinée avec la Stakeholder Map (carte des parties prenantes), la Customer Journey Map (carte du parcours client), le persona.



FAVORISER L'ÉMERGENCE DES IDÉES

Source : d'après Marc Stickdorn, Jakob Schneider, *This is Service Design Thinking*, Wiley, 2011.



*Mettre en harmonie pensées analytique et intuitive,
ouvrir les chakras de la créativité de ses équipes autant
que de ses clients pour innover.*

Attention

- ◆ Certaines personnes ont parfois du mal à entrer dans cette approche, qualifiée alors de déroutante.
- ◆ L'effet de groupe conduit les individus dont la dominante est le cerveau gauche à surutiliser la pensée analytique, tandis que les cerveaux droits surutiliseront la pensée créative, se privant eux-mêmes, et privant ainsi le groupe, d'une précieuse richesse.
- ◆ Dans une entreprise traditionnelle, la démarche, par son aspect très visuel et très visible de tous, peut être perçue comme peu sérieuse par le reste de l'organisation et faire l'objet de vives critiques.

Au sommaire

◇ Objectif

LIBÉRER la créativité.

ASSOCIER le client à l'élaboration de la solution au problème.

DOTER l'entreprise d'une méthode permettant de passer de la simple idée à sa mise en œuvre.

SORTIR l'entreprise de ses schémas de pensée habituels.

PERMETTRE à l'utilisateur d'un nouveau produit de se le figurer au mieux.

◇ Contexte

Lorsqu'on cherche à imaginer un nouveau produit, un nouveau service, une nouvelle activité...

Pour résoudre un problème utilisateur.

Pour faire évoluer des modes opératoires.

Préparation et mise en œuvre

◇ Étapes

- 1 Interrogez de manière empathique les utilisateurs, afin de comprendre ce qu'ils font, pensent, ressentent et disent ; servez-vous de méthodes telles que le Stakeholder Map (▷ FICHE 38), la Customer Journey Map (▷ FICHE 39) et le service blueprint (▷ FICHE 41).
- 2 Définissez le cadre du problème, comment les idées seront sélectionnées, les méthodes à privilégier... pour doter l'équipe de travail d'un cadre commun.
- 3 Trouvez des idées en les exprimant visuellement.
- 4 Réalisez un prototype : maquette de site web, produit réalisé en impression 3D...
- 5 Testez pour affiner les solutions initialement imaginées, précisez le cadre de définition du problème, validez les besoins des utilisateurs.

◇ Méthodologie et conseils

- Sélectionnez parmi les nombreuses fiches disponibles celles correspondant le mieux aux équipes.
- Privilégiez des groupes de travail hétérogènes en termes de métiers, de profils, de sensibilités.
- Créez les conditions matérielles nécessaires au bon déroulement de la méthode : espace, lumière, murs d'écriture, confidentialité...

OBSERVATIONS

L'approche part d'une compréhension profonde du besoin de l'utilisateur.

Elle fournit un cadre évitant de s'enfermer définitivement dans une unique catégorie de solutions.

La méthode produit les éléments permettant à l'utilisateur et à ceux qui l'étudient de valider les avancées.

Ça vous à plus ?

Pour vous régaler encore, avec près d'une centaine d'autres recettes digitales, passez la commande

Commander ici

www.jouvenot.com

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

nin [design & arts graphiques]

WWW.NUNDESIGN.FR

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)