

Osez le design thinking

14 mars 2019 - La Fabrique Évènementielle (75010).



Présents : 07

PALL CORPORATION Mme Stéphanie JOSEPH
AQUATONIC M. Yann BLIN
EOZ Mme Chloé SOUCHON
SR PHARMA Mme Cécile CORPACE SERIMAX

TITFLEX M. Pierre Gauthron
SEREC : Mme Marjorie LE SAUX
HD S-ONE : M. Richard CLAIREFOND

Absents excusés : 6

NSK Mme Audrey HINTZY
SUEZ M. Laurent LEVRARD
ŒUVRE FALRET M. Lydie GIBEY

BCNS M. Bruno CHAUDRUT
SERIMAX M. Stéphane CHEVALIER
Koezio Sénart M. Jérémy MARTEL

Invités : 1

EDF M. Loïc FREQUELIN

Animation : Julien Estier – Animateur GERME groupe Sud Ile de France

> Expert : Clément Léocadie-Thauvin

Normalien en Physique Appliquée, titulaire du Master de recherche Innovation, Entreprise, Société de l'Ecole Polytechnique, Clément a commencé sa carrière en 2008 comme consultant en conduite du changement auprès de grands comptes du CAC40. Les projets dont il a eu la charge lui ont permis de faire le constat d'une lacune dans les modalités d'accompagnements « traditionnels » à l'innovation : le manque d'implication des collaborateurs mène indéniablement à une augmentation de la résistance au changement et à des difficultés dans la mise en autonomie des structures accompagnées.

En parallèle, ses recherches l'ont mené à envisager l'usage comme un point d'entrée pertinent pour enclencher des dynamiques d'innovation porteuses de sens pour les collaborateurs et les clients. C'est ce qui l'a décidé à créer the insperience.co en 2014, structure dédiée à un nouveau mode d'accompagnement à l'innovation, mêlant intelligence collective et innovation d'usage.

Rédaction : Hélène Albertini + Julien Estier | le 18/03/2019

Préambule

Cette journée réunit les 6 groupes Ile de France et deux membres de l'équipe des permanents de GERME : Isabelle Semling (responsable du pôle pédagogie) et Marion Jugeau (responsable de la communication).

Introduction par Cyril : Une des compétences clés pour le manager de demain est le design thinking (DT), d'où le choix de ce thème. Nous allons vivre les étapes du DT en accéléré.

Les objectifs de la journée :

1. Pratiquer le DT et ses outils à travers des cas pratiques
2. Identifier des points pivots dans la démarche, les grands principes de la méthodologie
3. Travailler sur des cas concrets
4. Repérer comment mettre en œuvre le DT dans les entreprises

Principe du D.T. (Design Thinking)

On se focalise plus sur l'**humain** que sur la technologie et le business.

« Le DT est une démarche exploratoire qui permet de transformer un besoin en demande. »

Le DT utilise des codes et des méthodes du design.

Et le DT peut être rapproché de la méthode C.K. (*Concept-Knowledge. Pour en savoir plus : "Métamorphose des managers à l'ère du numérique et de l'IA" d'Emmanuelle Léon et Cécile Dejoux*).

On travaille non pour le client mais pour l'utilisateur.

On ne fonctionne pas en problème – solution. On requestionne le sujet, on prend de la hauteur. Dans un 1^{er} temps on explore l'espace des problématiques en se concentrant sur l'humain. On explore ensuite l'espace du faisable techniquement et du viable économiquement. On va bien plus loin que le mur de post it puisqu'on obtient un livrable.

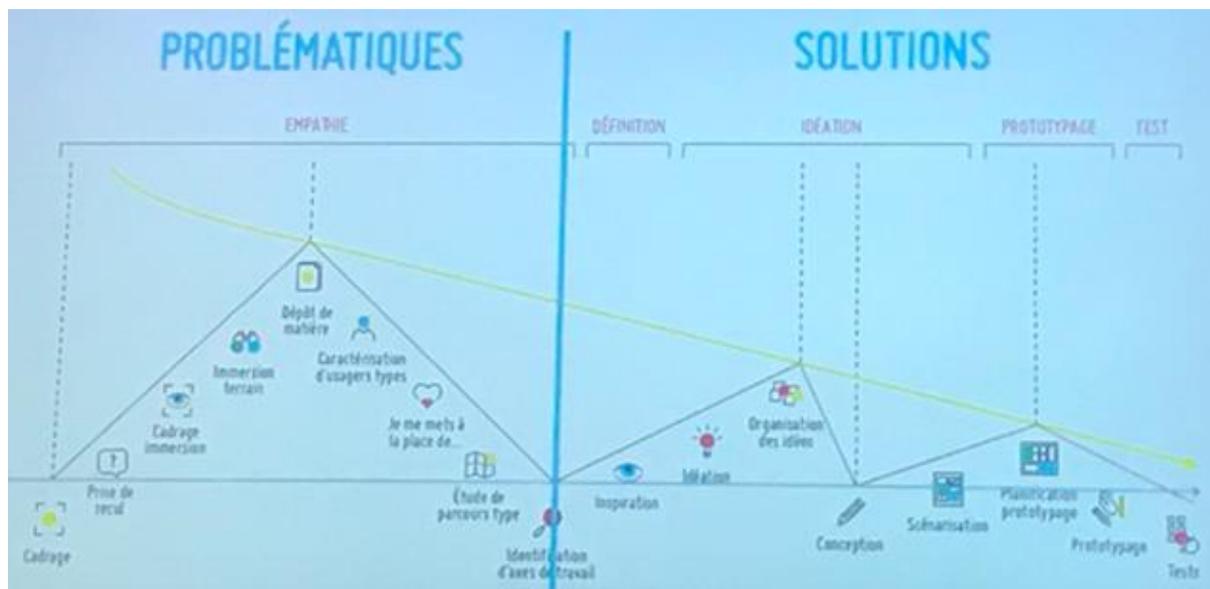
INCLUSION / ICE BREAKER BINGO

Le challenge : parvenir à cocher 6 cases de la carte BINGO, avec un prix à la clef. Interdiction de poser une question directe / fermée, l'objectif étant de vraiment s'intéresser à l'autre, de faire connaissance.

Cet ice breaker permet d'illustrer les piliers du DT :

- L'empathie : s'intéresser à l'humain. On est là pour que la personne se dévoile le plus possible
- La collaboration : avoir des gens autour de soi pour creuser les questions. Travailler ensemble et en même temps sur le même sujet
- L'expérimentation : inclusion en grand groupe comme nous allons pratiquer le DT en grand groupe

Principe du D.T. (Design Thinking) suite



La méthode n'est pas linéaire, c'est normal de faire des sauts.

PITCH PROJETS ET CHOIX DES SUJETS PAR LES PARTICIPANTS

Consigne : « Les porteurs de projet présentent leur projet. Et chaque fois qu'un projet vous plaît vous vous déplacez vers la table indiquée. Si un projet suivant vous plaît vous pouvez changer de table. Pas + de 5/6 personnes par table. »

1. Caroline : Ils n'ont pas d'enfant, ils sont heureux.

Ne pas avoir d'enfant dans notre société, c'est être différent. Caroline aimerait créer une communauté très positive autour de cela.

2. Stéphanie : Plan & play

Voyager en famille et transmettre la passion des voyages à nos enfants.

3. Cédric : Feed skills

Dans le conseil on travaille souvent chez le client, loin de son entreprise de rattachement. Les feedbacks peuvent manquer. Feed skills cela serait mettre en place un système de feedbacks via une application, dont bénéficieraient toutes les parties prenantes.

4. Valérie : Cap vers le futur

Projet sociétal : l'éducation est l'arme la plus efficace pour changer le monde. Créer un éco système apprenant, un collège (à Boulogne Billancourt). Pédagogie active permettant de partir du concret pour aller vers l'abstraction et développe tête cœur corps et soit en lien avec la société

5. Flamine : Development days

Retravailler le format de son équipe.



PITCH PROJETS ET CHOIX DES SUJETS PAR LES PARTICIPANTS

6. Lauriane : My trip

Développer une web app pour avant, pendant, après. Préparer au mieux son voyage, profiter, raconter.

7. Caroline : Mon plat étoilé chez moi

Rassembler sur une plateforme web les plats signatures de grands chefs, pouvoir se les faire livrer et bénéficier de la recette pour pouvoir reproduire.

8. Comment faire vivre les groupes germe en dehors des rencontres

9. Engendrer une meilleure adhésion au changement

10. Germe + : Que faire au sein de Germe+ ? Comment fédérer une communauté ?

Après le pitch on met en principe en place un **atelier de cadrage**, auquel participent un certain nombre de personnes avec si possible un détracteur du projet et une personne qui en est détaché. On partage des enjeux et objectifs pour obtenir une **planche de cadrage**.



DEFI CREATIF

Formulation de l'objectif par le **défi créatif** formulé en commençant par « Et si ... » : il se résume à une question qui va donner envie aux parties prenantes de travailler sur le projet. Cette étape est très importante, le défi créatif ouvre sur des possibles.

Chaque table écrit son défi créatif.

L'immersion terrain :

On ne fait pas de DT dans une salle. On va sur le terrain. On va voir l'utilisateur, et d'autres. **C'est le défi créatif qui permet de définir qui on va aller rencontrer.** Et on identifie la façon dont on va recueillir les infos.

On observe discrètement les personnes, sans perturber le système sur lequel on travaille. Tout est potentiellement intéressant. On peut faire des interviews, en exploration et en empathie totale, sans questions directes et en prenant tout en note. On pointe les contradictions, qui peuvent être très intéressantes.

PERSONA

Aujourd'hui chaque groupe imagine avoir réalisé l'immersion terrain, invente des infos pour créer un persona. On note ses principales attentes.

CPN

A ce stade on a dans la vraie vie étudié les usages sur le terrain, on a pointé des attentes des besoins des comportements qui nous permettent de dire qu'il est intéressant de transformer tout cela en solution : « Comment pourrions-nous ... ».

On est sur du plus concret que le défi créatif mais le CPN ne doit pas entrainer une solution. Le CPN doit inspirer des pistes d'idées. Il doit donner envie, permettre d'embarquer les gens pour générer des idées.

Aujourd'hui chaque table rédige un CPN.

Expérience : Chacun dessine en 10 secondes un coucher de soleil. Personne ne dessine un soleil dans son lit ou avec un bonnet de nuit sur la tête. Car nous sommes formatés, avec des préjugés.

Dans la plupart des brainstormings, les solutions vont vers la création d'une appli mobile, ou d'un site web, ou d'une plateforme, ou d'un « vis ma vie ».

BRAINSTORMING (phase d'idéation)

Générer un max d'idées auxquelles on n'a pas pensé initialement.

En 5' seulement.

Chaque groupe va produire des idées pour répondre au CPN. Les idées doivent être concrètes et détaillées. Différer tout jugement sur ses idées et celles des autres.

Encourager les idées farfelues. Construire sur les idées des autres.

Viser la quantité. Lire son idée pour que les autres en prennent connaissance. Ils ne poseront des questions qu'après dans un 2nd temps.

Ne pas faire de commentaires. Ne pas thématiser les idées. Rester debout.

Il y a en principe deux tables par sujet => on tourne pour prendre connaissance des productions de la table qui travaille sur le même sujet que nous.

JUGEMENT DES IDEES

On garde les idées qui semblent pertinentes. On les réécrit de façon plus détaillée, voire on les réécrit. On ne thématique pas à ce stade.

On crée des familles de concepts. Une idée est par essence unitaire. Un concept regroupe plusieurs idées.

ORGANISATION DES IDEES => CONCEPTS

On les classe sur l'axe « désirable / répond au défi) en se reportant au persona et au défi.

Dans la vraie vie si une idée semble exceptionnelle on la prototypé tout de suite sans passer par toutes les étapes du processus. Ou on la challenge dans le cadre d'une interview.

REDACTION DES FICHES CONCEPTS DETAILLEES

On choisit deux concepts par table, et on les décrit.

Dessin du processus

Certains ateliers se font en agence et d'autres sur le terrain.

Partage de quelques productions.

CONCLUSION

Quelques porteurs de projet présentent les productions des groupes.

Un exemple de production :

