

LE DESIGN THINKING

Méthode

labrh.ucanss.fr



Le Design Thinking est à la fois une démarche, une méthode agile, un état d'esprit et un processus d'innovation qui place l'utilisateur en son cœur.

Grâce à son approche itérative, il peut être utilisé pour concevoir un nouveau produit/service ou pour résoudre un problème concret en misant sur l'intelligence collective et le pouvoir créatif de chacun. Il intègre trois dimensions : désirabilité, viabilité et faisabilité.

DANS QUEL(S) BUT(S) ?

- Répondre rapidement à un besoin concret de l'utilisateur, existant ou à venir,
- Pouvoir tester une solution selon le principe du « Quick & Dirty » qui permet de répondre à un problème très rapidement grâce à une solution élaborée sous un format brouillon,
- Travailler en mode collaboratif et cultiver l'intelligence collective,
- Faire produire ensemble des équipes intervenant dans différents secteurs (valorisation de projets transversaux) et favoriser la cohésion inter-services,
- Développer la créativité et l'agilité des collaborateurs,
- Renouveler les pratiques managériales.

POUR QUI ?

Tout organisme qui souhaite initier ses collaborateurs à des techniques créatives en privilégiant les managers afin qu'ils puissent diffuser au sein de leur service des pratiques collaboratives innovantes.

AVEC QUI ?

- Collaborateurs formés au Design Thinking (Chargé Innovation, Ambassadeurs, Managers, Formateurs internes, Facilitateurs).
- Institut 4.10, En3s, consultant externe en Design Thinking.

LE + DE LA DEMARCHE

Itérative, elle autorise à revenir en arrière pour améliorer la solution finale et répondre au mieux au besoin de l'utilisateur.

LE DESIGN THINKING

Méthode

labrh.ucanss.fr

COMMENT ?

Le Design Thinking se structure autour de 5 étapes successives dans une dynamique de divergence d'idées puis de convergence selon le schéma suivant :

- **La phase d'empathie** consiste à se mettre à la place de l'utilisateur et à recueillir toutes les informations le concernant afin de mieux comprendre son problème ou son besoin. Il s'agit d'explorer son univers, rechercher ce qu'il ressent et entendre ce qu'il pense.
- **La phase de cadrage** vise à définir l'espace de conception à partir des éléments recueillis lors de la phase d'empathie. Elle permet de cerner les opportunités et de converger pour dégager un consensus sur le problème à traiter.
- **La phase d'idéation** ouvre le champ des possibles. Tous les participants proposent des idées, mêmes si elles semblent saugrenues ou irréalistes, sur le principe du « remue-méninges ». Des techniques permettent d'aider à trouver le maximum d'idées qui pourront répondre au problème posé lors de la phase de cadrage.
- **La phase de prototypage**, selon le principe du « Quick & Dirty », consiste à réaliser sous forme de maquette, de fiche-idée, de plan d'actions visuel, de dessin, les meilleures idées retenues, à éliminer celles qui sont irréalisables (coût, faisabilité technique...) et à mettre en scène l'usage. C'est cette phase plus particulièrement qui distingue le Design Thinking des autres méthodes innovantes. Elle est complétée par la présentation orale, sous forme d'un pitch, de la solution retenue. Cette présentation synthétique de quelques minutes a pour objectif de valoriser la solution prototypée et de donner envie d'aller plus loin c'est-à-dire de passer à la phase de test.
- **La phase de test** permet de vérifier si la solution répond aux objectifs du départ en expérimentant le prototype auprès de l'utilisateur et en recueillant son avis. Si ce dernier émet un avis favorable, la solution peut être déployée. Au contraire, s'il fait part de réserves et suggère des modifications, il est alors possible de reprendre le processus à une phase précédente pour affiner ou modifier la solution ou pour changer de prisme et revoir

LE DESIGN THINKING

Méthode

labrh.ucanss.fr

la problématique. Dans la logique d'une démarche agile, la phase de test est courte et vise à recueillir l'avis de l'utilisateur.

- Un des grands intérêts de la démarche de Design Thinking est d'être itérative et de s'autoriser à revenir en arrière pour améliorer la solution finale et répondre au mieux au besoin de l'utilisateur. Cela explique aussi pourquoi le mode de réalisation s'appuie sur le principe du « Quick & Dirty ».

CONDITIONS DE REUSSITE

- Instaurer un climat bienveillant et de confiance.
- Laisser ses préjugés derrière soi.
- Créer un sentiment d'urgence pour booster la créativité.
- Bien choisir les participants.

AVANTAGES

- Facilite le processus décisionnel et la qualité des décisions prises.
- Stimule la créativité des collaborateurs et crée une culture de l'innovation.
- Améliore le fonctionnement des équipes.
- Renforce l'implication des collaborateurs en améliorant le fonctionnement des services.

- Contribue à une meilleure ambiance au sein des équipes.

LIMITES

- Capacité de mise en application dans la durée.
- Capacité à renouveler et diversifier les défis et les techniques utilisées.

LIVRABLE

Prototype puis expérimentation rapide permettant d'avoir le feed-back utilisateur.

INDICATEURS DE SUIVI/DE RESULTAT

- Mesure de l'amélioration de la satisfaction à la suite de la résolution du problème.
- Mesure de l'amélioration de la satisfaction à la suite de la conception d'un nouveau produit/service.
- Amélioration des indicateurs existants en lien avec le problème traité.

LOGISTIQUE / MATERIEL

Paperboard, feutres/marqueurs de couleurs, post-it de différentes couleurs, tailles et formes, gommettes, Lego, papiers de couleurs, carton...

LE DESIGN THINKING

Méthode

labrh.ucanss.fr

LIEU

- Lieu dédié à la créativité au sein de l'organisme.
- Lieu disruptif hors de l'organisme.