



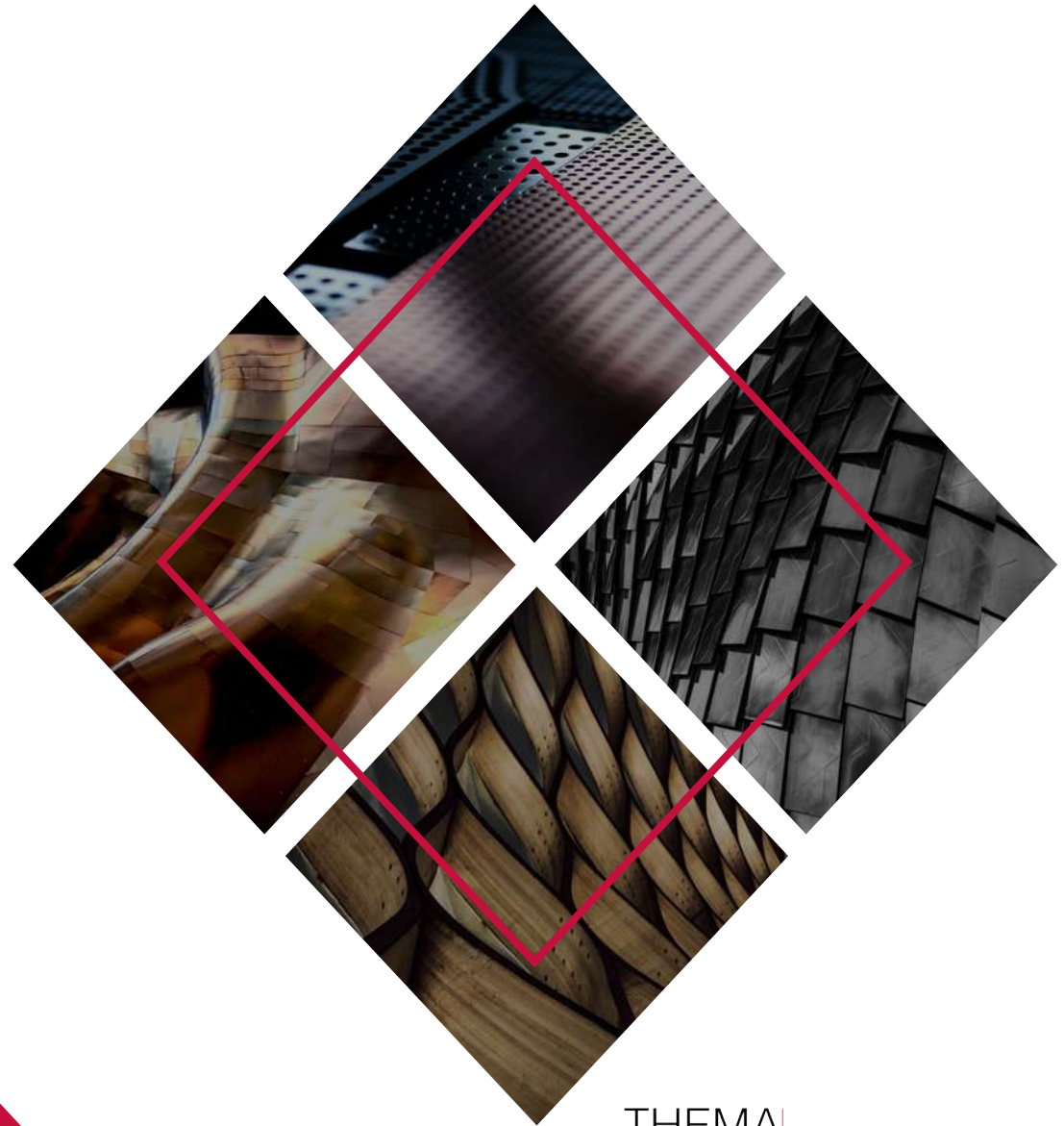
AGENCE RÉGIONALE DE DÉVELOPPEMENT  
D'INVESTISSEMENT ET D'INNOVATION

**Semaine de l'Innovation Design Thinking :  
Transformez vos idées en innovations !**

## LE DESIGN THINKING

présenté par

Nicole Lucot Maitrot, agence THEMA\_DESIGN  
avec Franck Magné, designer



THEMA  
DESIGN

# DESIGN THINKING

FRANCK MAGNÉ + THEMA DESIGN

# THEMAI DESIGN

---

## QUI SOMMES NOUS ?

Une agence conseil en accompagnement de l'innovation, marketing et communication

Sur les secteurs du design, de l'architecture, de l'innovation et de l'hôtellerie.






























---



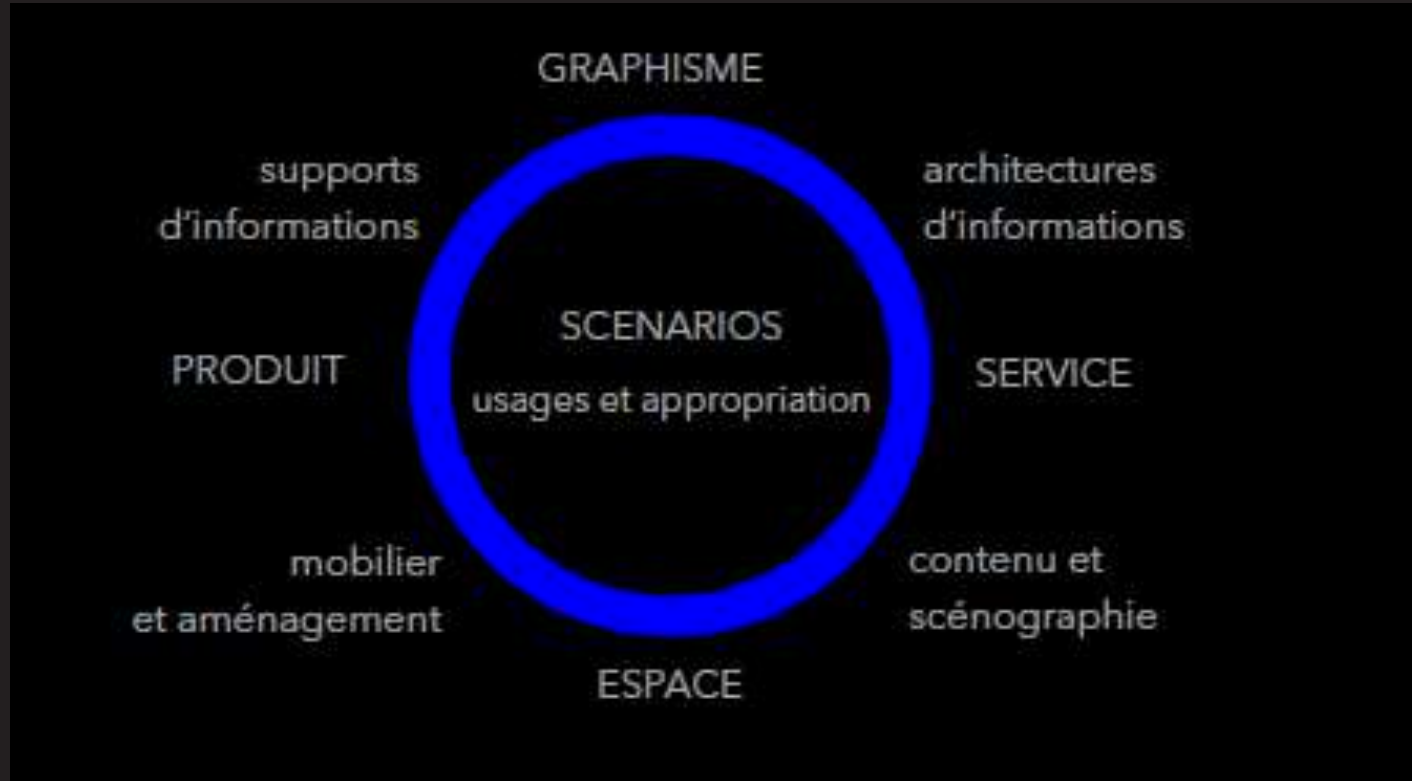
# NOS EXPERTISES



# NOS REFERENCES

# FRANCK MAGNÉ



[www.franckmagne.com](http://www.franckmagne.com) . [info@franckmagne.com](mailto:info@franckmagne.com) .

+33 (0)6 61959819

IMAGINE STUDIO sarl 102 Bd de la Villette 75019 PARIS

## Références

---

### Clients et Partenaires







---

# LE DESIGN THINKING

---



1991: à Palo Alto **David Kelley** fonde l'agence de design **IDEO**, / nouveau mode de résolution des problèmes. Décloisonnement, dynamisme et remises en question sont les maîtres-mots **du «design thinking» chez Ideo.**

- 1999: **Ideo crée un nouveau caddie de supermarché en 5 jours**, avec l'aide de plusieurs professions: designers, médecins, logisticiens etc...

- 2001: **Ideo passe de 20 à 500 collaborateurs**, et s'étend à une dizaine de sites dans le monde

- 2012: Création de 3 écoles de Design Thinking, aux Ponts et Chaussées à Paris, à Pékin, et à Tokyo



*David Kelley*



## “DESIGN THINKING”

Design Thinking ou « esprit design » ou « pensée design »: **méthode, processus d’innovation et vision spécifique du travail.**

Démarche inspirée de la pensée et de la **boîte à outils des designers** pour permettre à chacun d’être créatif et de participer à l’innovation.

**Permet de résoudre toutes sortes de problèmes grâce à l’intelligence collective, y compris dans des domaines traditionnellement éloignés du design.**

[design thinking](#)

**Essentiellement collaborative, basée sur l’idée de « co-création» .**

**Il y a derrière le « Design thinking » l’idée que l’on est toujours plus intelligents à plusieurs**



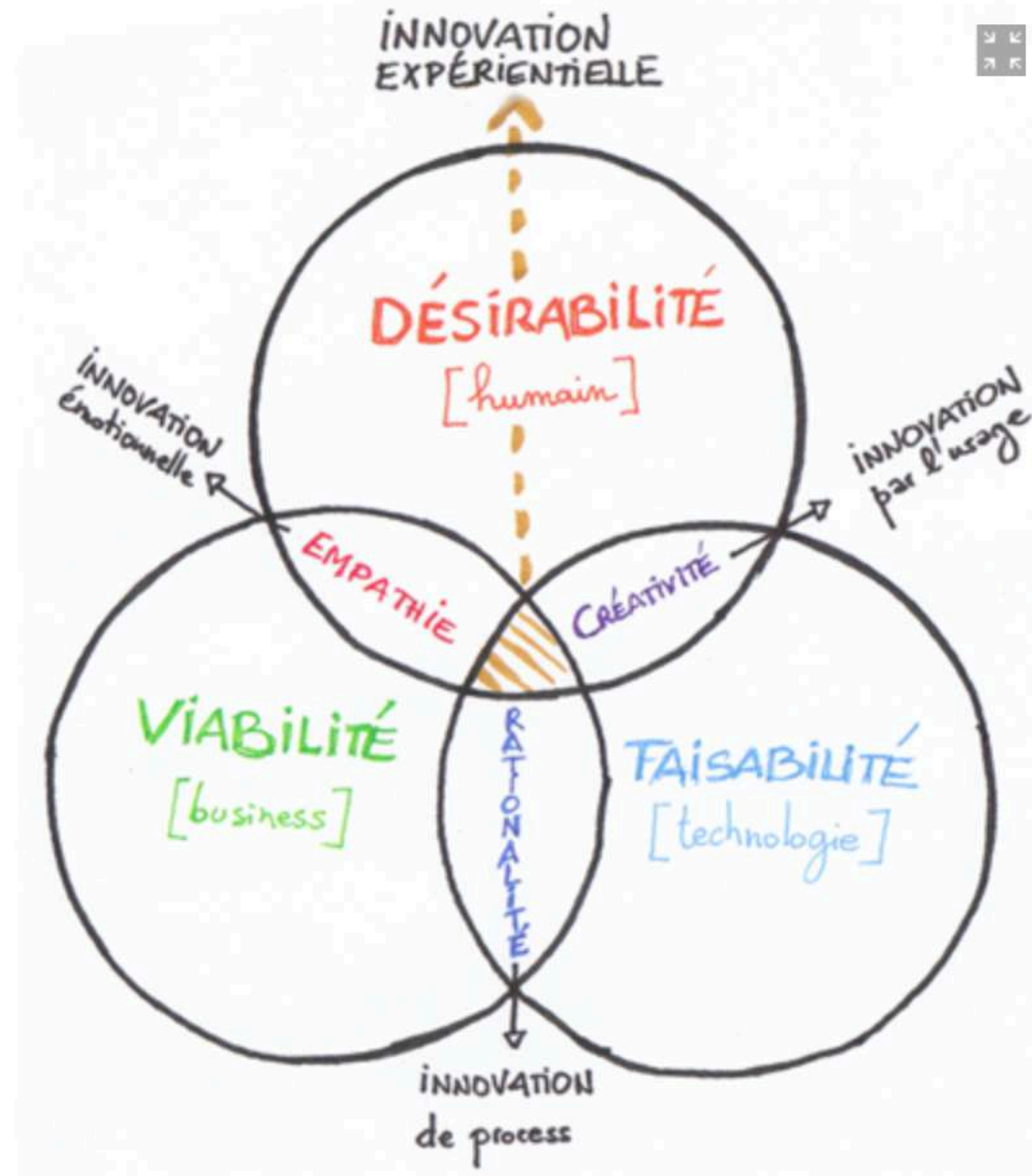
# L'INNOVATION

Le design thinking est une  
Forme d'innovation

« expérientielle »

C'est-à-dire basée sur

- L'humain (désirabilité)
- Le business (viabilité)
- La technologie (faisabilité)



# LE DESIGN THINKING S'APPLIQUE A DE NOMBREUX DOMAINES



## Découvrir le design public

Vous souhaitez découvrir comment mener vos projets différemment ? Voici les principales méthodes de la gestion de projets publics en mode design. Suivez le guide !



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9

Démarrer son projet

Comprendre les usages et les usagers

Concevoir des solutions

Expérimenter une solution

Déployer une solution



## LE DESIGN THINKING S'APPLIQUE A DE NOMBREUX DOMAINES

« Nous avons aidé une coopérative agricole à repenser son outil d'accouplement bovin, ou comment **créer le Tinder des vaches et taureaux**.

Vous voyez que le Design Thinking s'applique à tous les sujets ! ».





---

DESIGN THINKING  
&  
DESIGN

---

DESIGN THINKING

BRIEF  
DESIGN



DESIGN

Design Graphique  
Webdesign  
Design produit  
Design d'espace  
Design de service  
Design d'interface  
Design Packaging  
....





---

# DESIGN THINKING

---

# DESIGN THINKING : LA METHODOLOGIE GENERALE

**Appliquer la méthode du design pour  
stimuler l'innovation.**

**POUR CHAQUE UTILISATEUR DEFINI**



# DEFINIR LES UTILISATEURS DE SES PRODUITS OU SERVICES



Franklin

- 38 ans
- Divorcé
- 2 enfants
- Diabétique
- Travailleur social
- A des tendances extrêmes dans la préparation et la consommation alimentaire
- Fait attention à sa santé et celle des autres

# DESIGN THINKING : L'EMPATHIE



**Faire l'expérience  
de ce que vit  
l'utilisateur**

**L'empathie est le fondement d'un processus de conception centrée sur l'humain.**

**Observer.** Voir les utilisateurs et leurs comportements en situation réelle

**Interagir.** Interviewer les utilisateurs lors de rencontres planifiées ou fortuites

**S'immerger.** Faire l'expérience de ce que vit l'utilisateur.

## EMPATHIE ... SYMPATHIE

**L'empathie est la compréhension des émotions et sentiments d'un individu**

La **capacité de se mettre à la place de l'autre** et de se représenter ce qu'il pense ou ressent

**POURQUOI UTILISER LE MODE EMPATHIE EN DESIGN THINKING ?**



Comprendre les gens pour lesquels un bien ou un service nouveau sera créé

Savoir ce qu'ils sont, ce qu'ils font et ce qui est important pour eux



# QU'EST CE QUE LE MODE EMPATHIE ?

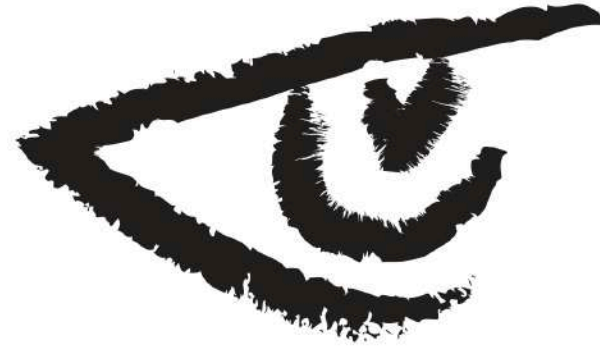
**OBSERVER**

**PARTICIPER**

**S'IMMERGER**

COMPRENDRE

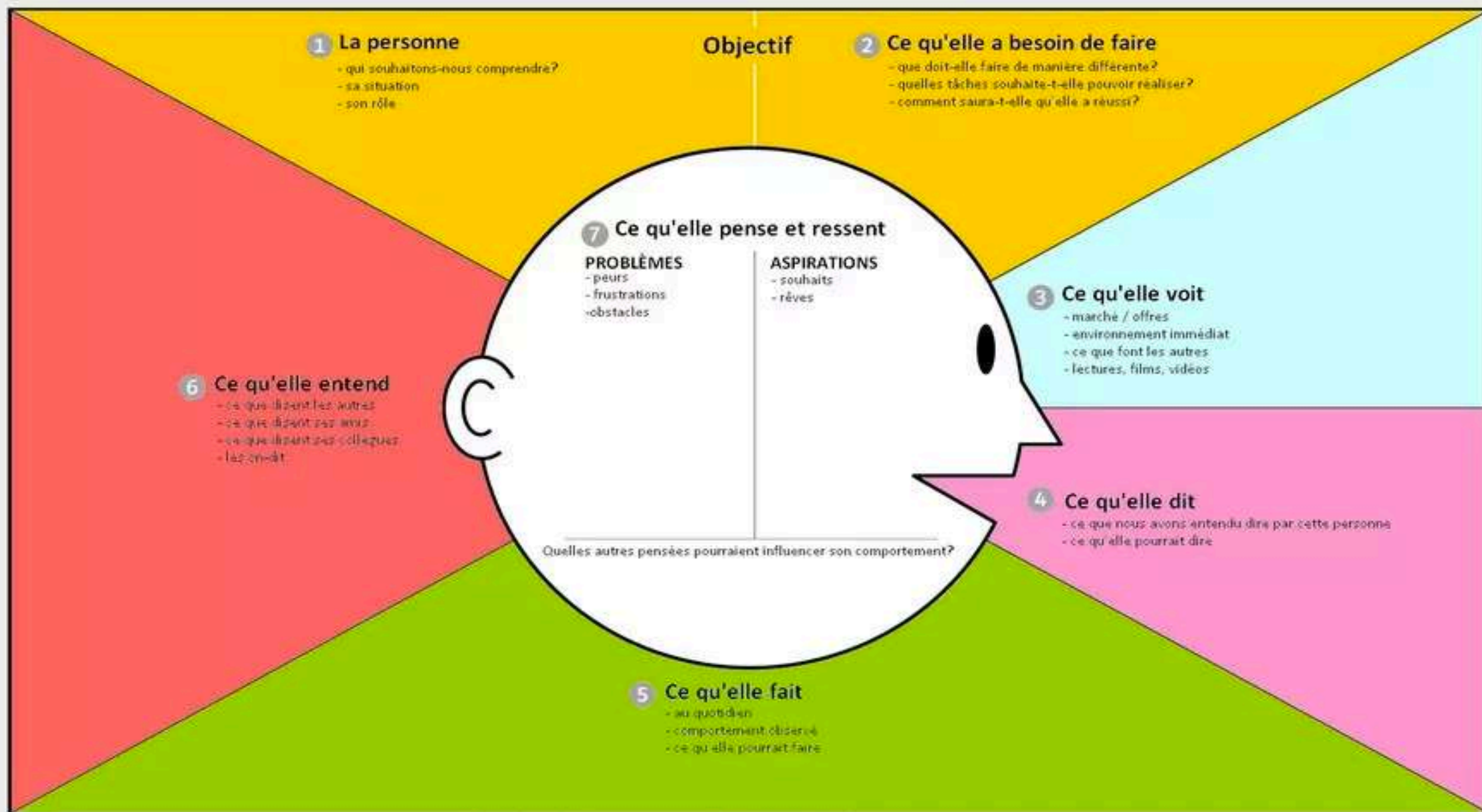
LE PENSEES  
LES EMOTIONS  
LES MOTIVATIONS



# Carte d'empathie

Date: .....

Version: .....





# DESIGN THINKING : LA DÉFINITION DU BESOIN



**Mettre le projet au clair**

Développer une **compréhension profonde du projet et de son environnement.**

Evaluer les idées concurrentes.

Définir les contraintes.

**Créer un parcours utilisateur : carte de la journée, de l'expérience,...)**

# DESIGN THINKING : L'IDÉATION



**Découvrir des domaines à explorer**

Aller au-delà des solutions évidentes.

Récolter différentes perspectives

Créer une grande variété d'options innovantes.

Explorer des domaines inattendus

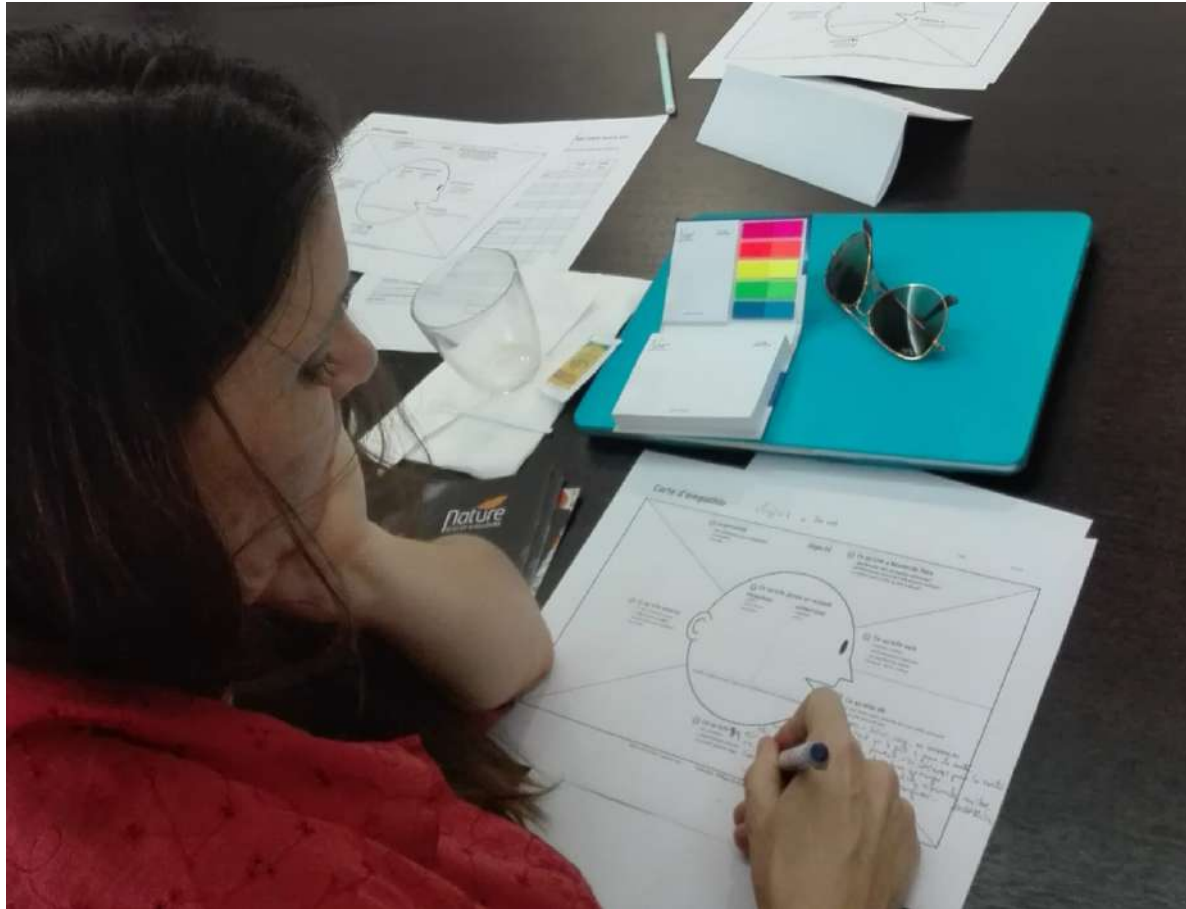
DIVERSITÉ. QUANTITÉ

**IMAGINER LE CHAMP DES POSSIBLES ... SANS LIMITES**

SELECTIONNER LES IDEES

**« CRÉER C' EST CHOISIR ET CHOISIR C'EST .. RENONCER ».**

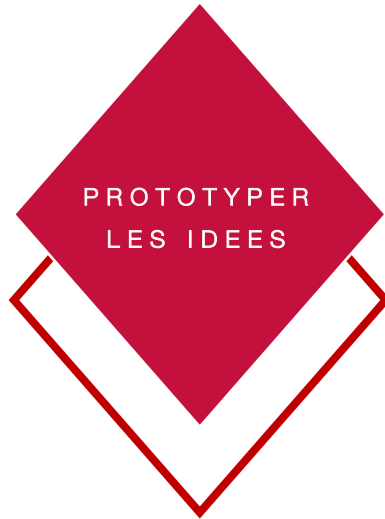
# BIENVEILLANCE - IMAGINATION - HORS CADRE ....







# DESIGN THINKING : LE PROTOTYPE



**Donner vie  
aux idées**

Un prototype peut prendre n'importe quelle forme simple: mur de post-it, jeu de rôle, espace, objet, interface, storyboard..)

Un prototype permet :

- d'apprendre (un proto vaut 1000 mots!)
  - De résoudre des désaccords
  - Affiner les solutions
  - D'inspirer les autres
- Un prototype permet d'échouer rapidement et a moindre coût**



# DESIGN THINKING : LE TEST DES PROTOTYPES



**Tester les  
prototypes**

**Placer « l'objet » dans l'espace de vie de l'utilisateur :**

Obtenir son avis.

Affiner les prototypes

Les améliorer.

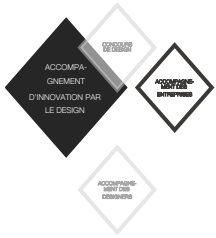
Tester et affiner la stratégie d'attaque

**PROTOTYPER COMME SI VOUS AVIEZ RAISON**

**TESTER COMME SI VOUS AVIEZ TORT**



# LA PALETTE D'OUTILS POUR PROTOTYPER



- ✓ Des feutres, des post-it, des feuilles A4, des bloc notes.
- ✓ Photo, video
- ✓ Des pièces de construction (Lego, Kapla...)
- ✓ Des jeux de rôles
- ✓ Pâte à modeler
- ✓ Carton papier, etc.



# DESIGN THINKING : L'ETAT D'ESPRIT

Ne pas juger  
Être curieux  
Écouter  
Brainstormer  
Devenir  
physiquement et  
mentalement actif



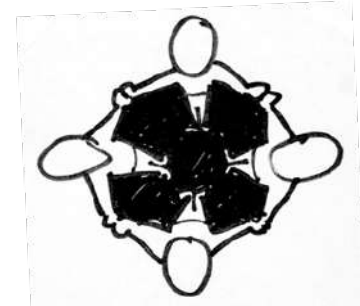
## **MONTRER, PLUTÔT QUE PARLER**

Créer des expériences, en utilisant des visuels ou en racontant de bonnes histoires.



## **L'EMPATHIE**

S'appuyer sur les valeurs humaines.  
Mettre l'utilisateur au centre du projet.  
Être empathique avec les personnes et recueillir leurs avis.



## **LA CO-CREATION**

Rassembler les innovateurs ayant des parcours et des points de vue variés.  
Faire émerger de cette diversité des idées et des solutions innovantes.



**ÊTRE ORIENTÉ VERS L'ACTION**  
**il y a plus à faire qu'à penser !**  
**Préférer l'action et la réalisation à la pensée et aux réunions.**

# EXEMPLE : BOUTIQUE DE MILKSHAKES

## Comment augmenter les ventes de milkshakes de 15%?

Traditionnellement on analyse les propriétés du produit et on envisage un changement de garniture, de parfum ou de récipient. Des nouveautés qui plaisent, mais le résultat s'améliore à peine.

Le schéma du travail à faire s'attache au changement des comportements et aux besoins du client.

Pourquoi les clients achètent-ils ce produit ?

### Résultat :

Le premier client type vient le matin le milkshake lui sert de petit déjeuner: il est grand, nourrissant et épais.

Le second client type est une maman avec son enfant qui vient l'après midi. La maman veut lui faire plaisir avec une nourriture saine : un milkshake petit, léger et liquide.

**Que votre produit ou service soit physique  
Ou numérique, se demander pourquoi le  
client l'achèterait ?**





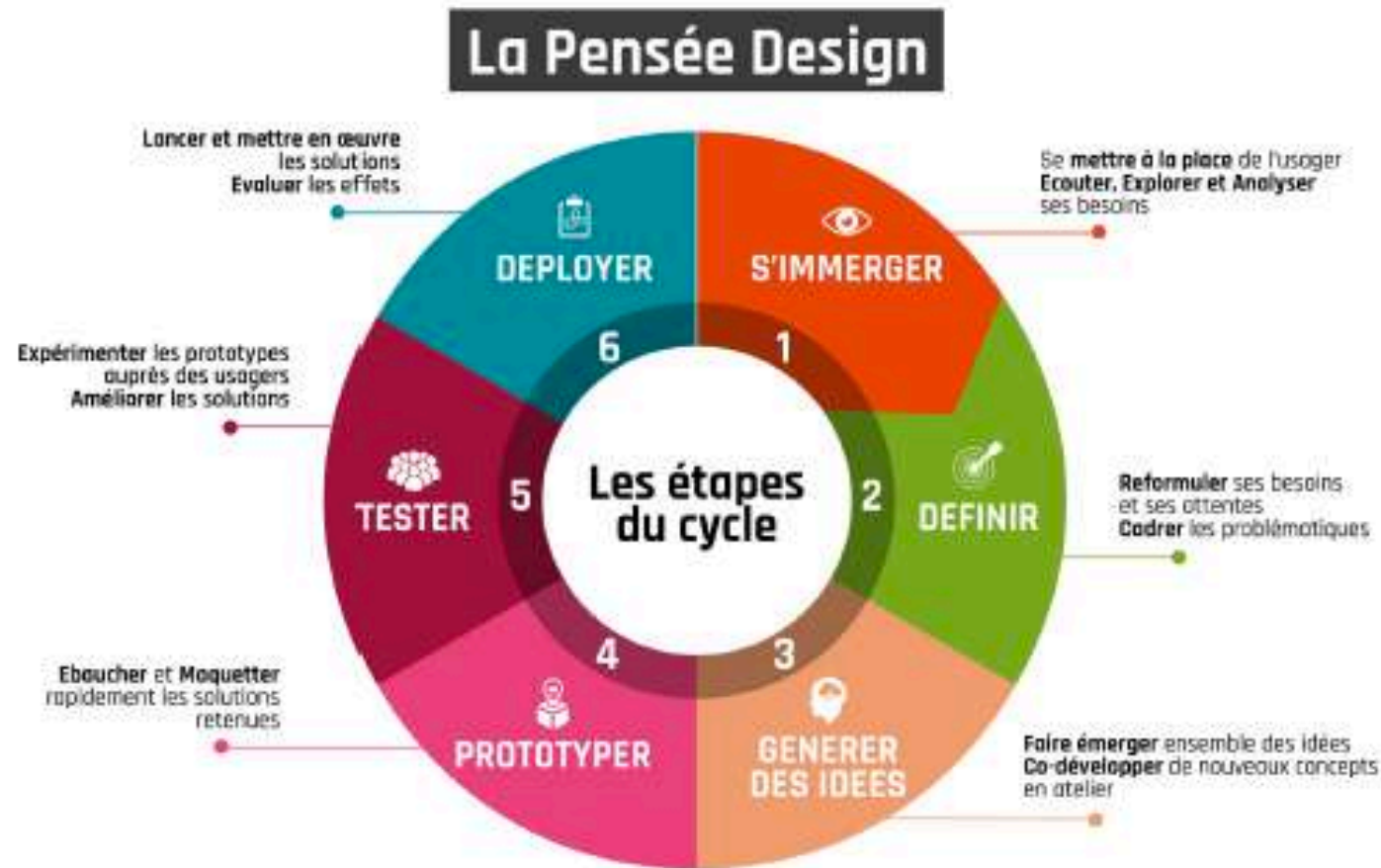
# Le design thinking a sauvé Airbnb de l'échec !

[Article design thinking/airbnb](#)





# La pensée design Ou Design Thinking



Document: Nexa



POUR EN SAVOIR PLUS ...

THEMA | DESIGN

[www.thema-design.fr](http://www.thema-design.fr)  
Nicole Lucot Maitrot  
[nicole@thema-design.fr](mailto:nicole@thema-design.fr)  
06 07 25 86 69

FRANCK MAGNÉ

[www.franckmagne.com](http://www.franckmagne.com)  
[info@franckmagne.com](mailto:info@franckmagne.com)  
+33 (0)6 61959819



THEMA | DESIGN

