

Nexa

AGENCE RÉGIONALE DE DÉVELOPPEMENT
D'INVESTISSEMENT ET D'INNOVATION

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

LE DESIGN THINKING

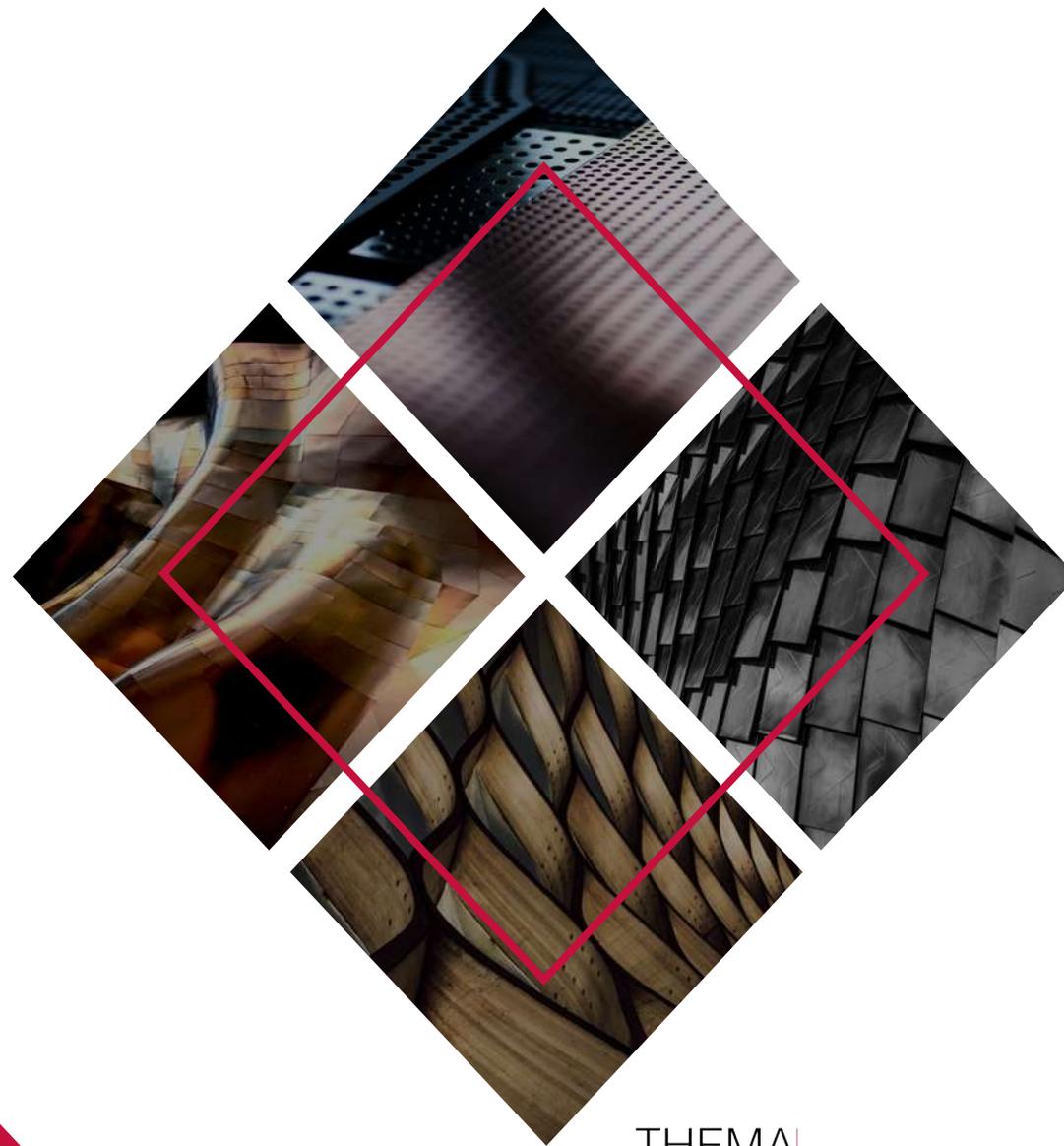
présenté par

Nicole Lucot Maitrot, agence THEMA_DESIGN

avec Franck Magné, designer

Nexa
AGENCE RÉGIONALE DE DÉVELOPPEMENT
D'INVESTISSEMENT ET D'INNOVATION

NOVONS
La Réunion



THEMA
DESIGN

DESIGN THINKING

FRANCK MAGNÉ + THEMA DESIGN

THEMAI DESIGN

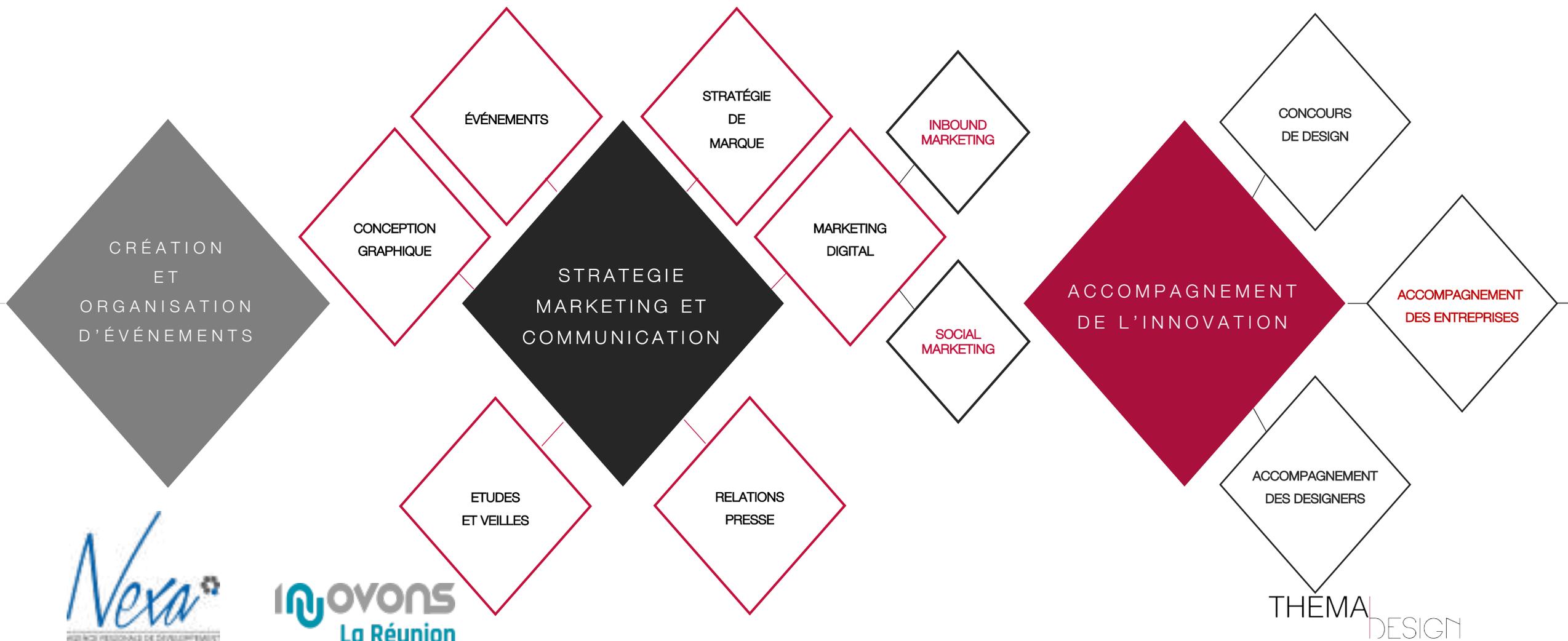
QUI SOMMES NOUS ?

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.



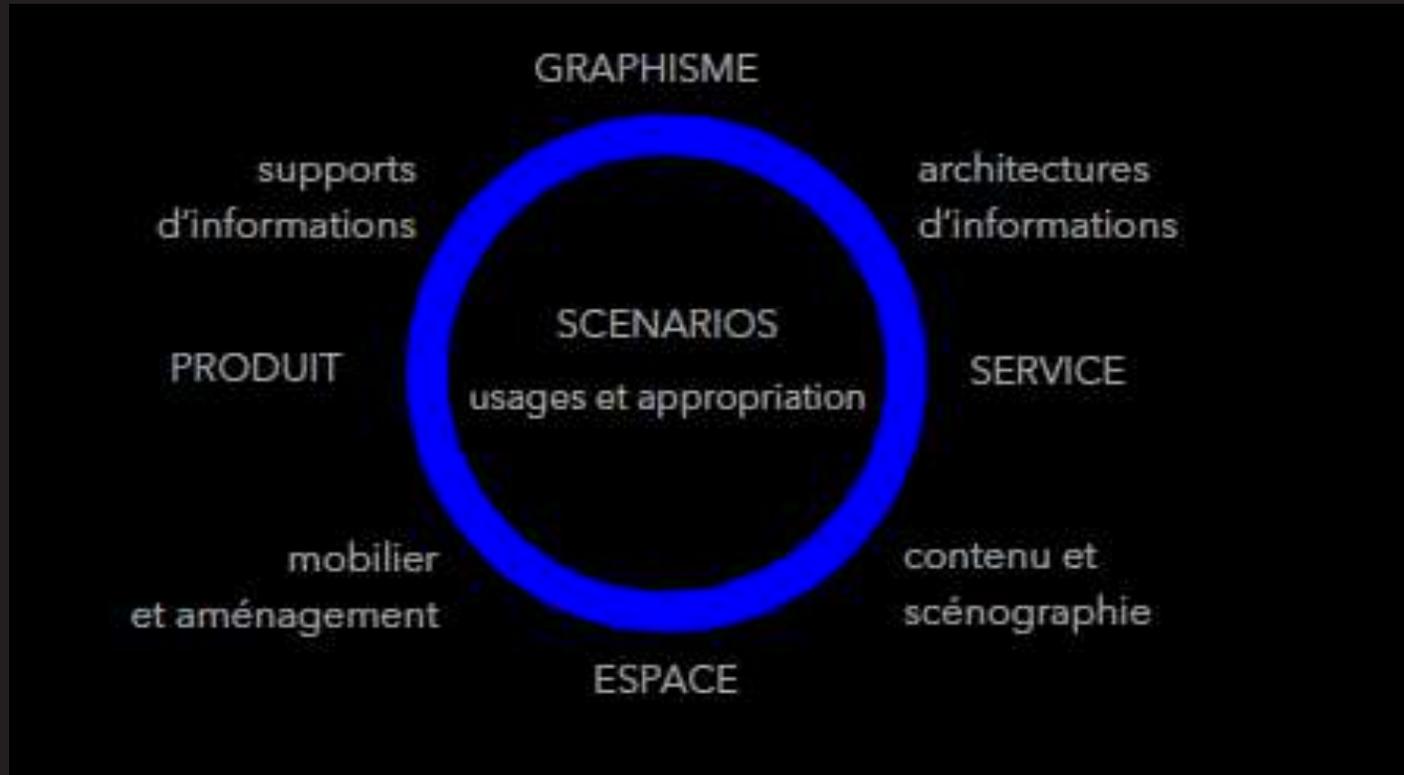
NOS EXPERTISES



NOS REFERENCES

FRANCK MAGNÉ



www.franckmagne.com . 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



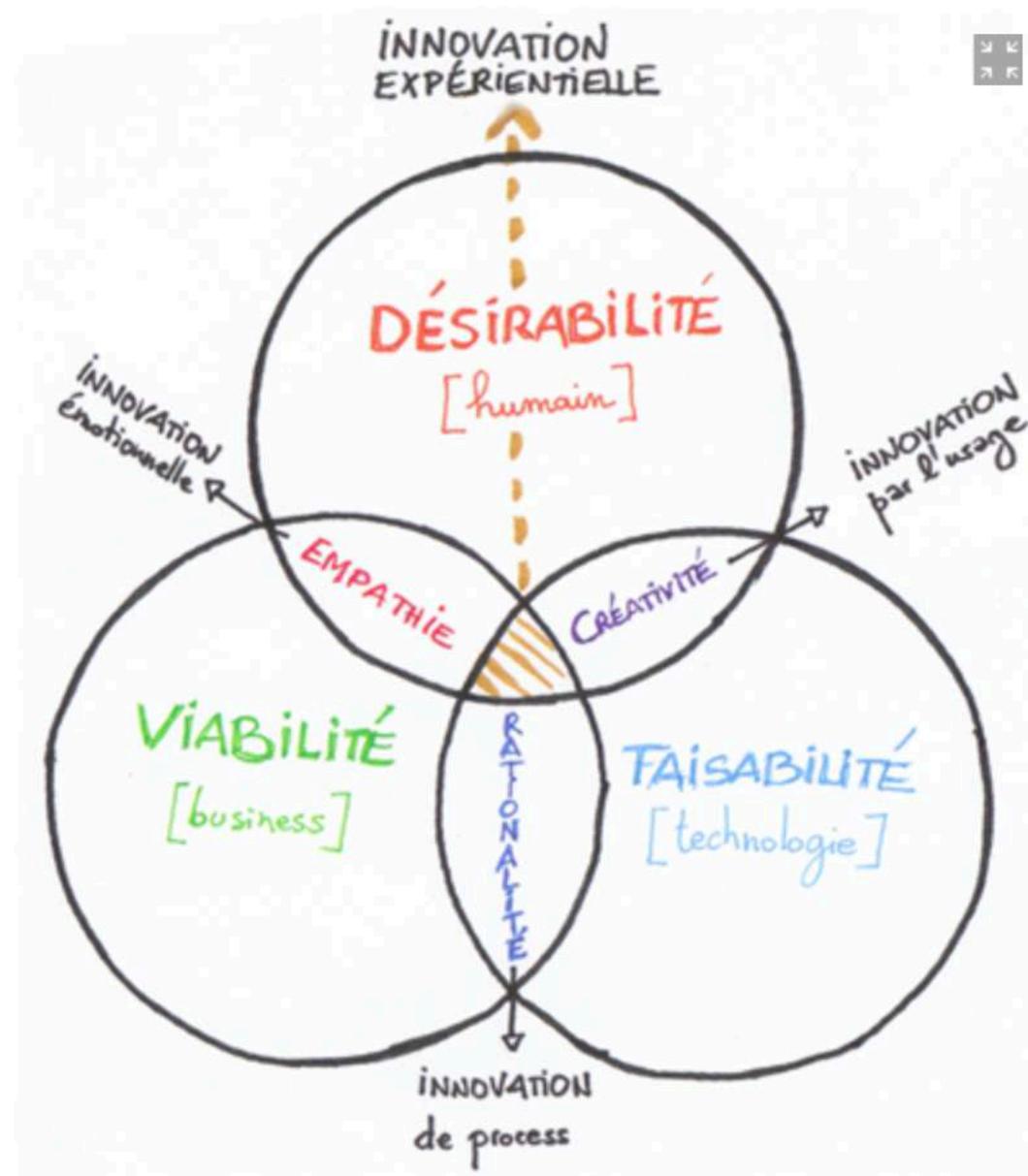
L'INNOVATION

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



Comment
Faire
LA BOÎTE À OUTILS DE
L'INNOVATION
PUBLIQUE

Outils, cas, problématiques 


COACH PROJET


PANIER


GLOSSAIRE


ACCESSIBILITÉ


MENU



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

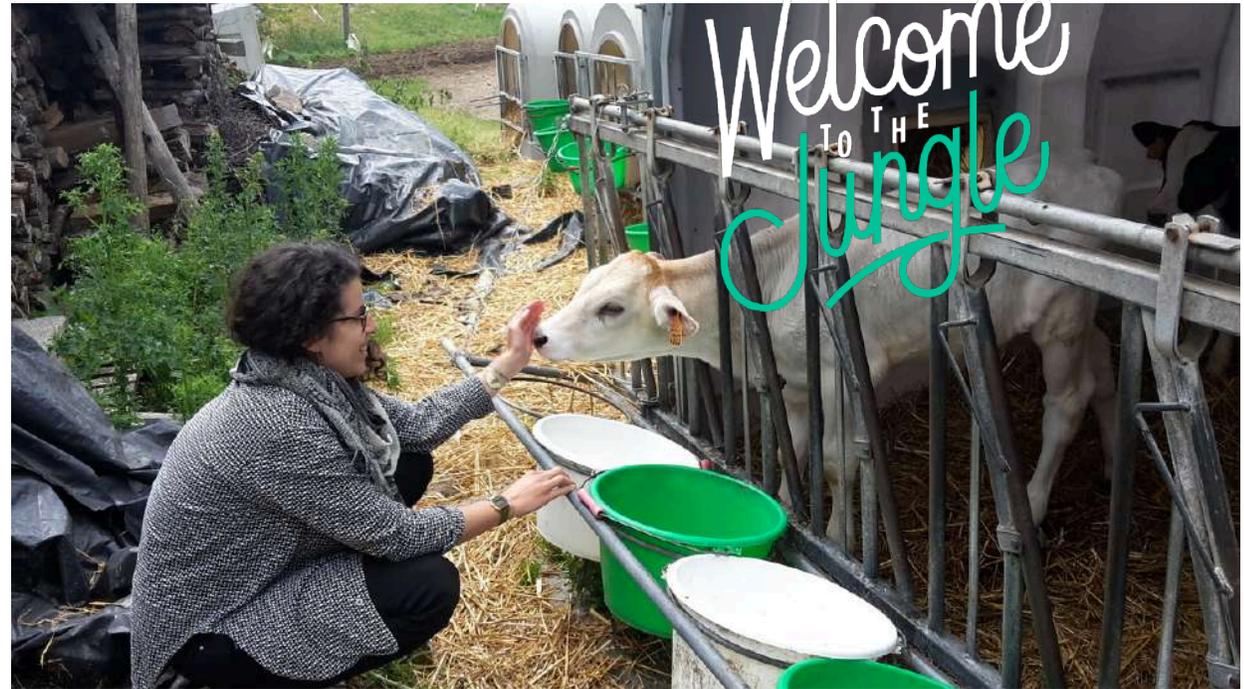
Expérimenter une solution

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 ?

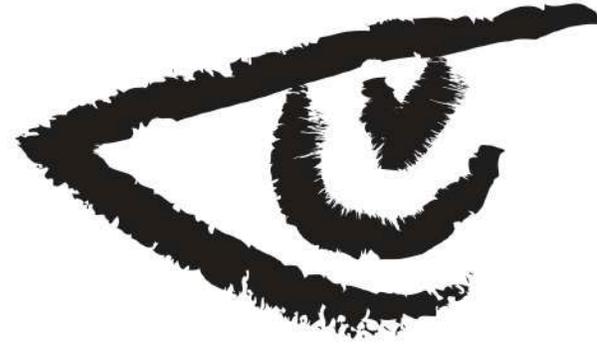
OBSERVER

PARTICIPER

S'IMMERGER

COMPRENDRE

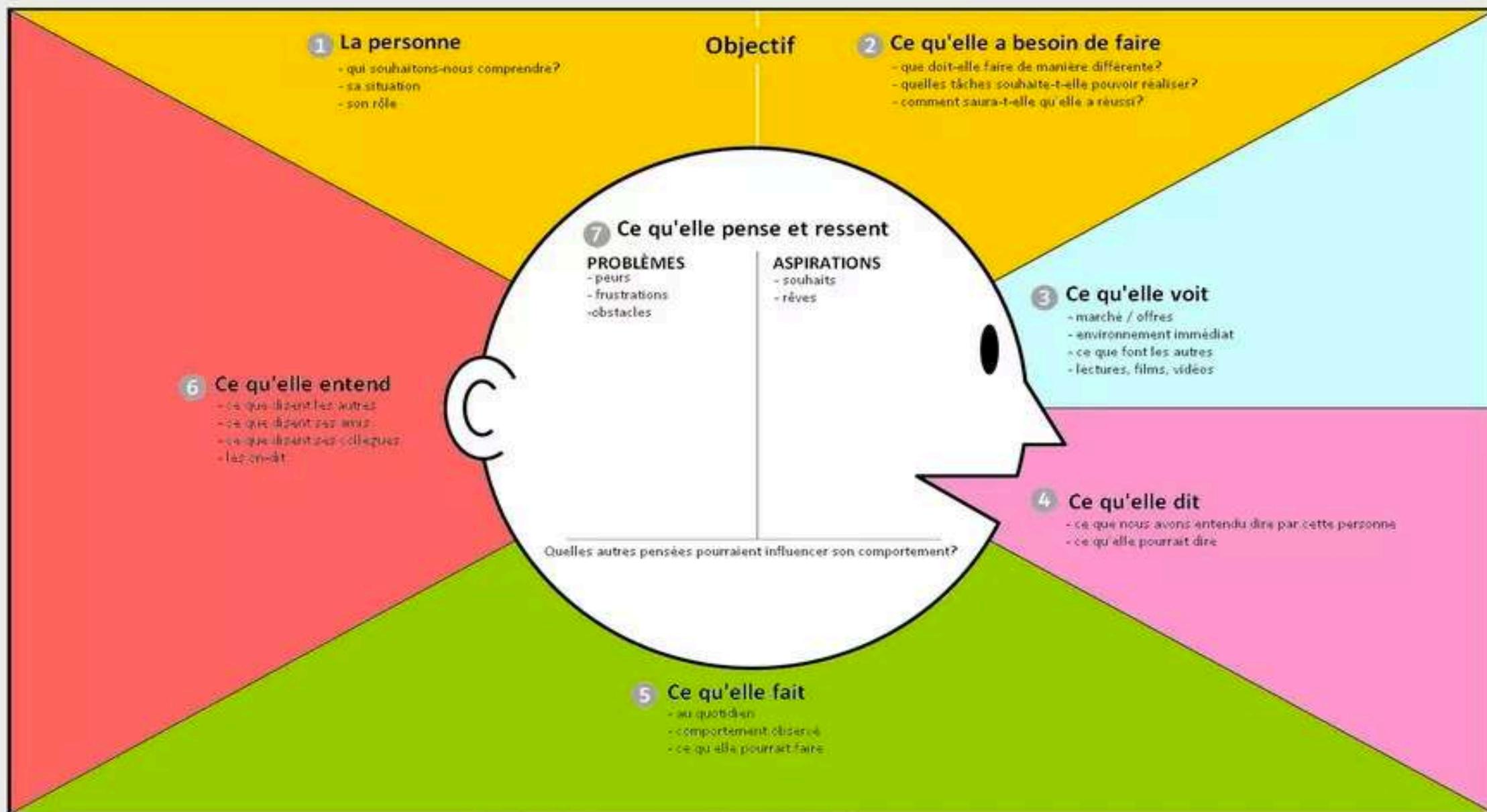
LE PENSEES
LES EMOTIONS
LES MOTIVATIONS



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

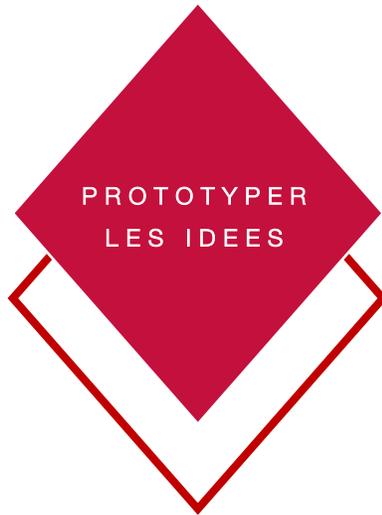
SELECTIONNER LES IDEES

« 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

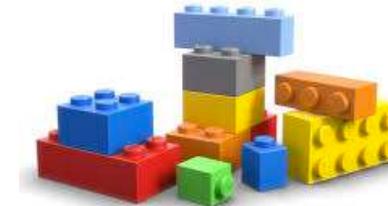
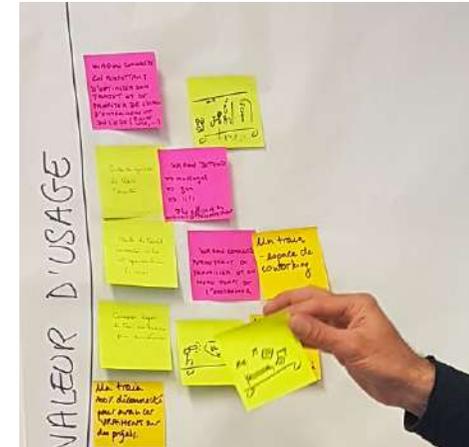
PROTOTYPER COMME SI VOUS AVIEZ RAISON

TESTER COMME SI VOUS AVIEZ TORT

LA PALETTE D'OUTILS POUR PROTOTYPER

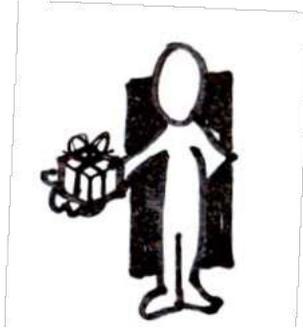


- ✓ Des feutres, des post-it, des feuilles A4, des bloc notes.
- ✓ Photo, video
- ✓ Des pièces de construction (Lego, Kapla...)
- ✓ Des jeux de rôles
- ✓ Pâte à modeler
- ✓ Carton papier, etc.



DESIGN THINKING : L'ETAT D'ESPRIT

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



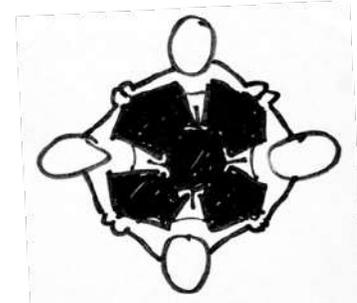
MONTRER, PLUTÔT QUE PARLER

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 ?**



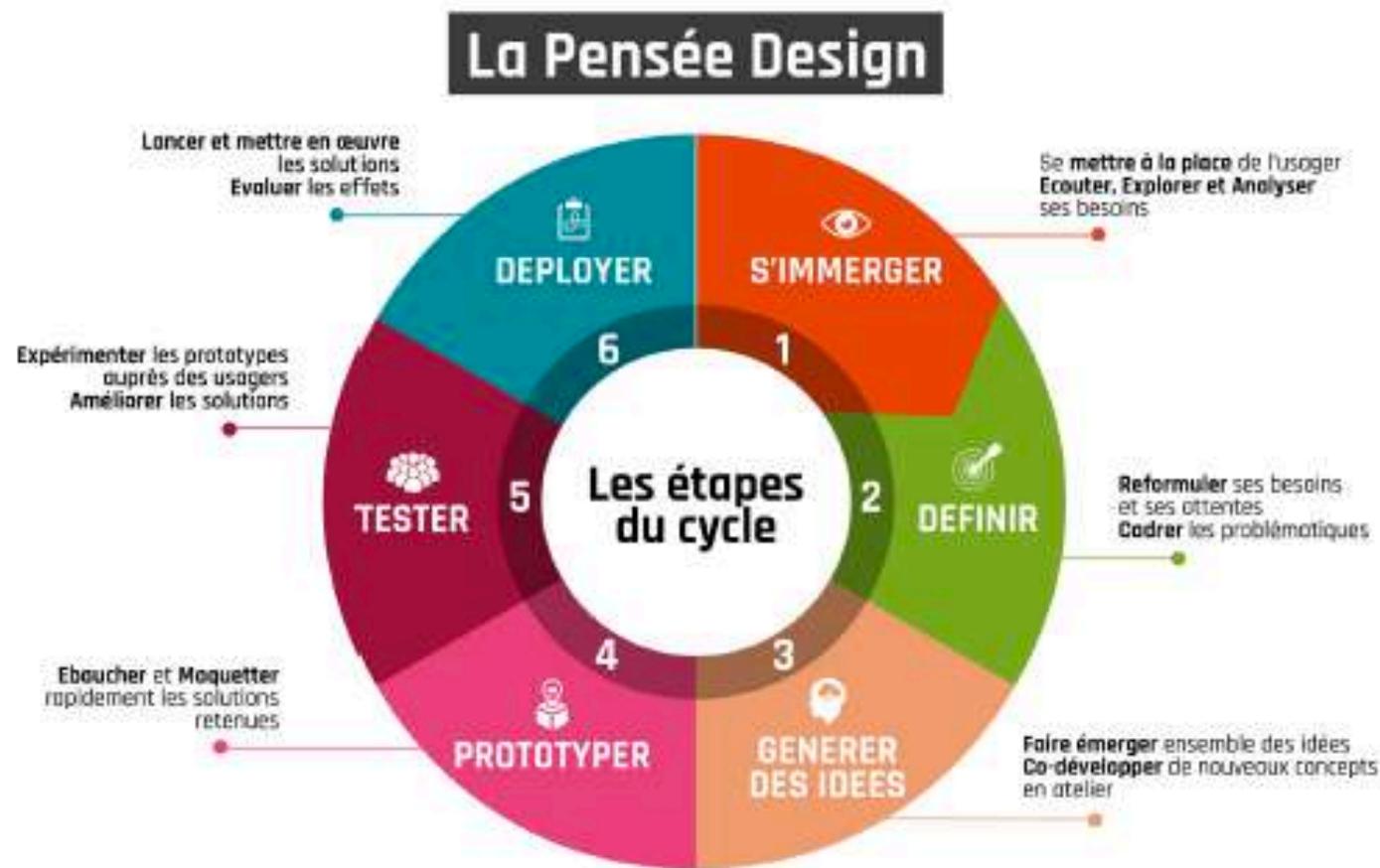


Le design thinking a sauvé Airbnb de l'échec !

[Article design thinking/airbnb](#)



La pensée design Ou Design Thinking



Document: Nexa



POUR EN SAVOIR PLUS ...

THEMA | DESIGN

www.thema-design.fr
Nicole Lucot Maitrot
nicole@thema-design.fr
06 07 25 86 69

FRANCK MAGNÉ

www.franckmagne.com
info@franckmagne.com
+33 (0)6 61959819



THEMA | DESIGN