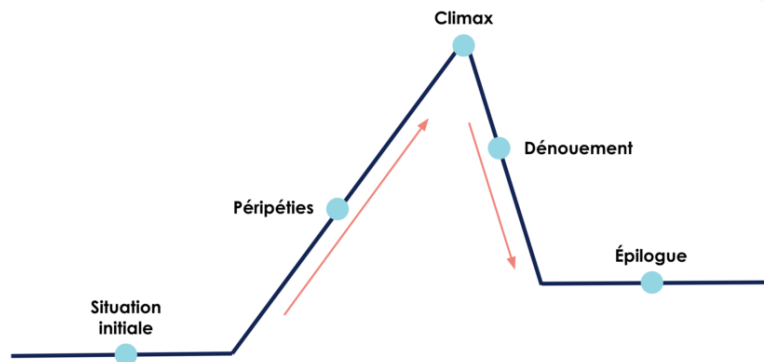
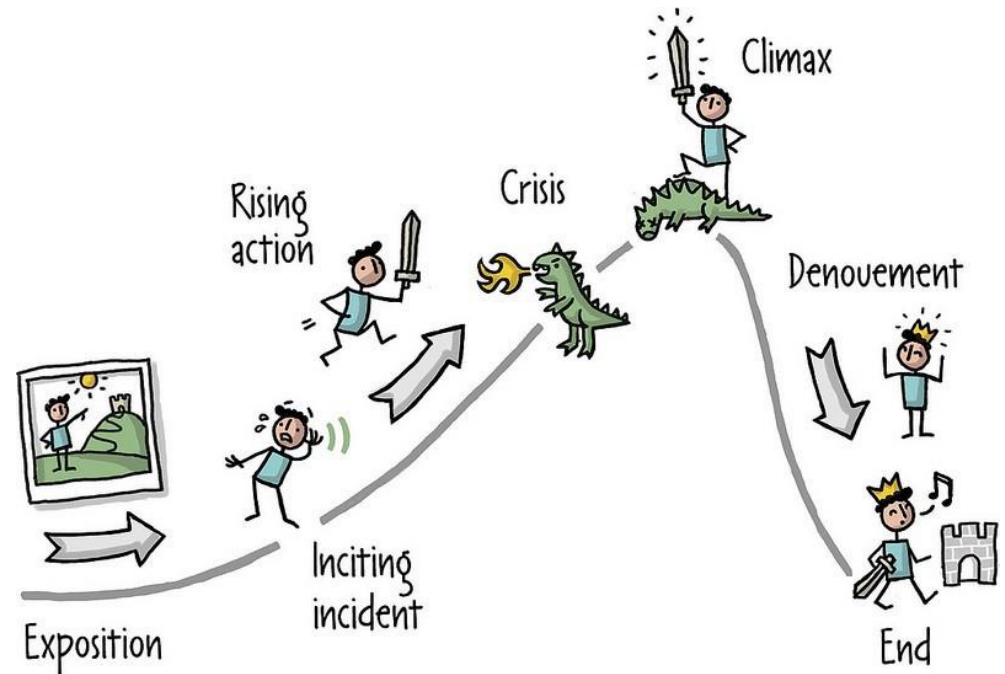


STORY TELLING

Story telling: Raconter un développement

source: Daniel Henry

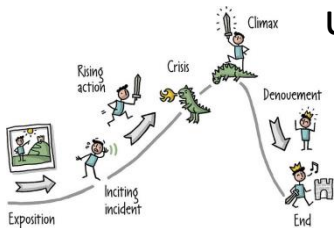
- Le storytelling propose la **scénarisation** ou mise en scène de l'usage ou de la solution.
- Basé sur un arc narratif type
- C'est une aide à la conception: il s'agit de raconter l'histoire complète de l'usage, pour en **corriger la conception** plus facilement.



Story telling: pourquoi et comment?

source: Daniel Henry

- Raconter la naissance d'un produit permet d'informer les futurs utilisateurs de manière ludique, en leur offrant une part de rêve.
 - Les impliquer dans le processus de création est le meilleur moyen pour le client de se l'approprier en toute confiance.
 - NB: On peut aussi lui demander de participer à l'écriture
- Suivre le développement et noter ses évolutions pour engranger des notes
 - Comme éventuels arguments de vente,
 - Pour personnaliser le « produit » obtenu, en l'habillant d'une histoire.
 - Cela permet de l'humaniser en quelque sorte et ainsi de renforcer son « pouvoir » de séduction, voire de créer la légende si ce produit devenait une star.

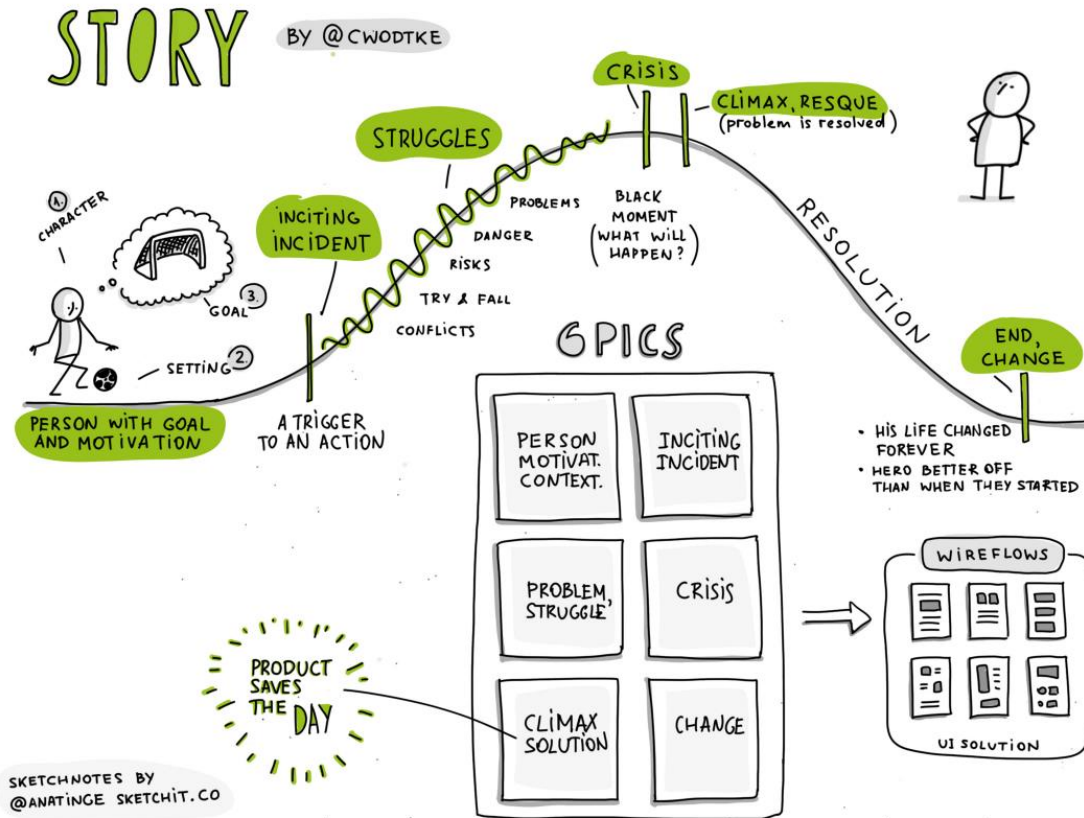


Retracez le voyage du héros, les étapes clés de son parcours

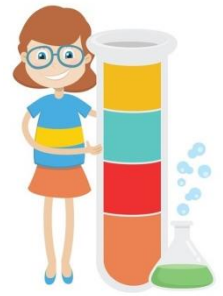
Montrez les émotions ressenties par le héros

Racontez une histoire en mettant le héros / l'utilisateur au centre

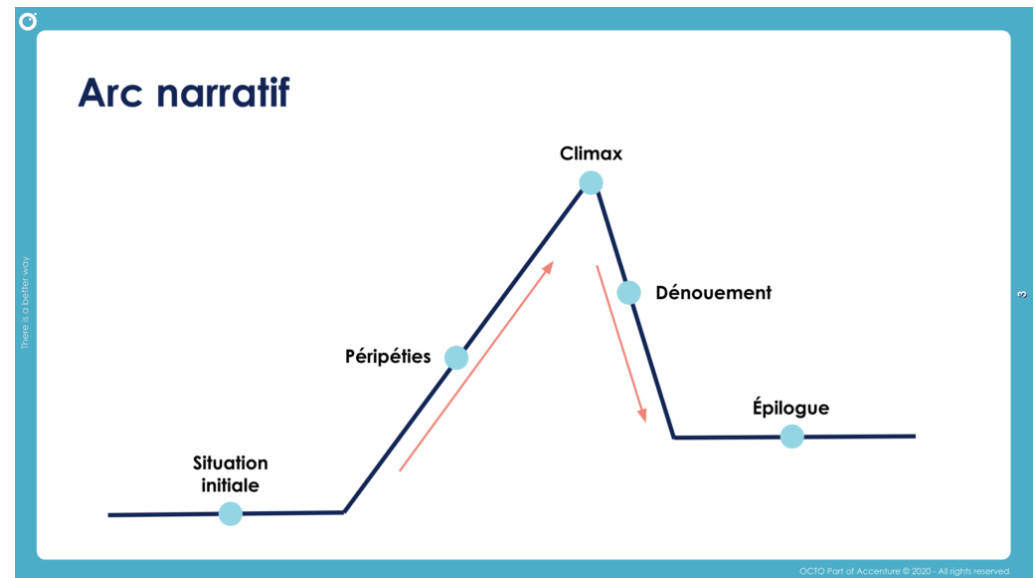
Concevez votre pitch comme une expérience à faire vivre à votre public



Expérience : racontez votre solution!



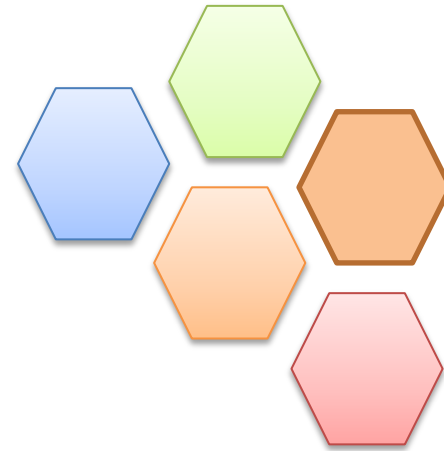
- Sur la base des outils développés:
 - Carte d'empathie
 - Vision
 - Prototypage
 - Storyboard utilisateurs
- Racontez votre solution en utilisant le fil rouge de l'arc narratif



DESIGN THINKING SYNTHÈSE

Bilan Design Thinking

- Qu'avez-vous aimé?
- Quelles interrogations?
- Quelles difficultés?
- Comment avez-vous fait?
- Qu'avez-vous appris?



EMPATHIE

Qui est concerné?

explorer et comprendre les façons de penser, de ressentir le problème, dans quel contexte et selon quels véritables comportements, croyances, valeurs, subjectivité?

Interview, carte d'empathie, ethnographie, terrain, photos

Observation- Dialogue- Immersion

DEFINITION DU PROBLEME

reformuler la compréhension (*carte d'empathie, régularités des données, thèmes clés, user stories,...*),

Identifier des aventures, Archétype utilisateur (persona), *cartographie du parcours*, « **patterns types** » (*a besoin de ... parce que...*)

Objectif du design = *Comment pourrions nous? (CPN)*

Impératifs du design = *ce que la solution doit faire et la façon dont les usages en font l'expérience indépendamment de la forme de la solution*

IDEATION

Imaginer Concepts/ aventures à mettre en place pour régler le pb
Diversifiez l'équipe, suspendez le jugement, cherchez la quantité, encouragez les idées incongrues, soyez visuels, **restez concentré sur le comment pourrions nous / impératifs et aux objectifs du design.**

Le succès dépend de la meilleure idée pas de la moyenne des idées.

Matrice de sélection – **mieux, identique-moins bon.**

TEST

Recueillir des **réactions utilisateur**
choisir et affiner la solution à retenir

Attentif aux heureux hasards du test, éliminer les solutions médiocres, révéler les limites,
Ne survendez pas le prototype, à réaliser au max dans un contexte réel d'utilisation

laisser s'en servir plutôt que d'en parler, observer les réactions pour améliorer la solution

format de recueil des réactions : expérience utilisateur, user story, films, enregistrements

Séduisant- réalisable-viable

PROTOTYPAGE

Prototypage rapide: converger vers une solution commune

Représentation rudimentaire d'un ou plusieurs attributs de la ou des solutions

oblige à clarifier les idées, réduit l'incertitude, réduit les désaccords de point de vue sur la solution

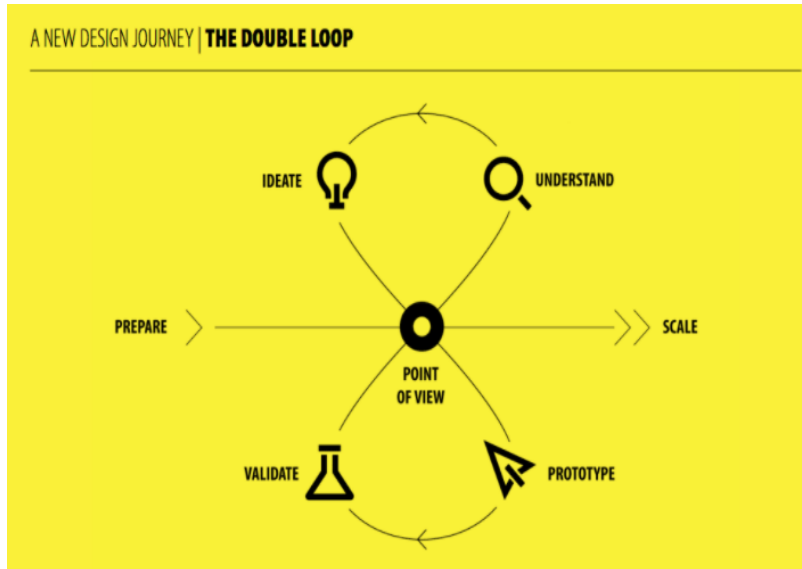
Objectifs - Niveau d'approximation par rapport à la cible- planifier-calendrier des itérations

Nouvelles informations

Nouvelles idées

A quoi sert le design thinking?

Imaginer des solutions reliées au terrain



- Analyse des usages
- Carte d'empathie
- Prototypage en lien avec l'utilisateur

- Identifier les freins et motivation
- Encourager la co construction
- Permettre une meilleure adhésion à l'innovation
- Renforcer les chances de succès d'un projet

A quoi sert le design thinking?

Adopter une approche centrée sur l'humain

Source : Tim Brown , l'esprit Design, ed Pearson

- « Accorder autant d'attention à la signification émotionnelle des produits/services qu'à leur performance fonctionnelle »
 - Observation des comportements et expérimentation
 - Identifier les besoins non exprimés et les traduire en opportunités

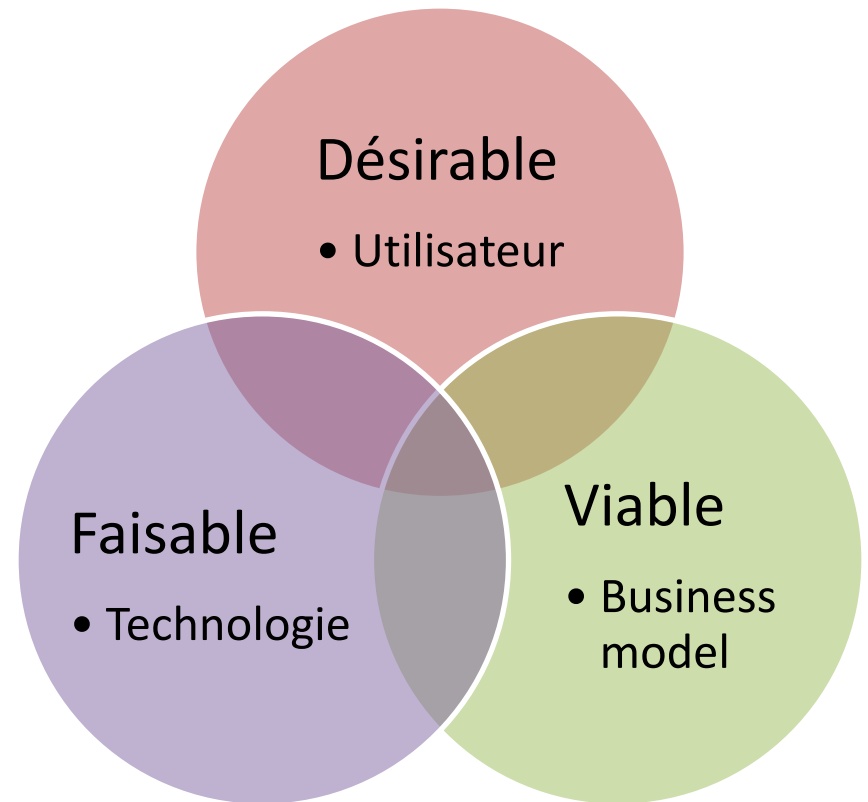


A quoi sert le design thinking?

Réduire le temps de matérialisation d'une idée

Source : Tim Brown , l'esprit Design, ed Pearson

- Multidisciplinaire
- Accepter l'échec comme outils d'apprentissage
- « Considérer Le prototypage comme partie intégrante du processus de création et non comme moyen de valider des idées finies »
- «Echouez tôt et souvent»



A quoi sert le design thinking?

Prendre des décisions autrement

Source : Tim Brown , l'esprit Design, ed Pearson / Revue de Gestion HEC Montréal

- **Pensée intégrative:** élargir l'éventail des aspects du problème
 - Solution de facilité: OU / MAIS
 - Logique du **ET**: « considérer les relations non linéaires et multidirectionnelles comme source d'inspiration, et non en tant que contradiction »



Roger L. Martin,
Université de Toronto
The opposable mind

- ❖ *«épouser la confusion»: accepter la complexité pour générer plus d'opportunités créatives*
- ❖ *« Lorsque'aucune des réponses envisageables ne fait l'affaire, on doit prendre du recul, s'engager dans un tout autre processus et proposer d'autres options »*

Exemple

Conception des hôtels Formule 1 (1985)

Développer une offre autour d'une contrainte définie par l'utilisateur

- Cible: employés / ouvriers en déplacement et jeunes
- Objectif: offrir la nuitée à moins de 100F soit 15€
 - La construction ne doit pas dépasser 55% du CA prévisionnel de l'établissement
- La conception part de ces objectifs:
 - Construction modulaire en blocs de 4 chambres, assemblage d'un hôtel en 2 mois
 - Distributeur automatique de chambres
 - Sanitaires autonettoyants et collectifs
 - Chambre conçue pour être préparée en 10 minutes (lit sur socle)
 - Remplacement des clés par des codes



Gillette search Reading

- Laboratoire près de Londres où chaque jour environ 80 personnes viennent se raser devant une glace sans tain, avec des prototypes ou des produits existants
- Observation des gestes, des pratiques
- Mesures de satisfaction



Philips: the ExperienceLab

- Philips Research Eindhoven, Pays Bas, depuis 1914, + de 1200 professionnels, 50 nationalités, psychologues, sociologues & designers
- **Experience context:** Observation des utilisateurs dans leur contexte pour comprendre les besoins non satisfaits
- **Experience laboratory:** Test des prototypes par les utilisateurs, expériences scientifiques pour identifier les réactions physiologiques
- **Experience field:** Confrontation des utilisateurs avec les futurs produits dans un environnement réaliste



5 étapes

