

Service design

Day by Day

Paris, vendredi 27 janvier 2017

au programme

1 phase de recherche

2 phase d'idéation

3 innovation day

4 next steps



phase de recherche

phase de recherche

benchmark

(concurrentiel, inspirationnel, technologique)

Le marché, les tendances, ...

- Comment se comporte le marché de la vente en vrac ? Quelle est sa maturité ? Quels sont les chiffres ? Le e-commerce est-il développé sur ce secteur ? ...
- Qui sont les concurrents de Day by Day ? Leurs parts de marché ? Leurs points de différenciation / de convergence ?
- Quelles sont les nouvelles tendances du digital-in-store ? Les best practices ?
- Quelles sont les règles de gestion logistique dans le domaine ? Achat en gros / en détail ? Livraison à domicile / retrait en magasin ?

phase de recherche

recherche utilisateurs

À qui est destiné le service ?

- Recueil des avis utilisateurs (Google, Facebook, ...), des data marketing (fournies par Day by Day), shadowing, interviews, ...
- Définition des échelles comportementales → Création de personas
- Réalisation d'une UX map (basée sur les personas) avec le client lors d'un premier atelier au préalable

phase de recherche

problématique

**Comment améliorer vos magasins
et valoriser votre offre à travers
l'innovation digitale et logistique ?**



phase d'idéation

atelier d'idéation

préparation

Le lieu

- Espace privatisé de co-working “Le 10h10” Sentier
—> cadre de travail familial, convivial et motivant



Les consignes

- Demander aux participants de jouer le jeu et de déposer les smartphones / PC pour favoriser la concentration lors des ateliers.
- > Affiches originales avec comme consigne :
Un smartphone déposé, un chocolat offert !

Les participants



9 personnes

- 1 co-fondateur
- 1 business developer
- 1 directeur marketing
- 1 responsable logistique
- 1 responsable service client
- 2 gérant(e)s de franchise (1 Paris / 1 province)
- 1 chef de marché
- 1 employé

Agence : 5 personnes

- 2 UX senior (animateur)
- 1 service designer (animateur)
- 1 UX junior (observateur)
- 1 roughman (woman) pour représenter les idées générées sous forme de croquis

atelier d'idéation

inputs fournis

Point trop n'en peut

- Rappel des personas
- UX map

Et puis c'est tout !

—> Nécessité de ne pas trop influencer les participants et de seulement leur fournir le strict minimum pour s'immerger dans le sujet.



innovation day

innovation day

matinée

matinée

9h30 - 10h30

Accueil des clients

9h

Accueil des clients dans l'espace privatisé avec un service de petit-déjeuner (mini viennoiseries, café, chocolat chaud, thé, eau...)
+ Présentation de l'équipe d'animation
+ Ordre du jour

9h45

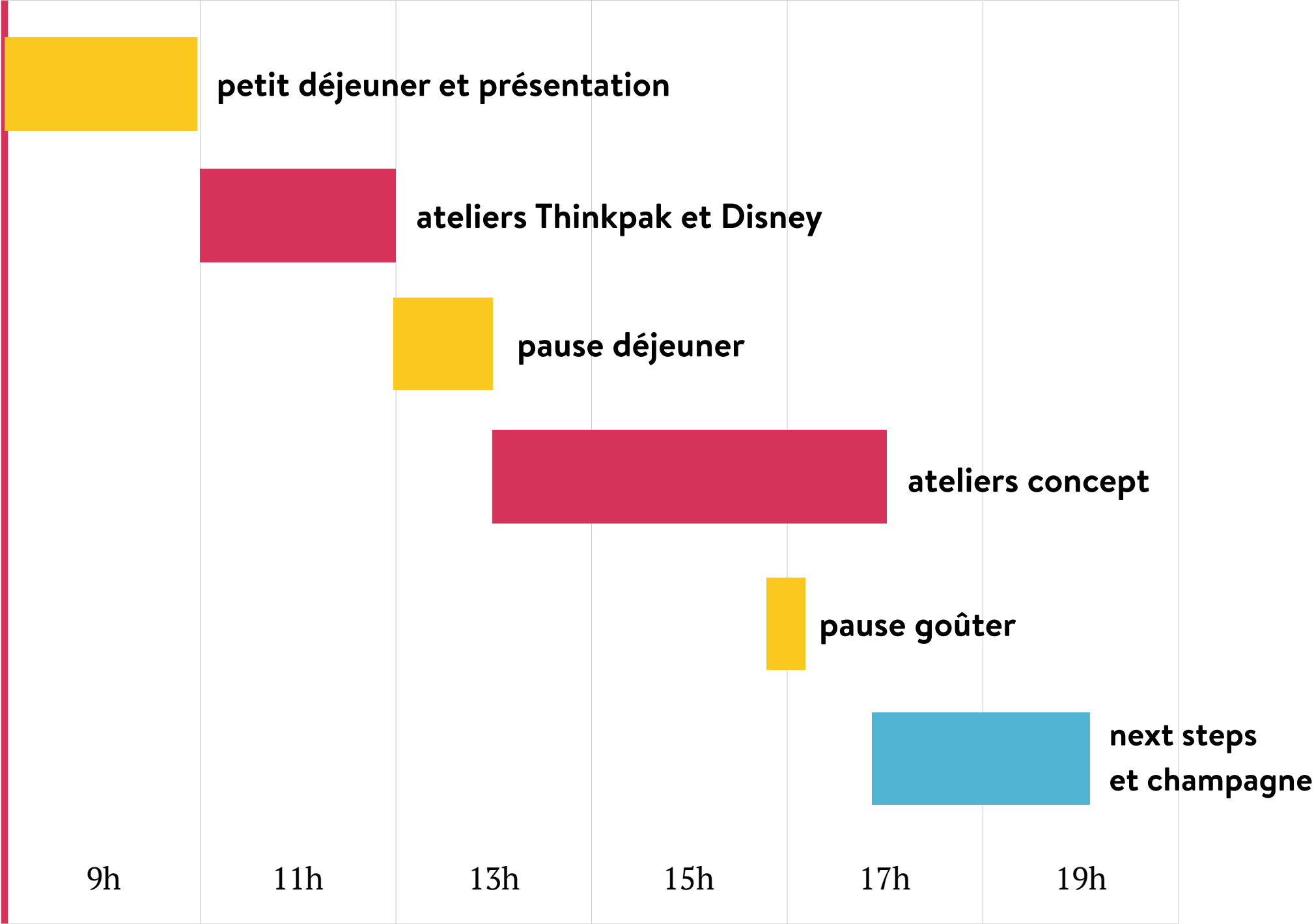
Après avoir bien pris connaissance des objectifs du client, il est important de challenger le brief initial et d'en débattre avec eux.

Présentation équipe

- Chaque membre de l'agence se présente de façon atypique, en commençant par les basiques (Prénom, Âge, Profession, Rôle).
- Puis enchaîne sur ses passions, sa plus grande joie et une grimace.



Ordre du jour



Objectifs de la journée

- Identifier les points à améliorer
- Créer de la valeur ajoutée au service existant
- Générer de nouvelles idées
- Converger ensemble vers un nouveau concept innovant

matinée

10h30 - 11h

Atelier brise glace

Principes

- Les participants se lèvent en formant un cercle. Le but du jeu est de former une histoire avec la contribution de chaque participant.
- Chacun dit une phrase qui doit :
 - être cohérente et qui pourrait apporter un peu de drôlerie à l'animation
 - être construite en une seule phrase continue
 - être grammaticalement correcte.
- *Exemple : 1- « J'allais prendre mon petit déjeuner ce matin » 2- « Un chien m'a sauté dessus » 3- « J'ai dit bonjour au chien » 4- « Le chien m'a demandé ce que j'allais prendre comme petit déjeuner »*

Principes

- Le jeu continue jusqu'à ce que tous aient participé, ou lorsque le meneur de jeu pense que les participants sont en forme. L'UX Junior note les réponses de chacun, à la fin de l'atelier il lit l'histoire complète.
- L'objectif de cet atelier permet de briser la hiérarchie du côté client et d'apporter plus d'aisance.
- Les clients seront plus amples à communiquer entre eux.



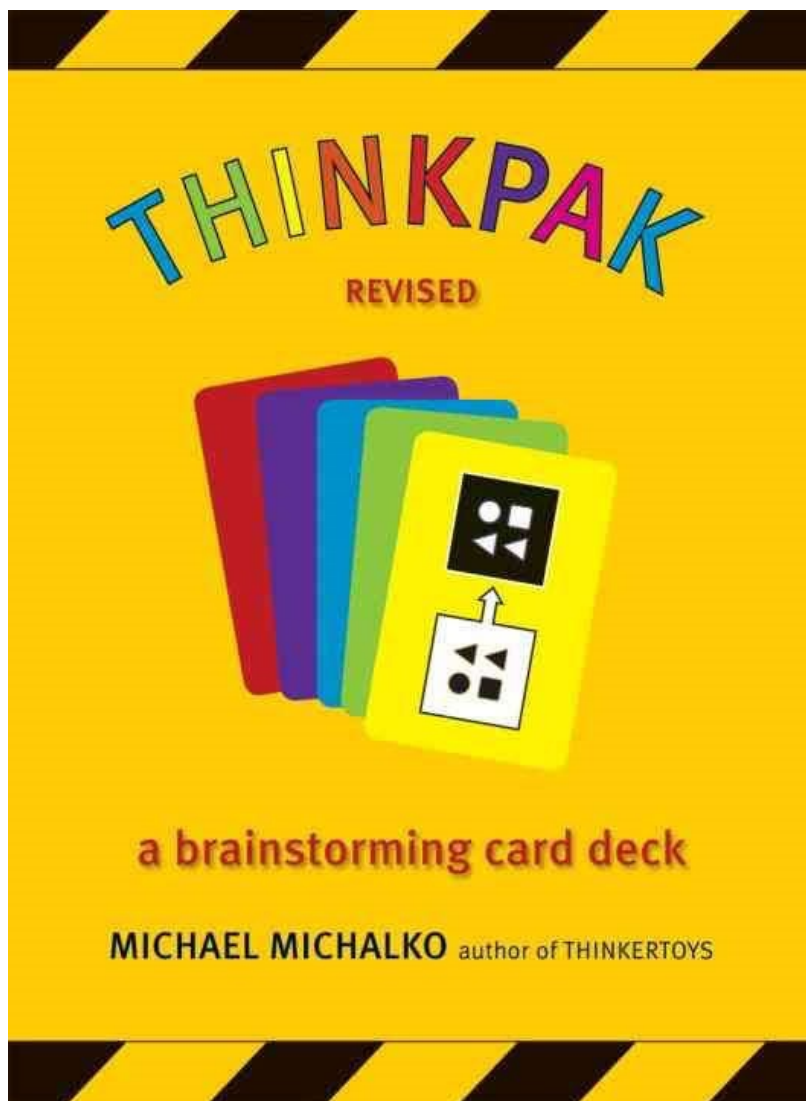
matinée

11h - 11h45

Atelier Thinkpak

(méthode Scamper)

Principes



- Chaque joueur tire une carte d'une catégorie d'idéation (Substituer, Combiner, Adapter, Modifier, Magnifier, Produire ou trouver un nouvel usage, Éliminer, Renverser, Réorganiser)"
- Il a alors deux minutes pour trouver une idée basée sur cette carte et l'écrire, sans quoi il est éliminé.
- Le jeu se termine quand il ne reste plus qu'un joueur (ou à 11h20).
- Objectif : **Générer des idées, les trier et les évaluer.**

matinée

11h45 - 12h45

Atelier Disney

Principes

- Division des 9 clients en **3 groupes types**, un canapé (ou un groupe de fauteuils) pour chaque groupe. **Un groupe incarne un personnage archétype** pendant 15 min puis change de personnage / canapé / groupe de fauteuils.
- Chaque personnage sera en possession d'un objet type représentant son personnage dans l'univers Disney (exemple : baguette magique pour le rêveur, montre à gousset d'Alice au pays des merveilles pour le réaliste, porte-clé yoda pour le critique) afin de favoriser la communication entre les employés.

Rôle de chaque profil

- **Le rêveur** ne se censure pas, et propose toutes les idées qui lui viennent sans penser à la faisabilité ou au coût. Pour lui tout est possible, il vit dans un monde de magie.
- **Le réaliste** essaie de concrétiser l'idée du rêveur, il réfléchira au “Comment”, aux coûts, aux ressources nécessaires. Il s'interroge sur la faisabilité.
- **Le critique** pense aux obstacles à la concrétisation du rêve, il réfléchit aux problèmes potentiels (aléas, impondérables dans les étapes du projet...), il permet ainsi d'anticiper les obstacles et de trouver des moyens d'y répondre. Il s'interroge sur l'organisation et le déroulement du projet.

L'animateur de l'atelier joue le rôle du “neutre”, il est garant du respect des rôles de chacun, du bon déroulé de la séance, et sert de référent pour les questions techniques.

Déroulé

1ère étape :

- Le groupe des rêveurs propose tour à tour ses idées, le groupes des réalistes et des critiques exposent leurs points de vue et posent une série de questions pré écrites, ou non (toujours liée au personnage).
- Une fois les idées des rêveurs épuisées, on change de rôle et ainsi de suite jusqu'à ce que tout le monde ait incarné chaque rôle (sauf pour le neutre qui ne change pas).

2ème étape :

- On choisit l'idée qui ressort le plus, et on refait un tour dessus pour l'affiner.

Buts : profiter de l'expertise et de la personnalité de chacun en alternant les rôles pour arriver à des pistes de conception réalisables et innovantes.

Questions pré écrites : Le rêveur



Que puis-je imaginer ?

À quoi cela va-t-il servir ?

Pour qui ?

Si tout était possible je ferais...

Si nous étions riches comme Crésus je ferais...



Questions pré écrites : Le réaliste

Quelle est la clé du succès de ce projet ?

Est-ce que cette idée est vraiment intéressante pour les utilisateurs ?

Quels moyens sont nécessaires (humain / financier) ?

Quel est le délai de réalisation ?

Questions pré écrites :

Le critique



Est-ce que cette idée a un sens, à quoi cela sert ?

Est-ce que c'est vraiment la meilleure idée ?

Ai-je les moyens techniques, financiers et humains
nécessaires à sa réalisation ?

Quels obstacles va-t-on rencontrer et comment les
contourner ?

12h45 - 13h

Vote des idées favorites

Demander aux participants de voter pour leurs idées favorites, en attribuant à chacune des points représentés par des gommettes. Ce vote indiquera quelles sont les idées les plus populaires et donc retenues et élaborées sous forme de concepts.

innovation day

déjeuner

Le lieu

- **Le Café Pinson** (58 Rue du Faubourg Poissonnière - à 10 minutes à pieds)
 - > Lieu cosy au design soigné
 - > Cuisine bio, belle, bonne et surtout inventive !
Cela va permettre d'ouvrir tant les papilles que les esprits



innovation day

après-midi

après-midi

14h - 14h15

Rappel de la matinée
et planning de l'après-midi

Mise en perspective

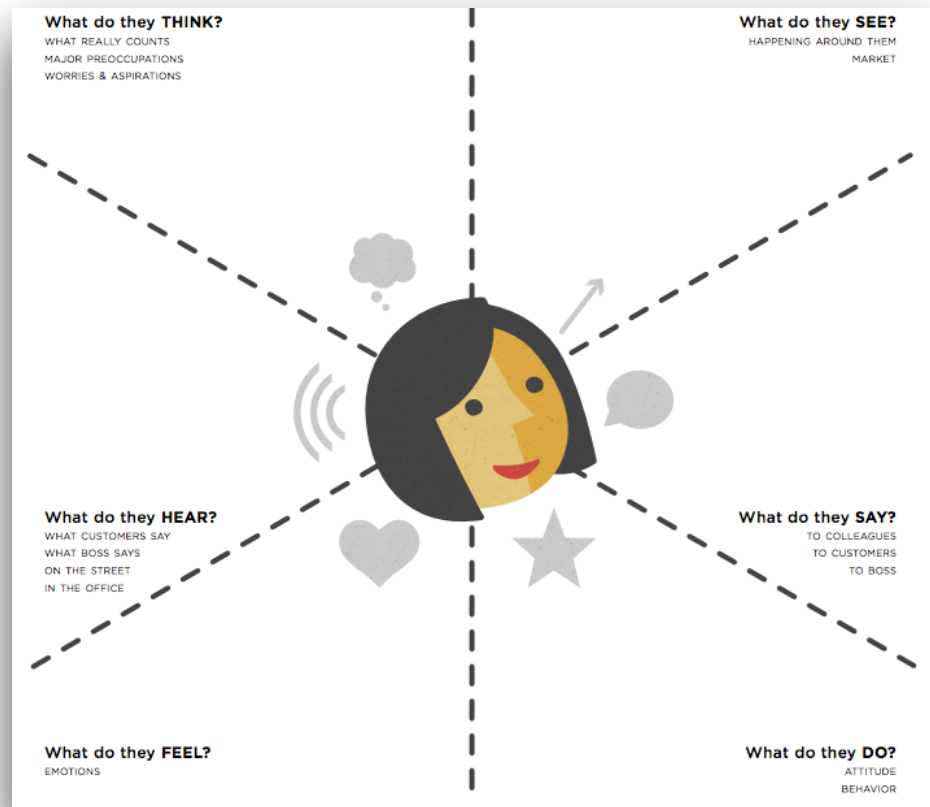
- L'UX senior résume la matinée.
- Les 3 meilleures idées serviront de base à l'après-midi.
- Le designer de service et le roughman font le récapitulatif de la séance à partir du mind mapping et du sketch mapping.

après-midi

14h15 - 15h

Atelier « Dans la tête d'un usager »

Principes



- Formuler des pistes d'action à partir d'une carte d'empathie (ci-contre)
- Rappeler que dans le design UX, on part du point de vue de l'utilisateur pour concevoir des services
- Définir un objectif
- Formuler des insights

Principe : En trinôme, un participant se met dans la peau d'un user, un autre, en animateur, et le troisième remplit la carte d'empathie

Objectif : Reprendre les 3 meilleures idées du point de vue d'un utilisateur

après-midi

15h00 - 16h45

Atelier « modelage du concept »

Modelez vos idées !



- Les participants se mettent en 3 groupes de 3.
- À partir des 3 idées retenues dans les précédents ateliers, les groupes doivent réfléchir à un concept.
- Un animateur par groupe aide les participants à développer leurs idées.



Chapeau l'artiste

Afin de matérialiser et mettre en perspective leurs concepts, les groupes auront à disposition de la pâte à modeler et bénéficieront de l'aide et des conseils d'une artiste/sculptrice de pâte à modeler : **Alexandra Bruel**.

<https://www.behance.net/alexandrabruel>

Voilà



- Chaque groupe fournit une fiche concept ainsi que des inputs en pâte à modeler.

après-midi

16h45 - 17h

Pause goûter

(la pâte à modeler n'est pas comestible)

après-midi

17h - 18h

Atelier de conception final

Convergence des idées

- À partir des 3 fiches concepts et des inputs en pâte à modeler réalisés précédemment, nous retenons les meilleures idées des 3 groupes pour converger tous ensemble vers un concept final.
- Six to one (le but est de valider la vision retenue, de vérifier que tout le monde va bien dans le même sens) :
 - 1ère phase : Chaque participant réalise un storyboard de l'idée retenue
 - 2ème phase : Mise en commun, discussion et réalisation d'un seul storyboard en collaboration avec le service designer et le roughman.

Euréka !

- Mesure du rapport effort / effet pour chaque idée / fonctionnalité (avec un système de classification par taille : XS, S, M, L, XL)
- Puis, définition et validation d'une customer journey map en partant du concept retenu.
- Élaboration du business model canvas
- Création d'un prototype du service en pâte à modeler (réalisée par Alexandra Bruel)

après-midi

18h - 18h30

Fin de journée

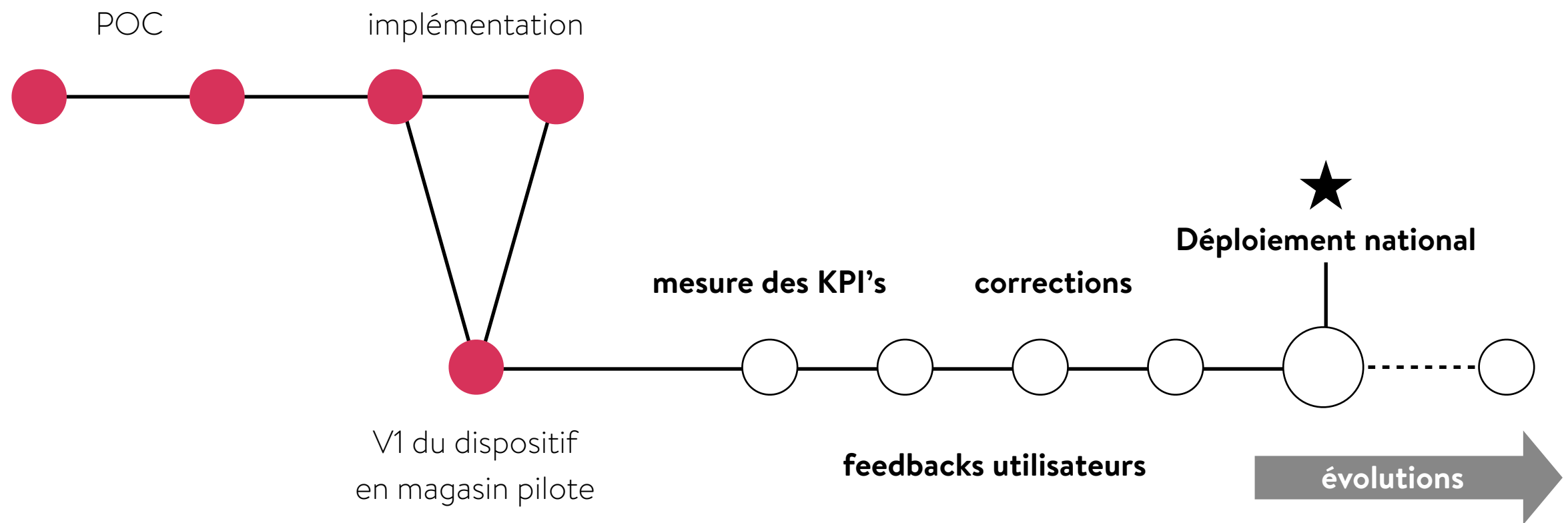
Et c'est pas fini !

- Avis oraux des clients sur la journée passée
- Définition des next steps (CR, implémentation, technique, accompagnement ...)
- Remise des livrables et plus (customer journey map, accessoires atelier Disney, croquis des participants dans la journée par le roughman, etc.)
- Coupes de champagne avec petits fours



next steps

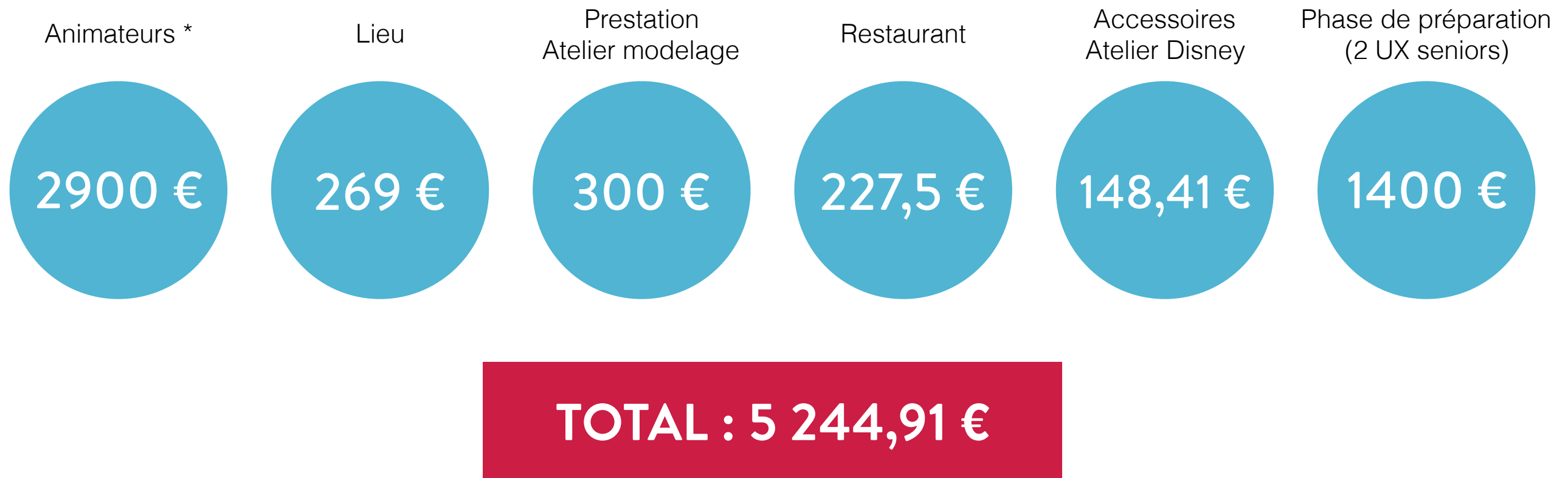
Roadmap



Together is better

- Accompagnement et conseils jusqu'à l'implémentation dans le magasin pilote
- Mesure et analyse des KPI's, réflexion autour des feedbacks utilisateurs et mise en place des quickwins
- Suivi des améliorations apportées et du déploiement national

Coût de la journée



*2 UX senior : 1400€ / 1 service designer : 750 € / 1 UX junior : 450 € / 1 roughman : 300 €

Exemples d'innovations digitales

- Un magasin spécialisé comme Day by Day doit se préparer dès aujourd'hui à cette étape cruciale du **commerce digital** en proposant à minima la vente en ligne de produits non alimentaires et alimentaires dans une **stratégie omnicanale** (coordonner entre eux tous les canaux de vente (site, magasin, VPC, tablette, smartphone, montre connectée etc.)), qui permet de commander à tout moment et où que l'on soit un choix de produits en ligne supérieur à un magasin, en choisissant à la volée **le mode et le lieu de livraison** (retrait en magasin (Click and Collect), point relais, livraison à domicile....).

Exemples d'innovations digitales

- **Application mobile** : intégrant la réalité augmentée. Lorsque l'on passe sur le produit on a les infos de provenance, origine, distance de production, infos sur le producteur, ...
- **Borne in store** : mise en avant de recettes et synchronisation sur l'application pour avoir la liste de courses adéquates.

Exemples d'innovations logistiques

- Les vendeurs ont un rôle crucial dans ce nouveau type de commerce, tant pour l'hygiène que pour le conseil. Pourquoi pas les mixer avec des vendeurs robots ?
- Proposer la livraison à domicile de produits alimentaires frais après une commande passée sur Internet ou sur place. Nommée aussi « **bataille du dernier kilomètre** », cette tendance majeure est en train de devenir un enjeu logistique stratégique crucial qui importera à terme toute la distribution internationale. Pourquoi pas proposer la livraison à domicile **en voiture électrique ou vélo** pour rester dans une logique de protection de l'environnement. Tout ça avec un **système de créneaux horaires**.

Exemples d'innovations in store

- Une ambiance spécifique chaleureuse, sophistiquée, imitation des épiceries traditionnelles d'antan.
- Transformer **les toits des magasins en ferme urbaine** ?
- Mettre en place **une mini-ferme verticale hydroponique** (culture hors-sol) dans un des magasins pilotes. La serre, qui ne prendrait que 5 m² de surface au sol, proposerait la cueillette aux clients eux-mêmes avec différentes variétés de légumes et d'herbes.

merci

Alexandre Prévots

UX designer

blackpandem@gmail.com

Sébastien Auré

UX designer

sebastien.aure@gmail.com

Robin Gilbert

UX designer

robin.guilbert7@gmail.com