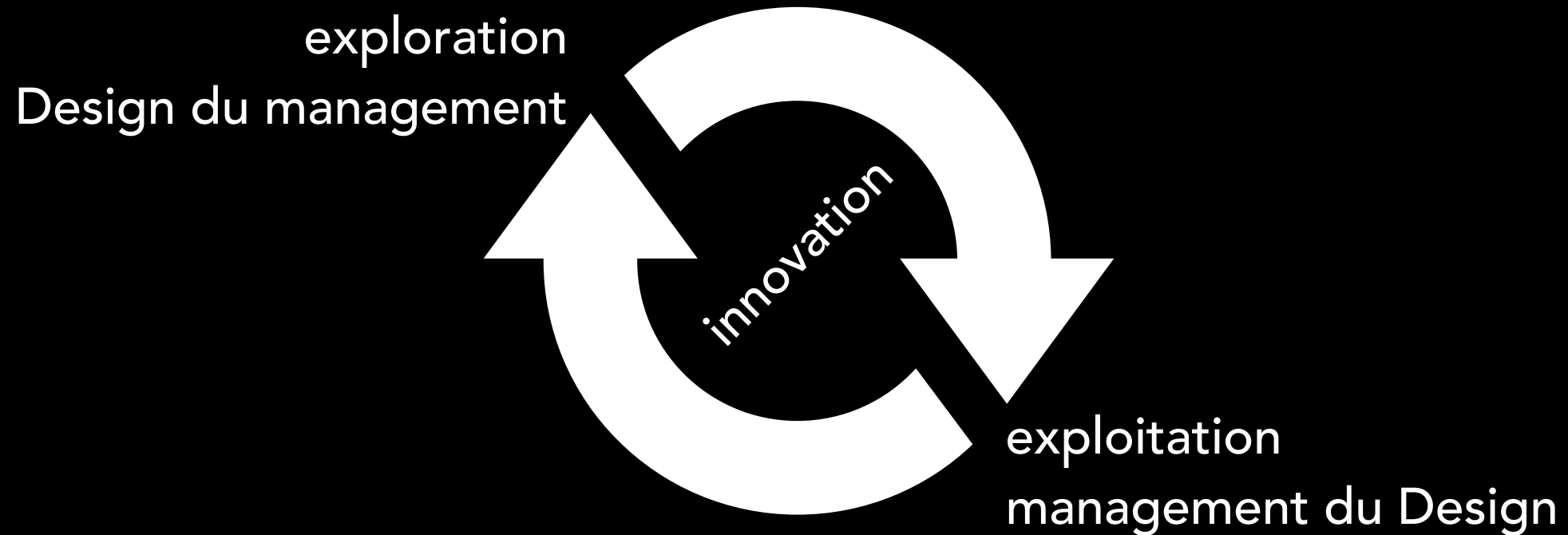


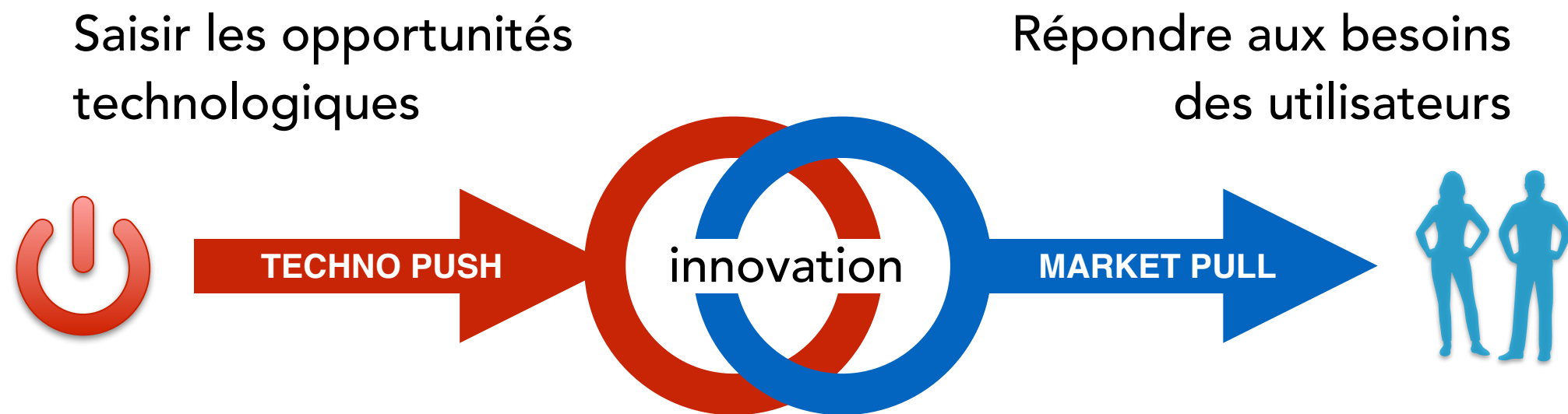
Design management

Design management et stratégie

Design Management



POURQUOI ET COMMENT INNOVER ?



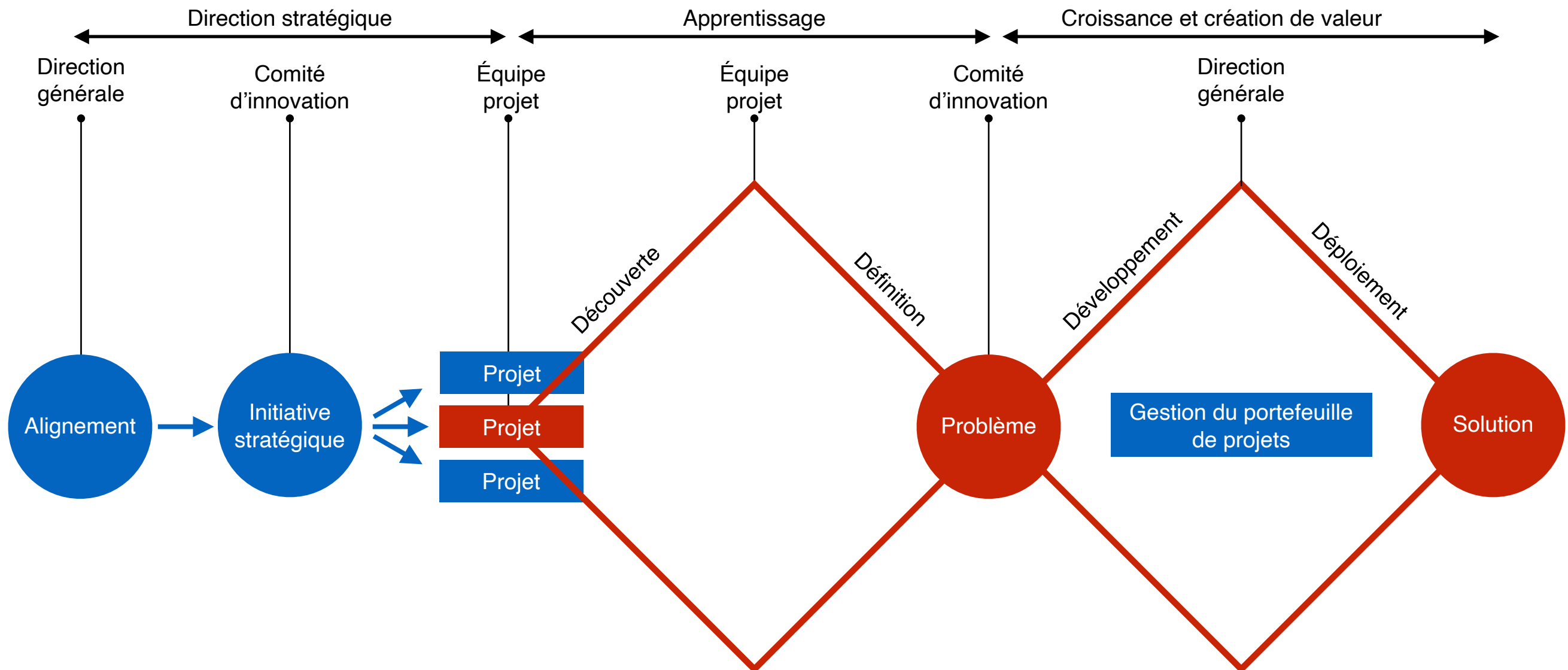
GESTION DE L'INNOVATION ET DESIGN MANAGEMENT

CONFIGURATION	Modèle d'affaire	La manière de rentabiliser	Design comme stratégie
	Réseau	La valorisation des relations avec les tiers (« coopétition »)	
	Structure	L'alignement des capacités et des moyens	
OFFRE	Processus	Les méthodes de conception et de production	Design comme processus
	Fonctionnalités	Les caractéristiques distinctives d'utilisation	
EXPÉRIENCE	Intégration	Le système intégré de produits et de services	Design comme esthétique
	Service	Le service après-vente fourni dans / en sus des offres	
	Canaux	La diffusion de l'offre aux clients et aux utilisateurs	
	Interface utilisateur	L'engagement de l'utilisateur avec l'offre	
	Esthétique & marque	La représentation de l'offre et l'image de marque	

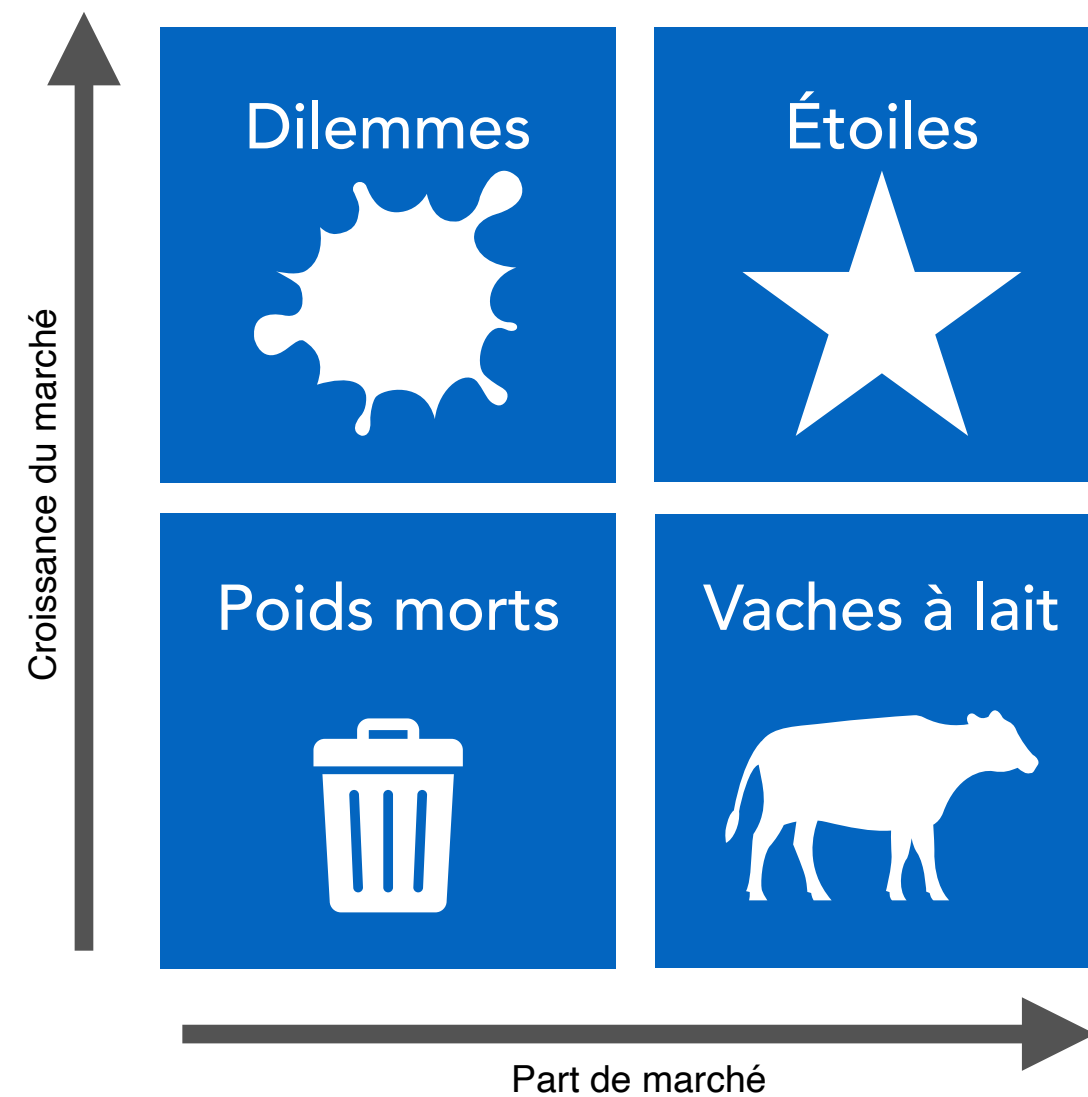
LE DESIGN MANAGEMENT,
CE SONT LES INGÉNIEURS EN GESTION DE L'INGÉNIERIE
QUI EN PARLENT LE MIEUX (EN V.O.)



DESIGN MANAGEMENT DE L'ENTREPRISE



GESTION DU PORTEFEUILLE DE PROJETS



Matrice du BCG, années 1970, Boston Consulting Group

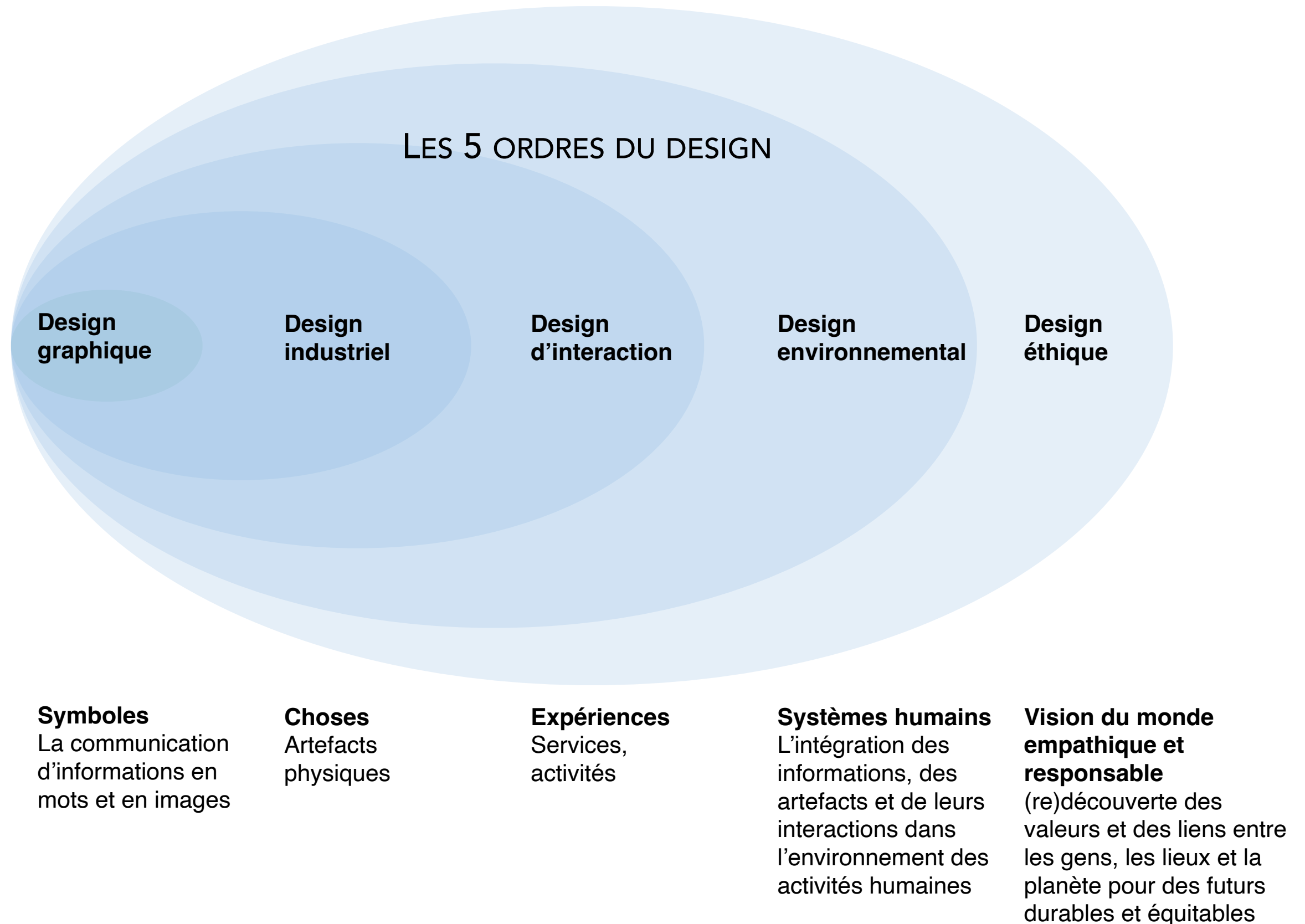
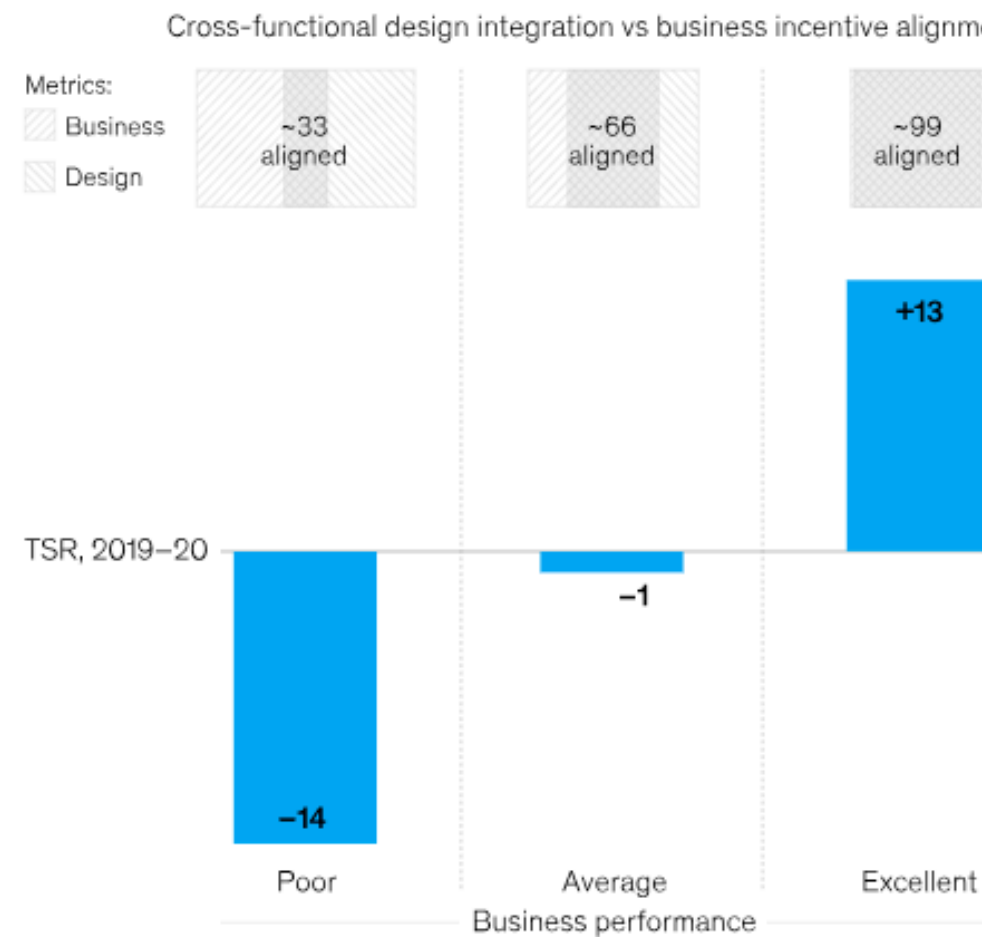


Figure 4: "Ethical design. A review of Richard Buchanan's four orders of design", *The fifth order of design*, Fonseca Braga, 2023.

Performativité du design stratégique :
le contexte agit sur l'entreprise
l'entreprise agit sur le contexte

LA STRATÉGIE D'ALIGNEMENT DU DESIGN ET DU MANAGEMENT EST RENTABLE

Total shareholder returns (TSR) by level of cross-functional alignment between teams, %



Source: BVoD More than department survey (n = 250)

McKinsey Quarterly Report, "Redesigning the design department", D. Cooney, A. Kondo, G. Kouyoumjian, & B. Sheppard, 2022

GRAVIR L'ÉCHELLE DE MATURITÉ DU DESIGN GÉNÈRE DE LA VALEUR

La réduction des coûts
L'approche de nouveaux marchés grâce au développement de personae
La réévaluation de la stratégie d'entreprise

4

Design comme stratégie

Le design est une des valeurs de l'entreprise et de ses dirigeants. Il favorise le renouvellement des modèles et stimule l'innovation.

L'intégration des produits et des services
Le développement de meilleures expériences pour les clients
La satisfaction des besoins des utilisateurs

3

Design comme processus

Le design est une méthode intégrée dès le début dans le développement des différents processus. La production se concentre sur l'utilisateur final et fait appel à différents spécialistes.

L'identification à la marque
L'effet waouh

2

Design comme esthétique

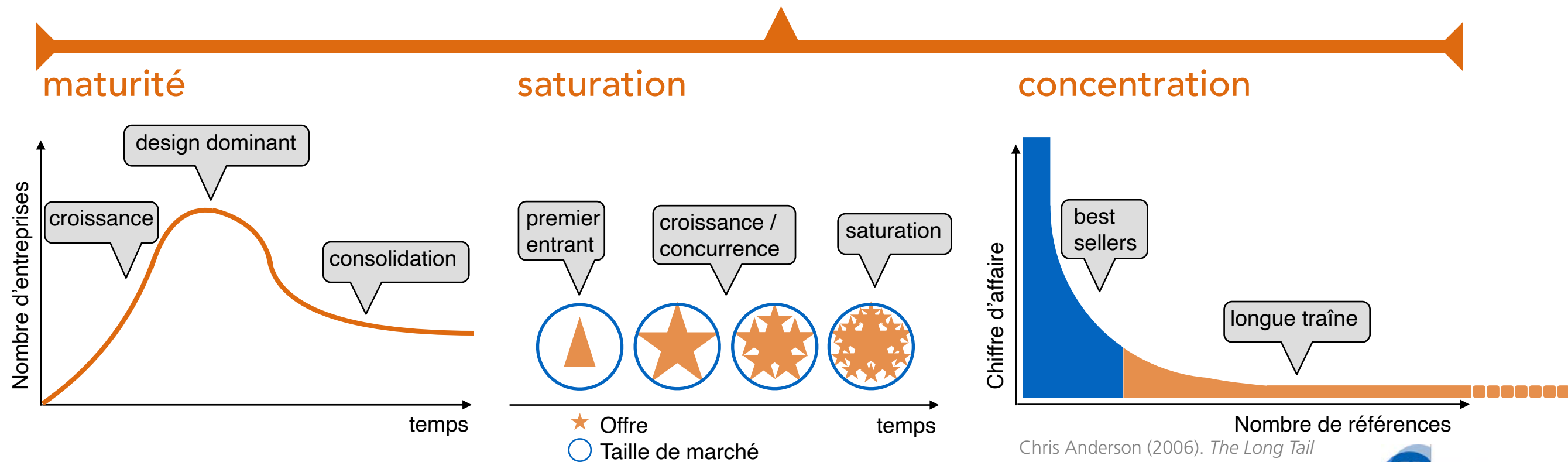
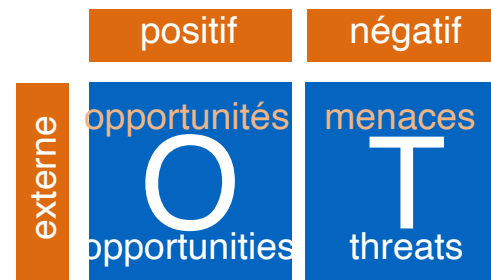
Le design est considéré sur les seuls plans formels et esthétiques.
A savoir l'image qu'apporte un objet ou une marque.

1

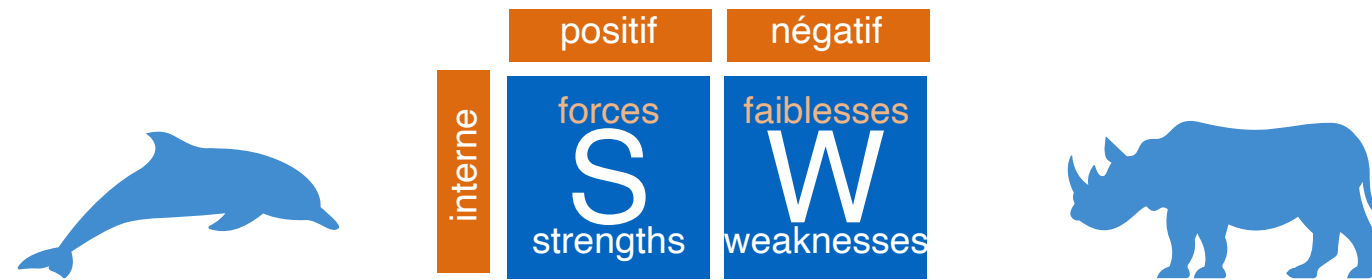
Aucune utilisation du design

Les décisions en design sont uniquement basées sur les opinions opérationnelles et esthétiques personnelles.
L'utilisateur final est très peu pris en compte.

LA CATÉGORIE



LE CONTEXTE 1/2 (DESIGN ORGANISATIONNEL DE L'ENTREPRISE)



Design organisationnel pour un avantage fractal

Interactions fluides entre les équipes

Développement d'un réseau de capacités dynamiques

Autonomisation décentralisée

Gestion de flux multiples de données ouvertes
interopérables

Charte de bonnes pratiques numérique conforme à
l'éthique de l'organisation

Design organisationnel pour un avantage d'échelle

Compartimentalisation hiérarchique des activités

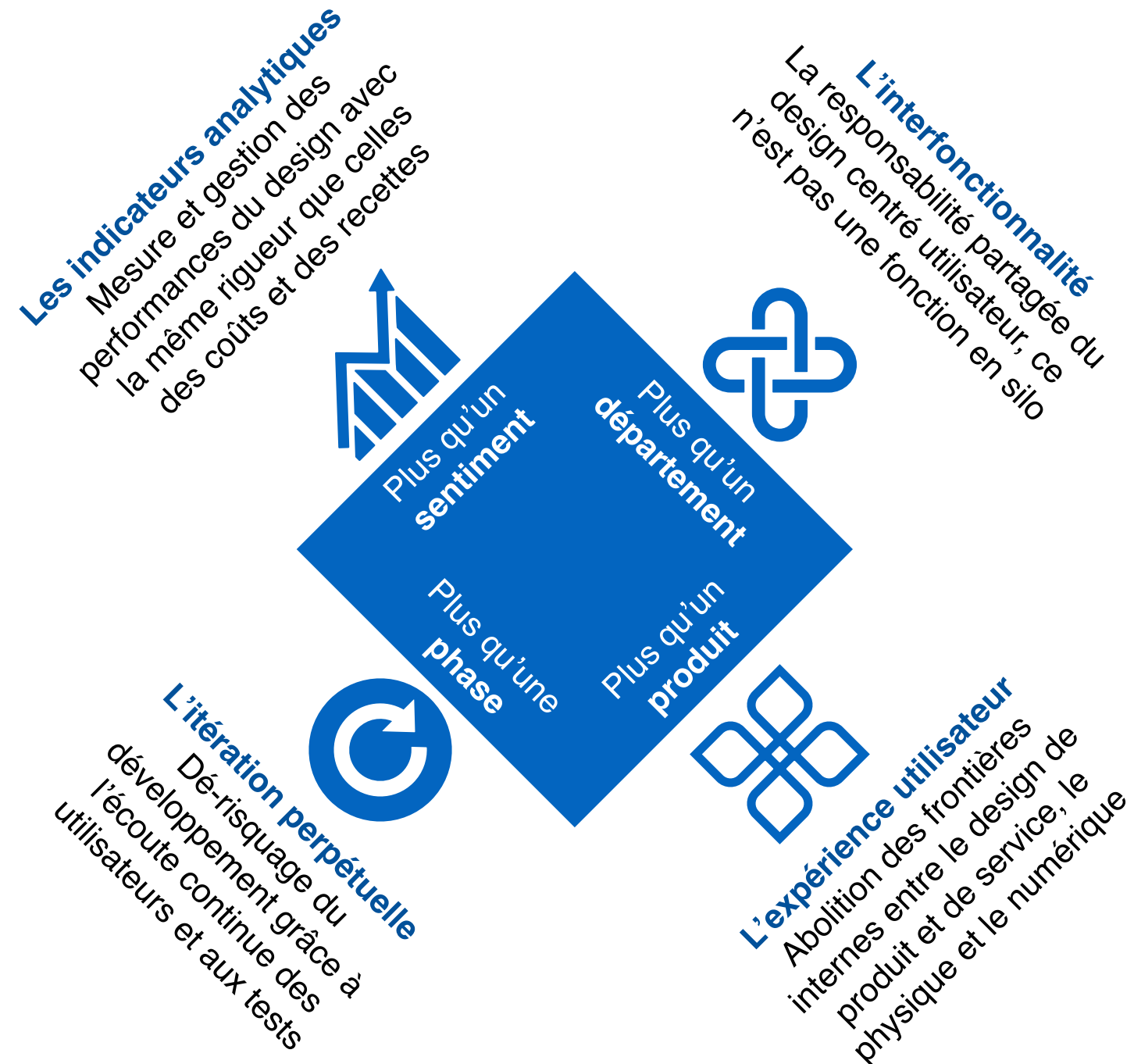
Acquisition et rétention d'actifs dimensionnants intégrés

Centralisation hiérarchisée

Contrôle ascendant et descendant des flux
d'informations propriétaires

Conditions générales d'utilisation obligatoires imposées
aux utilisateurs

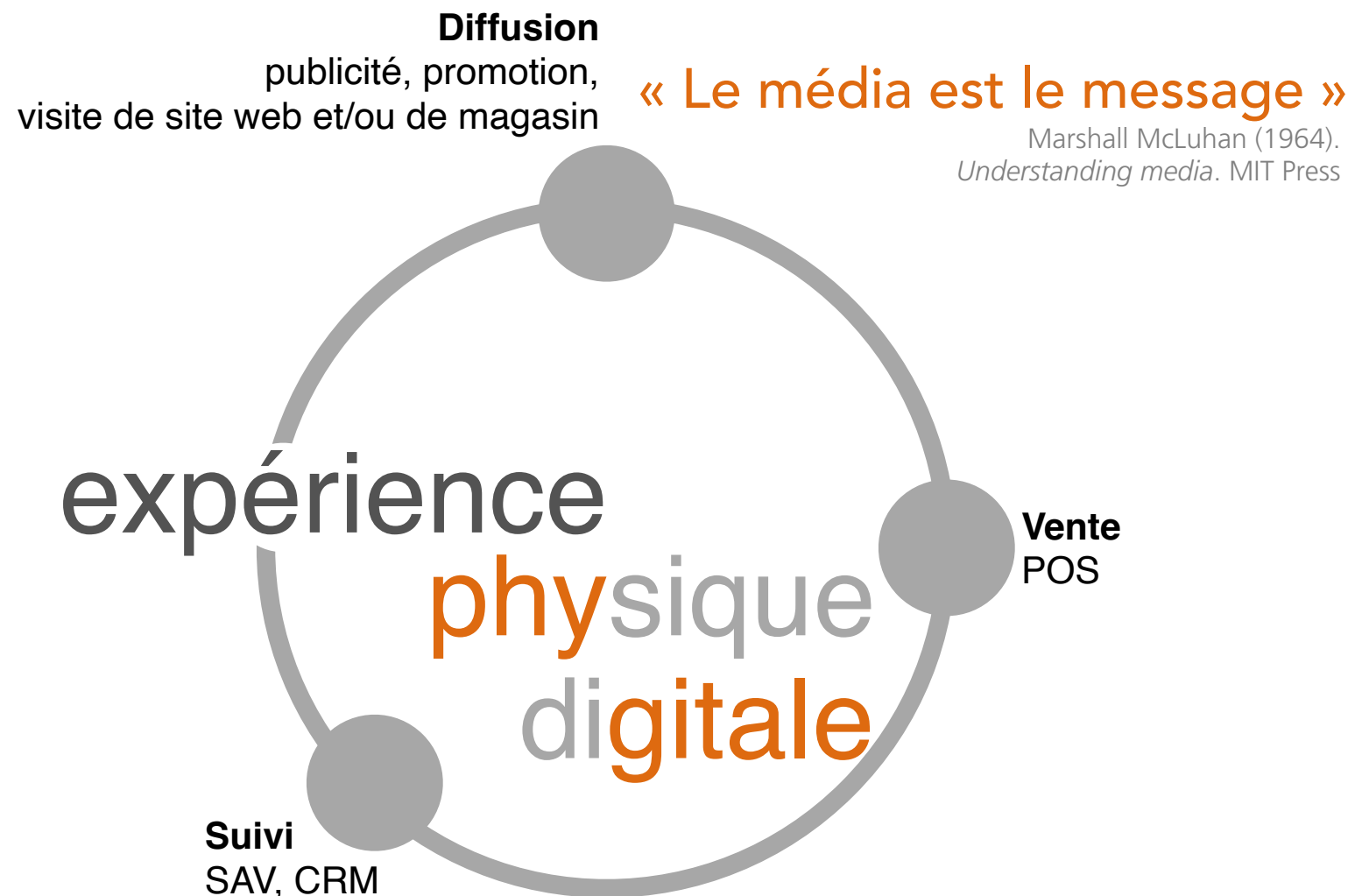
LE CONTEXTE 2/2 (DESIGN FONCTIONNEL DE L'ENTREPRISE)




Video : <https://player.vimeo.com/video/297150320?h=abb3be3d7a>

LES CANAUX (MÉDIATION ET UX)


La diffusion de l'offre aux clients et aux utilisateurs




LE DESIGN STRATÉGIQUE DE L'ENTREPRISE


**Perception du monde**
Qu'est-ce que cette personne croit ou pense du monde qui l'entoure ?


Portrait persona




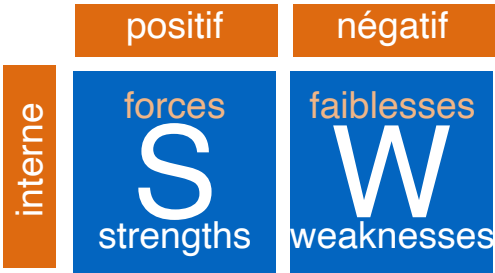
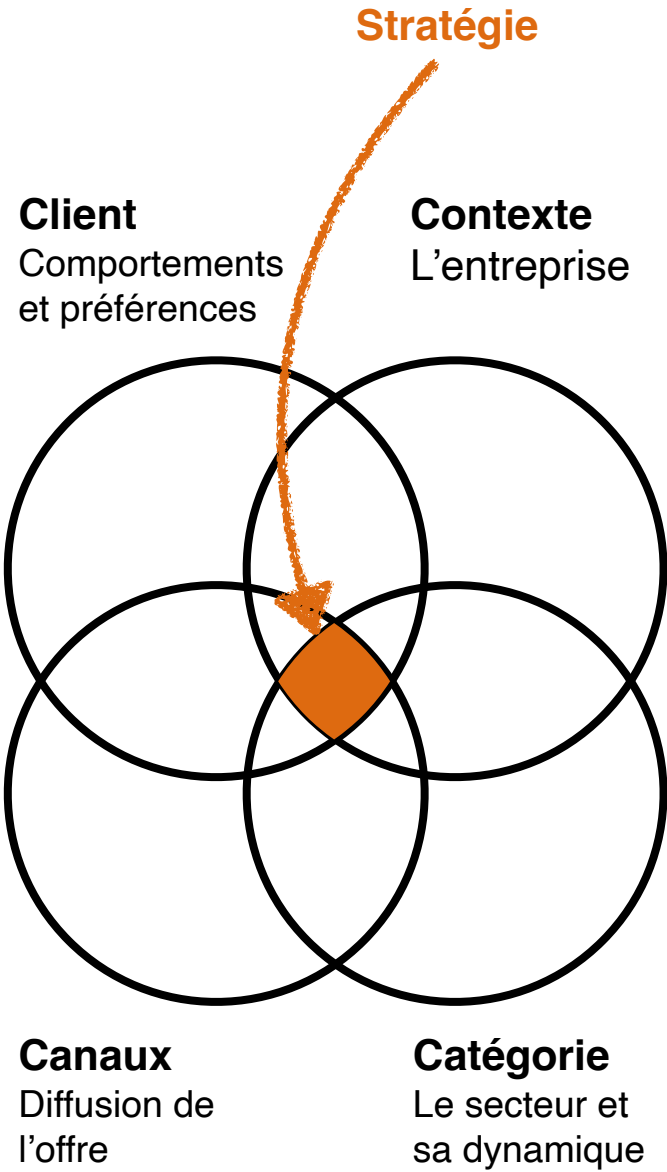
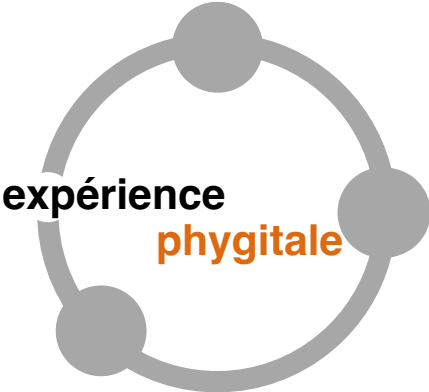
Biographie
Nom
Age
Genre
Famille
Lieu de vie
Situation professionnelle
Loisirs

**Perception de soi**
Comment cette personne envisage-t-elle le changement ?
Quelle en est sa perception ?

**Habitudes**
Quelles sont les activités habituelles de cette personne ?
Qu'est-ce qui serait nouveau ?

**Plaisir**
Qu'apprécie cette personne ?
(Pas seulement des occasions particulières, mais au quotidien)

**Capacités**
Comment apprend-elle ?
Quelles sont ses capacités et ses connaissances ?



Modèle d'analyse stratégique SWOT,
Learned, Christensen, Andrews, Guth, 1965