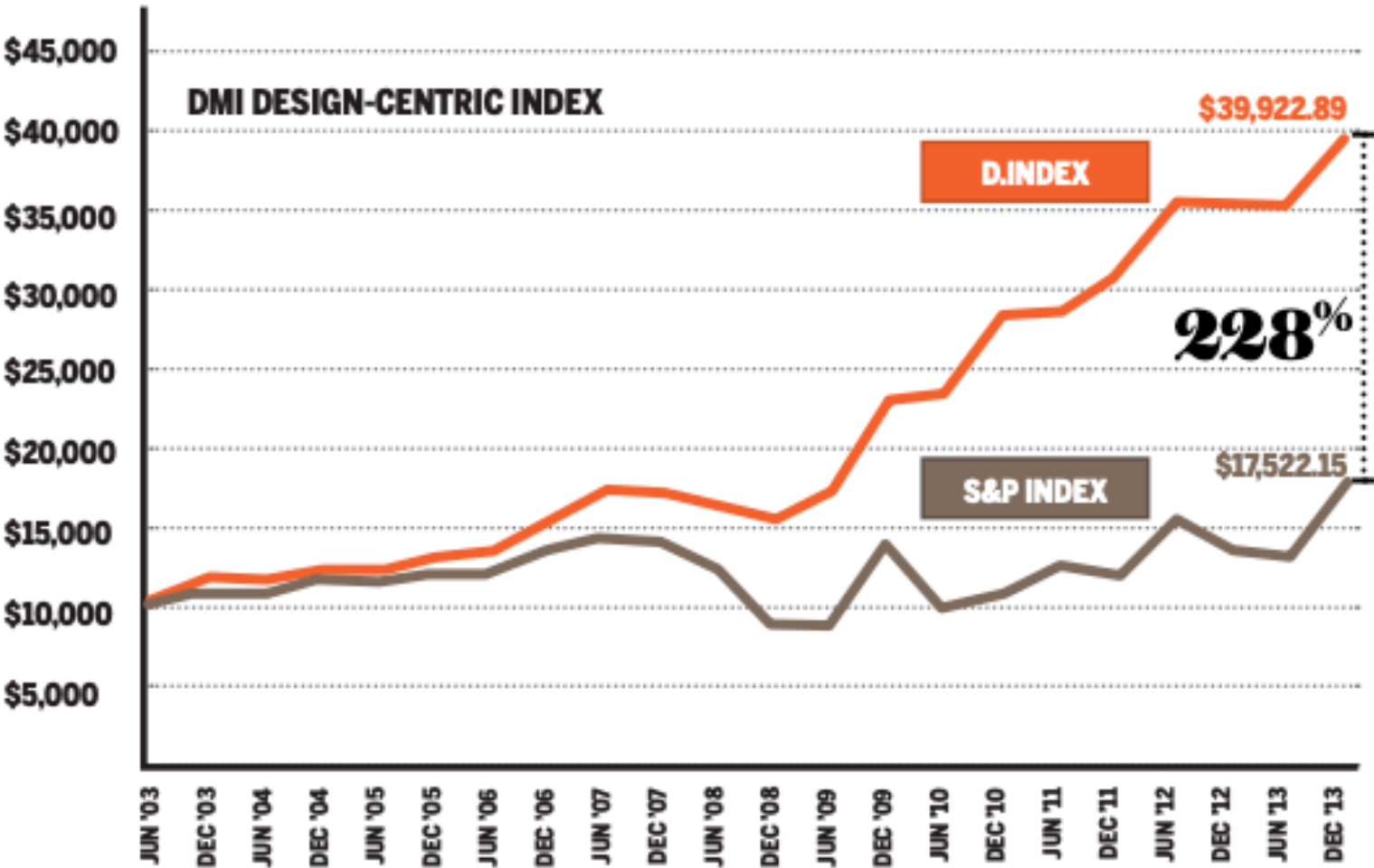


Design management

La valeur du design

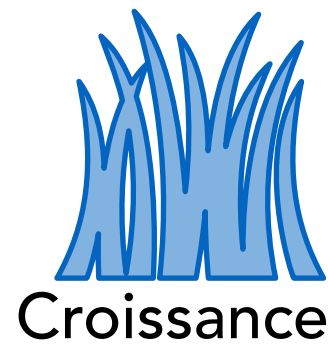
INVESTIR DANS LE DESIGN EST RENTABLE

FIGURE 1
A \$10,000 investment in our design index of diverse design-centric companies would have yielded returns 228% higher than the same investment in the S&P over the same amount of time.



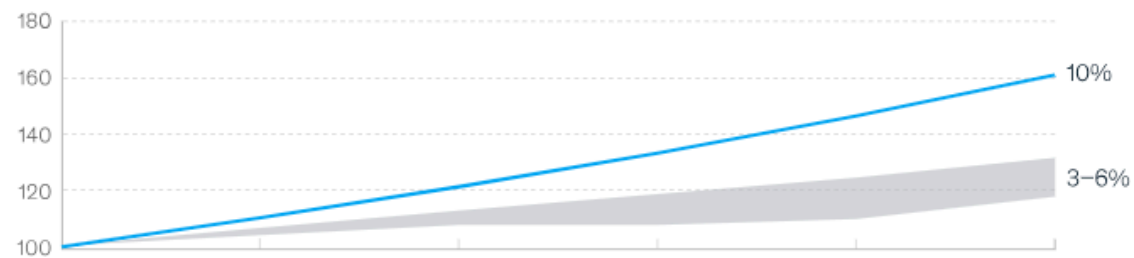
Rae, J. (2013). "What Is the Real Value of Design?" Design Management Institute.

LA VALEUR ÉCONOMIQUE DU DESIGN EST DÉMONTRÉE

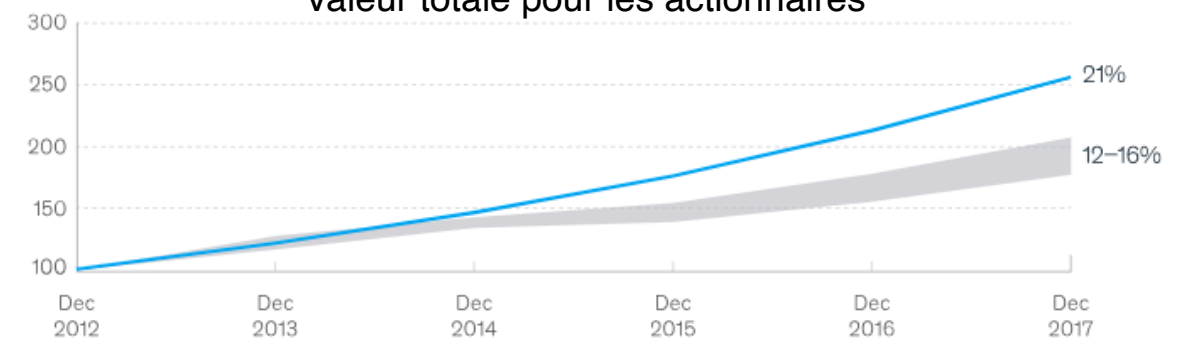


— Top-quartile McKinsey Design Index performers
■ Industry benchmarks¹

Chiffre d'affaire



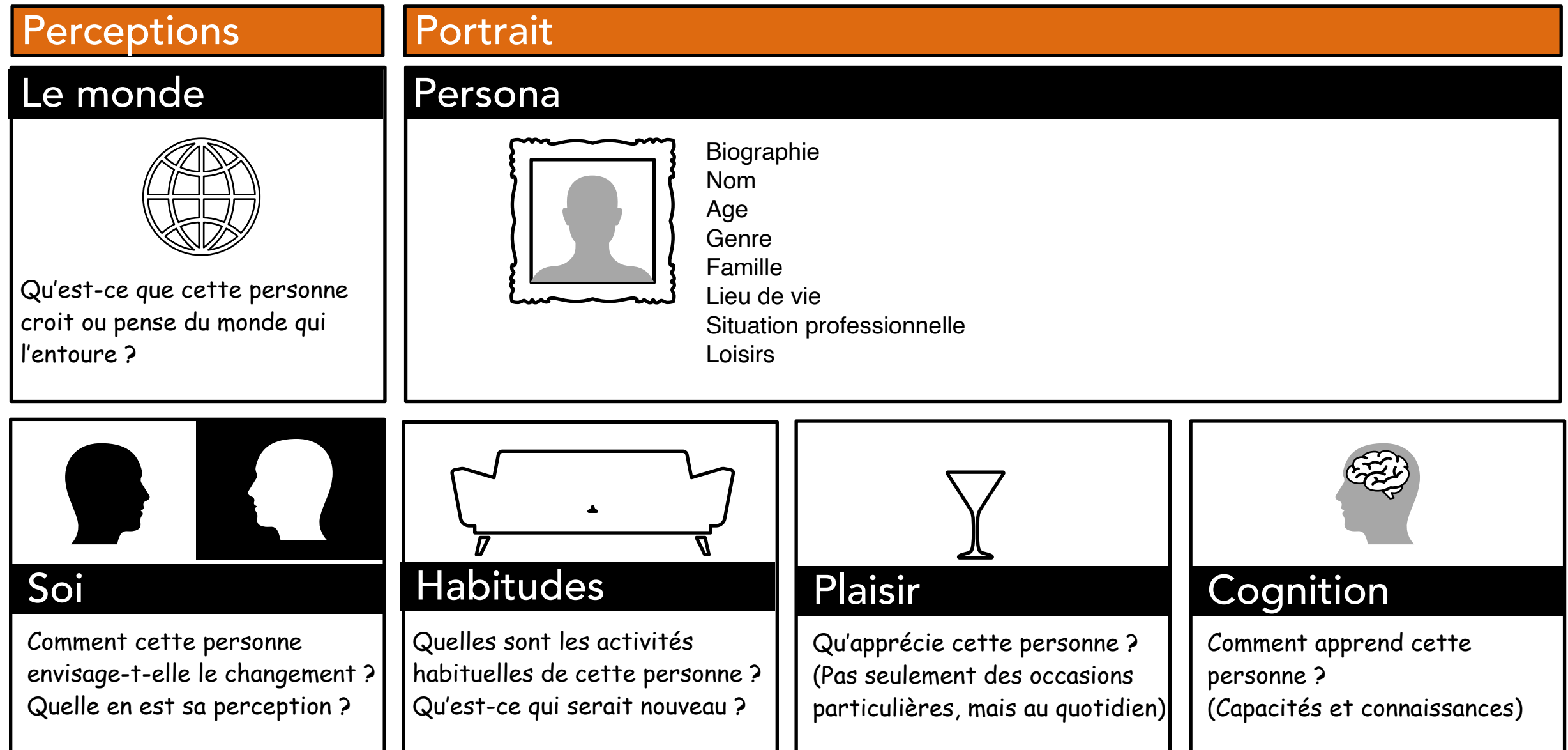
Valeur totale pour les actionnaires



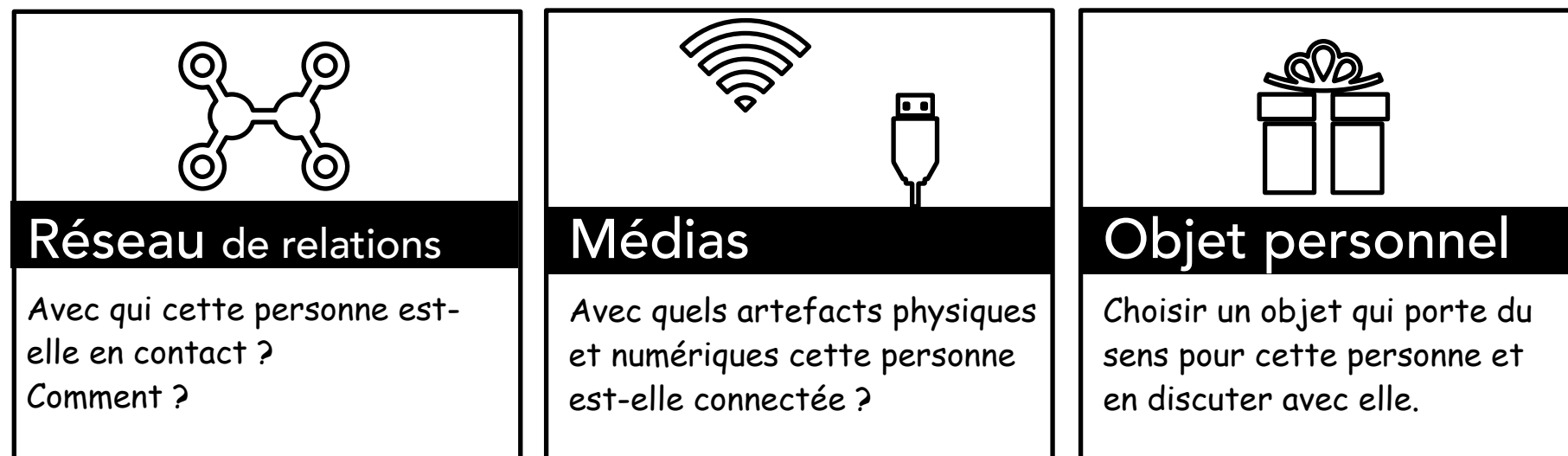
¹The envelope was set by the minimums and maximums of three independent data sets: MDI 2nd, 3rd, and 4th quartiles; the S&P 500; and a McKinsey corporate database of 40,000 companies.

McKinsey Quarterly Report, "The business value of design", 2018

LE CLIENT EST ROI

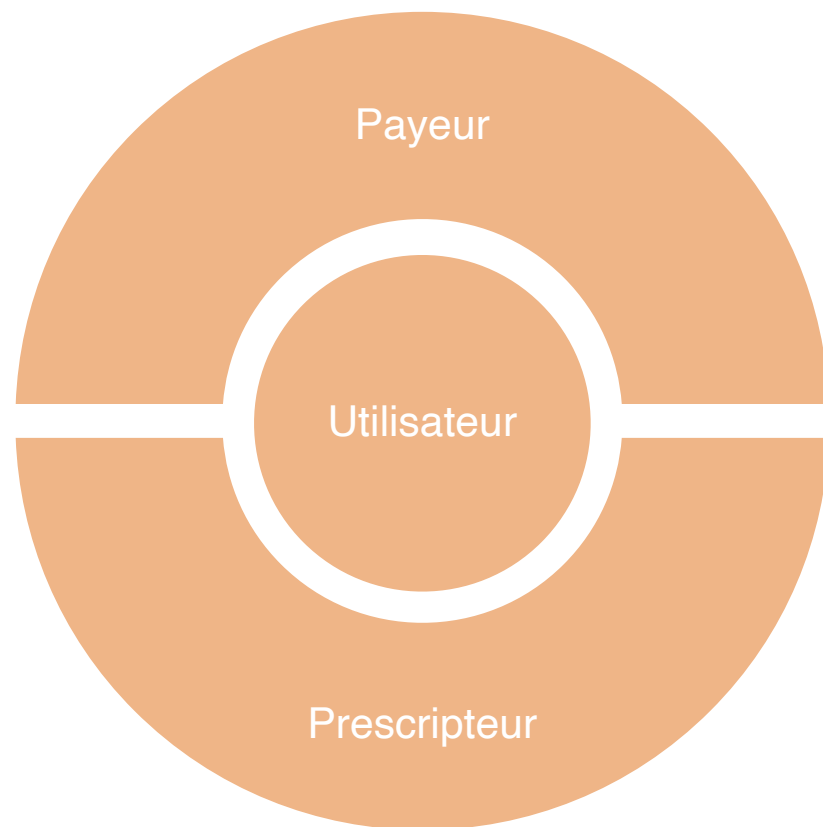


SI LE CLIENT EST ROI, LE CONTEXTE EST DIEU

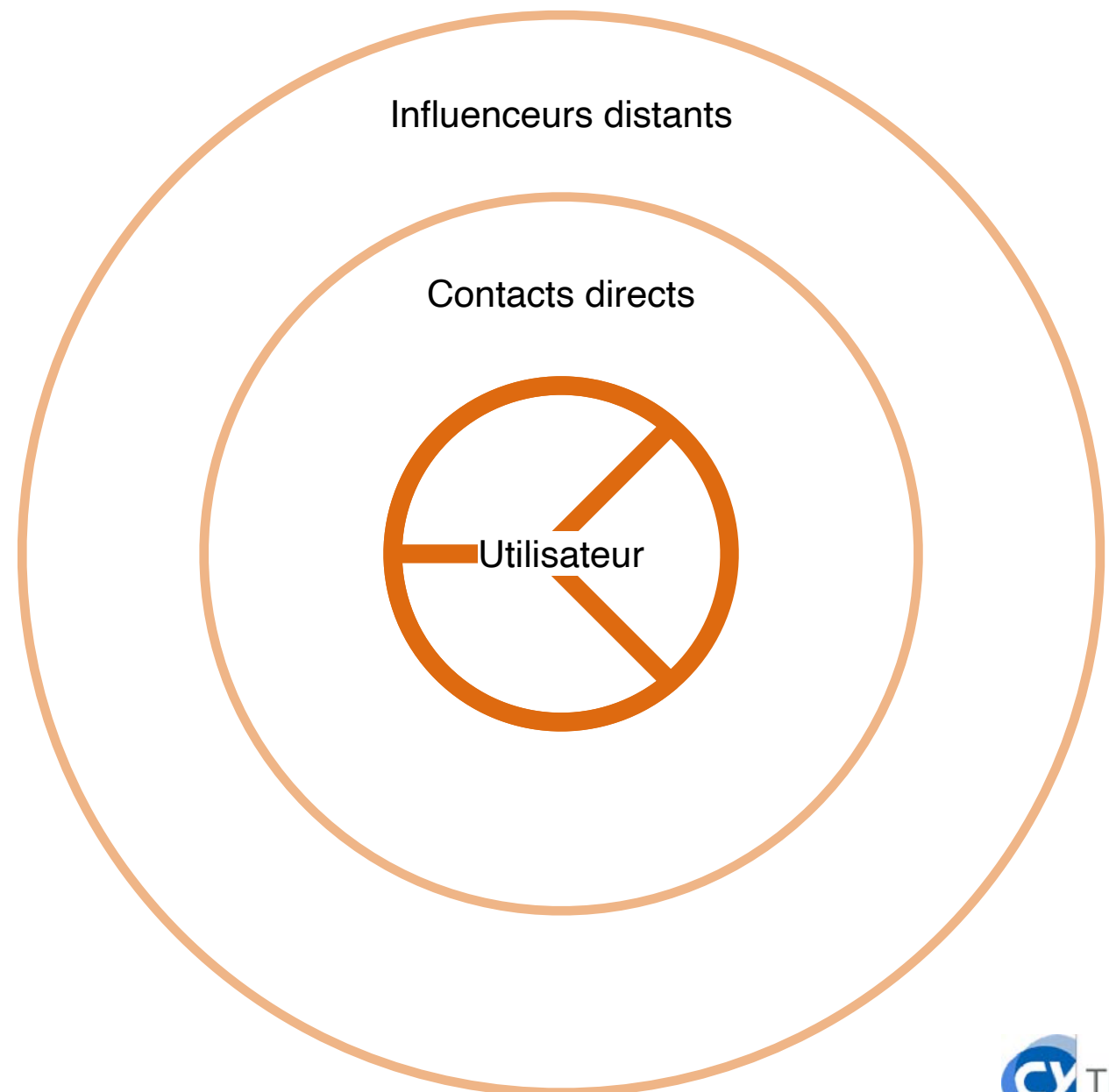


UTILISATEURS, CLIENTS ET PARTIES PRENANTES

Client




Parties prenantes



SYNTHÈSE DES BESOINS ET ATTENTES DES UTILISATEURS



LES PRINCIPES DE CONCEPTION DE LA PROPOSITION DE VALEUR




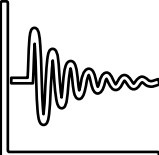
DESIGN CRITERIA CANVAS		
DOIT Indispensable et non négociables		
DEVRAIT Souhaitable et caractéristiques importantes		
POURRAIT Possible et options		
NE DOIT PAS Ce qui n'est pas possible et non négociable		

CC BY DESIGNABETTERBUSINESS.COM

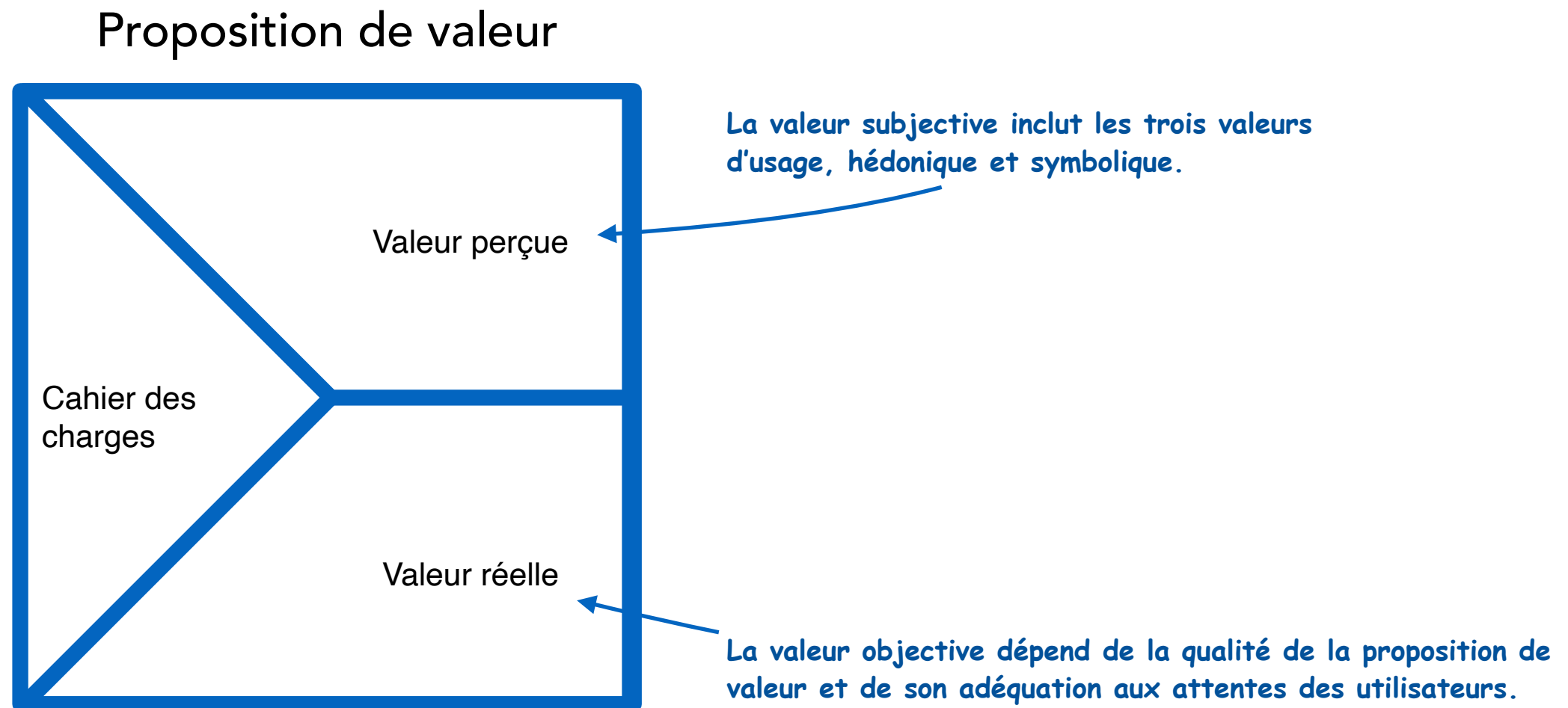
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

The "MBCOV" criterion in red was originally developed by Gal Orly

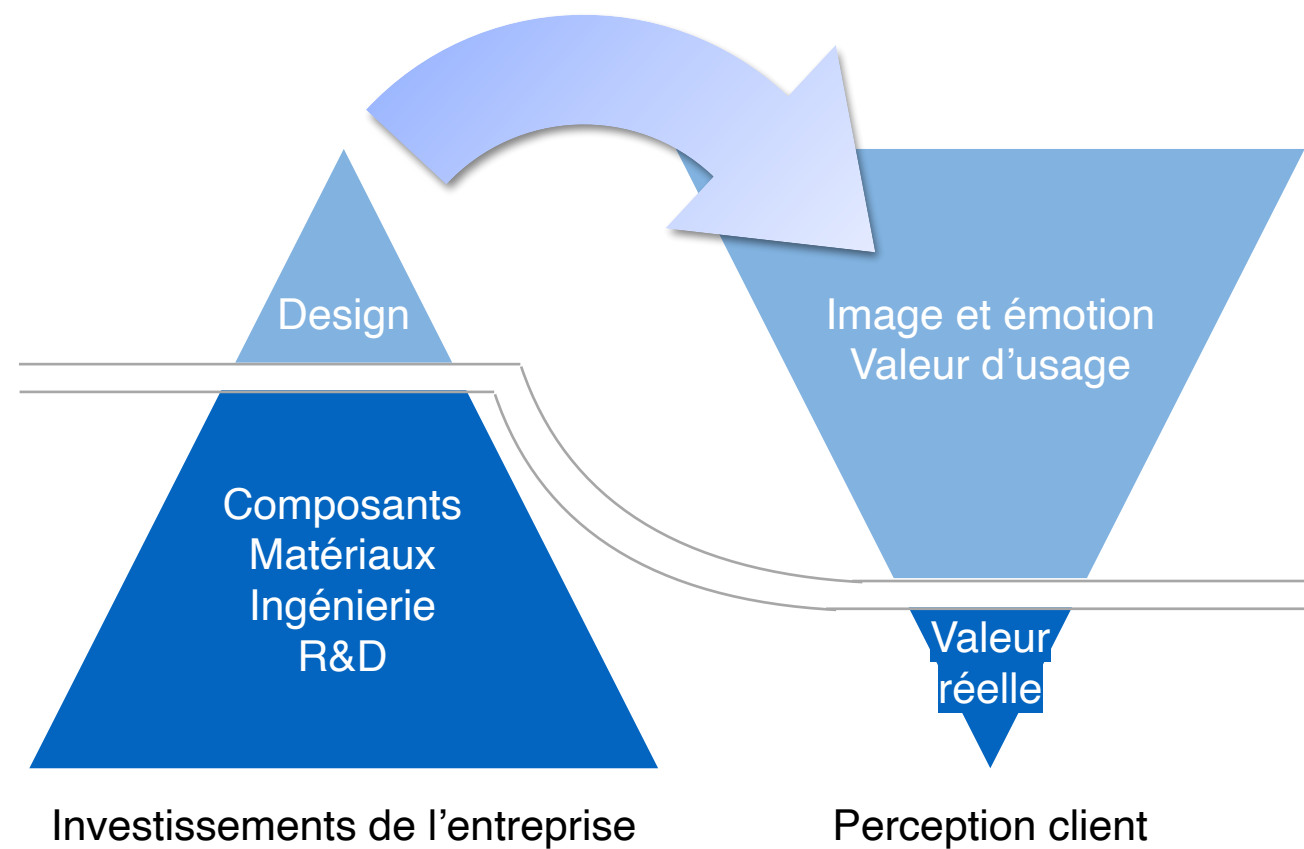
LA PROPOSITION DE VALEUR

Utilisateurs	Caractéristiques			Qualités perçues	
	Fonctionnalités	Alternatives disponibles	Améliorations / avantage concurrentiel	Utilité	Agrément d'usage
Problème					
					
Inconnus					
					
Hypothèses					
					

CAHIER DES CHARGES DE LA PROPOSITION DE VALEUR



COMMENT EXPLIQUER LA VALEUR ET LE ROI DU DESIGN ?



Retour d'expérience de Philippe Picaud au sein des grandes entreprises où il a travaillé.
Picaud, P., Igigabel, T., Borja de Mozota, B., & Rebours, C. (2015). *Design Impact*. « Quand le design... Crée de la valeur pour l'entreprise ». Cité du design.

LE SCHÉMA DE CONCEPTION

	1 découverte	2 adoption	3 initiation	4 routine	5 fin
Les choses, les médias et les dispositifs					
Ce que les utilisateurs savent, font, ressentent, pensent					
Ce que les parties prenantes savent, font, ressentent, pensent					
Là où les choses se passent					
Ce que les prestataires savent, font, ressentent, pensent					
Infrastructure pour la prestation de l'offre (produit / service)					