

# **Concevoir la solution grâce au Design Thinking**

# Table des matières

<b>I. Comprendre la démarche, s'appuyer sur les besoins et l'existant</b>	<b>3</b>
A. Comprendre le Design Thinking .....	3
1. Essentiel de la démarche .....	3
2. État d'esprit .....	4
3. Design Thinking dans la conception d'un projet digital .....	4
B. Étude des besoins et de l'existant comme point de départ .....	4
1. Étude des utilisateurs .....	4
2. Schématiser l'existant .....	5
3. Définir une problématique globale .....	5
<b>II. Exercice : Quiz</b>	<b>6</b>
<b>III. Construire la solution, la tester et l'améliorer</b>	<b>6</b>
A. Animer un atelier de Design Thinking .....	7
1. Préparer son atelier .....	7
2. Animer la phase d'idéation .....	8
B. Prototyper et tester sa solution .....	9
1. Prototyper .....	9
2. Tester sa solution .....	9
<b>IV. Exercice : Quiz</b>	<b>10</b>
<b>V. Essentiel</b>	<b>11</b>
<b>VI. Auto-évaluation</b>	<b>11</b>
A. Exercice .....	11
B. Exercice .....	11
C. Test .....	11
<b>Solutions des exercices</b>	<b>13</b>

## I. Comprendre la démarche, s'appuyer sur les besoins et l'existant

### Contexte

À partir du recueil et de l'analyse des besoins, un chef de projet a une idée assez précise des problèmes auxquels sa future solution doit répondre. Il s'est également intéressé au quotidien des utilisateurs cibles et ne peut maintenant s'empêcher d'imaginer les contours d'une solution. Il pourrait commencer à la décrire de plus en plus précisément jusqu'aux spécifications fonctionnelles.

Mais il pourrait au contraire engager une **démarche collaborative** pour traiter cette phase de conception. Cet angle de travail part du postulat que **le chef de projet**, malgré son expérience, **ne détient pas** nécessairement **la vérité**. Le croisement des intelligences, des points de vue, des expériences et des expertises permet de faire émerger des idées plus nombreuses et plus riches.

En plus de ce **travail d'idéation collective**, une **démarche de Design Thinking** engage le concepteur à construire une **représentation simple de la solution** pour la soumettre rapidement et régulièrement au **test auprès des utilisateurs**. À coûts réduits, celle-ci s'affine, s'améliore pour atteindre progressivement sa forme définitive.

Le chef de projet pourra lancer ainsi la phase de réalisation en ayant réduit au maximum le risque de créer une solution qui ne conviendrait pas à son ou ses destinataires.

### A. Comprendre le Design Thinking

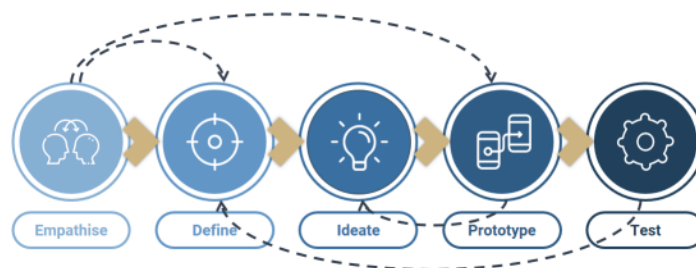
Le Design Thinking est une **approche centrée sur l'humain** destinée à réaliser des produits ou services innovants grâce à une **démarche** (méthodes et outils) **s'inspirant de celle d'un designer**.

Cette approche, dont le terme a été défini en 1991 par Tim Brown et David Kelley, fondateurs de la société IDEO, s'adapte à de nombreux contextes et projets. Elle tient son origine dans les années 50 avec l'apparition des premières techniques de brainstorming.

Dans le domaine du digital où l'innovation est omniprésente, le Design Thinking est de plus en plus pratiqué. Sa propagation est favorisée par la diffusion de la philosophie agile dans le monde de l'entreprise, et plus particulièrement dans le secteur du digital.

#### 1. Essentiel de la démarche

Les 5 étapes du Design Thinking par la d.school de l'Université de Stanford.



Le Design Thinking est une **approche collaborative et itérative**. À partir de l'étude des utilisateurs, de leurs frustrations/contraintes et leurs souhaits/motivations, vous définirez collectivement les solutions qui répondront à leurs besoins. Vous les modéliserez, les schématiserez, en donnerez **une représentation simple qui permettra de les tester**. Des résultats de ces tests, vous pourrez **revenir aux étapes précédentes pour améliorer les prototypes** jusqu'à ce que la ou les solutions soient satisfaisantes et puissent lancer la réalisation du service final.

## 2. État d'esprit

Le Design Thinking se réfère à un certain nombre de méthodes et outils. Mais c'est avant tout un état d'esprit qui doit être adopté par le concepteur et les différents contributeurs :

- **S'appuyer sur les valeurs humaines**

L'empathie, première étape de la démarche, traduit cette philosophie. Il s'agit de **se « mettre à la place » des utilisateurs** pour les comprendre.

- **Itérer**

Tester, échouer, réadapter, retester, etc. **Les phases sont cycliques et le droit à l'échec** est un prérequis. Cela suppose d'être dans la construction et non dans le jugement.

- **Montrer plutôt que parler**

La phase de **prototypage** en est l'application. Les illustrations, exemples, histoires (storytelling) et représentations visuelles seront à privilégier.

- **Considérer la multidisciplinarité comme une force**

Les **visions croisées** sont très importantes pour la richesse de la phase d'idéation. Les meilleures idées proviennent souvent des profils les plus éloignés du sujet (regard neuf).

- **Lâcher-prise**

Ce type d'approche n'est pas conventionnelle et peu déstabiliser. Il est important que les contributeurs parviennent à **sortir des idées reçues** sur les cibles et de leurs propres méthodes de travail. Il faut les amener à se prêter au jeu de la co-construction, à se laisser porter par la dynamique.

## 3. Design Thinking dans la conception d'un projet digital

Très proche de l'UX Design dans sa philosophie et ses pratiques, le Design Thinking est parfaitement **adapté à la phase de conception d'un projet**. À ce stade, vous ne rentrerez pas dans les spécifications détaillées de votre solution. Vous vous concentrerez sur sa **valeur ajoutée** et les services qu'elle va rendre à vos futurs utilisateurs. Vous parviendrez à décrire les grandes étapes de l'expérience.

### Remarque

Si vous n'utilisez pas de méthodes itératives (ou incrémentales comme les méthodes agiles) pour piloter votre projet, vous pouvez tout à fait intégrer ce type d'approche pour la phase de conception. Il est recommandé que cette phase soit ouverte et participative. Le Design Thinking vient lui apporter un socle de valeurs et de méthodes.

## B. Étude des besoins et de l'existant comme point de départ

Le travail de conception démarre par un diagnostic de l'existant. Les intuitions et les demandes subjectives ne sont pas suffisantes pour définir votre solution. Il est d'abord nécessaire de connaître la situation initiale et de **comprendre les besoins des utilisateurs et des parties prenantes**.

### 1. Étude des utilisateurs

Pour construire votre solution, il est nécessaire de **comprendre vos utilisateurs, leurs points de frictions, leurs aspirations et leurs motivations**.

Voici des exemples d'actions que vous avez pu mener pour cerner les utilisateurs cibles de votre future solution :

- Réaliser des **entretiens individuels**,
- Réaliser des **enquêtes**,
- Réaliser des **observations de terrain**,

- Organiser des **Focus Groupe** orientés besoins (voir définition ci-dessous),
- Analyser les **données quantitatives** provenant des outils existants,
- Réaliser des **ateliers et des entretiens avec les parties prenantes**.

**Définition**

La méthode des **Focus Group** (groupes focalisés) est une **méthode qualitative de recueil des besoins**. Il s'agit d'une technique d'entretien de groupe, un groupe de discussion semi-structuré, modéré par un animateur neutre et en présence d'un observateur, qui a pour but de collecter des informations sur un nombre limité de questions définies à l'avance.

## 2. Schématiser l'existant

Vous aurez donc collecté beaucoup d'informations que vous **ordonnerez et analyserez** pour vous consolider un diagnostic. La meilleure manière de consolider ce diagnostic est de le schématiser. Vous **synthétiserez ainsi tout votre travail de recherche préalable** en vous concentrant sur les points les plus cruciaux.

Voici des exemples de représentations synthétiques et visuelles de votre recherche des besoins.

- Les personae : identifier les profils types principaux concernés par le questionnement initial,
- Les cartes d'empathie,
- La User Journey Map ou User Experience Map.

**Remarque**

En fonction du temps dont vous disposez, vous n'aurez peut-être pas la possibilité de mettre en œuvre toutes ces actions de recherche ou de produire ces livrables. L'important c'est de parvenir à obtenir **une représentation objective des besoins et des aspirations de vos cibles**. Ainsi, vous vous assurez que le matériau de base est solide et que la suite de la démarche ne sera pas biaisée par un mauvais diagnostic.

**Remarque**

Dans le cadre de votre projet, vous devrez aussi **croiser cette recherche des besoins avec d'autres objectifs** que vous aurez identifiés en amont (stratégiques, marketing, etc.). Ce sont des ingrédients supplémentaires à prendre en compte lors des étapes suivantes.

## 3. Définir une problématique globale

La synthèse de la recherche sur les besoins orientera votre réflexion vers une **question centrale** à laquelle la ou les solutions devront répondre : la problématique.

Celle-ci permettra de fixer un **cadre global à l'étape d'idéation**. Les idées émises devront contribuer à répondre à cette problématique.

Exemples de problématiques :

- *Comment rendre le parcours de souscription en ligne plus rapide et plus facile pour l'utilisateur ?*
- *Comment favoriser les échanges et la collaboration entre les utilisateurs du service existant XXX ?*
- *Comment valoriser l'implication des contributeurs experts de la plateforme YYY pour les fidéliser et renforcer encore davantage leur engagement ?*

**Méthode**

Vous pouvez aussi **définir cette problématique de manière collective**. Vous devrez alors présenter la synthèse de vos recherches préalables aux contributeurs et parvenir à une problématique qui fait consensus.

Cet exercice a le mérite de commencer à **engager les participants** en les immergeant dans les besoins des utilisateurs. Il permet d'éviter les éventuels débats ultérieurs grâce au consensus trouvé.

**Exercice : Quiz**

[solution n°1 p.15]

Question 1

Les 5 étapes du Design Thinking peuvent être abordées dans n'importe quel ordre.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Laquelle de ces propositions est correcte

- ☐ Le Design Thinking est une méthode de recherche utilisateurs
- ☐ Le Design Thinking est une approche collaborative et itérative
- ☐ Le Design Thinking est une méthodologie de gestion de projet
- ☐ Le Design Thinking est une technique élaborée de brainstorming

Question 3

Pour éviter les idées extravagantes, le Design Thinking ne mobilise que des experts du domaine traité.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Questions 4

L'étude des utilisateurs intervient toujours avant la phase d'idéation.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 5

En tant que chef de projet, c'est vous seul qui trouverez et définirez la problématique.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

**III. Construire la solution, la tester et l'améliorer**

Après avoir travaillé sur les différents besoins des utilisateurs et défini la problématique initiale, vous allez maintenant adopter une démarche orientée « *solution(s)* ».

## A. Animer un atelier de Design Thinking

### 1. Préparer son atelier

Un atelier de Design Thinking, comme tout atelier collaboratif, doit être bien préparé. Le timing de la séance doit être bien anticipé, de même que les objectifs de chaque moment et l'enchaînement des séquences.

Voici quelques conseils pour bien préparer son atelier :

- **Composez votre équipe**

Ce sont naturellement des profils qui connaissent le public cible. Mais il est aussi intéressant d'intégrer des personnes totalement étrangères à celui-ci. Ils peuvent apporter un regard neutre et neuf qui peut être à l'origine d'idées pertinentes. Si vous avez la possibilité d'intégrer des utilisateurs, l'atelier n'en sera que plus riche.

- **Réservez la date de votre atelier**

La réservation des salles et des disponibilités des collaborateurs peut être un véritable casse-tête pour le concepteur. N'attendez pas d'avoir défini tout le programme pour bloquer les agendas.

- **Fixez des objectifs**

Quelles sont vos attentes pour cet atelier ? Qu'est-ce qui vous fera dire qu'il sera réussi ? Qu'attendez-vous comme livrable ou comme informations en sortie ?

- **Préparez la trame de votre atelier**

Ce sont les étapes logiques de l'atelier, son déroulé. Le cheminement intellectuel des participants doit être progressif et naturel.

- **Définissez précisément les activités de votre atelier**

Veillez à varier les formats d'activités pour maintenir l'attention et l'implication des contributeurs pendant toute la durée de l'atelier : présentation, travaux de groupe, échanges en plénière, restitutions, jeux de rôle, etc. N'hésitez pas à mobiliser des accessoires et à vous servir de l'espace que vous avez à disposition.

- **Préparez vos supports et votre matériel**

Vos activités nécessiteront des équipements et du matériel adaptés : projecteur, paperboards, craft, post-its, feutres, papier, pâte à fixe, etc.

Vous devrez également préparer des modèles, canvas et supports de présentation nécessaires, et en quantité adaptée. N'oubliez pas d'anticiper la manière dont vous allez les utiliser en atelier (impression grand format, projection, etc.).

- **Répartissez les rôles**

En tant qu'animateur (ou facilitateur), il sera difficile pour vous d'assurer toutes les missions inhérentes à un atelier de ce type.

Vous pouvez donc confier des missions à certains contributeurs, avant ou en début d'atelier.

#### Complément

Exemples de rôles possibles dans un atelier collaboratif :

- **Le facilitateur/la facilitatrice** : c'est celui ou celle qui pilote et anime l'atelier, gère les prises de décision, tient le cap et les objectifs. Ce rôle est compliqué et délicat et incombe souvent au chef de projet. Mais il peut être confié à un intervenant externe.
- **Le/la scribe** : chargé(e) de prendre des notes. L'animation d'un atelier requiert beaucoup d'énergie et d'attention. Déléguer la prise de notes vous évite de passer à côté d'informations majeures et de vous concentrer sur votre rôle de facilitateur.

- **L'assistant(e)** : il ou elle va vous épauler dans votre travail de facilitation. S'assurer que le matériel est présent, noter les points importants sur le paperboard ou rappeler le cadre d'une séquence de l'atelier peuvent faire partie de ses missions.
- **Le/la gardien(ne) du temps ou « time keeper »** : chargé(e) de veiller au respect des timings et des horaires.

Les rôles doivent être présentés à l'ensemble du groupe au début de la séance pour que chacun puisse se sentir légitime dans ces actions.

#### Remarque

La préparation d'un atelier est souvent sous-estimée. C'est une étape indispensable qui requiert du temps et de l'investissement. Mais la richesse du travail fourni en vaut souvent la peine.

## 2. Animer la phase d'idéation

### Les ice-breakers

Vous pouvez débiter votre atelier par un « *ice-breaker* ». C'est une activité qui sert à **instaurer une atmosphère conviviale et détendue dans le groupe**. Ce sont souvent des jeux très courts qui favorisent les interactions.

#### Exemple

Il existe un très grand nombre d'Ice-breakers. Vous choisirez celui de votre atelier en fonction des participants et de vos objectifs : « *Les participants se connaissent-ils déjà ?* », « *Ont-ils l'habitude de travailler ensemble ?* » « *L'accent doit-il être mis sur la collaboration ?* », etc.

#### En voici quelques exemples :

- Le portrait chinois

Chacun complète individuellement les phrases suivantes, les restitue au reste du groupe en expliquant brièvement ses choix.

« *Si j'étais une chanson, je serais...* » ; « *si j'étais un film, je serais...* » ; « *si j'étais un personnage célèbre, je serais...* » ; « *si j'étais un projet, je serais...* » ; « *si j'étais une valeur professionnelle, je serais...* ».

Cet exercice a l'avantage de mêler des éléments professionnels et des aspects plus personnels.

- 2 vérités et un mensonge

Chacun leur tour, les participants expriment 3 faits ou informations les concernant, 2 réels et 1 inventés. Les autres participants chercheront à distinguer le vrai du faux.

- En introduction, vous pouvez rappeler les constituants de l'état d'esprit à adopter pour que ce type d'exercice fonctionne (valeurs humaines, itération, « *montrer plutôt que parler* », multidisciplinarité, lâcher-prise). C'est un contrat temporaire que vous passez avec vos contributeurs, et que vous pourrez rappeler en cas de dérives.

### Rappeler l'objectif de la séance

C'est-à-dire le livrable attendu à la fin de l'atelier.

Vous présenterez ensuite les travaux d'études des besoins que vous avez réalisés (synthèse des interviews, résultats des sondages, données utilisateurs clés, personne, etc.). Ils constitueront **les fondations de l'atelier**. Vous pourrez y revenir à tout moment pour reposer le contexte et rappeler les besoins initiaux.



## **Vous démarrerez ensuite les étapes d'idéation**

C'est le moment qui doit faire la part belle à la **créativité**, pendant lequel la variété des profils tire sa richesse.

La multitude des idées est recherchée également à ce stade. Aucune idée n'est écartée dans un premier temps.

- Le brainstorming

Il existe plusieurs techniques de brainstorming. L'objectif de l'exercice est de **collecter un maximum d'idées** puis de les partager.

Chaque membre du groupe note ses idées sur un papier ou un post-it (une idée par support). Chacun viendra ensuite coller sur un espace commun (tableau blanc, affiche, mur), puis expliquera son idée.

Pendant cet exercice, le facilitateur pourra stimuler la réflexion et la créativité en injectant des éléments (images, verbatims d'utilisateurs, contraintes, etc.)

- Le storyboarding

Le storyboarding est un moyen de **séquencer et de représenter des idées**. Les idées se matérialisent par un **scénario** que les équipes constitueront de manière collective.

- La carte mentale (mindmap)

La carte mentale est une manière de **générer, puis regrouper et organiser des idées**. Grâce à une représentation unique et visuelle, elle permet aux contributeurs de se projeter rapidement et de s'accorder sur une vision commune.

Quelques outils de mindmapping collaboratifs : Mindmeister, XMind, MindManager, Lucidchart, etc.

## **B. Prototyper et tester sa solution**

### **1. Prototyper**

En prototypant votre solution, vous pourrez tester **la viabilité de la solution** qui a émergé de l'atelier. Le prototype permet également de matérialiser l'issue de la réflexion collective sur un support commun.

Ce travail peut être réalisé en atelier de Design Thinking. Vous pourrez séparer les participants en plusieurs groupes. Vous demanderez à chaque groupe de dessiner la solution, puis d'en faire une restitution devant l'autre groupe. Enfin, vous pourrez demander aux participants de voter pour la solution qui leur semble la meilleure.

Vous pouvez utiliser d'autres méthodes alternatives au dessin comme celle des Lego qui consiste à demander aux groupes de matérialiser la solution.

Vous pouvez également leur demander de jouer une saynète représentant les comportements des futurs utilisateurs face à cette nouvelle solution.

#### **Remarque**

Vous pouvez également prototyper vous-même la solution qui a émergé de la phase d'idéation. Dans le cadre des projets digitaux, vous pourrez vous prêter à l'exercice de dessiner les étapes de l'expérience de votre utilisateur sur de simples feuilles de papier.

### **2. Tester sa solution**

Considérer que **prototyper, tester, échouer et réessayer** sont des étapes de conception est d'abord un **état d'esprit** qu'il faut acquérir et partager aux contributeurs. Souvent, il est d'usage de concevoir puis développer la solution cible, et enfin de la déployer. Le risque est grand puisqu'elle n'a jamais été testée.

La démarche prônée par le Design Thinking consiste à **tester le plus tôt possible et à différents stades de la conception**. À l'issue d'un atelier, vous pouvez déjà vérifier un grand nombre d'hypothèses auprès d'utilisateurs.

Un **simple prototype papier/crayon** que vous montrerez à vos collègues directs vous permettra de tirer déjà un très grand nombre d'enseignements et de recueillir de premiers avis sur votre solution.

Cette première phase de test assez libre vous amènera à produire une version 2 de votre prototype, que vous soumettrez de nouveau à des utilisateurs, et ainsi de suite, etc.

#### Méthode

Le **Guerilla testing** est une pratique efficace et peu coûteuse qui consiste à **aller directement à la rencontre des utilisateurs**. Il s'agit de se rendre dans des lieux fréquentés pour questionner des passants et/ou faire tester votre prototype. Les résultats sont évidemment bien plus probants si vous avez défini en amont vos utilisateurs types, puis si vous les avez ciblés pendant votre Guerilla testing.

#### Remarque

Le travail de prototypage et de test consiste à **cheminer progressivement vers un niveau de détails très fin**. De sorte que si c'est la pertinence d'une expérience utilisateur macro que vous allez valider avec des prototypes papiers/crayons, vous pourrez aller jusqu'à faire tester par exemple le positionnement d'une icône grâce à des maquettes fonctionnelles ou des maquettes graphiques interactives.

NB : les maquettes fonctionnelles (ou wireframes) peuvent être réalisées avec des outils comme Balsamiq<sup>1</sup> ou Moqups<sup>2</sup>. Un webdesigner aura tendance à utiliser un outil comme InVision<sup>3</sup> pour créer des maquettes graphiques interactives.

## Exercice : Quiz

[solution n°2 p.16]

### Question 1

Il est préférable de réserver le créneau de l'atelier dans les agendas des participants dès qu'ils sont identifiés.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

### Question 2

Le rôle de facilitateur doit être nécessairement tenu par le chef de projet.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

### Question 3

Quels attributs peuvent correspondre à l'ice-breaker ?

- ☐ Activité destinée à créer de la connivence entre les participants
- ☐ Activité destinée à faire émerger un maximum d'idées
- ☐ Activité destinée à instaurer une atmosphère positive
- ☐ Activité destinée à tester les hypothèses préparées en amont par le chef de projet
- ☐ Activité destinée à représenter schématiquement les propositions émises pendant l'atelier

1 <https://balsamiq.com/wireframes/>

2 <https://moqups.com/>

3 <https://www.invisionapp.com/>

- ☐ Activité de détente permettant aux participants de « souffler » entre deux séquences de l'atelier

#### Questions 4

Un prototype est un story-board qui décrit la solution de manière scénarisée.

- ☐ Vrai  
☐ Faux

#### Question 5

Il est conseillé de faire tester aux utilisateurs la solution le plus tôt possible.

- ☐ Vrai  
☐ Faux

## V. Essentiel

L'adoption d'une démarche de Design Thinking n'est pas obligatoire dans la mise en œuvre d'un projet. Sa dimension itérative et son aspect collaboratif permettent d'éviter les dépenses de réajustements coûteuses post-lancement. L'adoption de la solution par les utilisateurs ayant été anticipée avant le lancement des développements. Sans adopter la démarche à l'ensemble de votre projet, ou même à toute la partie conception, vous pourrez commencer par cibler des phases courtes durant lesquelles vous engagerez des moments simples de collaboration, de test et d'itération. Les bénéfices sont en général rapidement décelables.

## VI. Auto-évaluation

### A. Exercice

Sarah est cheffe de projet pour une société bancaire. Elle est missionnée pour créer l'expérience mobile de ses clients. L'application mobile actuelle est assez critiquée et la Direction souhaite une refonte complète de l'outil. Sarah engage une démarche de Design Thinking pour la conception de la nouvelle solution.

#### Question

[solution n°3 p.17]

Pendant l'atelier de Design Thinking, les participants ont réalisé un story-board papier représentant les étapes de la solution choisie. Les bureaux de la banque sont situés en plein centre de Nantes. Elle décide de descendre soumettre directement ce story-board aux réactions des passants.

Pensez-vous que c'est une bonne démarche ? Citez trois arguments qui justifient votre choix.

### B. Exercice

Pour parfaire la démarche du Guerilla test, un ciblage rapide a été préparé en amont par Sarah.

#### Question

[solution n°4 p.17]

En vous appuyant sur les éléments de contexte que vous avez, formulez un critère sur lequel pourrait reposer ce ciblage.

### C. Test

Sarah est cheffe de projet pour une société bancaire. Elle est missionnée pour créer l'expérience mobile de ses clients. L'application mobile actuelle est assez critiquée et la Direction souhaite une refonte complète de l'outil. Sarah engage une démarche de Design Thinking pour la conception de la nouvelle solution.

#### Exercice 1 : Quiz

[solution n°5 p.17]

#### Question 1

Quelles sont les premières actions que Sarah peut engager ?

- ☐ Une séance d'idéation pour trouver la nouvelle solution
- ☐ Une séance de focus group pour avec des clients pour identifier leurs besoins
- ☐ Une série d'interviews d'utilisateurs
- ☐ Un prototypage de la solution que vous avez imaginée
- ☐ Des maquettes graphiques pour proposer les orientations graphiques de la future application
- ☐ Des entretiens avec les chargés de relation client pour comprendre les besoins des clients

### Exercice 3 : Ordonnancement des mots

[solution n°6 p.18]

Aidez Sarah à préparer son atelier en plaçant les étapes dans l'ordre logique préconisé dans ce cours.

1. Répartir les rôles
2. Définir précisément les activités de son atelier
3. Fixer des objectifs
4. Préparer la trame de son atelier
5. Réserver la date de son atelier
6. Composer son équipe
7. Préparer ses supports et son matériel

Réponse : \_\_\_\_\_

### Exercice 4 : Catégorisation

[solution n°7 p.18]

Sarah a organisé un atelier de Design Thinking pendant lequel elle a distribué les rôles. Reliez les verbatims au rôle correspondant.

« Il vous reste 10 minutes pour conclure vos échanges et préparer votre présentation à l'autre groupe. » « Nous avons un peu de retard, je vous propose de décaler la pause pour pouvoir terminer cet exercice. »

« Pourriez-vous répéter votre dernière phrase, je n'ai pas pu la noter. »

« Avez-vous encore des feutres pour dessiner votre story-board ? » « Comme l'a rappelé Sarah, vous devrez ensuite présenter votre story-board à l'autre groupe. »

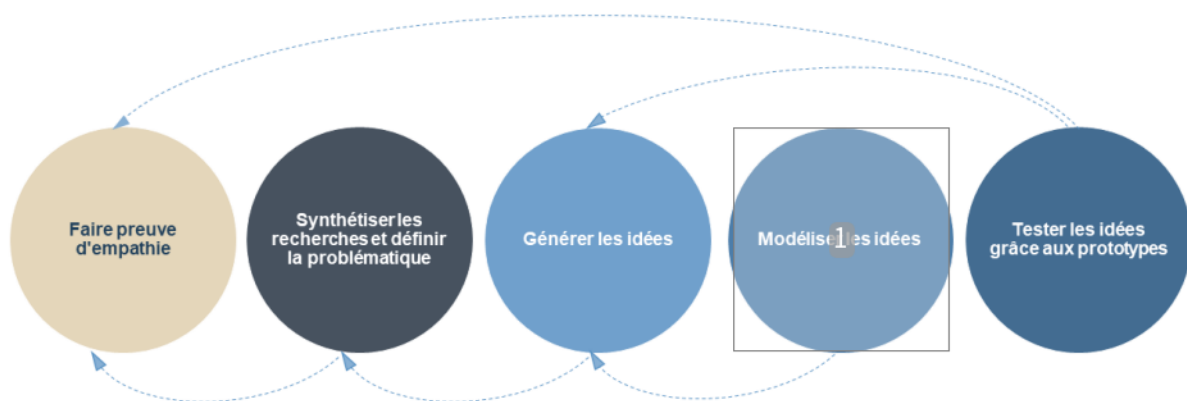
« Pendant cette séance, nous allons tenter de définir ensemble l'expérience mobile idéale pour nos clients. » « Je vous rappelle que nous ne pourrons pas révolutionner ici les process internes de gestion des contrats. » « Je vous laisse maintenant voter pour la solution qui vous paraît répondre le mieux à la problématique du client. »

Le facilitateur/la facilitatrice	Le/la scribe	L'assistant(e)	Le/la gardien(ne) du temps
----------------------------------	--------------	----------------	----------------------------

**Exercice 5 : Question 1**

[solution n°8 p.18]

Cliquez sur la zone correspondant à la phase de prototypage.

**○ Zone 1**

Bonne réponse

**Exercice 6 : Quiz**

[solution n°9 p.19]

**Question 2**

Prototyper et faire tester rapidement permet de réaliser des économies importantes pour un projet.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

**Solutions des exercices**




**Exercice p. 6 Solution n°1****Question 1**

Les 5 étapes du Design Thinking peuvent être abordées dans n'importe quel ordre.

☐ Vrai

☒ Faux

 Si les retours à des étapes précédentes sont souvent nécessaires, voire recommandés, les étapes de la démarche suivent une progression logique, de la phase d'empathie vers la phase de test.

**Question 2**


Laquelle de ces propositions est correcte

☐ Le Design Thinking est une méthode de recherche utilisateurs

☒ Le Design Thinking est une approche collaborative et itérative

☐ Le Design Thinking est une méthodologie de gestion de projet

☐ Le Design Thinking est une technique élaborée de brainstorming


 Considérer le Design Thinking comme une méthode de recherche utilisateurs ou une technique de brainstorming est trop réducteur. Elle peut s'inscrire dans un projet, mais n'est pas une méthodologie de gestion de projet.

**Question 3**

Pour éviter les idées extravagantes, le Design Thinking ne mobilise que des experts du domaine traité.

☐ Vrai

☒ Faux


 Plus le projet se veut innovant, plus la multidisciplinarité sera bienvenue. Les bonnes idées proviennent souvent de contributeurs très éloignés du sujet.

**Questions 4**

L'étude des utilisateurs intervient toujours avant la phase d'idéation.

☒ Vrai

☐ Faux


 La phase d'idéation prend appui sur l'étude des utilisateurs. Les idées doivent faire écho aux besoins identifiés des utilisateurs.

**Question 5**

En tant que chef de projet, c'est vous seul qui trouverez et définirez la problématique.

☐ Vrai

☒ Faux

 La problématique peut être définie de manière collective. Cela permet de trouver un consensus et de démarrer l'idéation sur une base commune.


## Exercice p. 10 Solution n°2

### Question 1

Il est préférable de réserver le créneau de l'atelier dans les agendas des participants dès qu'ils sont identifiés.

☒ Vrai

☐ Faux


 Pour planifier un atelier, il faut croiser la disponibilité des salles et la disponibilité de chaque contributeur. Même si les contours de votre atelier ne sont pas encore totalement fixés, réservez le créneau au plus vite, surtout s'il s'agit d'un atelier dépassant 1 heure.

### Question 2

Le rôle de facilitateur doit être nécessairement tenu par le chef de projet.

☐ Vrai

☒ Faux

 C'est souvent le cas, mais il peut aussi faire appel à un intervenant externe (ou interne) spécialisé dans ce type d'exercice. Le chef de projet peut alors revêtir le rôle d'observateur ou l'un des autres rôles (time keeper, assistant(e), etc.).

### Question 3

Quels attributs peuvent correspondre à l'ice-breaker ?

☒ Activité destinée à créer de la connivence entre les participants


☐ Activité destinée à faire émerger un maximum d'idées

☒ Activité destinée à instaurer une atmosphère positive

☐ Activité destinée à tester les hypothèses préparées en amont par le chef de projet

☐ Activité destinée à représenter schématiquement les propositions émises pendant l'atelier

☐ Activité de détente permettant aux participants de « souffler » entre deux séquences de l'atelier


 L'ice-breaker est une activité placée en tout début de séance qui sert à instaurer une atmosphère conviviale et détendue entre les participants.

### Questions 4

Un prototype est un story-board qui décrit la solution de manière scénarisée.

☐ Vrai

☒ Faux

 Cette définition est trop réductrice. Le prototype peut prendre de nombreuses formes (dont le story-board) comme une construction de lego, une lettre, une saynète jouée par les participants. L'important est de proposer une représentation claire de la solution et de sa plus-value pour l'utilisateur cible.

### Question 5

Il est conseillé de faire tester aux utilisateurs la solution le plus tôt possible.

☒ Vrai

☐ Faux



- Q Même si elle est embryonnaire, faire tester une solution permet de valider ou invalider énormément d'hypothèses.

**p. 11 Solution n°3**

Sarah s'apprête à pratiquer le Guerilla testing, qui est une démarche dont les enseignements à tirer sont nombreux. Plusieurs arguments plaident en la faveur d'une telle initiative.

- La très grande majorité des passants interpellés sont clients d'une ou plusieurs banques.
- Même s'ils ne sont pas consommateurs d'une application bancaire, ils sont majoritairement usagers de smartphones.
- Le story-board papier leur permet de se projeter sur une expérience utilisateur et de donner leur avis.
- Sarah peut recueillir du feedback qualitatif et quantitatif très rapide et à moindre coût sur la solution.

**p. 11 Solution n°4**

- Le critère d'âge.

Grâce à son travail préparatoire, Sarah connaît la réglementation en vigueur pour l'utilisation d'un service bancaire.

- Le critère de concurrence.

Il est sans doute plus prudent de cibler des personnes qui ne travaillent pas dans le secteur bancaire, ou qui en ont parmi leurs proches. Ce domaine étant très concurrentiel, la banque de Sarah n'est peut-être pas pressée d'informer ses concurrents qu'elle travaille sur la création d'une nouvelle application mobile innovante.

**Exercice p. 11 Solution n°5**

**Question 1**

Quelles sont les premières actions que Sarah peut engager ?

- ☐ Une séance d'idéation pour trouver la nouvelle solution
- ☒ Une séance de focus group pour avec des clients pour identifier leurs besoins
- ☒ Une série d'interviews d'utilisateurs
- ☐ Un prototypage de la solution que vous avez imaginée
- ☐ Des maquettes graphiques pour proposer les orientations graphiques de la future application
- ☒ Des entretiens avec les chargés de relation client pour comprendre les besoins des clients

- Q La première étape à engager est l'analyse des besoins, avant les phases d'idéation, de prototypage ou de maquettage graphique.

### Exercice p. 12 Solution n°6

Aidez Sarah à préparer son atelier en plaçant les étapes dans l'ordre logique préconisé dans ce cours.

Composer son équipe

Réserver la date de son atelier

Fixer des objectifs

Préparer la trame de son atelier

Définir précisément les activités de son atelier

Préparer ses supports et son matériel

Répartir les rôles

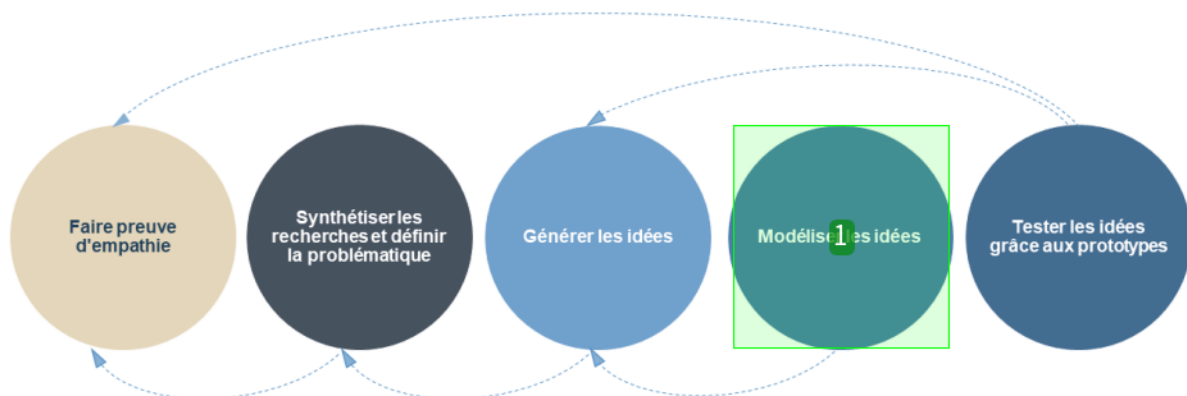
### Exercice p. 12 Solution n°7

Sarah a organisé un atelier de Design Thinking pendant lequel elle a distribué les rôles. Reliez les verbatims au rôle correspondant.

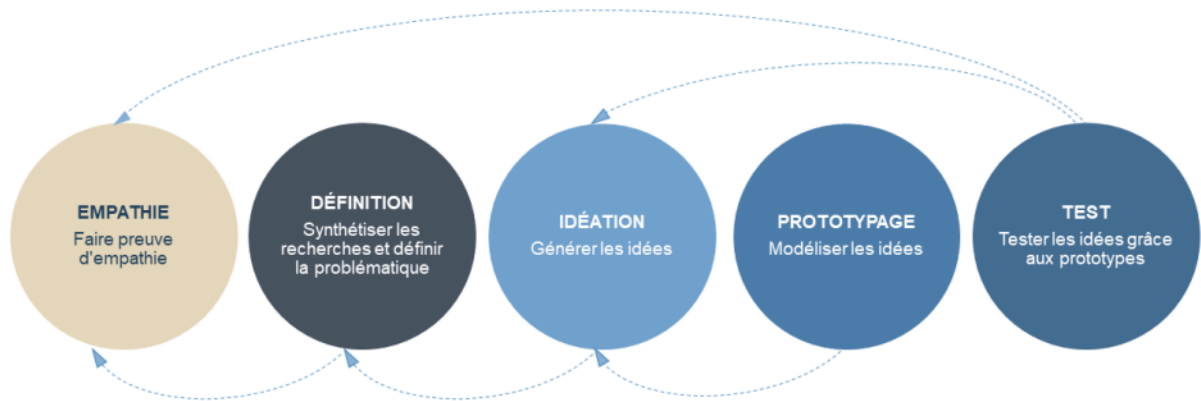
Le facilitateur/la facilitatrice	Le/la scribe	L'assistant(e)	Le/la gardien(ne) du temps
« Pendant cette séance, nous allons tenter de définir ensemble l'expérience mobile idéale pour nos clients. » « Je vous rappelle que nous ne pourrons pas révolutionner ici les process internes de gestion des contrats. » « Je vous laisse maintenant voter pour la solution qui vous paraît répondre le mieux à la problématique du client. »	« Pourriez-vous répéter votre dernière phrase, je n'ai pas pu la noter. »	« Avez-vous encore des feutres pour dessiner votre story-board ? » « Comme l'a rappelé Sarah, vous devrez ensuite présenter votre story-board à l'autre groupe. »	« Il vous reste 10 minutes pour conclure vos échanges et préparer votre présentation à l'autre groupe. » « Nous avons un peu de retard, je vous propose de décaler la pause pour pouvoir terminer cet exercice. »

### Exercice p. 13 Solution n°8

Cliquez sur la zone correspondant à la phase de prototypage.




- Ⓐ Zone 1  
Bonne réponse

**Exercice p. 13 Solution n°9****Question 2**

Prototyper et faire tester rapidement permet de réaliser des économies importantes pour un projet.

☒ Vrai

☐ Faux

 Prototyper et faire tester tôt une solution permet de ne pas s'engager dans des développements chronophages, donc coûteux. Réaliser des tests trop tardivement, c'est prendre le risque de constater qu'une progression a été engagée dans une mauvaise direction. Plus l'on attend, plus il est coûteux de revenir en arrière.