

## Chapitre 2 : Qu'est-ce que le « Design Thinking » et Pourquoi est-ce tellement populaire ?

Le design thinking n'est pas une propriété exclusive des designers - tous les grands innovateurs de la littérature, de l'art, la musique, la science, l'ingénierie et les affaires l'ont pratiqué.

Alors, pourquoi l'appeler «design thinking»? Qu'est-ce que la particularité du design thinking est que les processus de travail des concepteurs peuvent nous aider à extraire systématiquement, enseigner, apprendre et appliquer ces techniques centrées sur l'humain pour résoudre des problèmes de manière créative et innovante - dans nos conceptions, dans nos entreprises, dans nos pays, dans nos vies.

Certaines des plus grandes marques mondiales, telles qu'Apple, Google, Samsung et GE, ont rapidement adopté l'approche du design thinking.

De plus, le design thinking est enseigné dans les grandes universités dans le monde entier. Même ainsi, savez-vous qu'est-ce que le design thinking, et pourquoi il est si populaire ?

### Qu'est-ce que le Design Thinking?

Le « design thinking » est un processus itératif dans lequel nous cherchons à comprendre l'utilisateur, ses défis, ses hypothèses et redéfinir les problèmes pour tenter d'identifier des stratégies et des solutions alternatives

Cela pourrait ne pas être immédiatement apparent avec notre niveau de compréhension initial. En même temps, **concevoir la réflexion** fournit une approche basée sur des solutions pour résoudre les problèmes. C'est une façon de penser et de travailler ainsi qu'une collection de méthodes pratiques.

Le design thinking s'articule autour d'un profond intérêt à développer une compréhension des personnes pour qui nous concevons les produits ou services. Cela nous aide à observer et à développer de l'empathie avec les utilisateurs cible.

Le design thinking nous aide dans le processus de questionnement : questionnement du problème, remettre en question les hypothèses et remettre en question les implications.

Le design thinking est extrêmement utile en s'attaquant à des problèmes mal définis ou inconnus, en recadrant le problème de manière centrée sur l'humain

En créant de nombreuses idées lors de séances de brainstorming et en adoptant une approche pratique de prototypage et tests.

Le design thinking passe également par une expérimentation permanente : esquisse, prototypage, test et essai de concepts et d'idées.

NB :

Le brainstorming, c'est une technique d'idéation massive. Elle permet de produire des idées à plusieurs plutôt que chacun dans son coin, et le tout de manière créative : pas de limites, pas de règles, juste des idées.

## Phases du Design Thinking

Il existe de nombreuses variantes du processus de design thinking actuellement utilisées, et elles ont entre trois à sept phases, étapes ou modes.

Cependant, toutes les variantes du design thinking sont très similaires: elles incarnent les mêmes principes, décrits pour la première fois par le lauréat du prix Nobel **Herbert Simon**

Les Sciences de l'Artificiel en 1996. Ici, nous nous concentrerons sur le modèle en cinq phases, que le Hasso-Plattner Institute of Design à Stanford (alias «d.school») proposé. Nous avons choisi d.school's approche parce qu'ils sont à la pointe de l'application et de l'enseignement du design thinking.

Les cinq phases du design thinking, selon d.school, sont les suivantes:

- Empathie - avec vos utilisateurs

*La première phase du design thinking a pour but de se mettre à la place du consommateur et d'essayer de comprendre ses besoins. Il faut donc les rencontrer, les interroger pour connaître leur mode de vie (do), leur pensées (think), leurs sentiments (feel) et leur avis (say). L'objectif : se mettre à leur place pour comprendre ce dont ils ont besoin.*

- Définissez - les besoins de vos utilisateurs, leur problème et vos idées

*Cette étape a pour but de cadrer le problème. Par exemple, si vos clients ne parviennent plus à toucher leur cœur de cible, votre objectif va être de réfléchir à l'origine du problème. Pourquoi connaissent-ils cette problématique ? Depuis quand existe-t-elle ? Quelles sont les dates clés ? Mais surtout, vous commencerez à aborder une question primordiale : comment inverser la tendance ?*

- Idée - en remettant en question les hypothèses et en créant des idées pour des solutions innovantes

*Cette phase a pour objectif premier de générer toutes les idées possibles pour aider à résoudre les problèmes rencontrés. Réunissez-vous dans une salle assez grande pour regrouper toutes les personnes impliquées dans le projet. Désignez ensuite une personne en charge d'animer le brainstorming. Pour finir, laissez chacun exprimer ses idées, ses projets. Vous pouvez même organiser un ou plusieurs ateliers de divergences pour que les différentes idées se confrontent afin de pousser tout le monde vers le haut et d'aboutir au meilleur projet possible ?*

- Prototype - pour commencer à créer des solutions

*Quelles sont les différentes options existantes pour réaliser ce nouveau projet ? Comment ce projet va-t-il être construit ? L'idée de cette phase de prototypage est de le modéliser, d'en faire une maquette afin de le matérialiser. Un moyen de construire ensemble tout en prenant du recul sur le projet. Ce qui peut très souvent permettre de voir si certaines idées énoncées précédemment sont réalisables ou pas, et si des modifications doivent être apportées.*

- Test – solutions

*La dernière phase a pour objectif de tester le projet, d'affiner les solutions proposées grâce au retour des utilisateurs. Le test est le meilleur moyen de savoir si son projet tient la route, si ses idées sont réalisables. Le feedback des utilisateurs vous permettra d'avoir une nouvelle vision de votre projet et de réagir en conséquence. Le but de cette étape est simple : tester vos prototypes, écouter les retours des utilisateurs, modifier, redéfinir et revoir les priorités. Par exemple, si vous vous rendez compte que la nouvelle application mobile que vous allez mettre en service ne peut pas être rentable dans ces conditions, le feedback des utilisateurs vous permettra de changer votre fusil d'épaule, de réfléchir à d'autres possibilités ou de revenir sur une idée déjà abordée mais laissée de côté jusqu'ici.*

Il est important de noter que les cinq phases, étapes ou modes ne sont pas toujours séquentiels. Ils ne doivent suivre n'importe quel ordre spécifique. De plus, ils peuvent souvent se produire en parallèle et se répéter itérativement. En tant que tel, vous ne devez pas envisager les phases comme un processus hiérarchique ou étape par étape.

Au lieu de cela, vous devez le comprendre comme un aperçu des modes ou des phases qui contribuent à un projet innovant, plutôt que des étapes séquentielles.

## **Le problème des schémas de pensée enracinés**

Parfois, le moyen le plus simple de comprendre quelque chose d'intangible, comme le design thinking, est de comprendre ce que ce n'est pas.

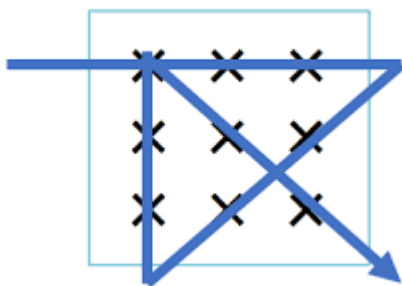
Les humains développent naturellement des schémas de pensée calqués sur les activités répétitives et connaissance connues. Celles-ci nous aident à appliquer

rapidement les mêmes actions et connaissances en des situations similaires ou familières, mais elles peuvent également nous empêcher d'accéder ou développer de nouvelles façons de voir, de comprendre et de résoudre les problèmes.

Ces schémas de pensée sont souvent appelés schémas, qui sont des ensembles organisés d'informations et relations entre les choses, les actions et les pensées qui sont stimulées et initié dans l'esprit humain lorsque nous rencontrons des stimuli environnementaux. Un seul schéma peut contenir une grande quantité d'informations. Par exemple, nous avons un schéma pour les chiens qui englobe la présence de quatre pattes, de la fourrure, des dents pointues, une queue, des pattes et un certain nombre d'autres caractéristiques perceptibles. Lorsque les stimuli environnementaux correspondent à ce schéma, même s'il y a un lien ténu ou seules quelques caractéristiques sont présentes - le même schéma de pensée entre dans l'esprit.

Comme ces schémas sont stimulés automatiquement, ce processus peut empêcher une meilleure adaptation. Impression de la situation ou nous empêcher de voir un problème d'une manière qui permettra une nouvelle stratégie de résolution de problèmes.

S'élever au-dessus de ce « brouillard », ou - plus justement - flotter et s'en éloigner confinant, nous appelle à être innovants dans notre approche. Sans surprise, l'innovation dans la résolution de problèmes est également connue sous le nom de « thinking outside of the box ».



### **Un exemple de résolution de problèmes : Les encombrés Contre. L'esprit frais**

Penser outside of the box peut fournir une solution innovante à un problème épineux. Pourtant, sortir outside of the box peut être un véritable défi car nous développons naturellement des schémas de pensée qui sont calquées sur les

activités répétitives et les connaissances communément accessible que nous maîtrisons.

Il faut quelque chose pour rompre avec une situation où nous sommes trop étroitement impliqués pour pouvoir trouver de meilleures possibilités. C'est pourtant ce que nous devons faire.

Pour illustrer comment une nouvelle façon de penser peut créer des solutions étonnamment bonnes, examinons une histoire célèbre. Il y a quelques années, un incident s'est produit où un chauffeur de camion avait tenté de passer sous un pont bas. Hélas, il a échoué et le camion s'est fermement logé sous le pont. Le chauffeur était incapable de continuer à conduire ou à reculer.

L'histoire raconte que lorsque le camion est resté bloqué, il a causé d'énormes problèmes de circulation, ce qui a entraîné dans le personnel d'urgence, les ingénieurs, les pompiers et les chauffeurs de camion se réunissant pour négocier diverses solutions pour déloger le camion.

Les travailleurs d'urgence se demandaient s'il fallait démonter des parties du camion ou déchiqueter des parties du pont. Chacun a évoqué une solution correspondant à son niveau d'expertise respectif. Dans la chaleur de l'urgence, toutes les parties ont continué avec leurs façons de voir le problème, y compris le chauffeur du camion, dont la consternation initiale face à un toit éraflé s'était transformée en une préoccupation plus profonde.

Un garçon qui passait et était témoin du débat intense a regardé le camion, sur le pont, puis a regardé sur la route et dit nonchalamment, "Pourquoi ne pas laisser l'air sortir des pneus ?" à l'absolu stupéfaction de tous les spécialistes et experts qui tentent de déceler le problème.

Lorsque la solution a été testée, le camion a pu rouler librement, n'ayant subi que les dommages causés par sa tentative initiale de passer sous le pont. Que ce soit ou non l'histoire s'est réellement passée dans la vraie vie, cela symbolise les luttes auxquelles nous sommes confrontés là où les solutions évidentes sont les plus difficiles à trouver en raison des contraintes auto-imposées que nous nous imposons.

Remettre en question nos hypothèses et nos connaissances quotidiennes est souvent difficile pour nous, humains, car on se base sur la construction de modèles de pensée afin de ne pas avoir à tout apprendre à partir de zéro à chaque fois. Nous s'appuyer sur des processus quotidiens plus ou moins inconscients - par exemple, lorsque nous nous levons dans le le matin, manger,

marcher et lire, mais aussi lorsque nous évaluons les défis au travail et dans notre vie privée.

Les experts et les spécialistes s'appuient en particulier sur leurs schémas de pensée solides, des schémas qui les servent bien dans leurs domaines respectifs, sans oublier les personnes à qui ils délivrent leurs compétences. Même dans ce cas, il peut être très difficile et difficile pour les experts de commencer à remettre en question leurs connaissances. Fierté à part, ça peut prouver plus qu'un peu déconcertant de penser que de nombreuses années de formation et de pratique

L'expérience peut gêner plutôt qu'aider à résoudre un problème.

NB

La fraîcheur du point de vue d'un enfant, non entachée de spécialisation professionnelle, peut sauver le jour où un problème devient aussi grand comme celui ci-dessus. Heureusement, obtenir cette fraîcheur n'implique pas quelque chose d'aussi radical que d'essayer de devenir un enfant de nouveau.

<https://www.klap.io/definition-design-thinking/>

## Design Thinking ou pensée `` Outside of the box "

Le design thinking est souvent qualifié de réflexion «outside of the box», comme les concepteurs tentent de développer de nouvelles façons de penser qui ne respectent pas la résolution de problèmes dominante ou les méthodes les plus courantes.

Au cœur du design thinking se trouve l'intention d'améliorer les produits en analysant et en comprenant comment les utilisateurs interagissent avec les produits et en examinant les conditions dans lesquelles ils opèrent.

Au cœur du design thinking réside également l'intérêt et la capacité à poser des questions et des défis importants hypothèses. Un élément de la réflexion « outside of the box » battu est de falsifier les hypothèses précédentes, c'est-à-dire de permettre de prouver leur validité ou non.

Une fois que nous avons interrogé et enquêté les conditions d'un problème, le processus de génération de solutions nous aidera à produire des idées qui reflètent les véritables contraintes et facettes de ce problème particulier.

Le design thinking nous offre un moyen de creuser un peu plus profondément ; cela nous aide à faire le bon type de recherche et à prototyper et tester nos produits et services afin de découvrir de nouvelles façons d'améliorer le produit, le service ou la conception.

## Qu'est-ce que le Design Thinking et pourquoi est-il si populaire ?

Creuser un peu plus profondément ; cela nous aide à faire le bon type de recherche et à prototyper et tester notre produits et services afin de découvrir de nouvelles façons d'améliorer le produit, le service ou la conception.

Grand Old Man of User Experience, Don Norman, qui a également inventé le terme même d'expérience utilisateur, explique ce qu'est le design thinking et ce qu'il a de si spécial :

Plus je réfléchissais à la nature du design et réfléchissais à mes récentes rencontres avec des ingénieurs, les gens d'affaires et d'autres qui ont résolu aveuglément les problèmes auxquels ils pensaient être confrontés sans question ou étude plus approfondie, j'ai réalisé que ces personnes pourraient bénéficier d'une bonne dose de design en pensant. Les concepteurs ont développé un certain nombre de techniques pour éviter d'être capturé par une solution. Ils prennent le problème d'origine comme une suggestion, pas comme une déclaration finale, puis pensent gros sur ce que les vrais problèmes sous-jacents à cet énoncé de problème pourraient vraiment être (par exemple en utilisant l'approche des « cinq pourquoi » pour s'attaquer aux causes profondes

## Le Design Thinking est un outil essentiel - et un troisième chemin

Le processus de conception implique souvent un certain nombre de groupes de personnes différents dans différents départements ;

Pour cette raison, le développement, la catégorisation et l'organisation d'idées et de solutions aux problèmes peuvent être difficile. Une façon de garder un projet de conception sur la bonne voie et d'organiser les idées de base est avec une approche du design thinking.

Tim Brown, PDG de la célèbre firme d'innovation et de design IDEO, montre dans son livre à succès, « Change by Design » que le design thinking est fermement basé sur la génération d'une approche holistique et empathique

Compréhension des problèmes auxquels les gens sont confrontés et que cela implique des problèmes ambigus ou intrinsèquement concepts subjectifs tels que les émotions, les besoins, les motivations et les facteurs de comportement. Cela contraste avec une approche uniquement scientifique, où il y a plus de distance dans le processus de compréhension et tester les besoins et les émotions de l'utilisateur, par exemple via une recherche quantitative. Tim Brown résume cela

Le design thinking est une troisième voie : le design thinking est essentiellement une approche de résolution de problèmes, cristallisé dans le domaine du design, qui combine une perspective holistique centrée sur l'utilisateur avec une recherche rationnelle et analytique dans le but de créer des solutions innovantes.

## Science et rationalité dans le design thinking

Certaines activités scientifiques comprendront l'analyse de la façon dont les utilisateurs interagissent avec les produits et l'étude des conditions dans lesquelles ils opèrent : recherche des besoins des utilisateurs, mise en commun des expériences des projets antérieurs, examen des conditions actuelles et futures propres au produit, test des paramètres du problème et test de l'application pratique de solutions alternatives au problème.

Contrairement à une approche purement scientifique, où la majorité des qualités connues, des caractéristiques, etc. du problème sont testées pour arriver à une solution au problème, les études de design thinking incluent des éléments ambigus du problème pour révéler des paramètres inconnus et découvrir des stratégies alternatives.

Après avoir trouvé un certain nombre de solutions possibles au problème, le processus de sélection est soutenu par la rationalité. Les designers sont encouragés à analyser et à falsifier ces solutions afin de pouvoir trouver la



meilleure option possible pour chaque problème ou obstacle identifié à chaque étape du processus de design.

Dans cette optique, il est peut-être plus juste de dire que le design thinking ne consiste pas à sortir des sentiers battus, mais sur son bord, son angle, son rabat et sous son code-barres, comme le dit Clint Runge. (Clint Runge est Fondateur et CEO d'Archival, une jeune agence de marketing distinguée, et professeur adjoint à l'Université de Nebraska-Lincoln.)

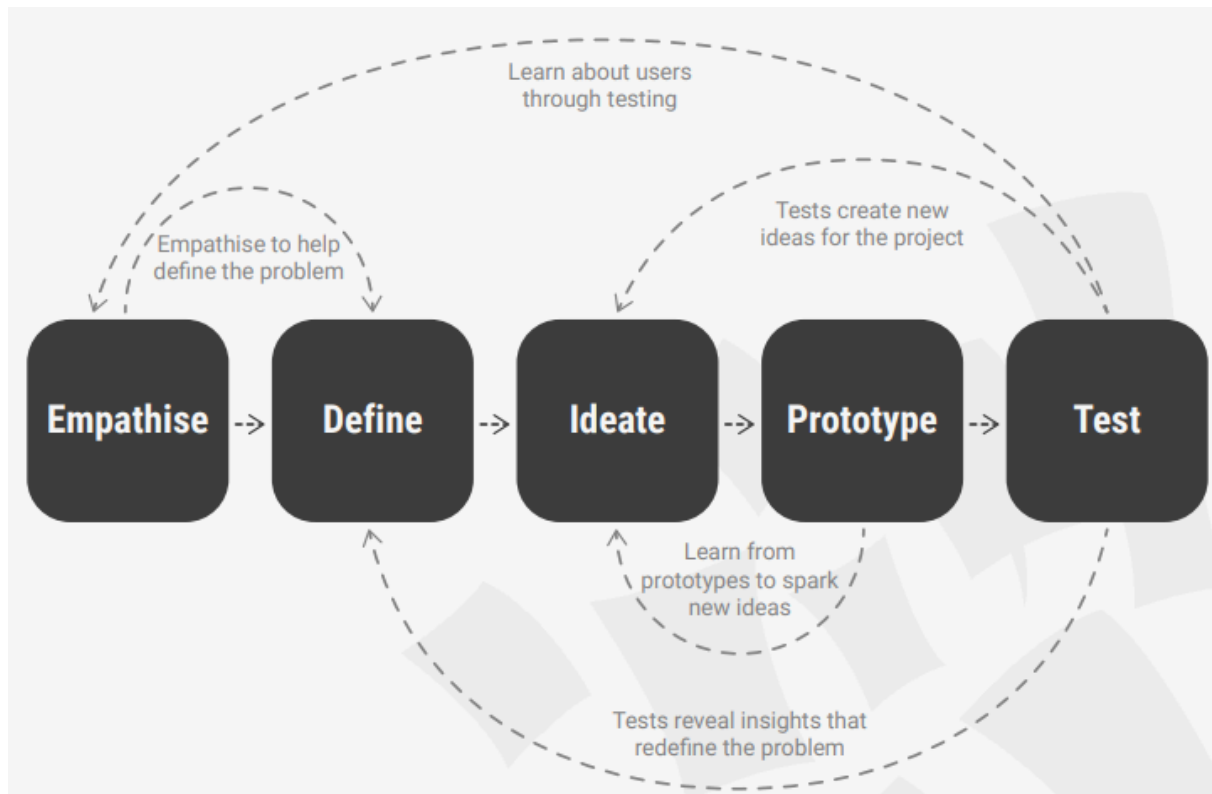
## Générer des idées et des solutions créatives de manière holistique

### Comprendre les humains

Avec une base solide dans la science et la rationalité, le design thinking cherche à générer une compréhension holistique et empathique des problèmes auxquels les gens font face.

Le design thinking essaye l'empathie avec des êtres humains. Cela implique des concepts ambigus ou intrinsèquement subjectifs tels que les émotions, les besoins, les motivations et les facteurs de comportement. La nature de générer des idées et des solutions dans le design thinking signifie que cette approche est généralement plus sensible et intéressée par le contexte dans lequel les utilisateurs opèrent et les problèmes et les obstacles qu'ils peuvent rencontrer lorsqu'ils interagissent avec un produit. L'élément créatif du design thinking se trouve dans les méthodes utilisées pour générer des solutions et des idées sur les pratiques, les actions et les pensées des utilisateurs réels.

**Le Design Thinking est un processus itératif et non linéaire**



Le design thinking est un processus itératif et non linéaire. Cela signifie simplement que l'équipe de design utilise continuellement ses résultats pour revoir, remettre en question et améliorer ses hypothèses, ses compréhensions et ses résultats initiaux. Les résultats de la dernière étape du processus de travail initial informent notre compréhension du problème, nous aident à déterminer les paramètres du problème, nous permettent de redéfinir le problème et, peut-être plus important, nous fournit de nouvelles idées, des solutions qui n'auraient pas été disponibles avec notre niveau de compréhension antérieur.

Le design thinking est un processus itératif et non linéaire. Cela signifie simplement que l'équipe de conception utilise en permanence leurs résultats pour revoir, remettre en question et améliorer leurs hypothèses initiales, compréhensions et résultats. Les résultats de la phase finale du processus de travail initial éclairent notre compréhension du problème, nous aident à déterminer les paramètres du problème, nous permettent de redéfinir le problème et, peut-être plus important encore, nous fournissent de nouvelles informations afin que nous puissions voir toute solution alternative qui aurait pu être pas été disponible avec notre niveau précédent de compréhension.

## Le Design Thinking est pour tout le monde

Tim Brown croit que les techniques de design et les stratégies de design appartiennent à tous les niveaux d'activité. Le design thinking ne s'adresse pas seulement aux designers, mais aussi aux créatifs, aux indépendants et aux dirigeants qui cherchent à insuffler un design thinking à tous les niveaux d'une organisation, d'un produit ou d'un service afin de créer de nouvelles alternatives.

Le design thinking est essentiellement une approche de résolution de problèmes, cristallisée dans le domaine du design, qui combine une perspective centrée sur l'utilisateur avec une recherche rationnelle et analytique dans le but de créer des solutions innovantes.

## Les 7 facteurs qui influencent Expérience utilisateur

L'expérience utilisateur (UX) est essentielle au succès ou à l'échec d'un produit sur le marché, mais que faisons-nous signifier par UX? Trop souvent, l'UX est confondu avec la convivialité, qui décrit à quel point un produit est facile à utilisation. S'il est vrai que l'UX en tant que discipline a commencé avec la convivialité, l'UX a grandi pour s'adapter bien plus que la convivialité, et prêter attention à toutes les facettes de l'UX afin de réussir la commercialisation des produits est vitale.

Il y a sept facteurs qui décrivent l'expérience utilisateur, selon Peter Morville, un pionnier de la UX field qui a écrit plusieurs livres à succès et conseille de nombreuses entreprises Fortune 500 sur UX. Morville a organisé les sept facteurs dans le "User Experience Honeycomb", qui est devenu un célèbre outil pour comprendre la conception UX.

Utile

Utilisable

Trouvable

Crédible

Souhaitable

Accessible

De valeur