



Anis jedidi

http://www.isimsf.rnu.tn/fra/profil/jedidi_anis

<https://www.linkedin.com/in/jedidi-anis/>

@anis_jedidi

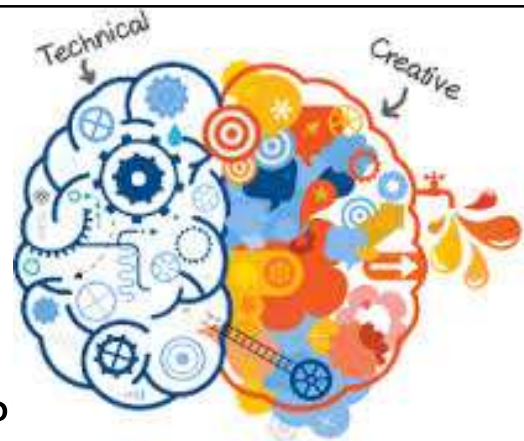
Cours

1

Le design thinking ? !

- C'est quoi ce nouveau concept?
- A quoi correspond 'il ??
- Est ce une compétence métier ?
- Est ce un nouveau métier ??
- Comment Entreprendre en design thinking ??

...



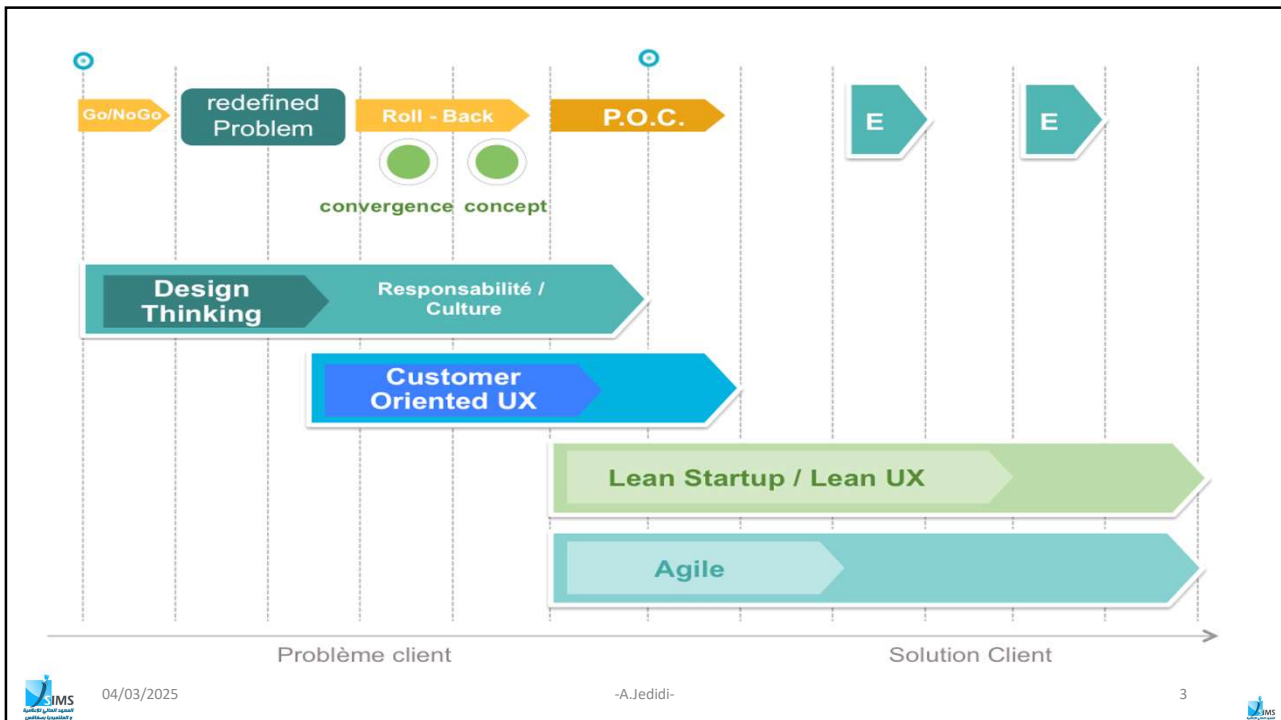
04/03/2025

-A.Jedidi-

2



2



3

- Métier dérivé du monde de design
- Métier dérivé du monde de l'orchestration de la prise de décision
 - Conception et valorisation d'une idée
 - Conception d'un processus enchainé d'idées et de valeurs pour un objectif précis
 - Mise en œuvre de tout ça
- Le Design Thinking est proche de méthodes utilisant des processus ou des situations éprouvés par nombre d'UX Designers et de Service Designers.

4



Méta-DESCRIPTION

- Le Design thinking ce n'est alors plus seulement le "What"
- → c'est le "Why" et le "How" réunis :
- → → (**pourquoi j'agis et comment j'agis**)
- → → → **élément stratégique** qui s'invite dans la conduite du changement des entreprises et la font évoluer projet après projet par une sorte **d'innovation**
- → → → → **Une voie d'innovation dans les deux mondes de l'entreprenariat et du design**



04/03/2025

-A.Jedidi-

5



5



Business Thinking

Problem

Solution



Ici le problème est une situation qui nécessite une solution précise

Design Thinking

Understand

Problem

Solution



Ici le problème est d'abord un besoin qui nécessite une compréhension

(1) compréhension des besoins, (2) conception des solutions adéquates et personnalisées aux problématiques découvertes



04/03/2025

-A.Jedidi-

6



6



Naissance du besoin de la pensée dans le Design

Tout ce qui pourra être entrepris pour identifier quelques mesures et quantifier ce qui a trait au design contribuera à permettre aux dirigeants d'utiliser le design plus efficacement et surtout de le traiter comme il le mérite, sérieusement.

Peter Gorb (1926-2013), Entrepreneur et pionnier de la recherche en design management.



04/03/2025

-A.Jedidi-

7



7



Naissance du besoin de la pensée dans le Design

- Le **design**, au même titre que le marketing ou la recherche et développement, est une fonction de l'entreprise qui **contribue à l'enrichissement d'une offre** en réponse (ou par anticipation) aux **besoins et attentes des consommateurs, des usagers et des citoyens**.
- Il a pour conséquence de générer un impact positif sur 4 leviers des organisations qui sont
 - l'offre, la marque, la relation client et les processus.
- Il joue un rôle important dans la création de facteurs déterminants pour la compétitivité des organisations.



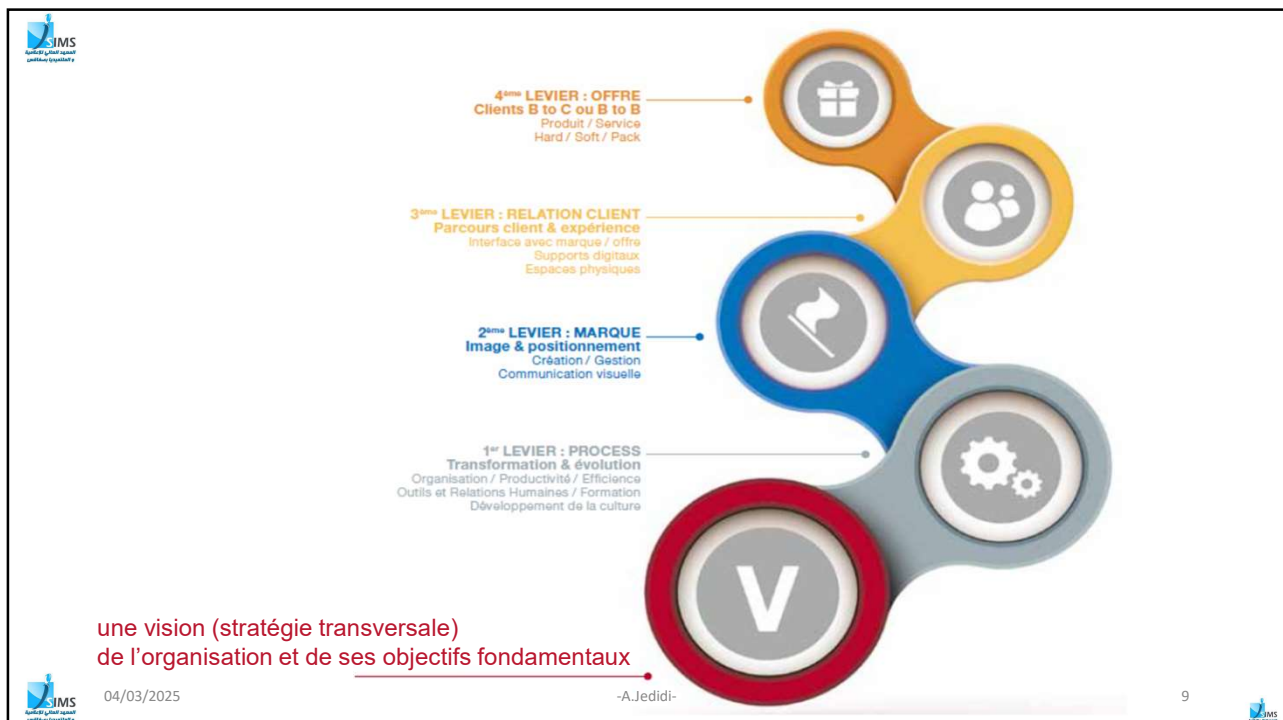
04/03/2025

-A.Jedidi-

8



8



9

Naissance du besoin de la pensée dans le Design

- Le design est une activité créatrice dont le but est de présenter les multiples facettes de la **qualité des objets, des procédés, des services et des systèmes** dans lesquels ils sont intégrés au cours de leur **cycle de vie**.
- C'est pourquoi il constitue le principal facteur **d'humanisation innovante des technologies** et un **moteur essentiel dans les échanges économiques** et culturels.
- Extrait de la définition du design par l'International Council of Societies of Industrial Design (ICSID)

04/03/2025 -A.Jedidi-

10



Sa place ?? En interne/ en Externe / Hybride

- La place du design varie.
- Elle dépend de la stratégie générale ainsi que des leviers que l'organisation souhaite actionner pour se développer :
 - > Rattachement direct à la Direction générale.
 - > Département au même titre que d'autres fonctions supports : qualité, service informatique (SI), ressources humaines (RH), etc.
 - > Gestion par un autre département : recherche et développement (R&D), marketing, communication.



04/03/2025

-A.Jedidi-

11



11



DESCRIPTION

- Introduction au Design Thinking : Introduction théorique et pratique de la méthode Design Thinking ainsi que de ses outils et objectifs. Approches de Design Thinking (selon IDEO) et Business Model Development (selon Osterwalder/ Pigneur)
- Les étapes
- Développement stratégique et organisationnel : Barrières d'entrée sur le marché, analyse de la concurrence, positionnement et dérivation d'activités concrètes. Développement d'un modèle d'affaires et business plan.
- Finance : Explication des options de financement les plus importantes. Différents modèles et possibilités de financement.
- Projets fédérés (Hackathons) : Planification, déroulement et organisation. Coaching avant et pendant les Hackathons, comment donner du feedback



04/03/2025

-A.Jedidi-

12



12



“Mettre des ingénieurs, des marketeurs, des financiers, des philosophes, des sociologues autour de la table pour les faire travailler à demain n’est pas une nouveauté pour ce qui est de la pratique du designer. C’est sa compétence, servie par une technique de représentation des usages qui le distingue de tout autre. N’est pas designer qui veut !”

C. Guellerin, Président de France Design Éducation.



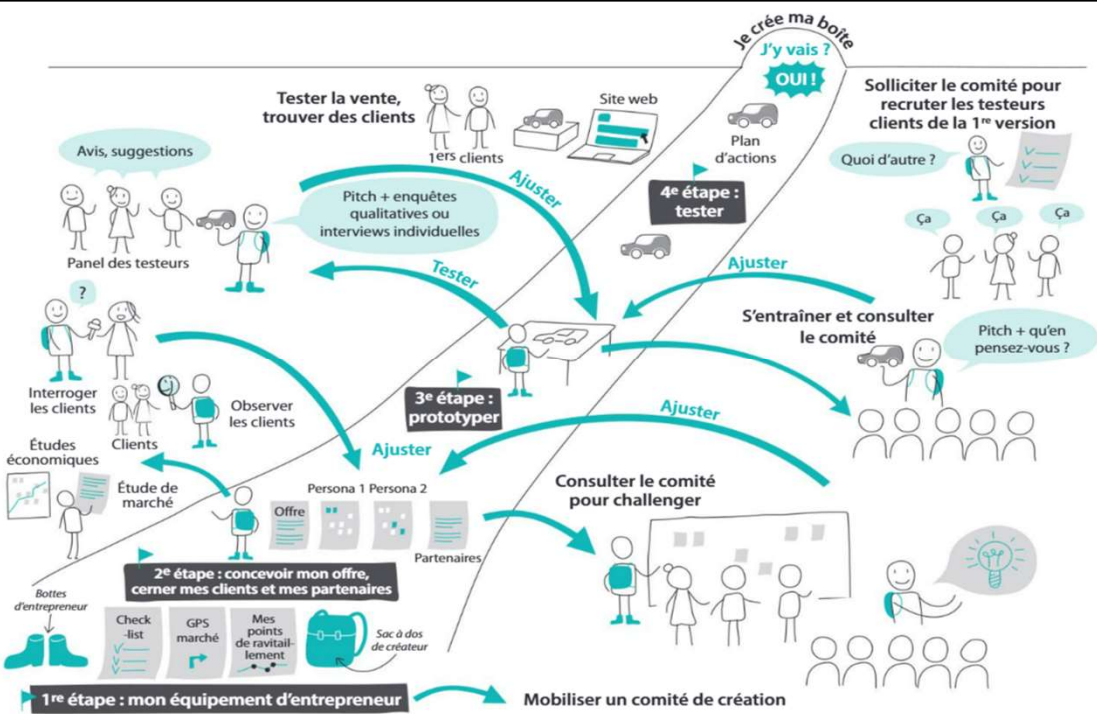
04/03/2025

-A.Jedidi-

13



13



14



*"Le design thinking est une discipline qui utilise la **sensibilité**, les outils et méthodes des designers pour permettre à des **équipes pluridisciplinaires d'innover** en mettant en correspondance **attentes des utilisateurs**, **faisabilité technologique** et **viabilité économique**."*

Tim Brown, IDEO



04/03/2025

-A.Jedidi-

15



15



Mise en place de l'esprit et de la méthode de travail en Design Thinking au sein de l'entreprise, les outils :

- Apporter à son entreprise la culture de l'approche Design, avec l'aide de **designers, de spécialistes UX (User eXperience) conscients des enjeux de l'entreprise**
- Faire, produire et partager des items issus de la culture de l'entreprise
- **fait la culture Agile**
- Définir ce qui est **possible**, ce qui **semble** être une excellente solution partagée



04/03/2025

-A.Jedidi-

16



16



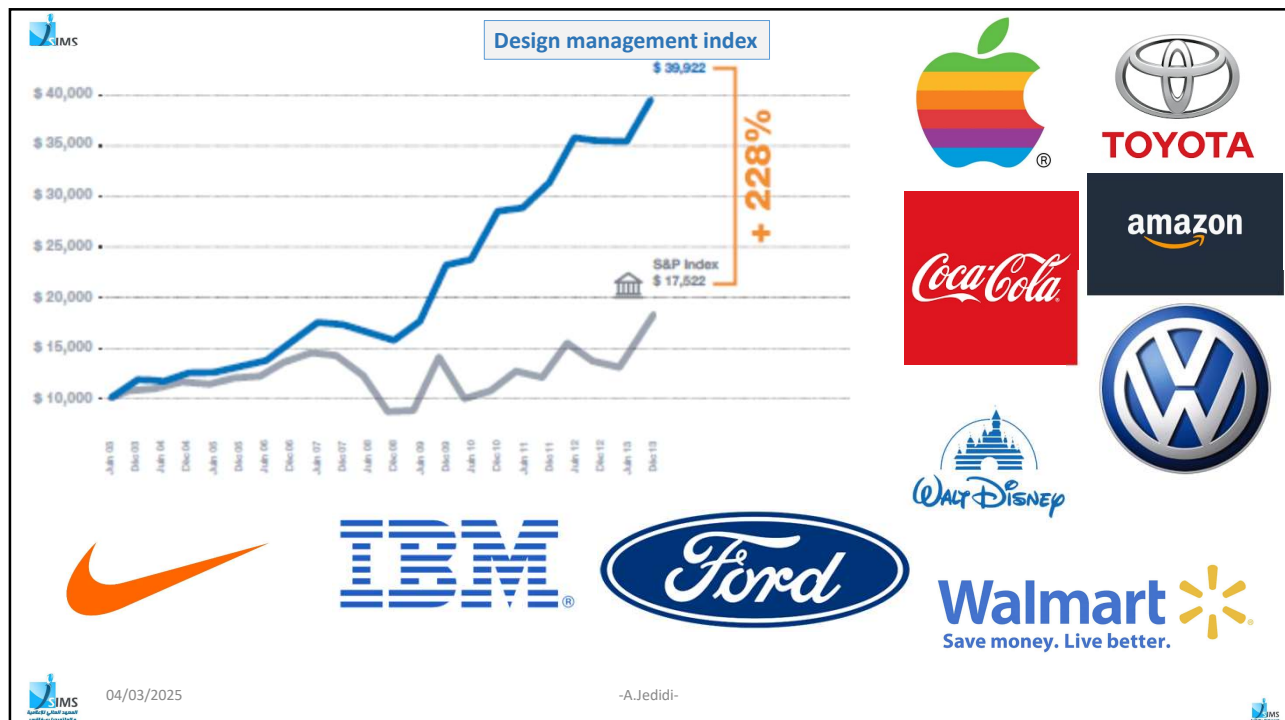
Mise en place de l'esprit et de la méthode de travail en Design Thinking au sein de l'entreprise, les outils :

- Proposer des solutions co-créatives en tenant compte du contexte humain et culturel ;
- Penser expérience de service avant de penser produit ;
- Prototyper rapidement pour tester un potentiel dans un contexte ;
- Construire un business model viable même s'il est nouveau et propose de nouveaux partenariats.

→ Cette méthode de travail permet d'être à la fois dans l'action et l'adaptation
→ → AGILE

-A.Jedidi-

17



18



Créativité La création de nouvelles idées

- La créativité est la **capacité de générer des idées**, des concepts ou des solutions originales et innovantes. Elle implique la **pensée divergente**, la capacité à voir les choses sous un angle différent et à faire des **associations inattendues**.
- Lorsqu'on qualifie une personne de créative, cela signifie généralement qu'elle excelle dans la génération d'idées novatrices, qu'elle a un esprit imaginatif et qu'elle est capable de penser au-delà des schémas conventionnels.



04/03/2025

-A.Jedidi-

21

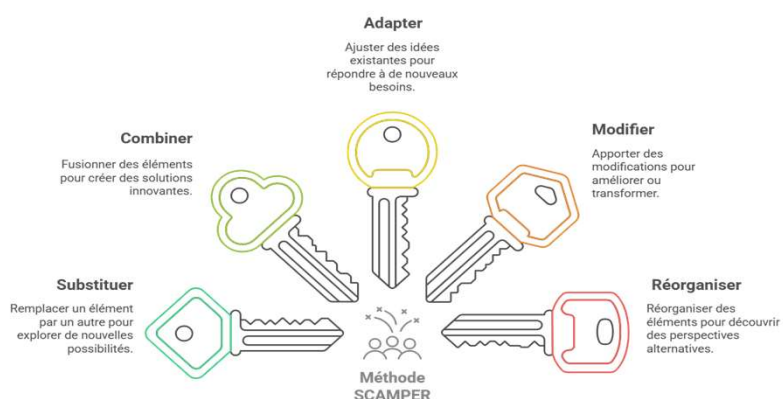


21



La méthode SCAMPER: une technique de créativité

Stimuler la Créativité avec la Méthode SCAMPER



SCAMPER (SCAMMPERR): Cette technique de créativité appelée également «technique de concassage» est attribuée à Alex Osborn. Selon Michael Michalko, c'est Bob Eberle qui a présenté cette technique sous forme de l'acronyme SCAMPER ou encore, SCAMMPER.

La «technique de concassage SCAMPER» permet d'examiner une idée, un concept, un produit, un projet ou un problème sous plusieurs angles grâce à l'utilisation systématique des «opérateurs» ou «déclencheurs» SCAMPER.

www.creativite.net




04/03/2025

Compréhension des besoins

22



22



Exemple : Application de la méthode SCAMPER à Instagram

Substituer (S - Substitute)

Qu'est-ce qui peut être remplacé ?

Tout élément d'un produit ou d'un processus peut être remplacé.

Par quoi ou qui d'autre ?

Par d'autres matériaux, composants ou personnes.

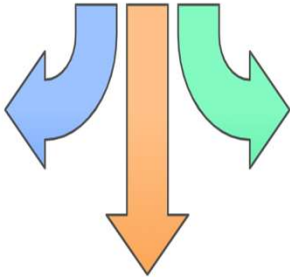
Quelle nouvelle approche peut être adoptée ?



Une approche différente peut être adoptée en changeant les règles ou les procédures existantes.


Centrée sur l'être humain

Combiner (C - Combine)

Comment les éléments peuvent-ils être combinés pour créer de nouvelles fonctionnalités ou améliorer l'efficacité ?









04/03/2025

-A.Je didi-

23



23



La méthode SCAMPER: une technique de créativité

Exemple : Application de la méthode SCAMPER à Instagram

1. Substituer (S - Substitute)

Questions :

- Qu'est-ce qui pourrait être remplacé dans Instagram ?
- Par quoi ou qui d'autre ?

Idées :

- Remplacer le fil d'actualité basé sur des algorithmes par un fil chronologique où les utilisateurs voient les posts dans l'ordre où ils ont été publiés.
- Substituer les publicités intrusives par des contenus sponsorisés plus intégrés, comme des posts collaboratifs avec des influenceurs.


2. Combiner (C - Combine)

Questions :

- Peut-on associer deux éléments pour obtenir un nouveau produit/service ?
- Quelle combinaison d'éléments permettrait d'ajouter de la valeur ?

Idées :


- Combiner Instagram avec des fonctionnalités de réalité augmentée pour permettre aux utilisateurs de visualiser des produits dans leur environnement avant de les acheter.
- Fusionner Instagram avec une plateforme de e-learning où les utilisateurs peuvent suivre des cours via des vidéos courtes directement sur l'application.



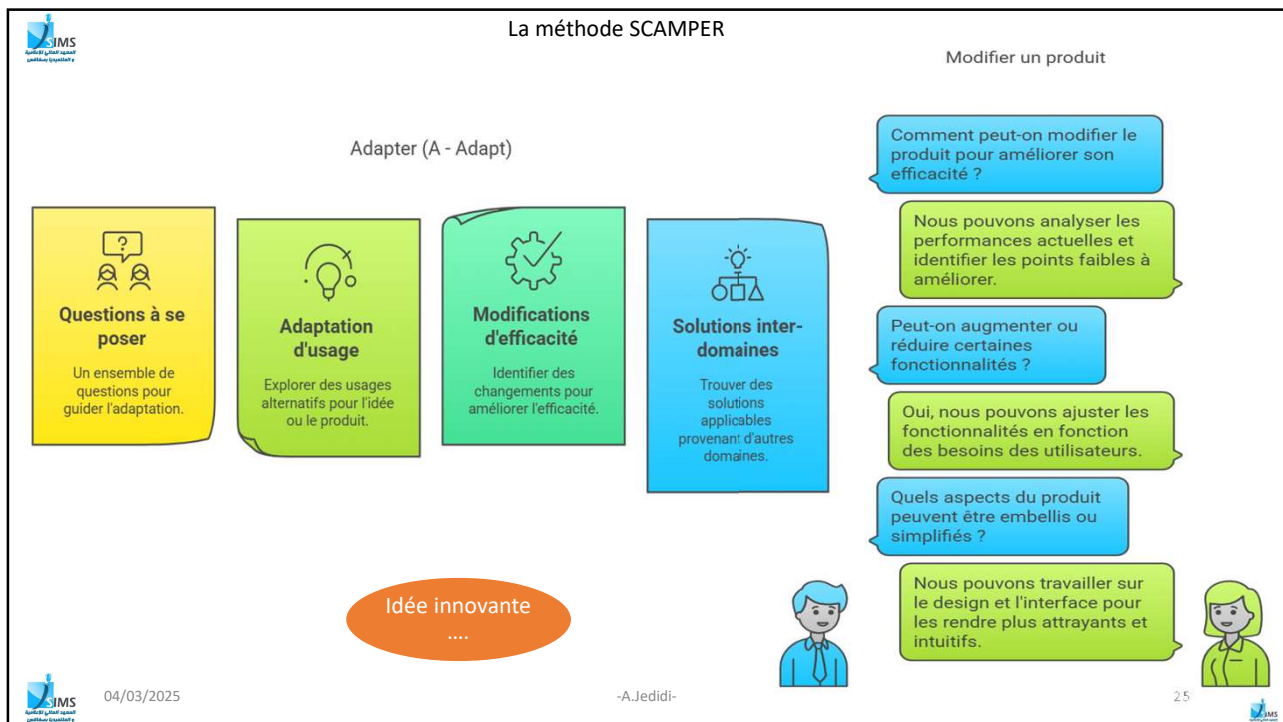
04/03/2025

-A.Je didi-

24



24



25

La méthode SCAMPER: une technique de créativité

Exemple : Application de la méthode SCAMPER à Instagram

3. Adapter (A - Adapt)

Questions :

- Qu'est-ce qui a fonctionné ailleurs et pourrait être copié chez nous, en l'adaptant ?
- Comment peut-on renverser la perspective et changer l'angle d'approche ?

Idées:

- Adapter le concept de "stories" d'Instagram pour inclure des fonctionnalités de quiz interactifs ou des sondages en temps réel.
- S'inspirer des plateformes de jeux pour créer une fonctionnalité où les utilisateurs peuvent gagner des récompenses pour leur engagement sur l'application.

4. Modifier (M - Modify)

Questions :

- Comment peut-on modifier le produit pour améliorer son efficacité ?
- Quelles modifications pourraient rendre l'expérience utilisateur plus agréable ?

Idées :

- Modifier l'interface utilisateur pour rendre la navigation plus intuitive, par exemple en regroupant les fonctionnalités similaires dans un même menu.
- Augmenter la personnalisation des filtres et effets en permettant aux utilisateurs de créer et partager leurs propres filtres.

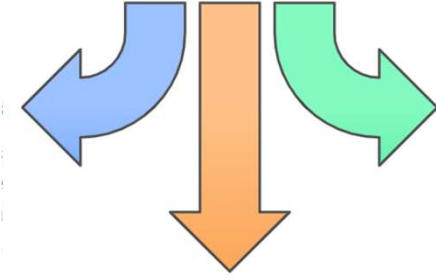
-A.Jedidi-

26

La méthode SCAMPER

Proposer d'autres usages (P - Put to other uses)

Comment le produit peut-il être utilisé autrement ?



Idée innovante validée ou pas encore ...

04/03/2025

27

27

La méthode SCAMPER: une technique de créativité

Exemple : Application de la méthode SCAMPER à Instagram

5. Proposer d'autres usages (P - Put to other uses)

Questions :

- Comment ce produit pourrait-il être utilisé différemment ?
- Existe-t-il des marchés non exploités pour ce produit ?

Idées :

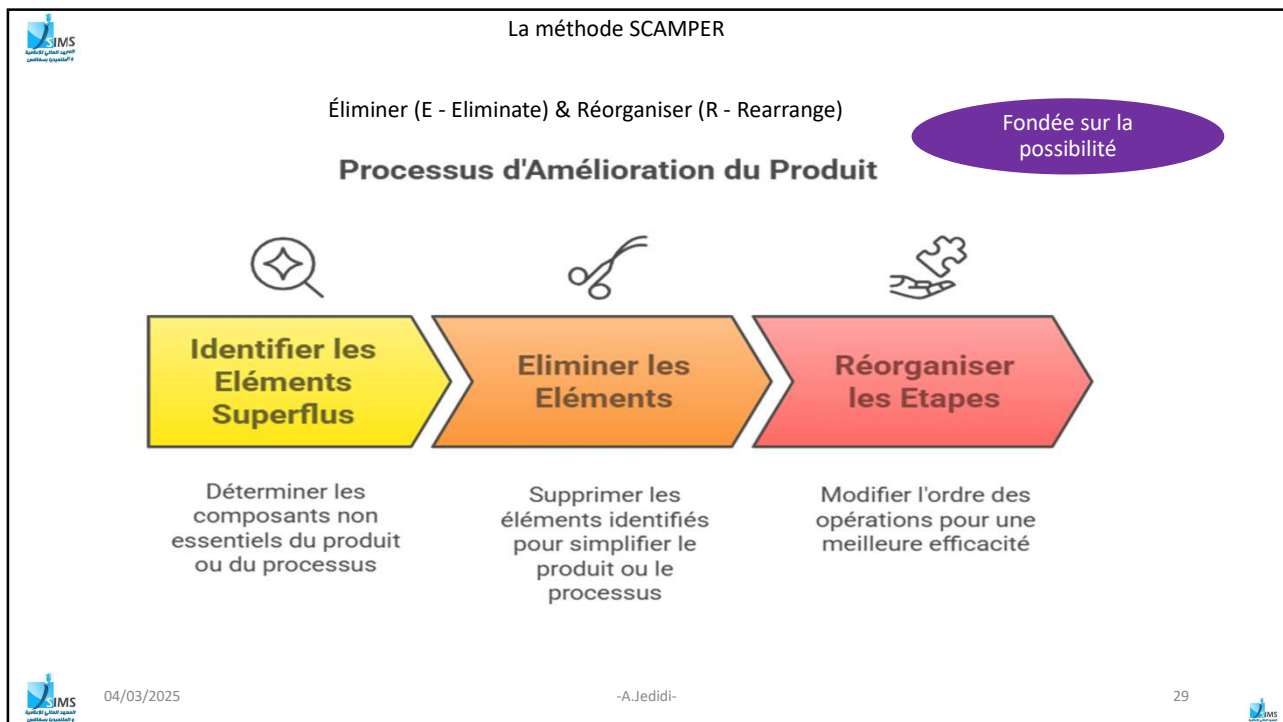
- Utiliser Instagram comme plateforme pour organiser des événements virtuels, où les utilisateurs peuvent se connecter et interagir en direct.
- Développer une fonctionnalité qui permet aux artistes de vendre leurs œuvres directement via leurs publications.

04/03/2025

-A.Jedidi-

28

28



29

La méthode SCAMPER: une technique de créativité

Exemple : Application de la méthode SCAMPER à Instagram

6. Éliminer (E - Eliminate)

Questions :

- Quels éléments peuvent être éliminés sans affecter la qualité ?
- Y a-t-il des étapes inutiles dans le processus ?

Idées :

- Éliminer les notifications excessives pour réduire le stress et améliorer l'expérience utilisateur.
- Supprimer certaines fonctionnalités peu utilisées, comme les IGTV, pour simplifier l'interface.

7. Réorganiser (R - Rearrange)

Questions :

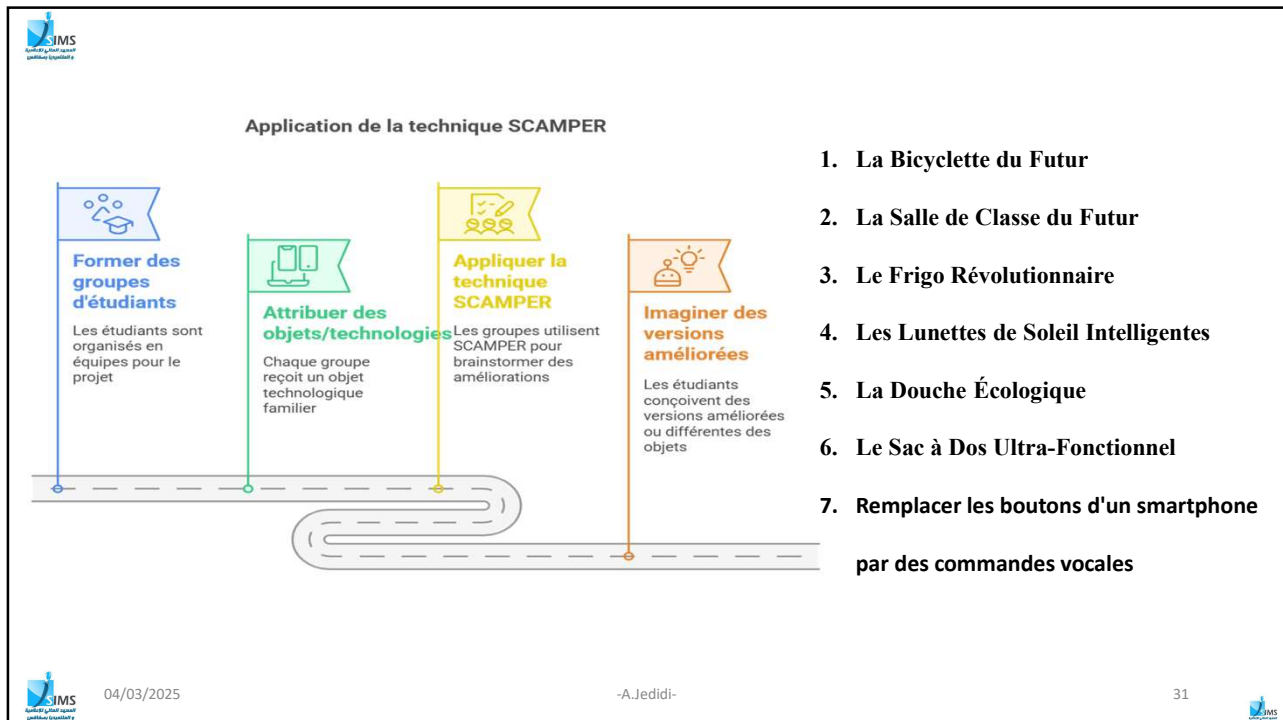
- Que se passerait-il si nous réorganisions les étapes du processus ?
- Comment une nouvelle disposition pourrait-elle améliorer l'expérience utilisateur ?

Idées :

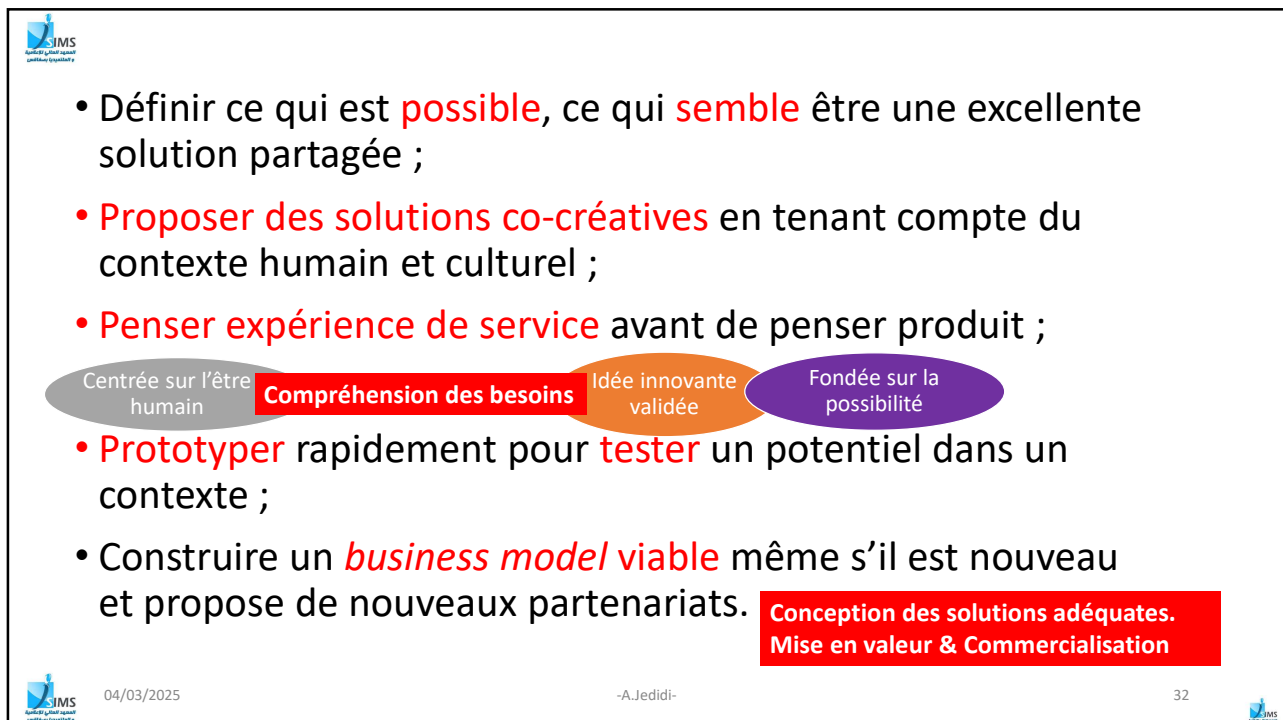
- Réorganiser les options de partage pour faciliter le partage direct dans les messages privés ou dans d'autres applications.
- Modifier l'ordre dans lequel les contenus sont affichés sur le profil utilisateur, mettant en avant les publications les plus engageantes ou populaires.

04/03/2025 -A.Jedidi- 30

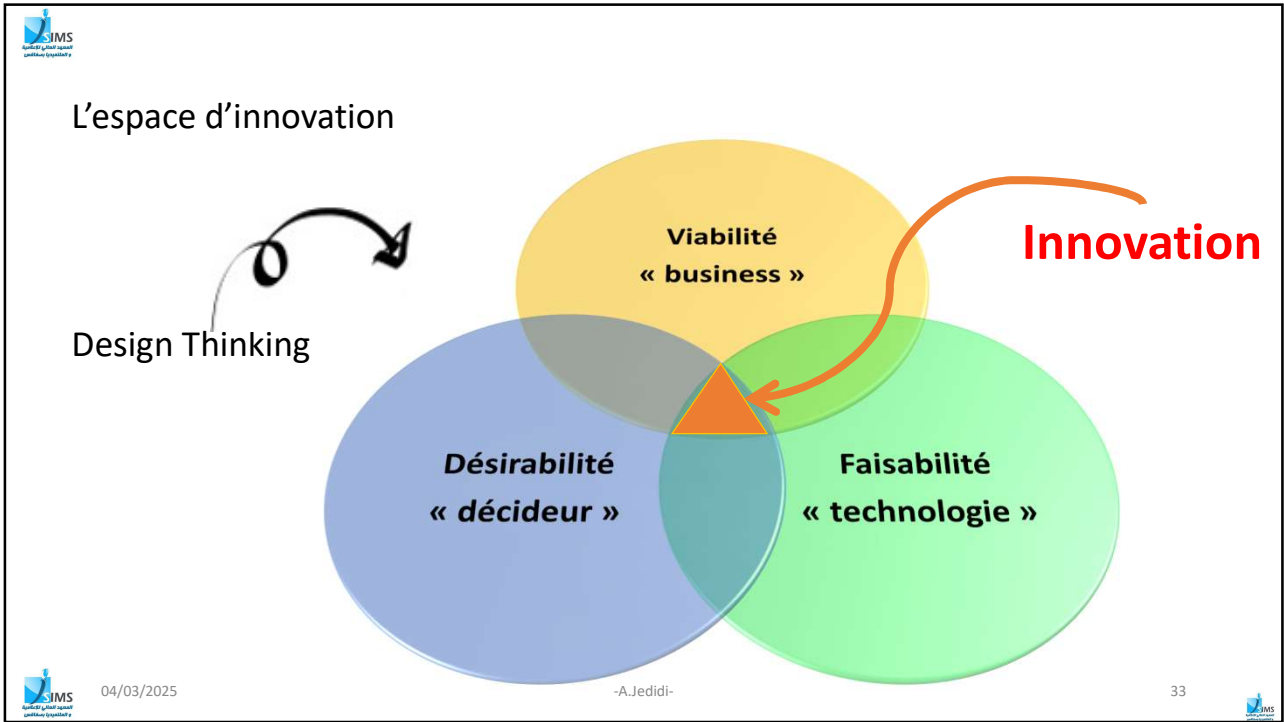
30



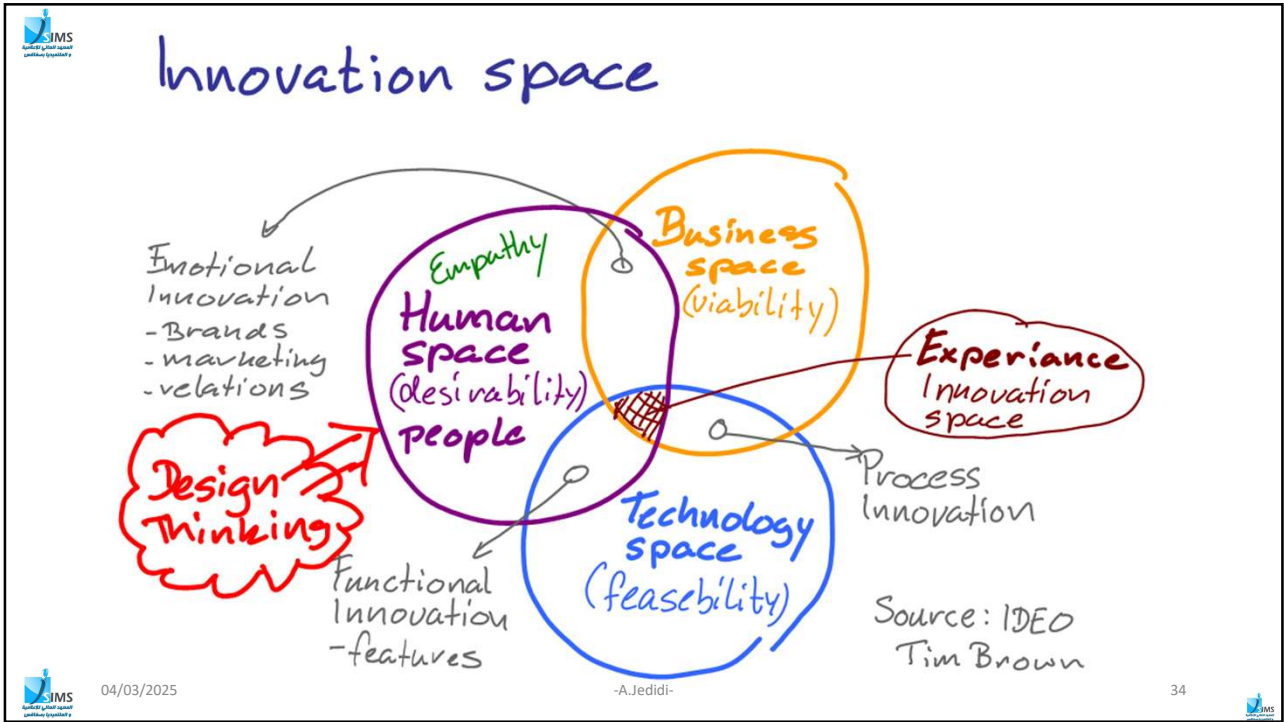
31



32



33



34



La pertinence de Design Thinking comme méthode de recherche pour la conception d'affaires repose sur :
l'Humains : human-centered design method

- Design Thinking introduit "**l'empathie**" dans l'équation de conception.

→ **L'empathie est la capacité de l'entrepreneur à voir les choses à travers les yeux du client.**

- Design Thinking présente "**créativité**" dans l'équation.



04/03/2025

-A.Jedidi-

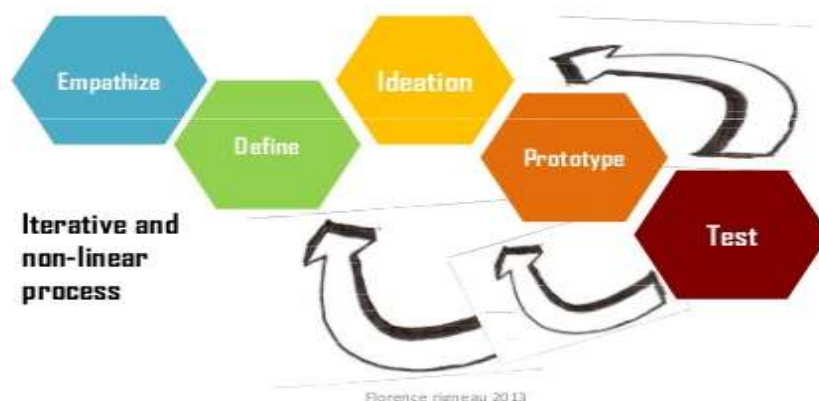
35



35



Design thinking process



Il ne suffit pas que vous puissiez analyser le problème, vous devez également être en mesure de trouver une solution à ce problème et en fait de tester **l'acceptation par vos clients de cette solution.**




04/03/2025



36




36

 Cette méthode de travail permet d'être à la fois dans **l'action** et **l'adaptation**

- Dans cette méthodologie, les **Entrée** de chaque phases sont les **hypothèses de la Stratégie de recherche** et représente les **sortie** de la phase précédente
- **Etape 0** : définir des segments de clientèle : région et de la nature de l'entreprise et indiquer le niveau d'ambition, genre,

 04/03/2025 -A.Jedidi- 37 



37

 Le design thinking en 4 questions


What is ? Explorer la réalité	What if ? Faire certains choix
What waws? Envisager un nouvel avenir	What works? Passer sur le marché

4 Questions

Question 0 : What Customer?
Définir des segments de clientèle : région, nature de l'entreprise, niveau d'ambition, genre, tranche d'âge

 04/03/2025 -A.Jedidi- 38 

38




Un véritable projet collaboratif,
le design thinking passe par des étapes clés :

La définition du challenge/problème à résoudre ;

La recherche des « pain points », ou éventuelles difficultés rencontrées par le consommateur/utilisateur ;

L'idéation à travers la proposition de plusieurs idées, sans aucune barrière, et ce, pour trouver la ou les solutions qui répondent au mieux au problème ;
Le prototypage qui permet d'avoir des ébauches de la solution ;
La sélection de la solution en fonction des contraintes de temps, de budget ou de faisabilité technique ;


L'implémentation avec la rédaction d'un plan d'action et la définition des ressources nécessaires pour la mise en place du projet ;
Le test et l'apprentissage grâce aux feedbacks des clients et afin d'améliorer le produit/service.




04/03/2025

-A.Jedidi-

39




39



Phase : What is ?

- Prise de conscience du défi (le sujet de la conception) auquel on fait face, recherche d'informations et d'inspirations sur le sujet.
- Observer, enquêter et appliquer la pensée critique pour mieux comprendre les problèmes et dégager les besoins potentiels
- Faire preuve d'empathie, vous devez:
 - **Observer**. Voir les utilisateurs et leurs comportements en situation réelle
 - **Interagir**. Interviewer les utilisateurs lors de rencontres planifiées ou fortuites
 - Vous **immerger**. Faites l'expérience de ce que vit votre utilisateur.


Appuyez-vous sur les valeurs humaines
Être empathique avec les personnes pour qui vous concevez et recueillir leurs avis sont des clés essentielles pour une bonne conception.




04/03/2025



-A.Jedidi-

40






40



POURQUOI faire preuve d'empathie


- vous avez besoin de comprendre les personnes pour lesquelles vous concevez.
- Les problèmes que vous essayez de résoudre sont rarement les vôtres, mais ceux d'utilisateurs particuliers.
- Afin de concevoir pour vos utilisateurs, vous devez créer une empathie pour comprendre qui ils sont et ce qui est important pour eux
- Les meilleures solutions sont celles provenant des meilleurs insights (idées) sur le comportement humain.
- Mais apprendre à reconnaître ces insights (connaissances) est plus difficile que vous pourriez penser. **Pourquoi?** Parce que nos esprits filtrent automatiquement un grand nombre d'informations de manière inconsciente. Nous devons réapprendre à porter un regard neuf sur les choses
- **Interagir avec les gens permet de mieux comprendre leurs pensées et leurs valeurs.**





04/03/2025

-A.Jedidi-

41



41




L'empathie... L'interaction

L'interaction permet de:

- couvrir les besoins dont les personnes n'ont pas toujours conscience
- Guider les efforts d'innovation
- Identifier les bons utilisateurs à cibler
- Découvrir les émotions qui guident les comportements

Vous devez faire l'expérience personnelle de l'espace de conception.


Trouver (ou créer si nécessaire) des expériences dans lesquelles vous plonger afin de mieux comprendre les situations que vivent vos utilisateurs




04/03/2025

-A.Jedidi-

42



42



Activité : Adopter l'état d'esprit du débutant

Imaginez-vous comme un enfant de 4 ans qui veut tout comprendre et demande "Pourquoi?" sur tout


- **Ne jugez pas.** Observez simplement et faites participer les utilisateurs sans l'influence de jugements de valeur sur leurs actions, leurs décisions ou leurs problématiques.
- **Questionnez tout.** Questionnez même (et surtout) les choses que vous pensez déjà connaître
- **Soyez vraiment curieux.** Efforcez-vous de prendre une posture d'émerveillement et de curiosité
- **Écoutez. Vraiment.** Absorbent ce que les utilisateurs vous disent, et comment ils le disent, sans penser à la prochaine chose que vous allez leur dire.

Brainstormiez


04/03/2025

-A.Jedidi-

43



43



Activité : Interview empathique

- Vous souhaitez comprendre les pensées, les émotions et les motivations d'une personne
- **Demandez pourquoi** : La conversation naissant d'une question devra continuer aussi longtemps qu'elle vous semble utile
- **N'utilisez jamais «habituellement» dans vos questions** Demandez à l'utilisateur une situation spécifique
«Racontez moi la dernière fois que vous... »
- **Encouragez les histoires**: Posez des questions qui poussent les gens à raconter des histoires
- **N'ayez pas peur du silence** : Porteur de réflexion pour révéler des choses de plus profond
- **Posez des questions neutres**
« Quelle est votre opinion sur l'achat de cadeaux pour votre conjoint? »
« Vous ne pensez pas que le shopping est génial? »
- **Ne posez pas de questions fermées**

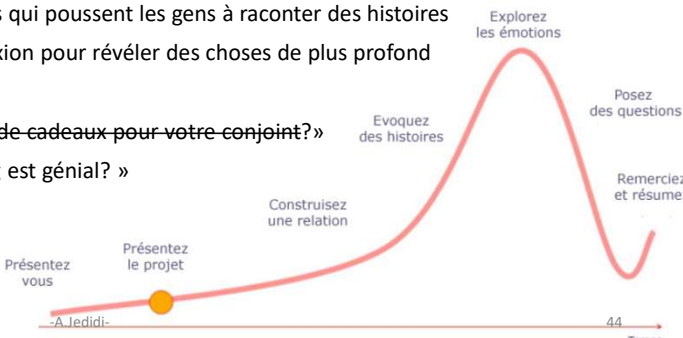

Brainstormiez

Défi : Nutrition – bonnes pratiques – société ...



04/03/2025

-A.Jedidi-

44




44



Activités : observation et photos...


- Photo-reportage utilisateur :
 - Fournissez un appareil photo à votre sujet et des instructions telles que: «Nous aimerions comprendre ce qu'est une journée dans votre vie.
 - Ensuite, demandez à votre sujet de vous montrer les photos et vous expliquer leur importance
 - Le temps avec les utilisateurs est précieux
 - Vous ne pourrez pas obtenir des réponses à chaque question que vous préparez, mais vous devez venir avec un plan pour faciliter la prise de contact
- Photo-reportage personnel :
 - Prendre vous-même des photos de la situation que vous observez sur plusieurs utilisateurs
 - Collecter des photos des membres de l'équipe d'empathie
- **Brainstormiez**



04/03/2025

-A.Jedidi-

45





Activité : Quoi ? Comment? Pourquoi

← Concret

→ Emotionnel

Quoi ?	Comment ?	Pourquoi ?
		





04/03/2025

-A.Jedidi-

46








Activité : Quoi ? Comment? Pourquoi

← Concret

→ Emotionnel


Quoi ?	Comment ?	Pourquoi ?
<p>Que fait la personne que vous êtes en train d'observer et que vous avez photographié? Notez les détails. Essayez d'être objectif et ne pas faire d'hypothèses dans cette première partie</p>	<p>Comment la personne que vous avez observé fait ce qu'elle fait? Cela lui demande-t-il un effort? Semble-telle pressée? Peinée? Est-ce que l'activité ou la situation semble affecter l'état d'esprit de l'utilisateur? de façon positive ou négative? Utilisez des phrases descriptives en y plaçant des adjectifs.</p>	<p>Pourquoi la personne observée fait ce qu'elle fait, et pourquoi de cette manière? Cette étape nécessite généralement que vous fassiez des suppositions quant à la motivation et les émotions de cette personne. Prenez des risques pour donner du sens à la situation que vous avez observé. Cette étape va révéler les hypothèses que vous devriez tester avec les utilisateurs.</p>





4/03/2025

-A.Jedidi-

47








Activité : Quoi ? Comment? Pourquoi

← Concret

→ Emotionnel


Quoi ?	Comment ?	Pourquoi ?
<p>Que font-ils sur la photo?</p>	<p>Comment le font-ils ?</p>	<p>Pourquoi le font'ils ainsi? (faites une/ des hypothèse)</p>
<p>La petite fille ramasse les racines d'un légume</p>	<p>Elle sourit, bien que les racines sont plus grosses d'elles, ça a l'air drôle</p>	<p>Ca à l'air d'un jeu Jardiner c'est amusant Se salir est drôle pour elles?</p>



175

-A.Jedidi-

48





Activité : Brainstorming

15 ou 30 minutes

devant un tableau blanc ou autour d'une table

posture active : debout ou assis droit

capture des idées de façon lisible et visuelle

- Une conversation à la fois
- Cherchez la quantité
- Des titres accoucheurs
- Construisez sur les idées des autres
- Encouragez les idées folles
- Soyez visuels
- Rester sur votre sujet
- **PAS de jugement : différez le jugement : pas de blockage**



04/03/2025

-A.Jedidi-

49



49

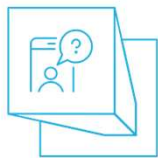


Activité : Carte d'empathie

Carte d'empathie pour la conception centrée sur l'utilisateur

**Retour
d'information
sur la
connaissance**

Retour d'information
montre une
connaissance
émotionnelle.



**Observation
des
comportements**

Comportements
observés révèlent
des insights cachés.



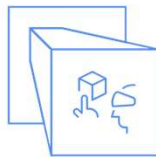
**Empathie pour
les émotions**

Compréhension des
émotions sans
connaissance
préalable.



**Interaction
avec le produit**

Utilisateur utilise
activement le
produit, démontrant
sa compréhension.



Carte d'empathie pour la conception

Empathie



Personne cible



Observations

Insights



04/03/2025


-A.Jedidi-

50




50






Identifier les Insights




Définition des Insights

Un insight est une prise de conscience significative à exploiter pour les défis de conception.




Origine des Insights

Les insights naissent souvent des contradictions entre les attributs des utilisateurs ou des comportements inhabituels.




Noter les Insights

Capturez les insights possibles sur le côté de votre carte d'empathie.



Identifier les Tensions


Identifiez les tensions et les contradictions comme moyen de découvrir des insights.




04/03/2025

-A.Je d'idi-

53




53



Création d'une Carte d'Empathie pour une Application Intuitive pour les Enfants


<div>DIRE</div> <div>Quels mots l'enfant utilise-t-il ?</div>	<div>PENSER</div> <div>Quelles émotions ressent-il ?</div>
<div>FAIRE</div> <div>Quelles actions observez-vous ?</div>	<div>RESSENTIR</div> <div>Quelles émotions ressent-il ?</div>
<div>POINTS DE DOULEUR :</div> <div>Quels défis rencontre-t-il ?</div>	<div>AVANTAGES :</div> <div>Quels bénéfices retire-t-il ?</div>



04/03/2025

-A.Je d'idi-

54



54