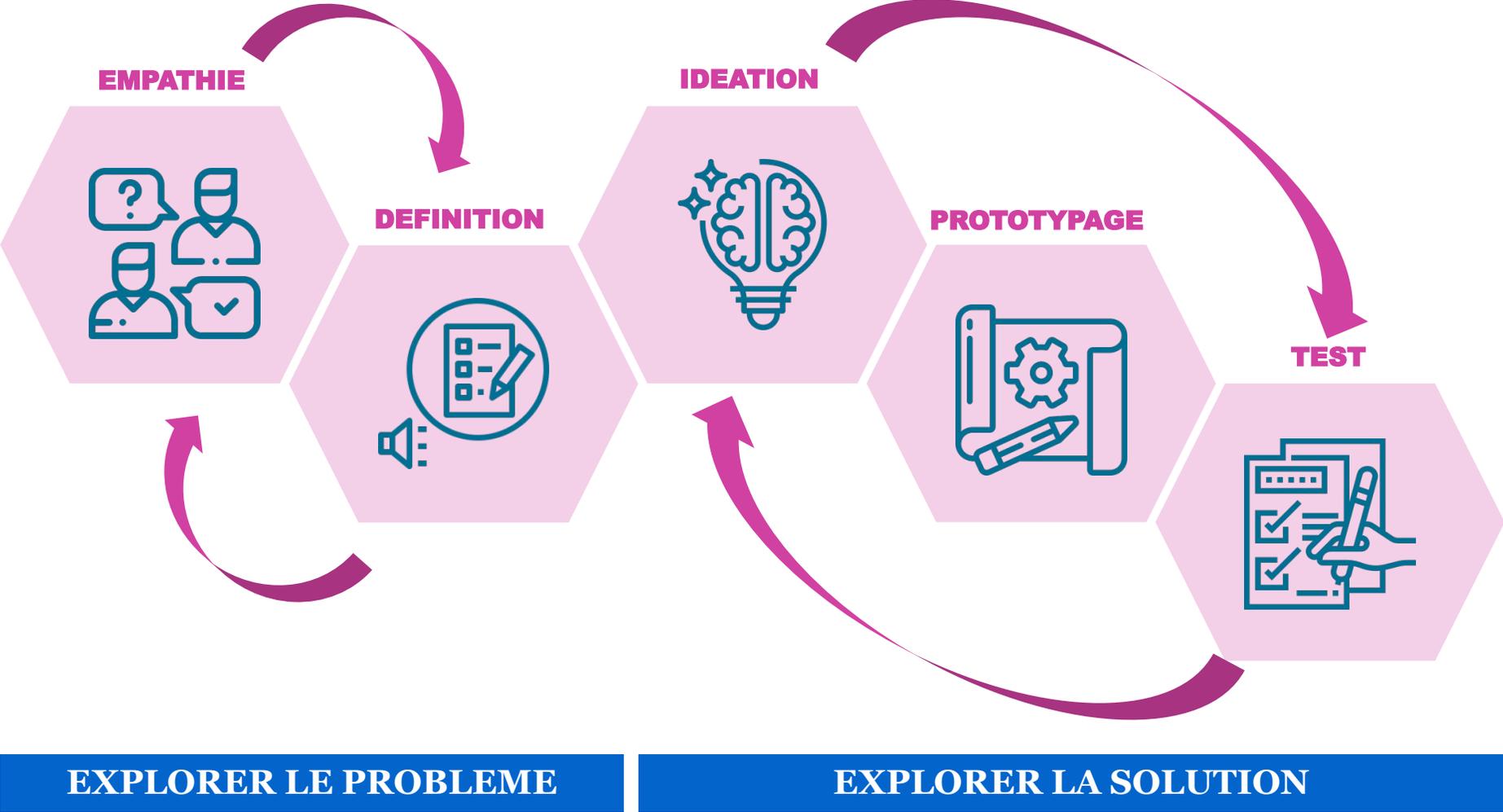




Ressources supplémentaires

www.womenconnect.org

Design Thinking: 5 étapes pour développer efficacement une solution centrée sur l'humain



Etape 1 : EMPATHIE

Pour concevoir un produit ou un service, il faut se mettre à la place de ses utilisateurs, comprendre leurs besoins, qui ils sont et ce qui est important pour eux.

APPROCHE

- Recherche sur le sujet
- Observer les utilisateurs
- S'immerger dans leur réalité
- Leur poser des questions

Etape 2 : DEFINITION

Les informations recueillies sont ensuite compilées et analysées afin de tirer des conclusions, d'identifier des tendances et d'affiner notre compréhension du problème et de ses utilisateurs.

APPROCHE

- Analyser et synthétiser les données de terrain et les résultats de la recherche
- Définir l'utilisateur cible
- Tracer le parcours de l'utilisateur
- Identifier et hiérarchiser les points douloureux

Etape 3 : IDEATION

Une fois le problème clairement défini, la phase d'idéation permet d'identifier le plus grand nombre possible de solutions potentielles, sans objectif de qualité.

APPROCHE

- Organiser des séances de remue-méninges en collaboration
Engager des partenaires externes pour remettre en question les schémas de pensée conventionnels
- Ne pas se focaliser sur la solution parfaite

Etape 4 : PROTOTYPAGE

L'étape du prototypage permet de concrétiser rapidement et à moindre coût les meilleures idées issues de la phase d'idéation, afin de les tester.

APPROCHE

- Organize collaborative brainstorming sessions
Engage external partners to challenge conventional thinking patterns
- Don't focus on the perfect solution

Etape 5 : TEST

La phase de test nous permet d'affiner nos solutions et de continuer à mieux connaître vos utilisateurs en les rencontrant sur le terrain.

APPROCHE

- The test phase enables us to fine-tune our solutions and continue to get to know your users better by meeting them in the field.

Comment recueillir des informations sur les utilisateurs ?

OBSERVER



QUESTIONNER



**APPRENDRE DES
EXTRÊMES**



INTEGRER



Observer



Ce qu'il faut rechercher

ACTIVITÉS. Que font les gens ? Dans quel ordre ? Pourquoi le font-ils ?

ENVIRONNEMENT. Prenez note des espaces et des lieux. En quoi sont-ils adaptés ou, au contraire, source de frustration ?

INTERACTIONS. Qui interagit avec les utilisateurs dans ce contexte ? Quel est le but de ces interactions ? Quel est le ton ?

OBJETS. Des objets sont-ils utilisés ? Si oui, comment et pourquoi sont-ils importants ?

UTILISATEURS. Comment les utilisateurs se comportent-ils ? Quel est leur état d'esprit ?

Test
d'observation

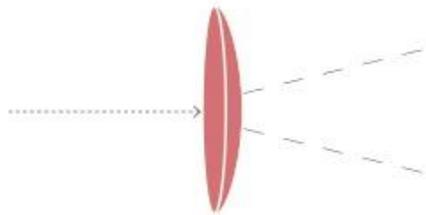
Apprendre des extrêmes



L'apprentissage à partir de perspectives extrêmes élargit votre réflexion et vous permet d'envisager de nouvelles idées audacieuses.

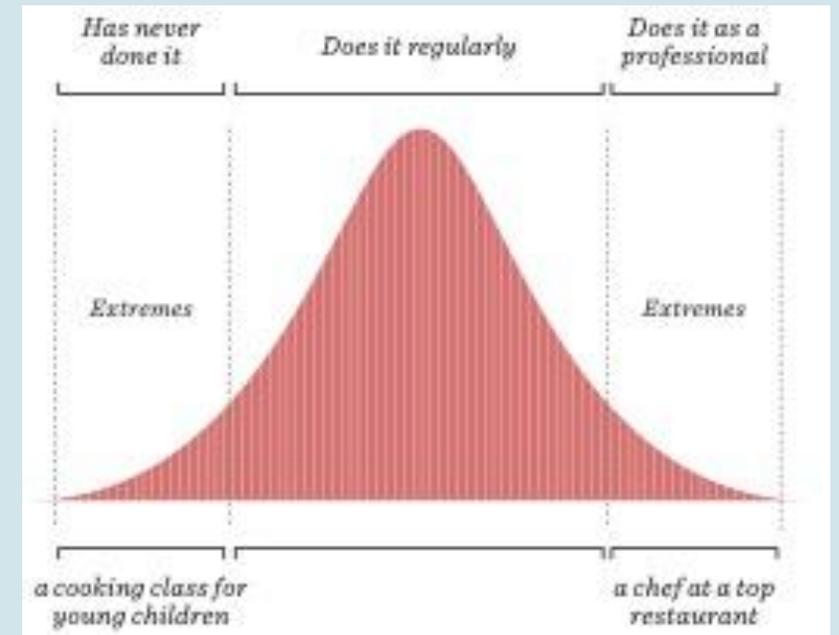
Le défi consiste à regarder votre sujet à partir des extrêmes afin d'ouvrir de nouvelles perspectives :

TYPES D'OBJECTIFS+ Données démographiques (âge, sexe, nationalité)+ Comportements (experts et nouveaux)+ Motivations (ce qui pousse quelqu'un à faire quelque chose)



Projet de conception de matériel de cuisine

STRETCH = LEVEL OF COOKING EXPERIENCE



Interroger



Comment mener un bon entretien pour obtenir des réponses profondes et honnêtes qui inspirent de grandes idées ?

Dans la phase d'empathie, nous recommandons des discussions en face à face, de préférence sur le lieu d'utilisation.

POSER DES QUESTIONS OUVERTES

Les questions ouvertes vous permettent d'entendre réellement comment une personne vit une situation. Demandez toujours aux participants d'expliquer leur raisonnement.

MONTREZ-MOI...

Demandez aux participants de vous montrer des situations au lieu d'en parler. Cela permet d'enrichir la conversation. N'hésitez pas à demander : "Pouvez-vous nous montrer comment vous faites cela ?".

RACONTEZ-MOI...

Demandez aux participants de raconter un événement de leur passé, par exemple : "Racontez-moi la fois où vous avez monté un stand de démonstration en deux heures".

RAPPORT

Votre style d'écoute, le ton de votre voix et votre posture comptent autant, sinon plus, que les questions que vous posez.

+ LANGAGE CORPOREL

Les signaux non verbaux tels que le contact visuel, le hochement de tête et le sourire indiquent que vous êtes engagé et intéressé.

+ MINIMISEZ VOTRE PRÉSENCE

Essayez de ne pas donner aux personnes interrogées l'impression que vous en savez plus qu'elles. Évitez de leur donner l'impression d'être testés ou interrogés.

IDENTIFIER LES LACUNES

Gardez à l'esprit que ce que l'utilisateur dit peut ne pas correspondre à ce qu'il fait. Il se peut qu'il ne soit pas en mesure de verbaliser ce dont il a besoin.

Recherchez les éléments qui ne correspondent pas... qu'ils soient verbaux ou non.

Et si vous constatez des divergences, posez la question !

Intégrer



L'empathie immersive est l'un des outils les plus puissants du Design Thinking.

- Vivre l'expérience de l'intérieur permet un haut niveau d'implication et une compréhension différente du problème.
- Dans les équipes, c'est un déclencheur émotionnel fort qui motive les individus et les équipes. Le partage de ces expériences émotionnelles permet de tisser des liens et d'aligner les collègues et les clients autour d'un objectif commun.

VIVEZ L'EXPÉRIENCE

Avez-vous personnellement vécu les produits, les services ou les expériences que vous créez ?

Que pouvez-vous faire pour vivre l'expérience de votre utilisateur cible ?

OU VIVRE UNE EXPÉRIENCE ANALOGIQUE

Connaissez-vous une partie de l'expérience que vous concevez et que vous pourriez vivre de manière similaire ?