



DESIGN THINKING

Une plongée dans le processus de VEEB DESIGN



Qui sommes nous?

VEEB (prononcez "VIB")

Nous sommes une agence de conseil en design global et innovation. Issus de parcours et de cultures variés, nous privilégions une approche du design centrée sur l'humain pour aider les entreprises à croître et à innover.



DESIGN THINKING

Quoi Quand Comment

Une Définition

La pensée design ou «design thinking»
est une approche de l'innovation centrée sur l'humain.

Elle nous permet de résoudre des problèmes de
conception en comprenant les besoins des utilisateurs
et en développant des perceptions pour y répondre



Prise dans un sens large, la pensée design est pour
VEEB autant un état d'esprit qu'un processus

... mais quel état d'esprit?

C'est seulement par le contact, l'observation et l'empathie avec les utilisateurs finaux que nous pouvons concevoir des solutions qui correspondent à leur environnement.



... à l'opposé de:

«Nous avons un problème. Enfermons nous pour une séance de brainstorming!»

«Maintenant que nous avons cette technologie, que pouvons nous faire avec? Comment la vendre?»

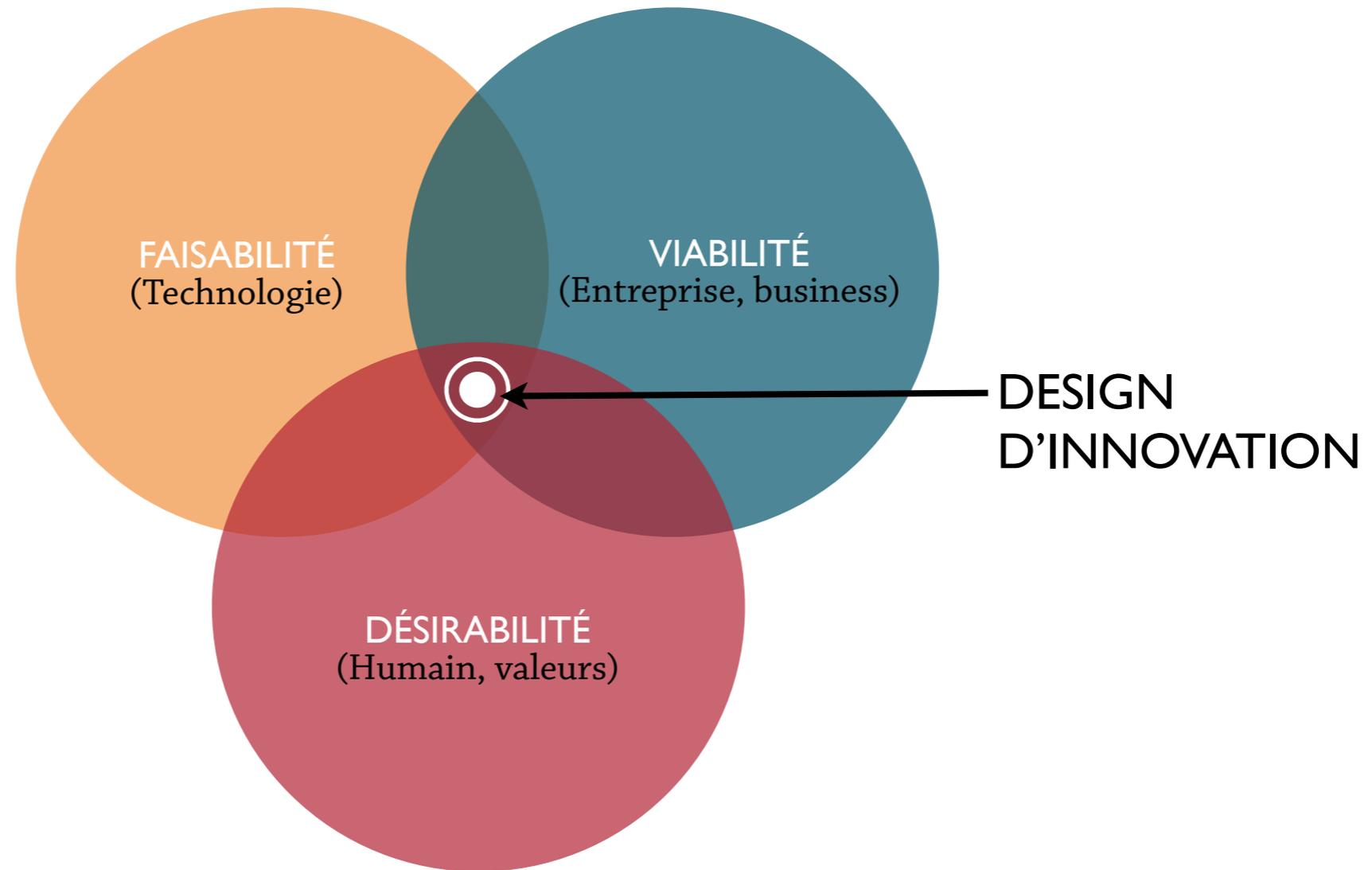
«Nos concurrents viennent de lancer le produit X, comment pouvons nous le sortir à notre tour, et rapidement?»

Notre approche

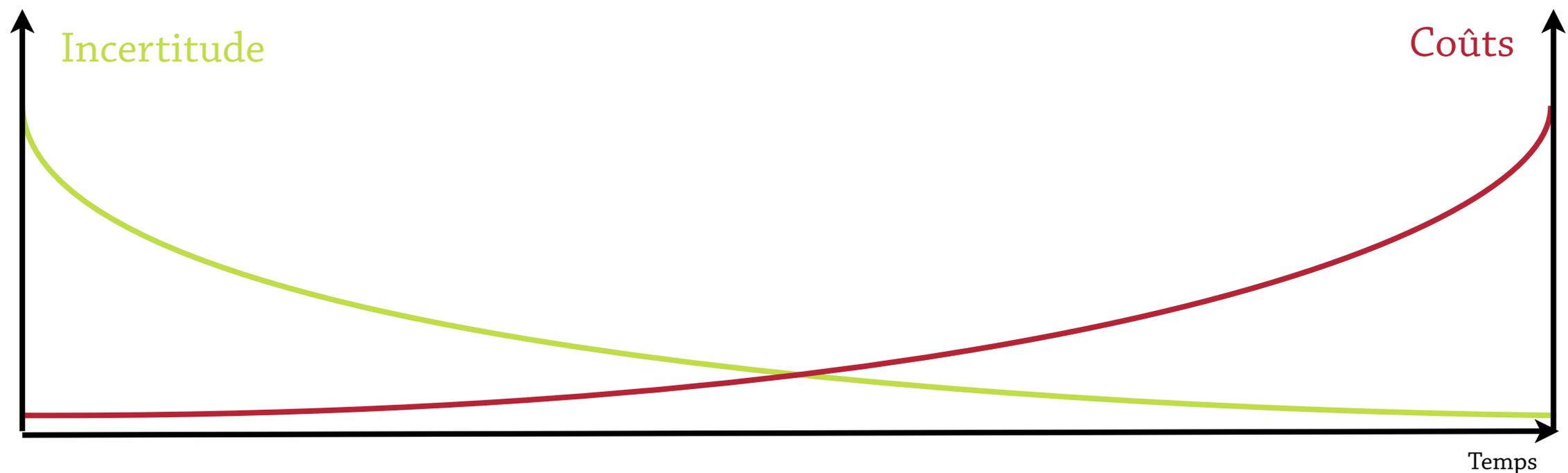
Associer la désirabilité, la faisabilité et la viabilité pour créer des plateformes de valeurs et d'innovation.



Principe



Réduire l'incertitude



Notre processus vise à réduire les incertitudes tout en optimisant les coûts



DESIGN THINKING

Quoi Quand Comment

Quand?

Lorsqu'il est nécessaire de développer et déployer une solution à un problème au sein de votre organisation.



Ou bien,

Lorsqu'il vous faut vous **aventurer** rapidement sur un territoire avec lequel vous n'êtes pas familier.



Ou encore,

Lorsque le moment est venu de vous **renouveler** dans le domaine que vous maîtrisez.

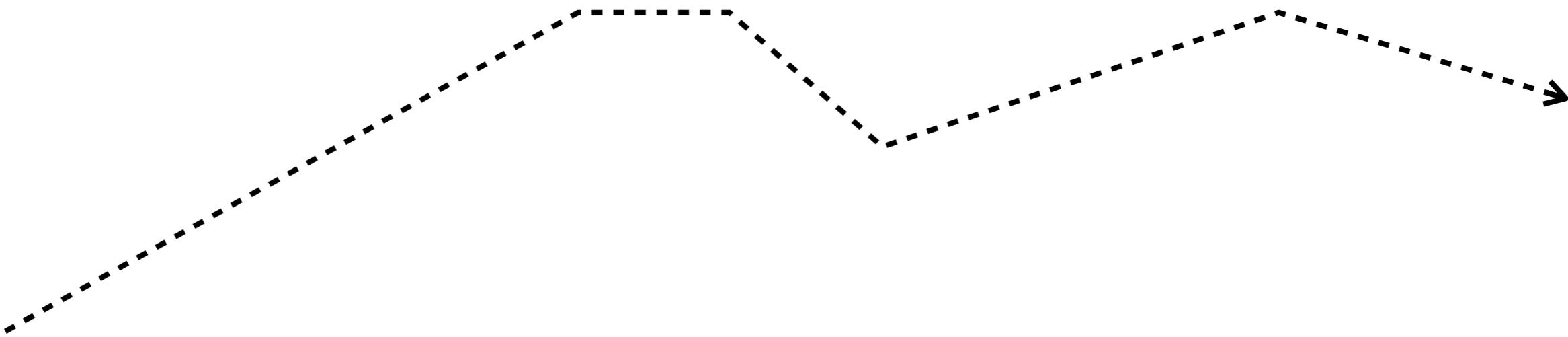
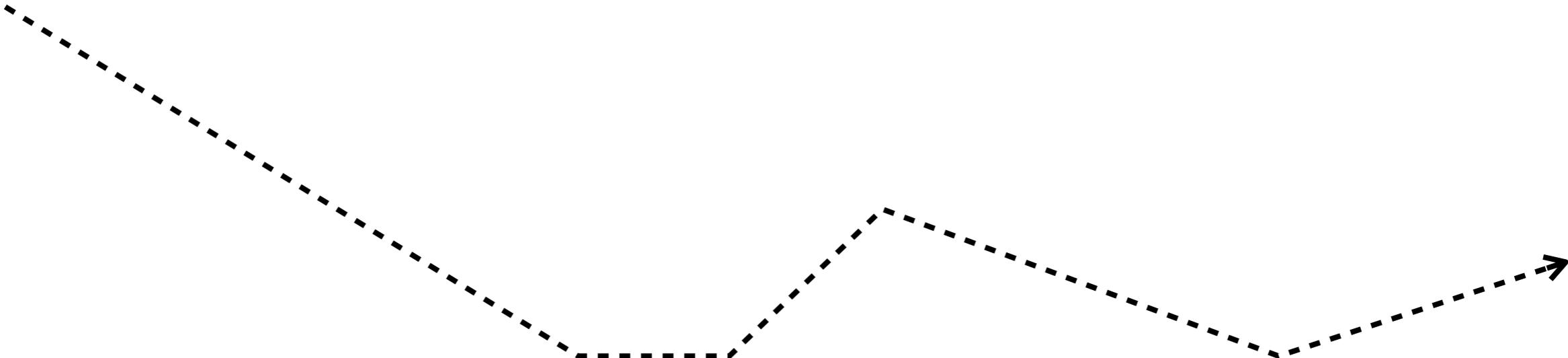




DESIGN THINKING

Quoi Quand Comment

LE PROCESSUS



Portée
↑
↓
Temps
→

Comprendre

Comprendre

Explorer

Synthétiser

Idéation

Prototyper

Développer

Objectif

Obtenir une connaissance de base du terrain, afin de pouvoir poser les bonnes questions et orienter les stratégies.

Méthode

- Recherches secondaires: historiques, contextes, concurrence...
- Interviews rapides
- Consultation d'experts ou de personnes familières du domaine

Résultats

- Nous avons alors de quoi poser d'avantages de questions, et plus qualifiées.
- Nous avons une connaissance de ce qui a déjà été fait dans le domaine, et quelles en sont les problématiques principales.
- Nous partageons la terminologie de base du domaine de notre client.

Explorer



Objectif

- Entrer en empathie avec vos utilisateurs finaux en allant à leur rencontre et en les observants.
- Etudier le terrain en **profondeur**: facteurs humains, économiques, technologiques

Nuance...

Nous regardons ce que les gens font, pas ce qu'ils disent qu'ils font.

«Si j'avais demandé aux gens ce qu'ils voulaient, ils auraient répondu qu'ils désiraient des chevaux plus rapides...»

Henry Ford

Nuance (bis)...

En tant que designers, nous devons **comprendre** notre public **mieux** qu'il ne se comprend lui-même.

Nuance (ter)...

La seule façon d'y parvenir est de développer une **profonde empathie** pour leurs habitudes, croyances, caprices, stratégies de contournement...

Le fameux mot-clef est...



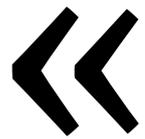
POURQUOI?



En interviewant,

- Demander sans cesse «pourquoi» jusqu'à ce que cela en devienne presque maladroit.
- Puis le redemander encore une fois ou deux...

Exemple



R: Je ne quitte jamais la maison sans mon téléphone.

Q: Pourquoi donc?

R: Oh, j'ai juste peur de rater quelque chose de fun en étant non joignable.

Q: C'est intéressant... Pourquoi cela vous inquiète-t-il autant?

R: Et bien, mes amis et moi faisons toujours tout à la dernière minute...

On ne planifie jamais rien.

Q: Ah bon, et pourquoi pensez-vous ça?

R: Je crois que le fait de vouloir tout prévoir ou maîtriser n'est pas perçu comme «cool». En fait j'ai deux Google Calendars: un pour les vrais rendez-vous, et l'autre pour les amis, mais il est toujours vide...

Q: ... etc

Que recherchons nous?

- Des surprises!
- Des besoins latents et non-exprimés consciemment.
- Du matériel profond pour alimenter nos travaux.

Les autres composants

Nos recherches abordent bien d'autres terrains:

- Facteurs économiques
- Environnement concurrentiel
- Environnement géopolitique, social

Outils de guerilla

- Analyses de contextes
- Analyses de concurrence
- PEST, SWOTs
- Audits
- Etudes de marchés
- Observations sur le terrain
- Interviews d'utilisateurs
- Ethnographie globale, locale
- Ethnographie digitale
- Cartographie des expériences

Synthétiser



Objectif

Nous définissons les **axes** principaux qui vont informer les phases d'idéation et de prototypage.

Pourquoi?

Pour définir les priorités humaines, technologiques et financières.

Créer des zones de focalisation du design pour maximiser les étapes de génération de concepts.

Et pourquoi?

Parce que nous travaillons dans le tangible, chaque approche se place dans de multiples contextes...

Ces contextes de travail s'entrecroisent en permanence.

TECHNOLOGIE

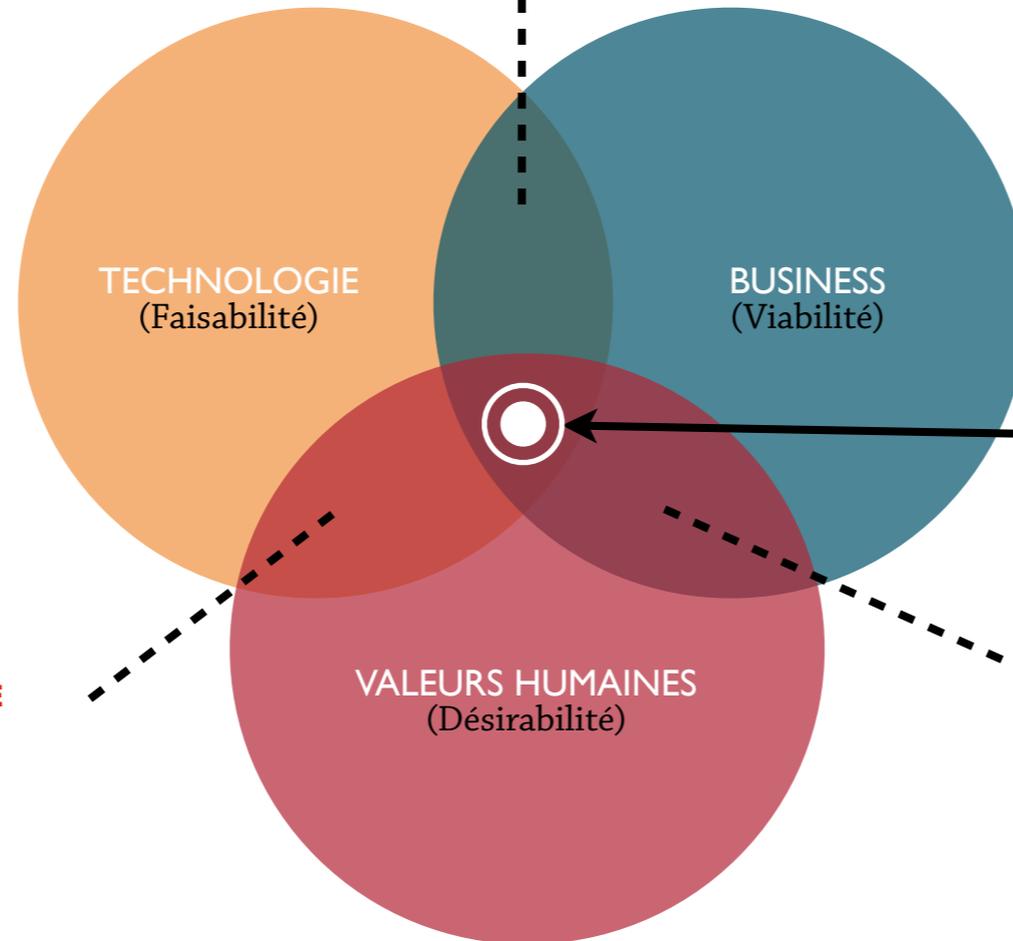
Analyse de l'ingénierie
Electronique et mécanique
Méthodes de programmation
Thermodynamique
Statique&Dynamiqu
Matériaux
Ingénierie chimique

FABRICATION

Technologie de fabrication
Processus
Gestion de l'approvisionnement
Prototypage rapide

BUSINESS

Finance
Investissements
Analyses économiques
Législation
Marketing
Opérations
Technologie de l'information
Entreprenariat
Concurrence et stratégie



DESIGN
D'INNOVATION

DESIGN & INTERACTIVITÉ

Interaction humain-ordinateur
Pensée visuelle
Design durable
Esthétique et forme
Graphisme
Expérience de l'utilisateur

COMPORTEMENT DE L'ORGANISATION

Equipes et management
Ressources humaines
Dynamique d'entreprise
Négotiation

VALEURS HUMAINES

Psychologie
Anthropologie
Sociologie
Ethnographie
Recherche des besoins
Ethiques

Modéliser

Nous visualisons les expériences réelle ou perçues des usagers en utilisant des personnages fictionnels et des scénarios, modélisés à partir des recherches précédentes. Nous réalisons des storyboards ou vidéos qui portraiturent les comportements et interactions des utilisateurs en situation réelle.

Idéation



Objectifs

Générer un maximum d'idées et de concepts.

Brainstorming

100 idées en 60mn sont une bonne vitesse de croisière

Prototyper



Objectifs

Rendre tangible les idées et concepts, les tester et les éprouver en grandeur nature.

Apprendre à partir des réactions des personnes

Pourquoi?

Nous ne créons pas des «jouets pour les designers».

Nous concevons de nouveaux produits, services et expériences pour créer des valeurs fortes, durables et porteuses d'émotion.

Ces produits et expériences seront utilisés et vécus par des personnes, des entreprises, des organisations.

Tout est prototypable

Quelle que soit la finalité du rendu d'un projet, nous affirmons que tout est de nature à être testé en conditions réelles.

Nous prototypons des

- Services
- Interfaces
- Business models
- Interactions
- Environnements
- Produits
- Modèles de stratégies
- ...

Nous abusons de

- Maquettes fonctionnelles
- Modèles 3D
- Maquettes digitales
- Prototypes usinés
- Body Storming
- Jeux de rôles
- Storyboards
- Storytelling

Rapide et concentré

Chaque prototype répond à une question.

Exemples:

- Comment ressentons nous la prise en main de cet appareil?
- Quel devrait être le flux logique d'affichages écran de cette application?

Les bénéfices du lo-fi

Dans un prototype brut, les personnes voient un potentiel.

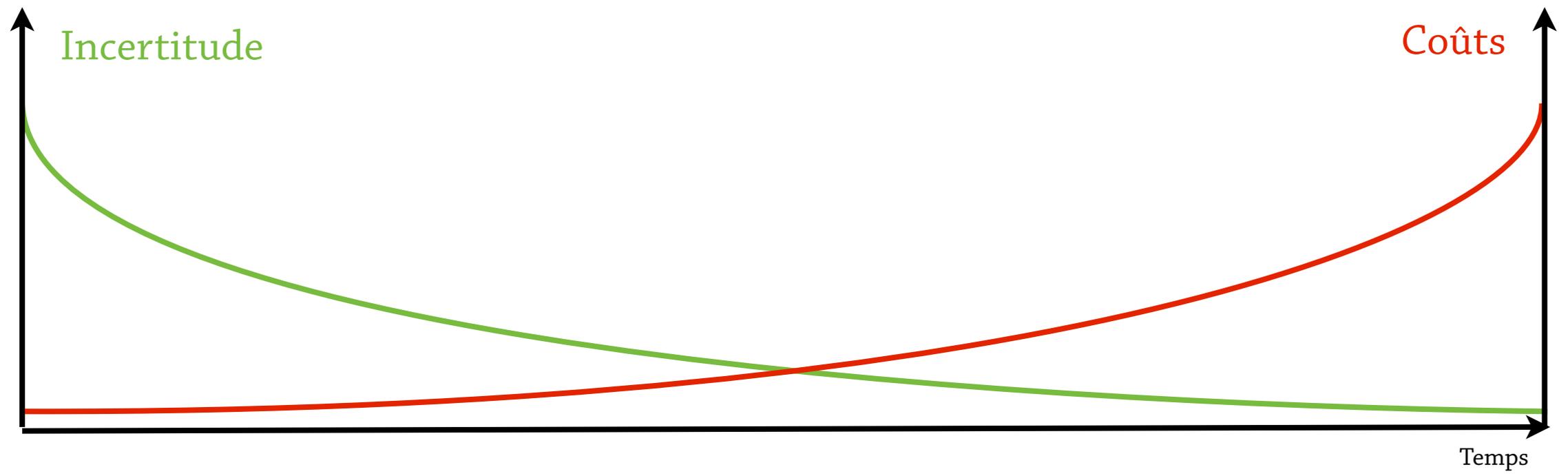
Dans un prototype raffiné, elles voient des problèmes.

Un prototype brut coûte moins cher qu'un prototype détaillé, il est plus rapide à réaliser, il répond à la même question.

Incertitude et coûts

Rappel:

Notre processus vise à réduire les incertitudes tout en optimisant les coûts.



... D'où l'intérêt d'un prototypage rapide et efficace en termes de retours.

Itérations

Notre processus est **itératif**, les différentes étapes clés du processus sont réitérées et **raffinées** successivement selon les besoins du projet.



Développer



Développer

Le développement et l'implémentation sont les chemins qui mènent de la phase projet vers le **champ du réel**.

L'aspect communication joue un rôle important dans cette étape: c'est à ce moment que le **contact** avec le public va commencer à se faire, en fonction des choix de lancement décidés.

Peaufiner les détails

L'expérience globale et concrète prend pied dans la réalité.



Parce que chaque collaboration commence par une conversation...

VEEB DESIGN

302 304 rue Garibaldi
69007 LYON, FR

(0033) 04 78 76 24 66

contact@veebdesign.com

www.veebdesign.com



VEEB DESIGN