

03

Idéer



Cette section du guide aidera les praticiens à franchir la **troisième étape du modèle Design Thinking : l'idéation**.

L'objectif est d'"idéer" la voie à suivre pour promouvoir le changement social. Sur la base des données collectées au cours de la première étape (Faire preuve d'empathie) et précisées par la seconde (Définir), nous serons en mesure de **créer une idée de changement social réalisable**, à prototyper au cours de l'étape suivante. Les questions "**Comment pourrions-nous**" débouchent sur des séances d'idéation au cours desquelles les concepteurs explorent des idées susceptibles de les aider à résoudre les problèmes de conception de manière innovante. Ces questions ne doivent être ni trop larges ni trop étroites.





Définir la phase d'idéation

La phase d'idéation permet aux concepteurs d'expérimenter de nouveaux concepts et de nouvelles solutions, dans la mesure où le Design Thinking n'est pas un processus linéaire. Les idées et les résultats générés par les étapes d'empathie et de définition (apprendre à connaître les parties prenantes et élaborer une description claire du problème) permettront toutefois de diriger et d'informer une session d'idéation constructive. Les étapes de définition et d'idéation d'un processus typique de Design Thinking se chevauchent de manière significative.

Activités	Outils	Résultats attendus
1. <u>Brise-glace</u>	<ul style="list-style-type: none"> Générateur de mots, outils de dessin et d'écriture 	<ul style="list-style-type: none"> Croquis pour communiquer des idées/concepts
2. <u>Brainstorming</u>	<ul style="list-style-type: none"> Outils de dessin et d'écriture 	<ul style="list-style-type: none"> Croquis pour communiquer des idées/concepts
3. <u>"Brainwriting"</u>	<ul style="list-style-type: none"> Papier, stylo, crayon, chronomètre, post-its 	<ul style="list-style-type: none"> Cartes d'idées
4. <u>"Brainwriting" en ligne</u>	<ul style="list-style-type: none"> Tableur en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> Cartes d'idées
5. <u>Brainwalk</u>	<ul style="list-style-type: none"> Marqueurs et papier pour tableau de conférence 	<ul style="list-style-type: none"> Prises de notes sur feuilles de tableau (paperboard)
6. <u>Analogies</u>	<ul style="list-style-type: none"> Outils de dessin, papier 	<ul style="list-style-type: none"> Dessins de diagrammes, esquisses d'idées
7. <u>Pensée par le jeu</u>	<ul style="list-style-type: none"> Ensemble d'outils de co-création 	<ul style="list-style-type: none"> Tableaux, graphiques, tableaux de données
8. <u>Remue-méninges</u>	<ul style="list-style-type: none"> Enquête, examen, médias sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> Tableaux, graphiques, tableaux de données
9. <u>Pause créative</u>	<ul style="list-style-type: none"> Se promener, prendre un café ou se détendre 	<ul style="list-style-type: none"> Carte des priorités
10. <u>Ateliers d'idéation</u>	<ul style="list-style-type: none"> Paperboard et tableau blanc 	<ul style="list-style-type: none"> Carte des affinités
11. <u>Cartes mentales</u>	<ul style="list-style-type: none"> Persona 	<ul style="list-style-type: none"> Évaluation des idées
12. <u>Croquis/dessins</u>	<ul style="list-style-type: none"> Dossier de conception 	<ul style="list-style-type: none"> Sélection de deux ou trois idées qui émergent de l'ensemble.
13. <u>Vote par points</u>	<ul style="list-style-type: none"> Gommettes, stylos ou marqueurs 	



"Il ne s'agit pas de trouver la "bonne" idée, mais de générer le plus large éventail de possibilités."

Hasso Plattner, Institut du Design à Stanford

Brise-glace

Une séance de brise-glace (icebreaking) est une activité de groupe ou un jeu conçu pour aider les participants à se sentir plus à l'aise les uns avec les autres et à établir une atmosphère positive et ouverte d'esprit. L'objectif est de "briser la glace" et de créer un sentiment de camaraderie et de confiance entre les membres du groupe, ce qui facilite la collaboration et la communication.

Selon l'American Management Association, les activités destinées à briser la glace sont "souvent utilisées au début d'une réunion ou d'une session de formation pour aider les participants à se connaître et à se sentir plus à l'aise dans le groupe".

(Source : <https://www.amanet.org/articles/ice-breakers-that-really-work/>)

Session d'échauffement

Au cours de cette session, une situation fictive est choisie et les participants sont invités à partager la pire idée à laquelle ils peuvent penser.

Idéation par le mash-up

Au cours de cette session, les participants sont invités à trouver une idée en s'inspirant d'une sélection de mots ou d'images choisis au hasard.

Brainstorming (en présentiel/en ligne)

Le brainstorming est un processus créatif qui mélange des cycles de pensée divergente et convergente ainsi que l'échange verbal d'idées entre les membres d'un groupe. Le brainstorming est un processus qui aide les concepteurs de design social à trouver des idées plus créatives en posant une série de questions dans un court laps de temps.

Il est conseillé d'inclure deux ou trois personnes qui n'ont aucune connaissance préalable de la question et qui pensent différemment de vous. Parce qu'elles ne sont pas investies par avance dans cette réflexion et qu'elles n'ont pas de méthodes établies pour réfléchir à la question, elles poseront des questions surprenantes et intrigantes que vous ne poseriez pas.

Au cours de cette phase, il n'est pas nécessaire de fournir des réponses ou des solutions. Penser en termes de questions plutôt que de solutions permet de surmonter plus facilement les biais cognitifs et d'explorer des territoires inexplorés.

Les règles du brainstorming :

- Différer le jugement
- Encourager la réflexion hors des sentiers battus
- Utiliser les idées des autres
- Utiliser des images pour permettre aux autres membres de visualiser ce qui est dit
- Privilégier la quantité à la qualité
- Rester concentré sur le sujet
- N'avoir qu'un dialogue à la fois

Dans notre cas, les **croquis destinés à communiquer les idées/concepts** seront le résultat du processus de brainstorming.

“La remise en question est un comportement inné qui est activement détourné et étouffé.”

Revue de Harvard Business



03

“Brainwriting” (en présentiel/en ligne)

Le “Brainwriting” est une alternative silencieuse au brainstorming traditionnel. Au lieu d'échanger des idées verbalement, les participants les écrivent avant de les transmettre à quelqu'un d'autre. La personne suivante lit ces idées et y ajoute les siennes, et ainsi de suite jusqu'à ce

que les idées de chacun aient fait le tour de table. Toutes les idées sont ensuite rassemblées et présentées au groupe pour discussion. Les **cartes d'idées** seront le résultat du processus de brainwriting.

04

“Brainwriting” à distance (en ligne)

Le brainwriting à distance est la version en ligne de l'action de brainwriting dans laquelle, grâce à une feuille de calcul en ligne, des **cartes d'idées numériques** seront délivrées.

05

“Brainwalk” (en présentiel)

Il s'agit d'une version plus mouvante et plus active du brainwriting. Au lieu de déplacer des feuilles de papier dans la pièce, les designers se déplacent entre des "stations d'idéation" distinctes. Ils ajoutent leurs propres idées avant

de se déplacer à la station suivante pour y ajouter leurs idées, comme pour le brainwriting. Les résultats du brainwalk seront les **feuilles de prises de notes des idées**.

06

Analogies (en présentiel/en ligne/hybride)

Les analogies peuvent être une approche fantastique pour le brainstorming car elles aident à faire progresser la compréhension en créant des comparaisons. En comparant ce que les penseurs du design social tentent de résoudre avec différents éléments et scénarios, les membres peuvent produire des idées originales

basées sur différentes façons d'appréhender le problème. Par exemple, est-il possible de s'inspirer de solutions de changement social provenant de différents domaines tels que l'économie, les affaires ou l'ingénierie ? La **mise en parallèle d'idées** sera le résultat de l'action d'analogie.

07

Pensée par le jeu (en présentiel/en ligne)

Il peut être très utile et amusant d'ajouter à une situation non ludique qu'est la phase de définition un élément de jeu pour accroître la participation. Cela peut être un jeu de charades, le jeu de l'anti-problème (considérer le contraire de votre situation ou de votre problème), ou le

jeu de la couverture (écrire une histoire comprenant un titre, des titres, des encadrés et des images). De grands diagrammes, une esquisse d'idées et une fusion de mots seront le résultat de l'action de la pensée par le jeu.

08

Remue-méninges (en présentiel/en ligne)

Le remue-méninges est le processus qui consiste à solliciter des idées auprès du public et à les évaluer. Il fournit une base solide pour vos idées en utilisant des sondages, des évaluations et les médias sociaux. Bien qu'il n'aboutisse pas

toujours à la présentation de la meilleure idée, il peut faire des merveilles en termes de compréhension. Des **diagrammes**, des **graphiques** et des **tableaux de données** seront le résultat de cette action.

09

Pause créative (en présentiel)

La pause créative est utile si le ou les membres de l'équipe de conception se sont fixés sur un seul concept. Des pauses conscientes et une prise de recul face aux pièges leur permettent de

faire des merveilles pour créer de nouvelles idées. Les **notes d'idées** seront le résultat de l'action de la pause créative.

10

Ateliers d'idéation (en présentiel/en ligne)

Un atelier d'idéation est un environnement sécurisé dans lequel des idées peuvent être générées. L'objectif premier d'une séance d'idéation est d'**inspirer l'innovation et la créativité**. Les membres de l'équipe de conception se réunissent pour parler et partager leurs idées en toute honnêteté et sans jugement.

Importance de l'atelier d'idéation

- Les ateliers d'idéation peuvent s'avérer très utiles pour débloquer vos équipes.
- Ils permettent d'élargir la collaboration et les points de vue
- C'est un espace sûr pour la créativité
- C'est un environnement sans jugement pour la création
- C'est une activité excitante et agréable

La **carte des priorités** sera le résultat de l'action de l'atelier d'idéation.

11

Cartes mentales (en présentiel/en ligne)

La cartographie mentale est un outil d'idéation visuelle qui permet aux concepteurs d'établir des liens entre des ensembles distincts de pensées ou de faits. Pour commencer, écrivez un terme au centre de la page (lié à l'énoncé de votre problème), puis entourez-le de tous les concepts qui vous viennent à l'esprit sur la même feuille de papier.

Enfin, il convient d'examiner les liens entre ces idées et de les illustrer par des lignes et des courbes afin de créer une carte visuelle. Cette technique permet aux concepteurs de reconnaître les modèles.

La **carte d'affinité** sera le résultat de l'action "cartes mentales".

Croquis/dessins (en présentiel/en ligne)

Le croquis est une approche pratique qui permet de mettre des idées sur papier afin de les communiquer à des collègues ou de développer de nouvelles solutions. Les concepteurs peuvent présenter leurs idées de manière narrative grâce au croquis par étapes. Cette activité permet aux designers de créer des représentations visuelles de toute information ou idée complexe. Les

concepteurs emploient de nombreuses techniques pour rendre le croquis accessible, comme l'utilisation de formes simples, de lignes et de mots pour créer des actions, en utilisant des mots, des figures de bâton/boîtes, et ainsi de suite. L'évaluation de l'idée sera le résultat de l'action d'esquisse/dessin.

Vote par points (en présentiel/en ligne)

Le vote par points est un outil de base utilisé dans un environnement de groupe pour établir démocratiquement des priorités ou prendre des décisions. Il s'agit d'une méthode simple et élémentaire pour réduire les options et s'arrêter sur un ensemble de notions ou d'idées.

Le système de vote par points :

- Collecter le matériel
- Établir des critères de vote
- Voter
- Déterminer le résultat
- Réduire la portée du vote et procéder à un nouveau vote si nécessaire

*Cliquez
pour voir*

Les votes sont codés par couleur pour représenter les différents critères. Le vote traditionnel par points utilise des points qui sont tous de la même couleur. Envisagez d'utiliser volontairement des couleurs différentes pour apporter des nuances (et des informations) au processus de vote. Si les membres d'une équipe de conception votent sur un ensemble de concepts, par exemple, les points verts pourraient représenter l'aspect pratique et les points jaunes l'effet sur l'utilisateur. Il en résulterait un désordre de points verts et jaunes. Les **deux ou trois idées qui émergent de l'ensemble** sont les résultats de l'action de vote par points.

