

Spécialiste en Innovation Sociale lié à la méthodologie Living Lab

Étape 2: Élaboration d'une stratégie



Vous devez travailler en parallèle sur plusieurs dimensions, à savoir:

Une **stratégie** et une vision cohérentes

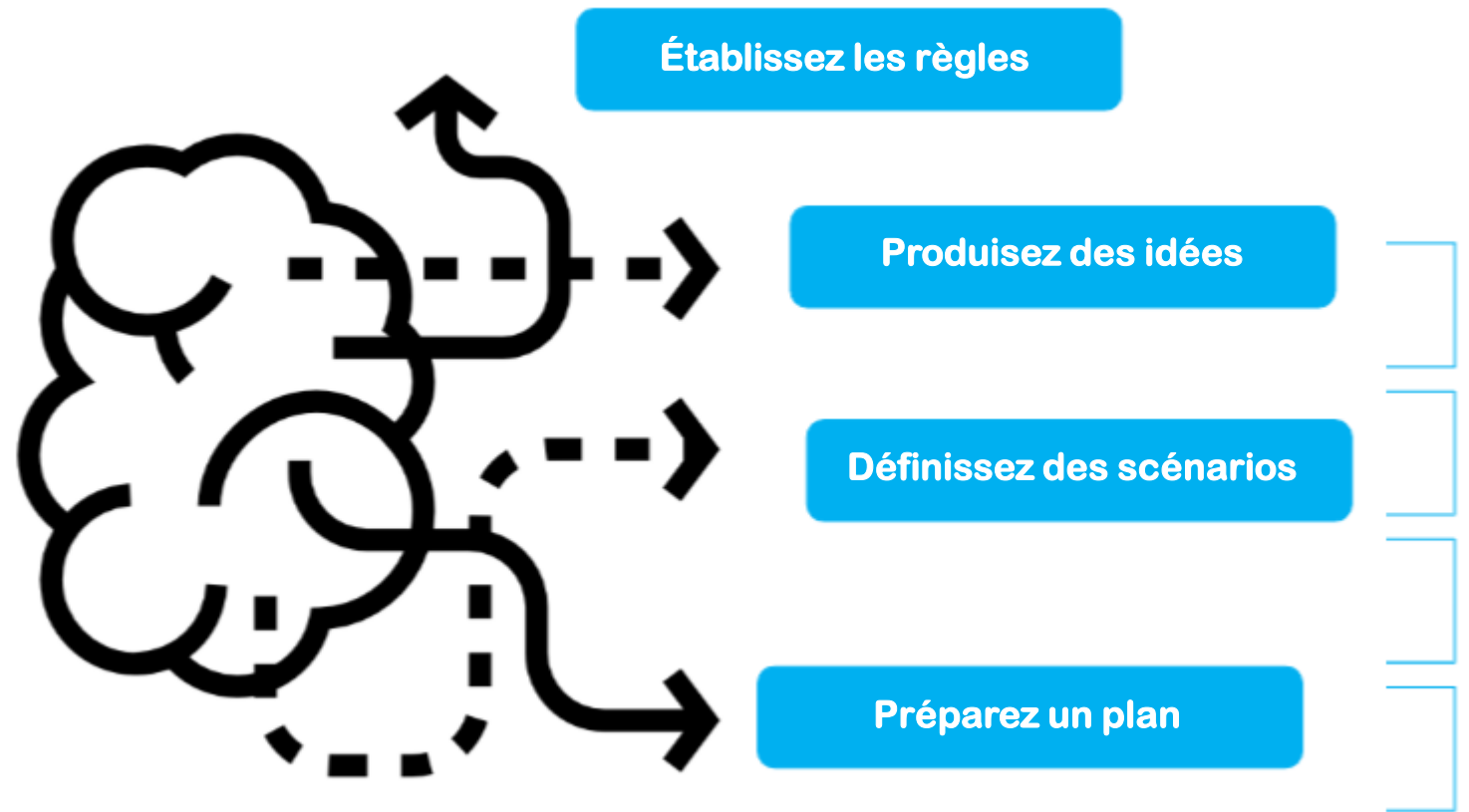
Une **co-conception de solutions** aux problèmes réels

Un **cadre solide** pour une durabilité à long terme

Une mise **en réseau et un échange des connaissances** avec d'autres Living Labs et/ou communautés

Élaboration
d'une stratégie

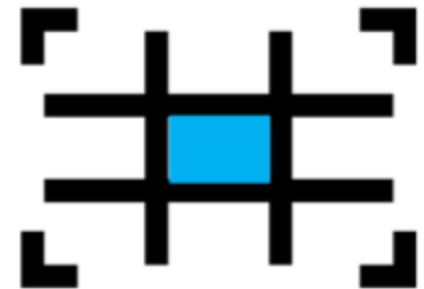
2





Établissez les règles

Tout d'abord, co-concevez un large cadre pour la stratégie axée sur l'utilisateur avec le principal partenariat d'innovation, afin que les projets individuels s'inscrivent dans un contexte plus large et travaillent ensemble à la vision commune.





Produisez des idées

Il ne s'agit pas ici de prendre des décisions mais d'ouvrir des possibilités : **partager, apprendre** et **découvrir**.





Définissez des scénarios

Les objectifs ici consistent à élaborer **un scénario souhaitable** à long terme qui décrit en détail ce que sera le résultat final et à quoi il devra ressembler.



Élaboration d'une stratégie

2

Préparez un plan

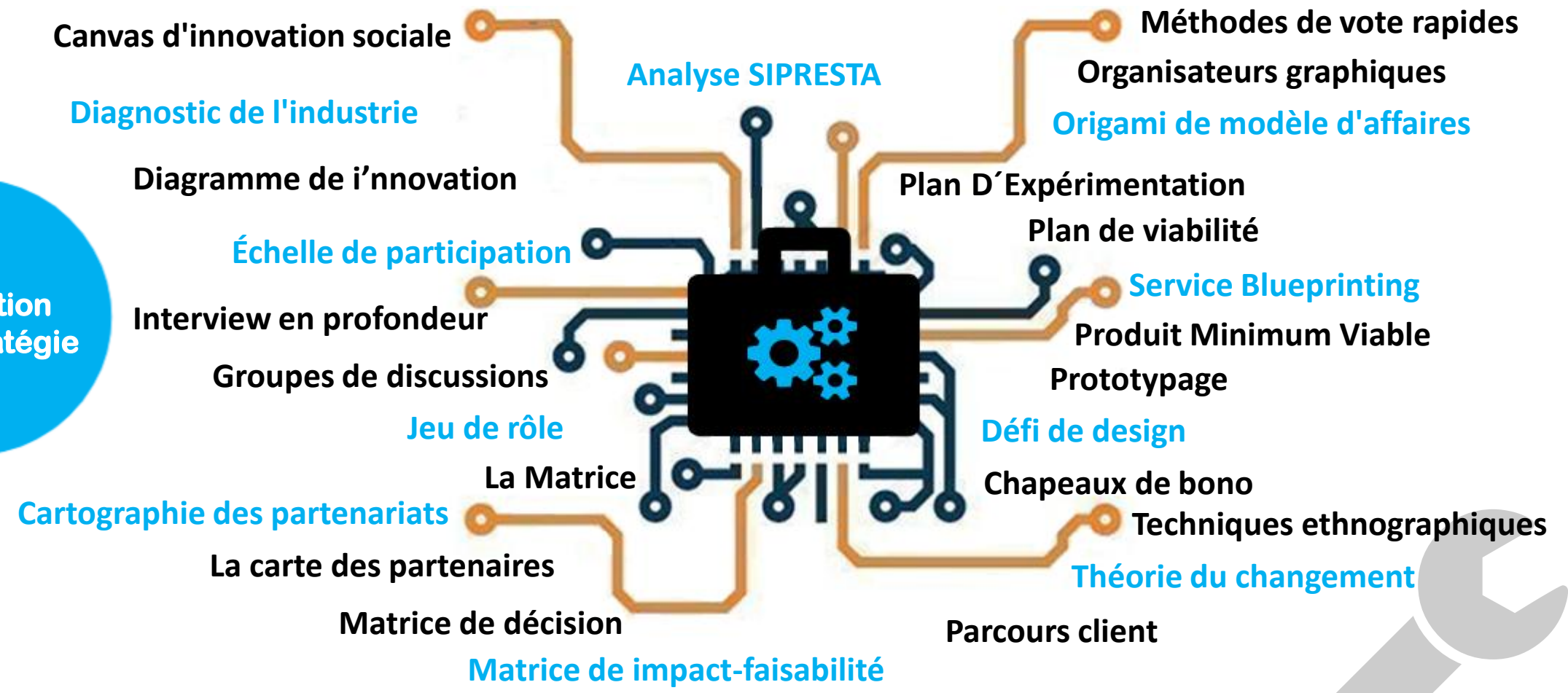
Sélectionnez les priorités pour cibler et définir les actions susceptibles d'avoir plus d'effets transversaux, bénéficiant au plus grand nombre de parties prenantes.

Exemple :

Une séance de co-création pour développer une plateforme interactive destinée à surveiller la pollution atmosphérique. Living Lab iMinds. Belgique.



**Élaboration
d'une stratégie**
2



Analyse SIPRESTA

Propre outil

DESCRIPTION

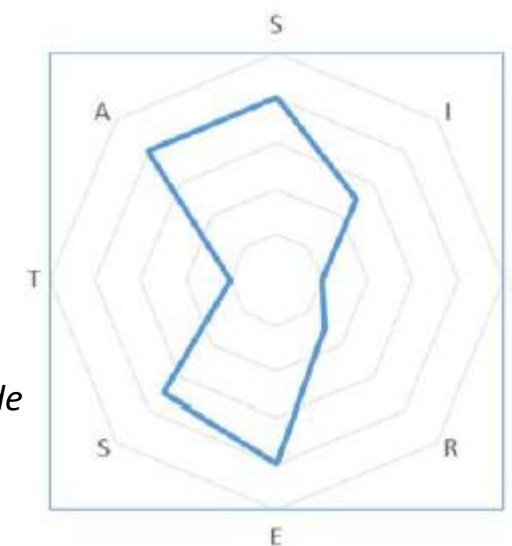
C'est un système de diagnostic qui évalue les différents éléments de l'innovation sociale dans un projet, générant un profil:

- S:** Solution innovante.
- I:** Impact social.
- P:** Participation.
- R:** Reproductibilité et évolutivité.
- E:** Économiquement durable.
- S:** Durabilité environnementale.
- T:** Transformation sociale.
- A:** Ouvert.

TÂCHES DANS LESQUELLES S'APPLIQUER: Toutes.

CONSEIL: *En plus de l'utiliser pour évaluer, utilisez-le pour identifier les aspects de l'innovation sociale dans lesquels le projet a un potentiel d'amélioration plus complet.*

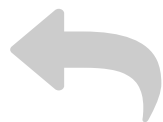
	Valeur
S	8
I	5
P	2
R	3
E	8
S	7
T	2
A	8



Source Julien Etxebeste UIS³

Élaboration
d'une stratégie

2



CANVAS D'INNOVATION SOCIALE

DESCRIPTION

Il s'agit d'un outil adapté de CANVAS pour les projets d'innovation sociale et intégrant des concepts et paramètres spécifiques d'I.S

Il s'agit de faire une première photographie du projet pour voir **quels aspects clés nous devrions travailler plus en profondeur**, sur lesquels nous avons plus d'informations et qui sont a priori les forces et les faiblesses de notre projet de I.S.

TÂCHES DANS LESQUELLES

S'APPLIQUER: Identifier. Explorer

Élaboration
d'une stratégie

2

PROBLÈME / BESOIN: Brève description du problème ORIGINE: Causes qui en sont l'origine DÉTECTÉ: Quel a été le processus pour le détecter	SOLUTIONS INITIALES: Solutions possibles sans filtre, sélectionnez-en une ou cochez-en une	PROPOSITION DE VALEUR: Pourquoi es-tu différent, quel est ce projet que les autres n'ont pas? EXPLICATION SIMPLE MAIS CONCISE SCALABILITE / REPLICABILITE: Il peut être reproduit, comment pourrait-il être fait ...	ALTERNATIVE INNOVANTE: Quoi de neuf, qu'est-ce qui est différent et pourquoi ...	DESTINATAIRES FINAUX: Pour qui est la solution, ce qui est fourni en plus des destinataires finaux à la SOCIÉTÉ...
	ASPECTS COVER ISP: Agents de participation, Empathie, Facilitateur / formateur, Autonomisation ...		CANAU: COMMUNICATION, Comment atteindre les destinataires finaux QUAND ... S'il y a un produit final, comment puis-je le distribuer ...	
COÛTS:		FINANCEMENT / VIABILITÉ		

DIAGNOSTIC DE L'INDUSTRIE

DESCRIPTION

Le diagnostic de l'industrie est réalisé par l'analyse de Porter des cinq forces.

À l'aide d'un diagramme en cinq sections, nous analyserons l'impact des cinq forces clés du secteur: **concurrents, participants potentiels, clients / acheteurs, offres de substitution et fournisseurs.**

TÂCHES DANS LESQUELLES S'APPLIQUER: Il peut être revu tout au long du projet.

CONSEIL: Dans le lien de la source, vous pouvez télécharger le modèle de travail, mais il est conseillé de vous plonger dans l'outil avec des vidéos explicatives, telles que:

<https://youtu.be/HSnWBfeuKqg>

Élaboration
d'une stratégie

2

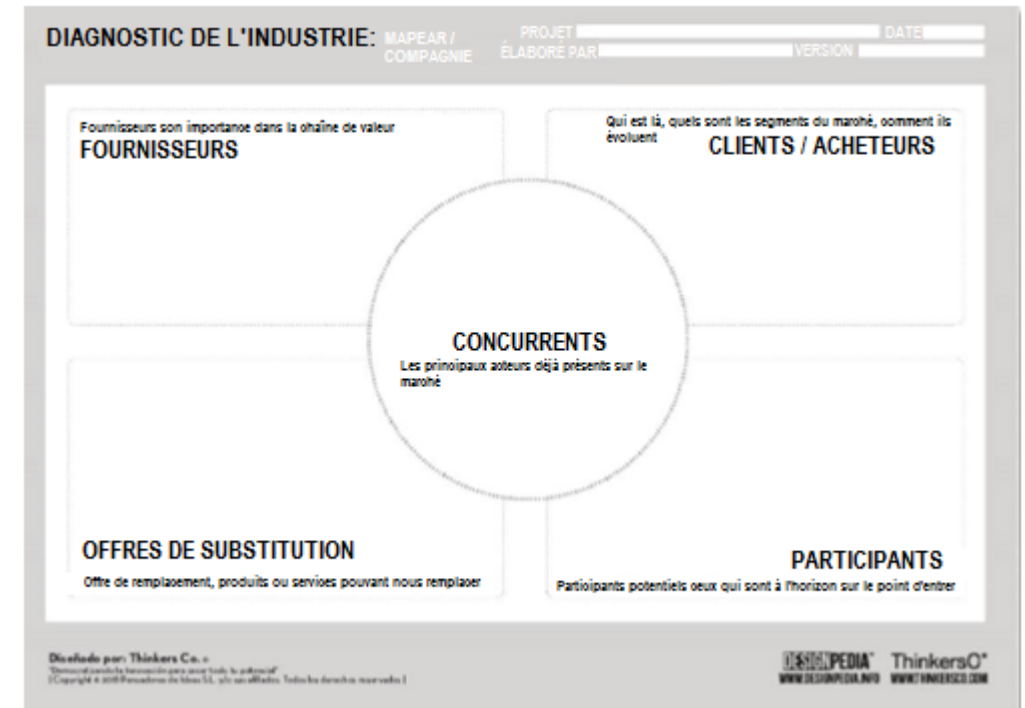


DIAGRAMME DE L'INNOVATION

Source: <https://fr.diytoolkit.org/tools/diagramme-de-innovation/>

DESCRIPTION

La fiche de travail vous permet d'observer plusieurs étapes du processus d'innovation et contient une liste étape par étape des **activités, des exigences et des objectifs de chaque étape.**

Utilisez cette feuille de travail pour savoir où vous en êtes. Il est utile de savoir quels outils et activités peuvent vous aider à chaque étape.

TÂCHES DANS LESQUELLES S'APPLIQUER:
IDENTIFIER / EXPLORER

CONSEIL: Vous pouvez télécharger le modèle créé par Nesta en:

<https://www.nesta.org.uk/toolkit/innovation-flowchart/>



Je veux regarder vers l'avenir pour comprendre ce que je dois faire pour concrétiser mon idée

DIY 01

DIAGRAMME DE L'INNOVATION

ETAPE	COMPÉTENCES REQUISES	EXEMPLES D'ACTIVITÉS ET OUTILS	NIVEAU ET GESTION DES RISQUES	FINANCEMENTS REQUIS	DONNÉES FACTUELLES GÉNÉRÉES	OBJECTIF
1 Explorer les opportunités et les défis	Capacité de recherche / travail exploratoire	Analyse SWOT, Définition de problème, Diagramme des causes	Faible risque d'échec, mais besoin de décisions claires sur la/les suite(s) à donner	Subventions	Éléments d'appréciation fournis par la recherche formelle et la collecte informelle d'informations	Un problème, ou une opportunité, bien comprise et clairement définie(e)
2 Générer des idées	Idéation et facilitation de la pensée créative	Chapeaux de Bono, Générateur d'idées, Atelier de créativité	Risque d'échec élevé, Besoin d'un Leadership assumé, Portage par la hiérarchie indispensable	Subventions en général, parfois aussi convertibles	Description claire du changement ou de sa causalité probable, appuyée mais non contrainte par les données factuelles	Une idée, ou un ensemble d'idées, à développer et tester
3 Développer et Tester	Mélange de compétences en design et en mise en œuvre	Parcours utilisateur, Plan d'expérimentation, Déclencheur d'améliorations	Risque d'échec élevé, Besoin d'un Leadership assumé, Portage par la hiérarchie indispensable	Subventions, parfois prêts	A stronger case with cost and benefit projections developed through practical trials and experiments, involving potential users	Démonstration de l'efficacité de l'idée, ou éléments justifiant qu'elle soit retravaillée
4 Démontrer	Développement commercial et évaluation	Blueprint, Carte des promesses et du potentiel, Business modèle canvas	Soyez prêt à adapter votre approche, en fonction des résultats des évaluations et des retours utilisateurs	Subventions ou produit d'investissement	Un dossier consolidé avec des prévisions de coûts et bénéfices développés par essais et expérimentations concrètes, en y associant les utilisateurs potentiels	Des garanties claires pour la mise en œuvre et le financement
5 Produire et mettre en œuvre	Leadership fort, solides compétences en management et exécution	Liste des tâches critiques, Boucle d'apprentissage, Groupe cible	Soyez prêt à certaines adaptations en vue de la mise en œuvre	Fonds de programme, apportant capital, prêts, subventions	Un dossier consolidé avec des prévisions de coûts et bénéfices développés par essais et expérimentations concrètes, en y associant les utilisateurs potentiels	Une innovation mise en œuvre de façon durable
6 Développer, changer d'échelle et diffuser	Leadership fort, solides compétences en management et exécution	Plan d'expansion, Business plan, Mix Marketing	Besoin d'une forte capacité d'exécution pour assurer le transfert de pratique	Prêts participatifs, paiements au rendement, obligations à impact social	Un dossier solide et détaillé basé à partir d'une évaluation formelle et de la collecte de données probantes – utilisation d'un groupe témoin pour isoler les causes et l'impact	Innovation ou impact à grande échelle
7 Changer le système	Leadership et management fort, identification et formation de nouvelles leaders et nouvelles équipes	Cartographie des partenariats, Planification sur une base factuelle	Cartographie des effets potentiels inattendus	Multiple mécanismes financiers nécessitant une possible restructuration, Financement axé sur les résultats	Données probantes provenant d'évaluations sur sites multiples, et d'essais contrôlés randomisés conduits par des tiers indépendants	Transformation de votre manière de travailler

OUTILS FINANCIERS POUR ÉTAPE 6 ET OUTILS DE L'INNOVATION SOCIALE | À vous de jouer!

ÉCHELLE DE PARTICIPATION

DESCRIPTION

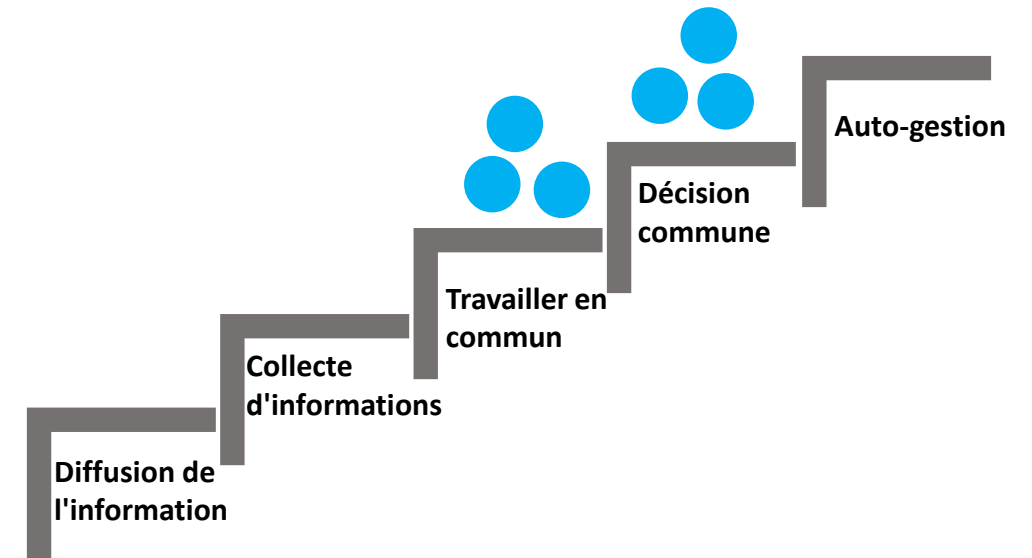
Cet outil est utilisé pour voir à **quel degré de responsabilisation** nous nous trouvons dans les différents processus du projet.

La participation a 5 degrés différents, qui sont ascendants en termes de degré ou de pouvoir de décision.

Les participants à la fin de la phase ou de l'activité doivent mettre un mot sur le pas qu'ils pensent avoir participé.

TÂCHES DANS LESQUELLES S'APPLIQUER:

Évaluer LA PARTICIPACION à toutes les tâches.



Élaboration d'une stratégie

2

INTERVIEW EN PROFONDEUR

DESCRIPTION

L'entretien approfondi a pour objectif d'obtenir des **informations** sur la vie, l'expérience, la situation, les connaissances, l'interaction ou les relations d'une personne à propos d'un objet / événement / situation / sujet spécifique, **exprimés dans leurs propres mots et vus de leur propre perspective.**

TÂCHES DANS LESQUELLES S'APPLIQUER: Identifier. Explorer. Évaluer. Grimper. Applicable à toutes les phases de l'ISE.

CONSEIL: *Il existe différents types d'interviews. Par exemple, l'interview contextuelle où le contexte est celui sur lequel on veut approfondir.*

Il est important de créer un climat de confiance, un environnement confortable pour que la personne puisse s'exprimer sans avoir le sentiment d'être évaluée.



- 1. Préparation de l'entretien.** Définir un (ou plusieurs) objectifs et une méthode (vis-à-vis, distant ...)
- 2. Le script.**
- 3. Pendant l'entretien.** Vous devez faire une introduction et être conscient que le script n'est qu'un guide.
- 4. Après l'entretien.** Allez nettoyer et traitez l'entretien.

Élaboration d'une stratégie

2

GROUPES DE DISCUSSIONS OU FOCUS GROUP

Qu'est que c'est?

Avec un groupe de discussion (focus group), les chercheurs s'efforcent de comprendre les perceptions, les opinions, les idées ou les attitudes à l'égard d'un sujet donné. La plupart des groupes de discussion se déroulent dans **un cadre assez informel**, tel qu'une salle de réunion ou une salle spéciale où les chercheurs observent la situation de manière non participative à l'aide d'un miroir sans tain ou d'une couverture vidéo en direct dans un autre chambre. L'objectif est que les participants se sentent libres de **discuter des sujets donnés de leur propre perspective**. Il a un animateur / modérateur.

TÂCHES DANS LESQUELLES S'APPLIQUER: Explorer. Expérience. Évaluer.

CONSEIL : *Le terme focus group ne s'applique pas aux sessions de création où le groupe de travail résout ou se termine par une proposition concernant quelque chose.*



- 1. Fixer un objectif.**
- 2. Les questions.** *Faites une liste et assurez-vous que vous êtes concentré sur votre objectif. Commencez par les plus importants.*
- 3. Planifiez la session.** *Planifiez la date, l'heure de début et l'heure de fin de la session.*
- 4. Exécuter et documenter.** *Dans un grand espace, avec boisson et accès aux services. Enregistrez la session et publiez un rapport avec les conclusions.*

Élaboration d'une stratégie

2

JEU DE RÔLE (Role Playing)

DESCRIPTION

Le jeu des rôles est l'une des techniques qui cherchent à nous mettre dans **la peau de l'utilisateur** afin de mieux comprendre son expérience des produits ou services existants ou en cours de conception. Les membres de l'équipe de projet doivent assumer le rôle des utilisateurs, leurs routines et leurs comportements en fonction de certains scénarios qu'ils souhaitent expérimenter. Cette technique peut être combinée aux prototypes de nouveaux produits et services pour anticiper les besoins des utilisateurs qui n'avaient pas été détectés à priori.

TÂCHES DANS LESQUELLES S'APPLIQUER : Explorer. Co-créer. Expérience.

CONSEIL : Cette technique est similaire à celle du *Bodystormage*. La différence est que le but de ce dernier n'est pas de se mettre dans la peau de l'utilisateur comme c'est le cas avec le Jeu de Rôle.



Source: <https://twitter.com/opensdacademy/status/929383075703939072>

- 1. Définir le but.** Identifiez les aspects que vous souhaitez analyser pendant l'exercice (état émotionnel, aspects de l'environnement, improvisation, etc.)
- 2. Plan.** Définissez l'espace, les participants et les informations qu'ils doivent connaître lorsqu'ils agissent (le contexte, le rôle à représenter, les attributs du personnage, etc.). Les observateurs doivent disposer du matériel à documenter en fonction des objectifs.

LA MATRICE (The Grid)

Source: <https://www.methodical.io/meet-the-grid/>

DESCRIPTION










The Grid est un outil qui permet **d'aligner les différents blocs d'une entreprise** en fonction de l'utilisateur, du marché et de sa propre organisation / société, afin de prendre des décisions et de déterminer leur impact sur le reste des blocs.

La grille définit les 9 aspects à prendre en compte lors de tout type de décision.

TÂCHES DANS LESQUELLES S'APPLIQUER Évaluer.

CONSEIL : Dans la vidéo suivante, l'auteur, Matt Watkinson, présente son outil au forum Samsung: <https://www.youtube.com/watch?v=Fxe1VJMVQ9A>



	Désirabilité	Rentabilité	Longévité
Utilisateur	Besoins - Valeurs - Objectifs - Barrières 	Avantages - Modèle de revenu - Prix - Volume 	Base d'utilisateurs - Considération - Conversion - Rétention 
Marché	Concours - Catégorie - Territoire - Alternatives 	Pouvoir Négociation - avec les Clients - avec les fournisseurs - Législation 	Imitabilité - Protection juridique - Avantage compétitif - Retard de compétition 
Organisation	Offre - Proposition - Apparence de la marque - Expérience client 	Coûts - Coûts fixes - Coûts variables - Investissements 	Adaptabilité - Liquidité - Evolutivité / Capacité - Complexité / Rigidité 

CARTOGRAPHIE DES PARTENARIATS

Source: <https://fr.diytoolkit.org/tools/cartographie-des-partenariats/>

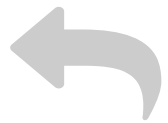
DESCRIPTION

Dans les problèmes complexes, tels que ceux de nature sociale, il est **important d'identifier les organisations/partenaires** pertinents dans chacune des phases du projet.

L'outil identifie les étapes du projet où indiquer quelles alliances, comment elles vont fonctionner, des guides et des règles.

TÂCHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER:
Toute phase.

CONSEIL: Brève vidéo explicative de l'outil en <https://vimeo.com/89106473>



Je veux élaborer un plan clair pour travailler avec d'autres groupes qui partagent ma vision

CARTOGRAPHIE DES PARTENARIATS



LA CARTE DES PARTENAIRES/STAKEHOLDERS

Source: <https://www.manager-go.com/gestion-de-projet/parties-prenantes-projet.htm>

DESCRIPTION

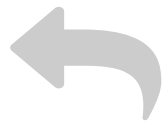
Avec l'outil **Stakeholders Map**, l'objectif est de cartographier "qui est qui" dans notre secteur, en identifiant les groupes d'intérêts potentiels et le pouvoir, afin d'analyser comment ils peuvent influencer notre projet.

Selon le **Stakeholders Matrix**, nous pouvons faire une division en fonction du pouvoir qu'ils peuvent exercer et avoir sur notre projet et de l'intérêt qu'il témoigne. Dans ce sens, nous obtiendrons une matrice 2 x 2.

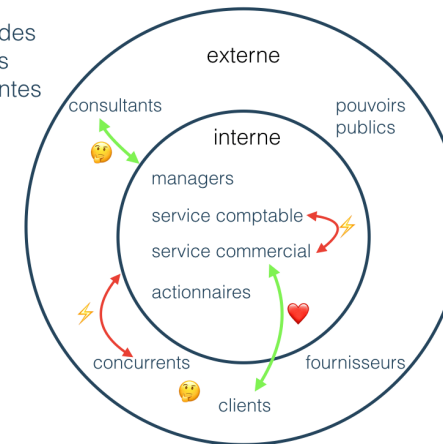
TÂCHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER:

Identifier. Explorer.

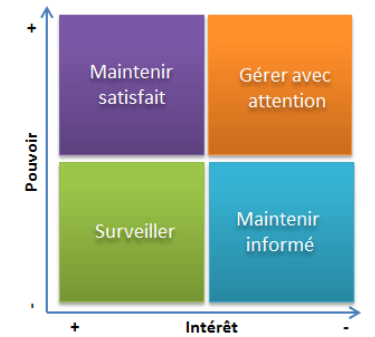
CONSEIL : *Los círculos generalmente sitúan a los agentes más relevantes en el centro y los menos en los círculos exteriores. El número de círculos y su definición se puede variar.*



carte des parties prenantes



Matrice pouvoir/intérêt des parties prenantes par le PMBOK®



© www.manager-go.com

Source Julien Etxebeste UIS³

MATRICE DE DÉCISION

Source: <https://goleansixsigma.com/solution-selection-matrix/>

DESCRIPTION

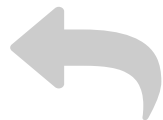
Matrice de décision MCDA Multiple Criteria Decision Analysis **est une méthode analytique pour sélectionner des idées.**

Les idées sont énumérées à gauche de la table. Les colonnes sont identifiées dans leur en-tête par les critères qu'elles évalueront.

Un coefficient de pondération doit être attribué à chaque colonne en fonction de sa pertinence, ce qui multiplie le score attribué.

TÂCHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER : Co-créer. Évaluer.

CONSEIL : *Le résultat de cet outil est quantitatif en fonction des critères sélectionnés. Les discussions sur le poids des paramètres et les commentaires au cours du développement de ceux-ci sont très importants*



Solution Selection Matrix							
Project Goal <small>Enter Goal Statement below: (As stated on Project Charter)</small>	Please rank each solution for each criteria by using the 1-5 Scale as indicated below						
	Very Low (less good)		Moderate		Very High (best)		
	1	2	3	4	5		
Potential Solution (Provide Brief Description)	Potential to Meet Goal	Positive Customer Impact	Cost to Implement (1 = \$\$\$ & 5 = \$)	Stakeholder Buy-in	Time to Implement (1 = Long 5 = Quick)	Total Score	Implement? Yes/No
Weighted Criteria	10	9	8	7	5		
<i>Don't include condiments with takeout</i>	5	3	4	4	5	162	Yes



Dans l'image, les critères d'évaluation sont 1 = très faible, 5 = très élevé

Source Julien Etxebeste UIS³

Élaboration d'une stratégie

2

MATRICE DE IMPACT-FAISABILITÉ

Élaboration propre

DESCRIPTION

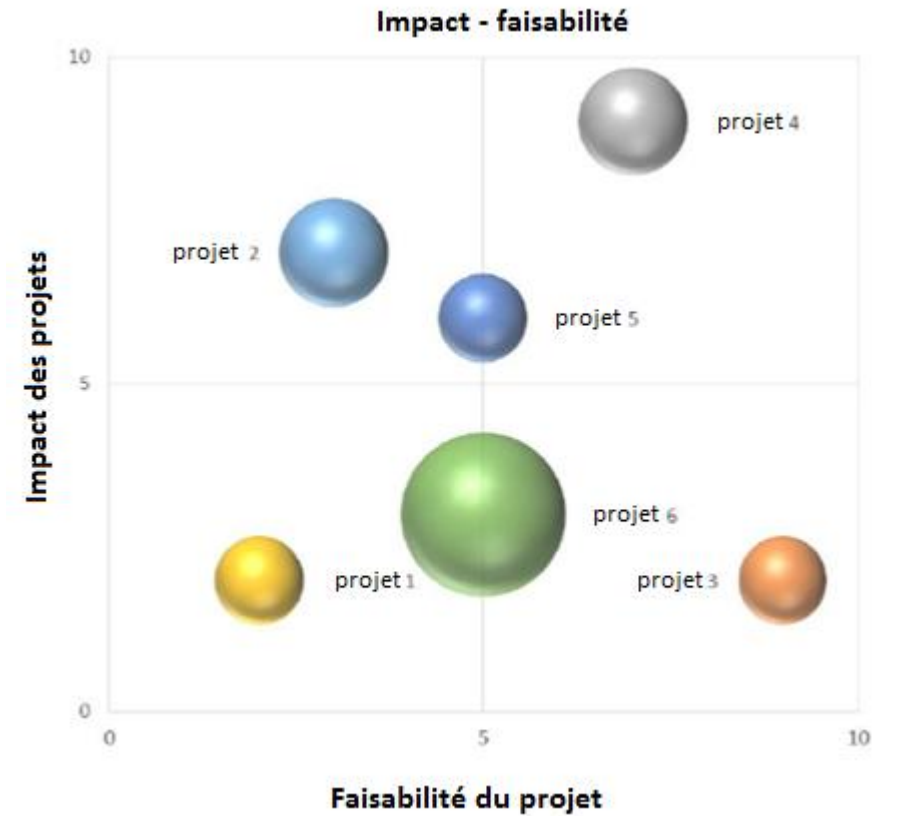
C'est une matrice qui permet **d'évaluer, de hiérarchiser et de sélectionner** des projets, des prototypes ou des solutions, en les plaçant par rapport à deux axes:

- Son impact potentiel
- Sa faisabilité

Cela nous permet de choisir les projets les plus réalisables et ayant le plus grand impact et les projets rejetés.

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER: Tous.

CONSEIL: *Bien que les évaluations aient une charge subjective, la matrice nous donne une vision globale des projets ou des solutions et est très utile pour la priorisation.*



Par exemple, pour enrichir les informations, vous pouvez ajouter un volume différent aux bulles, représentant la dimension économique du projet.

Élaboration d'une stratégie

2

METHODES DE VOTE RAPIDES

Source: <https://www.thisisservicedesigndoing.com/methods/quick-voting-methods>

DESCRIPTION

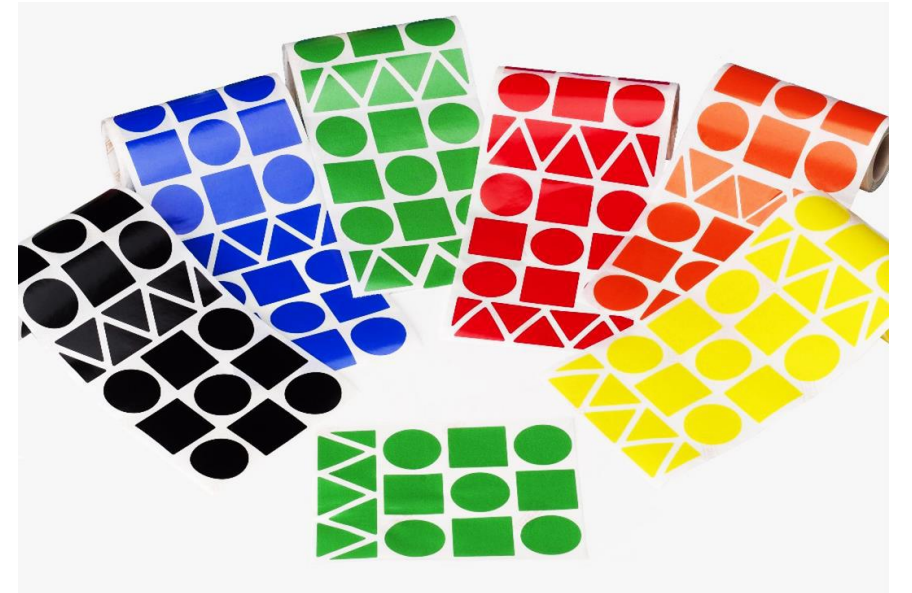
Lors des sessions de co-conception avec de grands groupes, il peut être intéressant d'accélérer le vote pour définir les adresses. Les gomets sont un outil idéal pour cela.

Les participants reçoivent un nombre précis de gomets auxquels un score leur a été précédemment attribué (par exemple, trois gomets verts x 1 point et 1 gomet bleu x 3 points).

Ensuite, le critère est défini en fonction duquel voter lors de ce tour (par exemple, quelle est l'idée la plus viable?) Et un court laps de temps est alloué pour positionner les gomets sur les idées.

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER: Co-créeer.

CONSEIL : *Plusieurs tours de vote peuvent être effectués selon différents critères.*



Élaboration d'une stratégie

2

ORGANISATEURS GRAPHIQUES(BRAINSTORM ORGANIZERS)

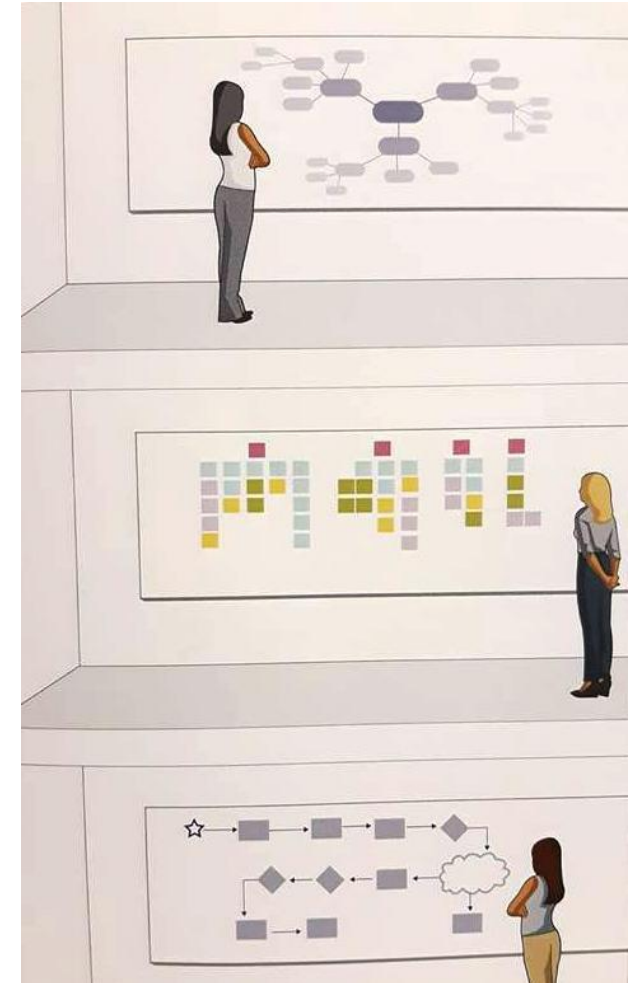
DESCRIPTION

Les organisateurs graphiques aident à **structurer les informations** et à développer une vision claire des problèmes ou des projets. Ils permettent de représenter ce qui précède de manière très graphique et simple pour identifier des modèles et prendre des décisions. Parmi les typologies on trouve:

- **Réseaux:** il est utile d'analyser un thème central et d'identifier les éléments, caractéristiques, causaux ... les plus importants.
- **Arbre:** Lorsqu'il est nécessaire de comprendre et de classer plusieurs aspects en relation avec sa hiérarchie ou ses regroupements.
- **Flux:** Ils travaillent pour comprendre une séquence au sein d'un processus, identifier les causes, les effets et les interrelations.

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER: Toute tâche d'analyse/ de réflexion.

CONSEIL : *Cette façon de raisonner graphiquement peut être utilisée à la fois pour analyser et développer une idée.*



PLAN D'EXPÉRIMENTATION

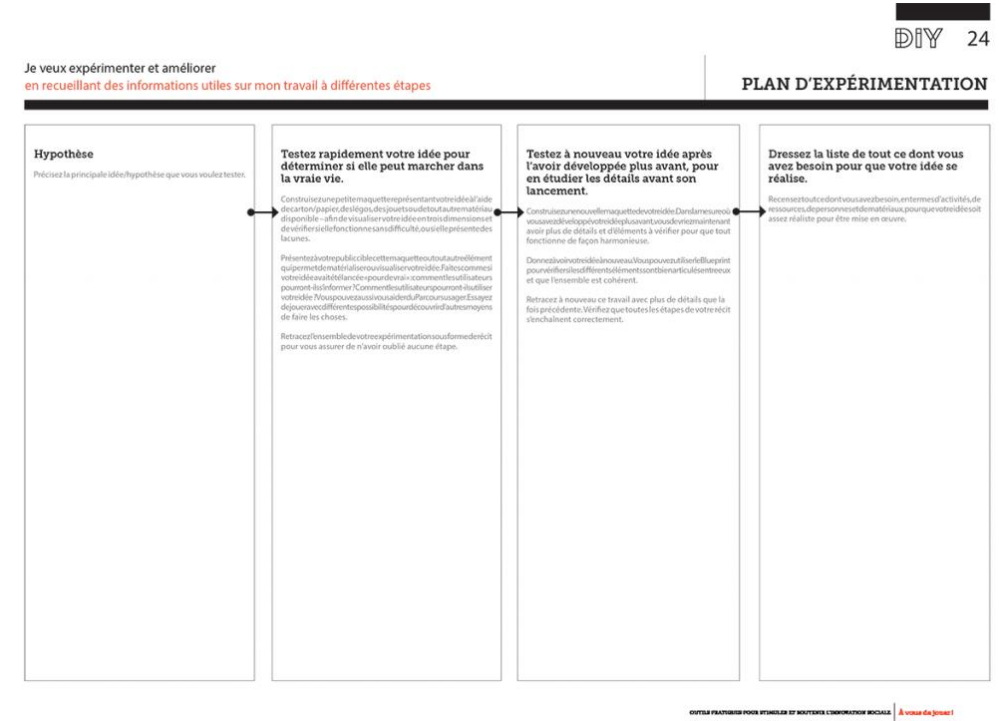
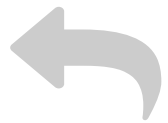
Source: <https://fr.diytoolkit.org/search/plan+de+test+du+prototype>

DESCRIPTION

Le travail de fabrication d'un prototype ne se limite pas à "tester"; Cela se fait par un moyen structuré de vérifier si vous avez une solution ou une approche efficace et adéquate avant de la mettre en œuvre ou de faire un investissement important dans celle-ci. Le gabarit des bons guides dans la planification montre comment avancer dans le prototypage des différentes hypothèses de l'idée. La sophistication du prototype est incrémentale, c'est pourquoi, comme il est proposé dans l'outil, les premiers tests sont des prototypes à faible résolution.

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER:
Expérience.

CONSEIL: *Vous pouvez consulter les outils de la phase Identifier en tant que chaîne de flux d'innovation ou Carte d'Alliance, où vous avez peut-être déjà identifié certains éléments clés pour cette phase.*





Élaboration d'une stratégie

2



PLAN DE VIABILITÉ / PLAN D'AFFAIRES (BUSINESS PLAN)

DESCRIPTION

Il s'agit d'un document où les prévisions de chacun des principaux aspects de l'activité sont planifiées de manière ordonnée et se terminent par une projection des résultats économiques et financiers sur plusieurs années. Généralement contempler:

- Analyse du marché
- Plan marketing et commercial
- Plan de production / personnes
- Investissements et financement
- Comptes de pension
- Conclusions

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER: Évaluer et mettre à l'échelle

CONSEIL: *Cela nous aide à diagnostiquer les problèmes et les points forts et à recentrer la stratégie et les actions.*

Bilan	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2017
Immobilisations	31 666	31 666	31 666
- Amortissements, Provisions	9 979	16 313	22 647
Immobilisations nettes	21 687	15 353	9 019
Stocks, Encours de production	426	710	795
Disponibilités	127 250	193 729	284 168
Actif circulant	127 676	194 439	284 963
Total de l'actif	149 363	209 792	293 982
Capital social	1 500	1 500	1 500
Réserves, Report à nouveau		82 168	164 527
Résultat de l'exercice	82 168	82 359	94 391
Capitaux propres	83 668	166 027	260 418
Emprunts et dettes assimilés	42 782	34 857	26 649
Dettes fiscales et sociales	22 913	8 908	6 915
Total des dettes	65 695	43 765	33 564
Total du passif	149 363	209 792	293 982

SERVICE BLUEPRINTING

Source: <https://www.ux-republic.com/le-service-blueprint/>

DESCRIPTION

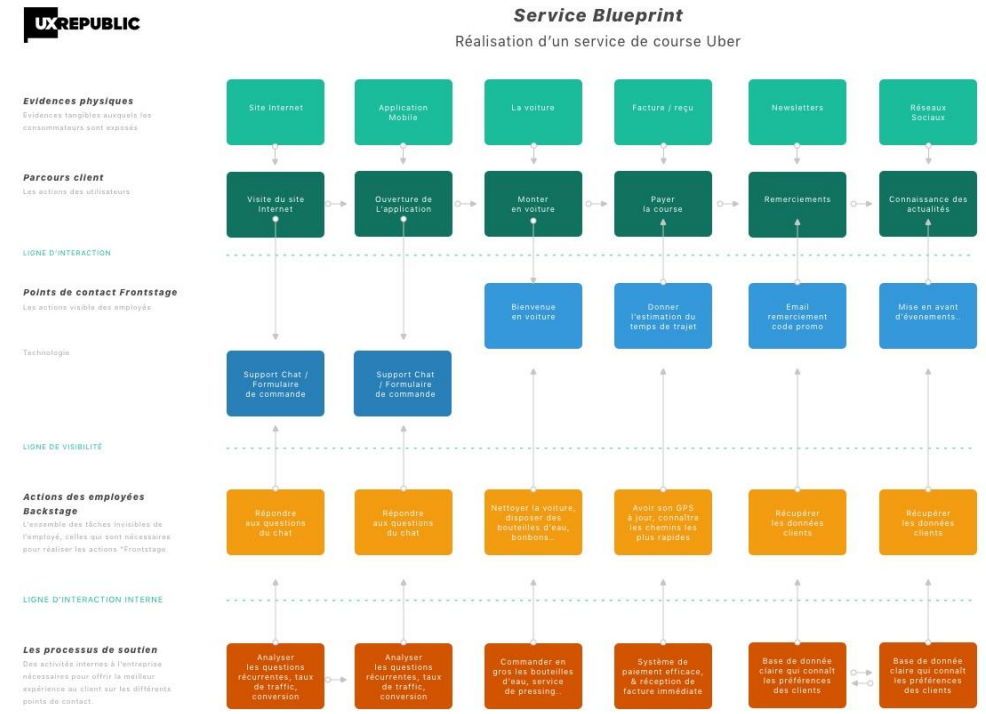
Il peut arriver qu'un produit ou un service soit co-crée et que l'équipe se concentre uniquement sur la phase d'utilisation de celui-ci. Cependant, de nombreuses autres phases sont à prendre en compte pour passer de l'idée à l'expérience complète.

Cet outil permet d'avoir **une vision plus large pour analyser toutes les étapes.**

Il s'agit donc d'un outil de réflexion notant dans chaque case les commentaires jugés appropriés.

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER: Échelle .

CONSEIL: *L'outil Service Blueprinting peut varier et doit être adapté en fonction des intérêts de chaque équipe.*



PRODUIT MINIMUM VIABLE

Source: <https://www.ionos.fr/startupguide/gestion/minimum-viable-product/>

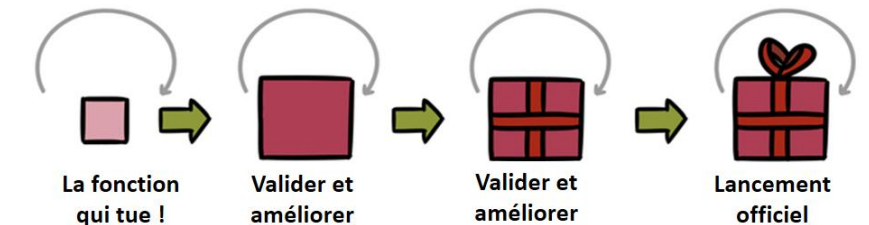
DESCRIPTION

Le Produit Minimum Viable, appelé également un Minimum Viable Product (MVP), est une **première version du produit avec les caractéristiques fondamentales** qui nous permettent de tester la proposition sur le marché.

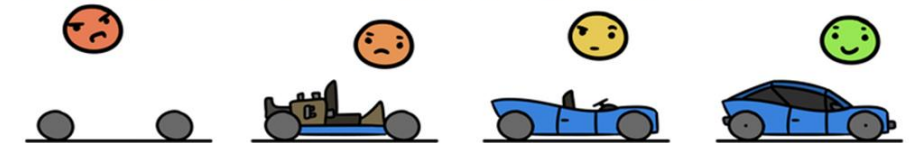
1. Il doit avoir un minimum de fonctionnalités sans lesquelles l'utilisateur n'est pas satisfait.
2. Il devrait avoir les principales fonctionnalités dont il devrait disposer à court terme pour atteindre le prochain niveau de développement.
3. Il pourrait avoir les propriétés à développer à l'avenir si elles sont validées avec l'utilisateur.

PHASES : Expérience. Échelle. Évaluer

CONSEIL : Dans chacune des sections, vous pouvez spécifier des aspects tels que ceux qui vont développer les aspects décrits, comment ils vont être développés et combien il en coûte pour les développer.



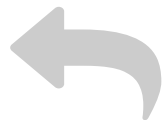
Ne faites pas comme ceux qui veulent le produit parfait...



Proposez la fonction minimale au départ et améliorez-le !



© ConseilsMarketing.com



Élaboration d'une stratégie

2

PROTOTYPAGE

Source: <https://www.testapic.com/informations-pratiques/actualites/design-conception/prototypes-guide-debutant/>

DESCRIPTION

Le prototypage consiste à rendre **tangible** le produit ou le service que nous proposons.

Les prototypes sont classés en fonction de leur similitude avec ce qui serait le produit final, soit une faible fidélité (Low-fi) ou une haute fidélité (high-fi).

Dans les premières phases de conception, ils servent à valider le concept dès que possible avec l'utilisateur et dans ce cas, nous n'avons pas besoin de prototypes coûteux. À mesure que nous progressons, nous devons perfectionner nos connaissances pour tester des aspects fonctionnels (utilisation, transport, stockage ...) ou esthétiques.

PHASES : Co-créer. Expérience.



Source : <https://theblog.adobe.com/prototyping-difference-low-fidelity-high-fidelity-prototypes-use/>



Source : <https://www.cnet.com/news/cardboard-move-it-makes-for-instant-box-trolley/>

Source Julien Etxebeste UIS³

DÉFI DE DESIGN

Source: <http://www.designkit.org/methods/60>

DESCRIPTION

Reprendre l'observation du problème en tant que défi ni trop spécifique, ni trop vaste pour démarrer une phase d'idéation n'est pas une tâche facile

1. **"Comment pourrions-nous ...?"** Essayez de poser des questions qui commencent comme ceci pour vous guider vers des solutions.
2. **Verbe + Thème + Utilisateur + Changer d'objectif.** Essayez de rassembler tout ce qui précède dans la phrase du défi. Exemple: "Comment optimiser le transport des personnes âgées dans le but de le rendre plus ergonomique?"
3. **Itérer.** Ne poursuivez pas le défi parfait mais répétez-le plusieurs fois et générez de nombreuses variantes.

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER: Explorer. Co-Idear

Élaboration
d'une stratégie

2

DÉFI DE DESIGN

Comment pourrions-nous ...?

OBSERVATION

*Un élève de 8 ans dans
une nouvelle école*

*veut se sentir accepté
lorsqu'il mange des
aliments sains plutôt
que des friandises*

*parce que dans sa vie,
il s'inquiète de ne pas
pouvoir s'intégrer
socialement.*

DÉFIS

*... FAIRE UNE ALIMENTATION
SAINE ÊTRE LE RÉGULIER?*

*... AIDEZ L'ENFANT À SE SENTIR
PLUS CONFORTABLE AVEC SES
PROPRIÉTÉS DÉCISIONS?*

*... POUR CONVERTIR UNE
ALIMENTATION SAINE EN
QUELQUE CHOSE DE GRAND*

*... POUR COMPRENDRE VOS
COMPAGNONS LA VALEUR
D'UNE ALIMENTATION SAINE?*

*... ÉLIMINER TOTALEMENT OU
RÉDUIRE LES ALIMENTS
MAUVAIS?*

L'image montre un exemple de la façon dont une situation peut mener à des défis totalement différents menant à des solutions différentes

CHAPEAUX DE BONO OU THINKING HATS

Source: <https://fr.diytoolkit.org/search/chapeaux>

DESCRIPTION

Les 6 chapeaux de Bono permettent à des points de vue et perspectives différentes de s'exprimer dans une discussion, tout en restant centré sur le sujet qui vous occupe.

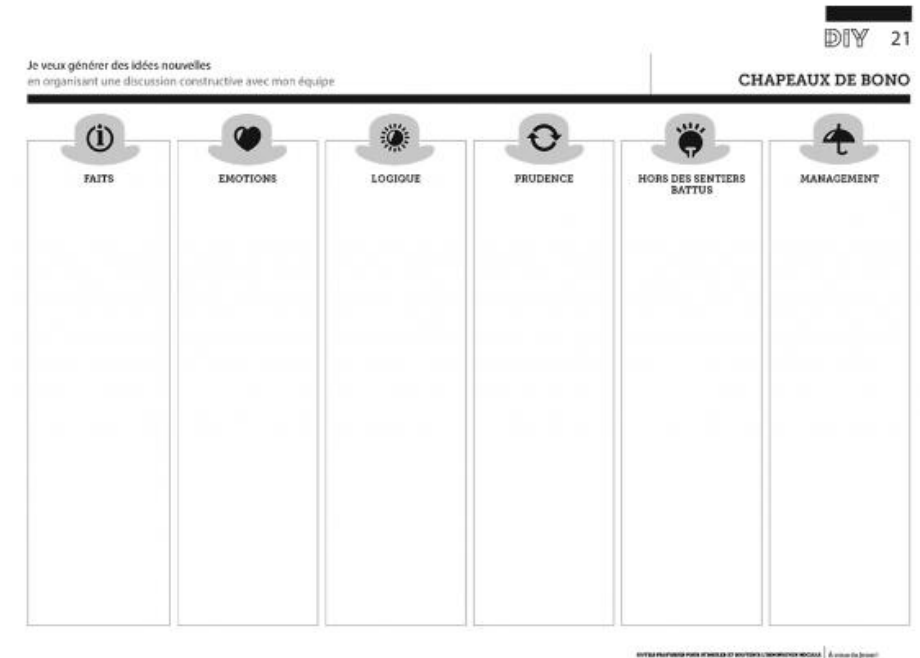
L'équipe apprend à séparer la pensée en six rôles clairs, en examinant tous les aspects d'un problème. En structurant la discussion autour de ces différents points de vue, on évite des débats sans fin, créant ainsi une discussion significative et ciblée.

Cette technique a été popularisée par le livre Les six Chapeaux de Bono (Edward de Bono, e. 1985).

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER: Co-crérer.
Évaluer.

Élaboration
d'une stratégie

2



Élaboration d'une stratégie

2

TECHNIQUES ETHNOGRAPHIQUES

Source: <https://www.thisisservice.design.doing.com/methods/autoethnography>

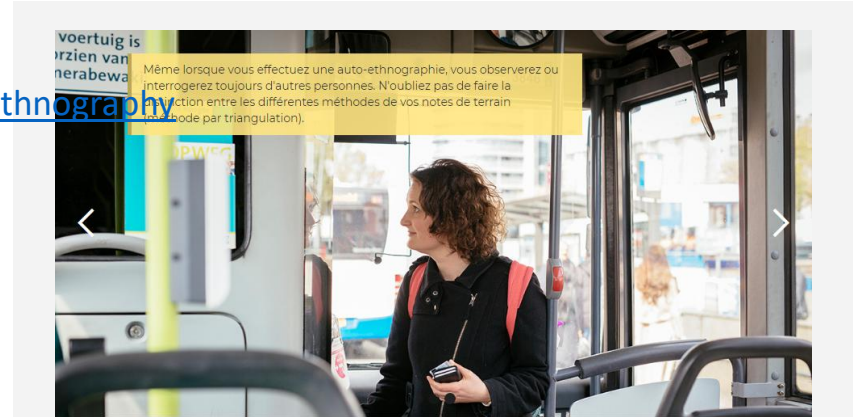
DESCRIPTION

Ils s'appellent autoéthnographique à une série de techniques de recherche (client mystérieux, shadowing,, service safari ...) dans lesquelles les chercheurs observent et interprètent - et participent parfois - au contexte du problème ou à l'expérience à analyser.

Ces techniques sont nécessaires pour comprendre la situation que nous souhaitons améliorer et nous permettent de poursuivre avec d'autres techniques telles que des entretiens avec beaucoup plus de connaissances.

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER: Identifier.
Explorer

CONSEIL: *Il est important de ne pas commencer à explorer le contexte sans préparation préalable ou sans prendre en compte les questions éthiques concernant les personnes que nous allons observer.*



- 1. Définir le problème clé.** *Ce que nous voulons découvrir et ce que nous ferons avec cette information.*
- 2. Planifier.** *Quand et où nous ferons la recherche, quels moyens nous aurons besoin ou d'autres aspects comme s'il s'agissait d'une enquête sous couverture ou découvert.*
- 3. Effectuer des recherches ethnographiques.** *Vous pouvez faire la distinction entre un premier niveau, reflétant de manière objective ce qui est vu, entendu ... et un deuxième niveau sur la façon dont vous interprétez cette expérience.*

THÉORIE DU CHANGEMENT

Source: <https://fr.diytoolkit.org/tools/theory-of-change/>

DESCRIPTION

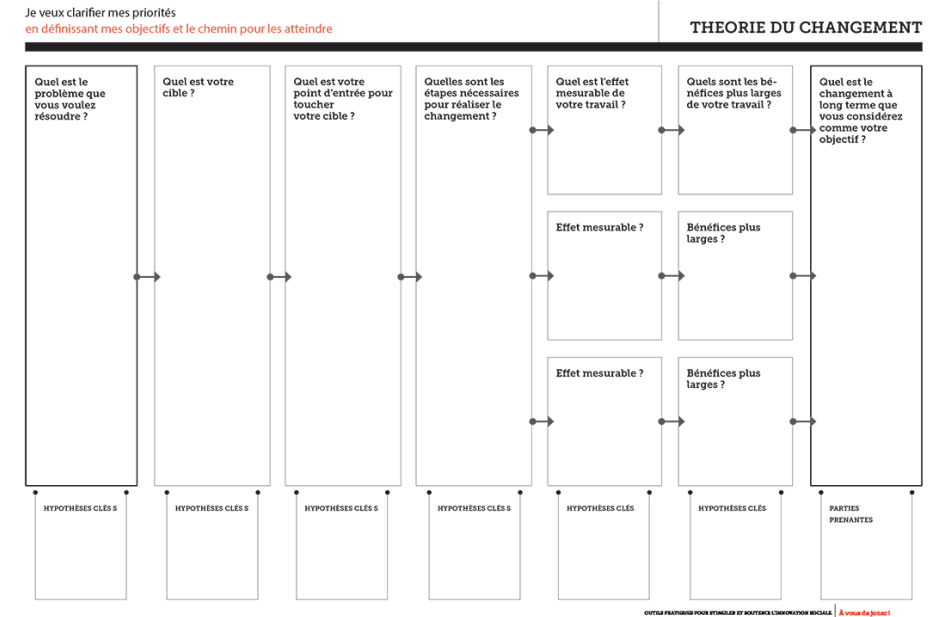
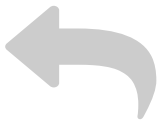
La théorie du changement vous permet non seulement d'articuler clairement votre travail et de le rapporter à votre objectif plus large, mais aussi de détecter les risques potentiels inhérents à votre plan de travail en exposant les hypothèses sous-jacentes à chaque étape.

Cet outil peut aussi faciliter l'alignement des membres de l'équipe sur l'objectif final plus large, et les aider à comprendre leur rôle dans la poursuite de cet objectif

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER: Identifier.
Explorer

CONSEIL:

Vous pouvez développer les informations sur cet outil dans le lien de la source ou dans cet article: <https://innovationforsocialchange.org/en/tool-develop-theory-change/>



PARCOURS CLIENT OU CUSTOMER JOURNEY MAP

Source: <https://www.digitalacademy.africa/marketing-digital/parcours-client/>

DESCRIPTION

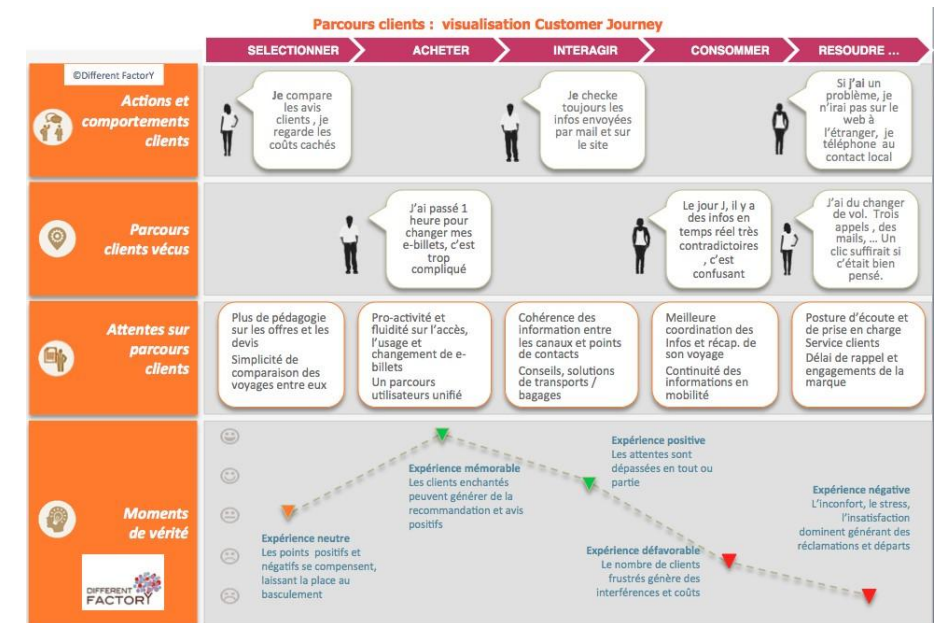
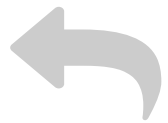
Le parcours client est un outil permettant d'analyser l'expérience d'un produit / service en plaçant l'utilisateur au centre.

Les modèles sont structurés en colonnes qui collectent les actions de l'utilisateur avant, pendant et après l'expérience.

Nous pouvons définir les lignes horizontales en fonction de ce que nous voulons analyser.

TACHES DANS LESQUELLES L'APPLIQUER: Explorer. Co-Idéar. Expérience

CONSEIL: *Il peut être utilisé pour analyser les expériences de produits / services existants et pour en concevoir de nouveaux améliorant les aspects que nous avons identifiés comme problématiques.*





Check-list pour Élaboration d'une stratégie

Avez-vous...



comparé les principes et règles des différents partenaires sur leurs sites Internet ?



exploré l'Internet en quête de résultats d'événements de production d'idées ?



défini les futurs résultats attendus que le partenariat compte obtenir ?



vérifié que les différents types de groupes ont tous **exprimé leurs buts, objectifs et contributions à votre plan d'action** ?

