



P N
U D

*Au service
des peuples
et des nations.*

DESIGN

Thinking

Un guide pour le prototypage et le test
de solutions pour les Objectifs
de Développement Durable



*Au service
des peuples
et des nations.*

D E S I G N

Thinking

Un guide pour le prototypage et le test
de solutions pour les Objectifs
de Développement Durable



*Au service
des peuples
et des nations.*



Ce Guide a été élaboré sous la direction du "Youth Leadership Programme" (YLP) dans les pays arabes. Basé sur le thème «L'innovation durable pour le développement», YLP vise à aider les jeunes de la région arabe à faire face aux défis du développement durable dans leurs communautés et les pays en mettant un accent particulier sur l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes.

Ce Guide a été conçu pour fournir des outils et des conseils aux utilisateurs pour qu'ils puissent prototyper, tester et implémenter leurs idées.

©2017 PNUD

Les points de vue, les analyses et les politiques de recommandation dans cette publication ne reflètent pas nécessairement les points de vue du Programme des Nations Unies pour le Développement, de son Conseil d'administration ni des États membres des Nations Unies. La publication est le travail d'une équipe d'auteurs indépendants parrainé par le Bureau régional du PNUD pour les États arabes.



Le Guide a été développé en collaboration avec COMMITT, une société de conseil spécialisée dans la communication, la stratégie et le Design Thinking.

Remerciements:

Le PNUD tient à souligner la qualité de la contribution de l'équipe COMMITT (Ines Cheniour, Marwa Raissi, Meleke Naouar et Moez Ben Ismail) au guide. La contribution de l'équipe du PNUD en Tunisie et en particulier Eduardo Lopez-Mancisidor, ainsi que les collègues dans le centre régional du PNUD à Amman, Jennifer Colville, Kawtar Zerouali, Noeman Alsayyad et Shatha Mahmoud était importante pour la matérialisation du guide. Un grand merci à Benjamin C Lang pour ses efforts en correction d'épreuves. Ce guide n'aurait pas été possible sans le leadership et le soutien de Khaled Abdelshafi (directeur régional du Hub) et Yakup Beris (Coordonnateur régional du programme) qui ont pris la direction du "Youth Leadership Programme" (YLP) depuis 2015.

SOMMAIRE

LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET LE DESIGN THINKING 4

INTRODUCTION 6

1 PROTOTYPER

Qu'est-ce que prototyper? 10

Pourquoi prototyper? 10

Qu'est-ce qu'on peut prototyper? 11

Comment prototyper? 13

Exemples de projets 16

Le Diagramme de Service (Service Blueprint) 20

Le Business Model Canvas 26

2 TESTER

Que peut-on tester? 29

Pourquoi tester? 29

Comment tester? 29

Comment préparer le test sur le terrain? 31

Comment obtenir un feedback? 32

Comment tester sur le terrain? 32

3 IMPLÉMENTER

Inventaire des ressources 34

Plan d'action 35

Bâtir un réseau solide de partenaires 36

Suivi et évaluation 37

RÉFÉRENCES 39

ANNEXES

1. La carte de voyage 40

2. Storyboard 41

3. Le Diagramme de service (Service Blueprint) 42

4. Le "Business Model Canvas" 43

5. Cartes de test 44

6. Préparer le test sur terrain 45

7. Obtenir le feedback 46

8. Inventaire de ressources 47

9. Plan d'action 48

LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET LE DESIGN THINKING

Comme les Objectifs du Millénaire pour le Développement ont pris fin, les Etats membres des Nations Unies ont adopté universellement l'Agenda 2030 : un ensemble de 17 Objectifs de Développement Durable qui fournissent une feuille de route pour mettre fin à la pauvreté, protéger la planète et assurer la prospérité pour tous.

Les ODD

Les Objectifs de Développement Durable (ODD), appelés aussi «Objectifs mondiaux», visent à rassembler et à instaurer un monde paisible et prospère en éradiquant la pauvreté et en protégeant la Planète. Ce programme repose sur 17 objectifs interdépendants. Ainsi, le succès d'un objectif dépend de la résolution d'un ou de plusieurs autres.

Les ODD aspirent à améliorer le destin des générations futures, en s'appuyant sur le partenariat et le pragmatisme, en suggérant à chaque pays une stratégie qui concorde avec son contexte général en termes de priorités et de défis.

Les objectifs de ce guide sont d'aider les jeunes à se rendre compte du rôle important qu'ils peuvent jouer dans la contribution à l'avenir de leurs communautés et de les aider à prendre des mesures qui peuvent aider à atteindre les Objectifs de Développement Durable.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Qu'est-ce que le Design Thinking?

Le Design Thinking est une approche de l'innovation et de résolution de problème, centrée sur l'humain. C'est un processus en cinq étapes: Observation, Idéation, Prototypage, Test et Implémentation. Il met les gens pour qui nous concevons au centre du processus et les invite à collaborer à la recherche de solutions.

Pourquoi le Design Thinking pour les ODD?

Adopter une approche centrée sur l'humain c'est croire que tous les problèmes -aussi difficiles à éradiquer puissent-ils être- tels que la pauvreté, l'égalité des sexes et l'accès à l'eau potable, peuvent encore être résolus. Elle est d'autant plus convaincante quand ce sont les premiers touchés qui s'investissent activement dans la résolution de leurs problèmes.

Le design centré sur l'humain est une approche efficace pour la création d'objets, d'expériences, de services ou encore d'entreprises sociales parce qu'il met les êtres humains, leurs besoins et leurs désirs au centre des priorités.

L'itération dans le design thinking

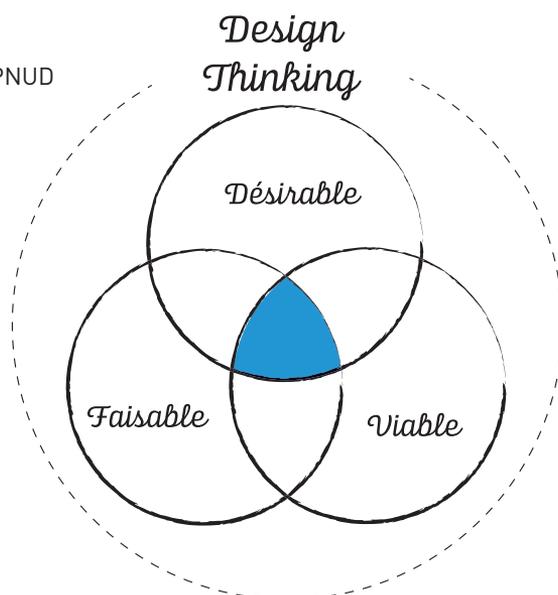
Si la gestion de projet est habituellement conçue dans une démarche linéaire, le design thinking est une méthode itérative basée sur l'intuition et un va-et-vient entre l'observation, la réflexion et le développement des idées.

En effet, l'idée devient projet au fur et à mesure qu'elle est prototypée et testée sur le terrain. Elle est ajustée en conséquence des commentaires et observations recueillis chez l'utilisateur.

Les étapes de prototypage et de test sont répétées à plusieurs reprises et font partie intégrante de l'étape d'implémentation.

Le Design Thinking est une approche privilégiée par le PNUD pour la réalisation des ODD car :

- 1 Il est basé sur l'empathie
- 2 Il permet de matérialiser les idées
- 3 Il est principalement orienté vers des solutions désirables, faisables et viables
- 4 Il utilise des méthodes combinant l'analyse et l'intuition
- 5 Il peut être adopté par les personnes qui sont elles-mêmes concernées par le problème



© Ideo

INTRODUCTION

« Plus vite nous rendons nos idées tangibles, plus vite nous serons en mesure de les évaluer, les affiner, et de tomber sur la meilleure solution. »

- Tim Brown, Change by Design: Comment le Design Thinking transforme les organisations et inspire l'innovation

Le design centré sur l'humain, un processus de réflexion en étapes

1 Inspiration

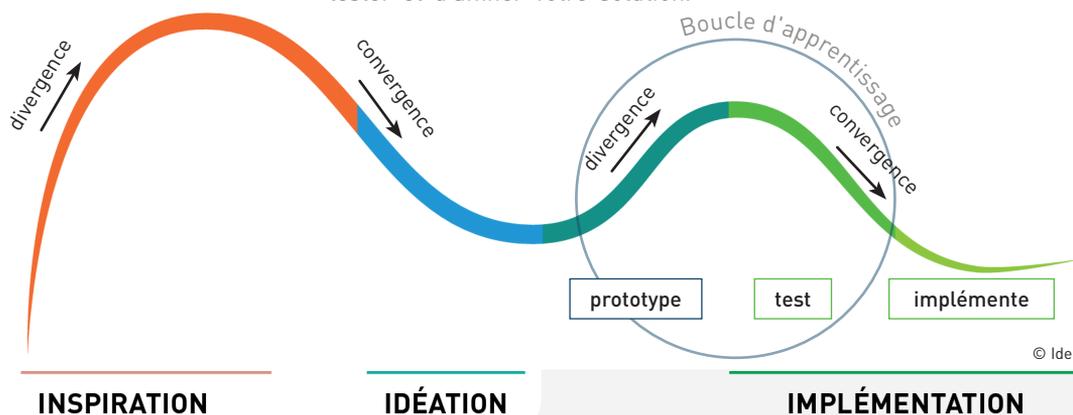
Durant cette phase, on vise à comprendre les gens. On observe leur vie, on écoute leurs espoirs et leurs désirs et on devient plus apte à faire face au problème posé.

2 Idéation

Cette étape consiste à donner un sens à tout ce que vous avez récolté comme informations. Vous avez généré des tonnes d'idées, alors il est temps d'identifier les opportunités de design, de les tester et d'affiner votre solution.

3 Implémentation

Une fois votre solution trouvée, il faudra lui donner vie, la mettre sur le marché et maximiser son impact.



Prototype, teste, apprends et répète

Il s'agit de comprendre que le prototypage n'est pas une ligne droite, c'est un processus en boucle.

1. Prototyper pour réfléchir

Le prototypage donne vie à votre idée. Vous continuez à apprendre et à en avoir une meilleure compréhension tout au long de son développement. Il s'agit de construire un modèle qui reflète au mieux votre concept et vous permet d'obtenir des commentaires afin d'améliorer ou abandonner votre idée.

2. Tester pour obtenir le feedback

Une fois votre prototype prêt, vous aurez envie d'obtenir les commentaires des personnes ciblées. Le prototypage n'est réellement réussi et effectif que si vous obtenez des commentaires honnêtes et cohérents de la part des personnes bénéficiaires de votre idée.

3. Apprendre pour améliorer

Dans le monde du design centré sur l'humain, l'échec est perçue comme une opportunité d'apprentissage et d'amélioration. Prototyper et tester votre idée vous permet d'avoir un retour plus rapide et à peu de frais.

4. Répéter pour affiner

Comment cette méthode aboutit-elle à la solution finale? Certes, le prototypage vous aide à apprendre directement des gens et à vous ouvrir à une panoplie de possibilités et de créativité, mais il ne vous permet pas de cerner précisément ce qui est le plus souhaitable, faisable et durable pour les personnes visées. Cette ouverture et cette modalité de résolution sont appelées « divergence et convergence ». Vous allez diverger et converger à plusieurs reprises, de façon à ce que, à chaque nouveau cycle de votre prototype, vous vous rapprochiez de la solution la plus adaptée au marché.

Pourquoi ce guide?

Ce guide s'adresse aux jeunes dont les idées brillantes contribuent activement à la réalisation des ODD et ainsi à améliorer l'avenir de leur pays et de leurs compatriotes. Dans ce guide, ils trouveront des outils et des conseils pour le prototypage, le test et l'implémentation de leurs solutions aux défis de développement les plus pressants de notre époque.

Comment l'utiliser?

Ce guide contient trois sortes de contenus :

- Un contenu théorique, destiné à démystifier et expliquer l'importance de chaque étape,
- Un contenu de référence, avec des fiches pré-remplies agrémentées d'exemples expliquant le déroulement de chaque étape,
- Un contenu pratique, avec des conseils spécifiques visant à faciliter l'accompagnement des jeunes tout en attirant leur attention sur les détails importants.

The diagram shows a page layout with three main sections:

- Section 1: Comment prototyper?** (Contenu théorique)
 - Text: "Pour donner vie à un prototype réussi, il faut être créatif... Et ce ne sont pas les façons de prototyper qui manquent. Cependant, 4 façons de prototyper sont incontournables :"
 - Section: "1. La carte de voyage : Cette méthode permet de comprendre le cycle d'utilisation de votre utilisateur : cela commence par « comment il apprend que votre produit existe » et se termine par « comment il le recommande à d'autres utilisateurs ». La carte de voyage est une méthode de prototypage recommandée pour tout type d'idées et utile pour toutes les phases d'implémentation."
- Section 2: Exemple de fiche remplie**
 - Nom de votre idée:** Citizen*
 - Description:** C'est une application qui permet au citoyen de collaborer avec la municipalité en signalant les équipements urbains endommagés.
 - Pour qui?** Cette solution est destinée à la fois aux citoyens et au personnel municipal.
 - Qu'est-ce que vous essayez d'apprendre?**
 - Est-ce que les citoyens vont utiliser la solution?
 - Est-ce que la municipalité va collaborer ?
 - Est-ce que la municipalité va faire les réparations ?
 - Process flow:**
 - 1. Ines a entendu parler de l'application à travers une affiche à la mairie.
 - 2. Curieuse, elle télécharge l'application gratuite disponible sur iPhone et Android.
 - 3. Elle a hâte de déclarer ce nid de poule sur lequel elle roule à chaque fois qu'elle rentre le soir.
 - 4. Elle se reconnecte fréquemment pour confirmer la présence d'autres problèmes rencontrés par d'autres utilisateurs de sa communauté et augmenter ainsi le classement prioritaire des incidents rapportés.
 - 5. Elle enverra un SMS à tous ses amis habitant alentour ainsi qu'à ses voisins dont elle a le numéro sur son téléphone pour leur proposer de rejoindre la communauté.
- Section 3: Conseils et commentaires spécifiques**
 - 1. [Comment ont-ils entendu parler de votre service ?]
 - 2. [Comment va se passer l'expérience de téléchargement ou d'intégration à la communauté ?]
 - 3. [Que va apporter la première utilisation à l'utilisateur ?]
 - 4. [Quel est le moment qui "poussera" l'utilisateur à retourner une 2ème fois vers votre produit/service ?]
 - 5. [Comment peut-il parler sa satisfaction de votre service avec d'autres personnes?]

1

PROTOTYPER



Construire un château de sable sur la plage, se faire un abri avec les coussins du salon ou encore offrir un collier en macaronis à sa mère...

Sans même le savoir, vous étiez en train de créer vos premiers prototypes.

Qu'est-ce que prototyper?

Prototyper signifie donner vie à votre idée afin que vous puissiez en tirer des leçons. C'est construire un modèle de ce à quoi votre concept devrait ressembler afin d'obtenir des commentaires, améliorer ou même abandonner votre idée.

Pourquoi prototyper?

1. Pour donner forme à vos idées,
2. Pour continuer à réfléchir et affiner votre idée,
3. Pour tester votre idée et voir si vous devez la poursuivre,
4. Pour réduire les risques d'échec.



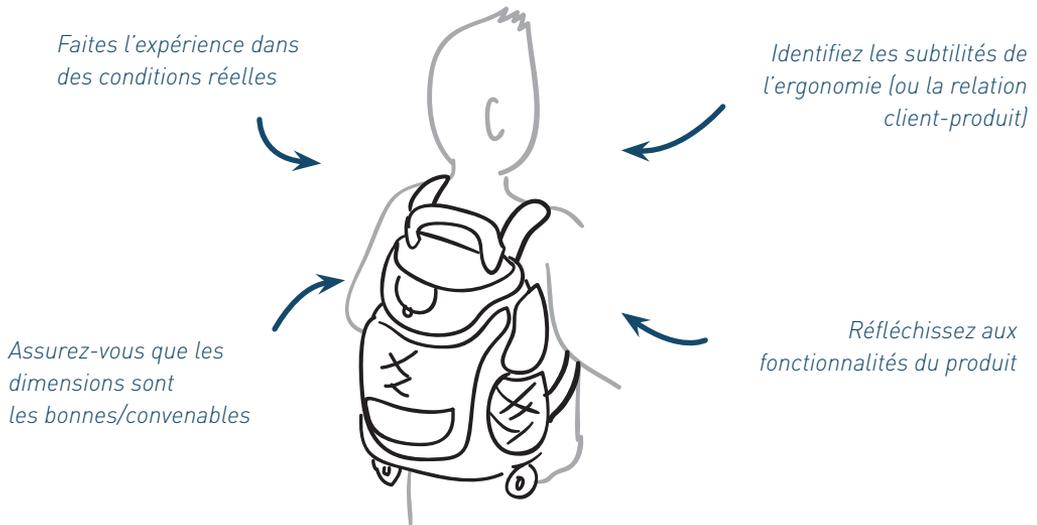
CONSEILS

- *Soyez simple et prêt à recommencer du début*
- *Ne vous attachez pas trop à votre idée*
- *Optez pour la quantité*

Qu'est-ce qu'on peut prototyper?

Prototyper un objet

Pour tester sa forme et sa fonction.

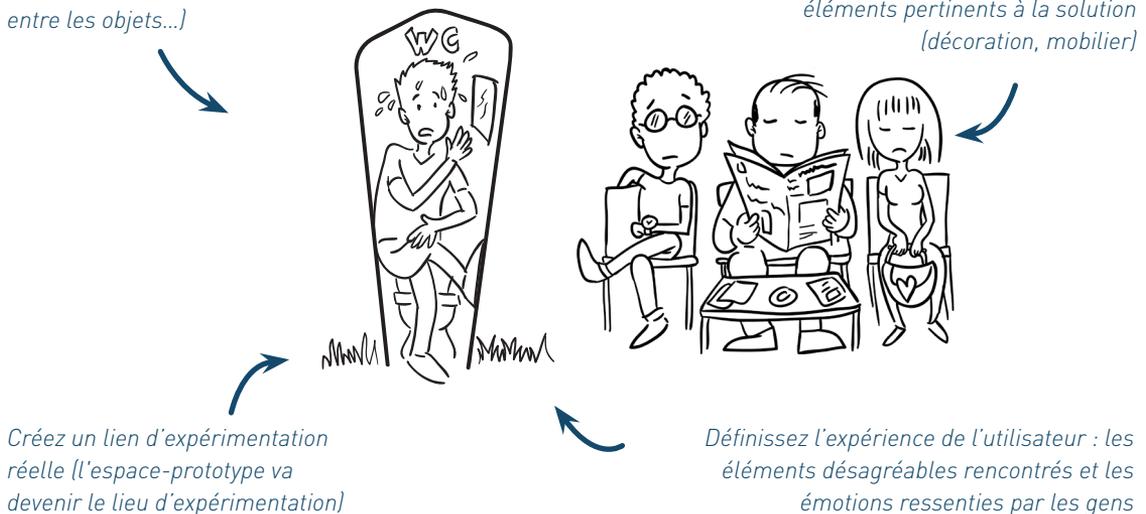


Prototyper un espace

Soit l'espace est lui-même un produit. Exemple : les toilettes publiques.
Soit l'espace est un lieu d'interaction. Exemple : une salle d'attente.

Évaluez la grandeur et la circulation (dimension, distance entre les objets...)

Assurez-vous d'inclure tous les éléments pertinents à la solution (décoration, mobilier)



Prototyper une interaction Individu/Individu

Préparez le dialogue

Testez le dialogue



Ecoutez les réponses de l'utilisateur

Observez l'attitude de l'utilisateur et ses émotions

Testez les conditions de l'interaction (mobilier, environnement)

Prototyper une interaction Individu/Machine

Vérifiez que l'utilisateur comprend facilement ce qu'il doit accomplir



Vérifiez que le langage employé par la machine est clair pour l'utilisateur

Testez la séquence d'utilisation de la machine



Identifiez les émotions qui ressortent de l'expérience d'utilisation

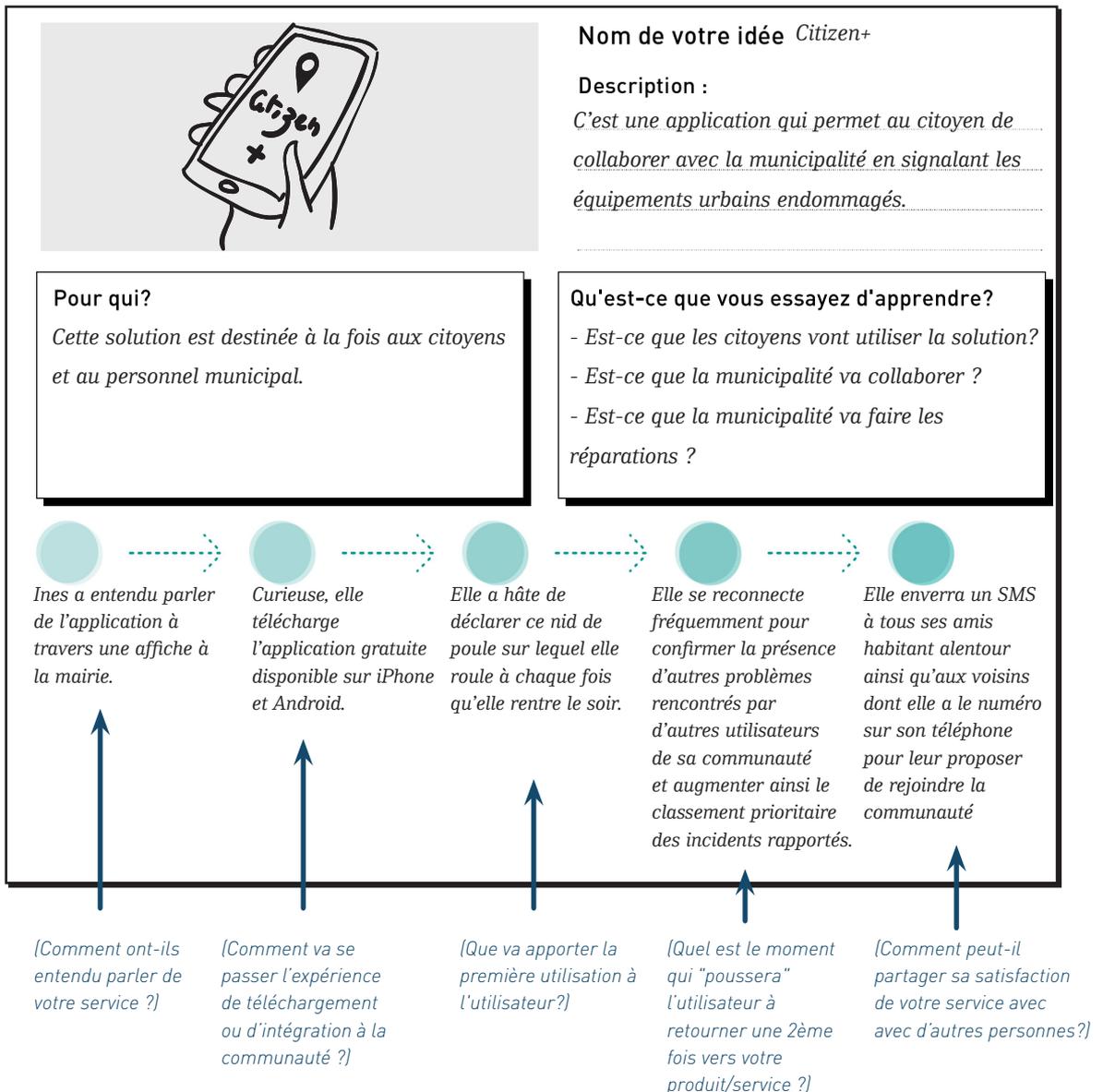
Identifiez les interrogations qui résultent de l'utilisation

Comment prototyper?

Pour donner vie à un prototype réussi, il faut être créatif... Et ce ne sont pas les façons de prototyper qui manquent. Cependant, 4 façons de prototyper sont incontournables :

1. La carte de voyage :

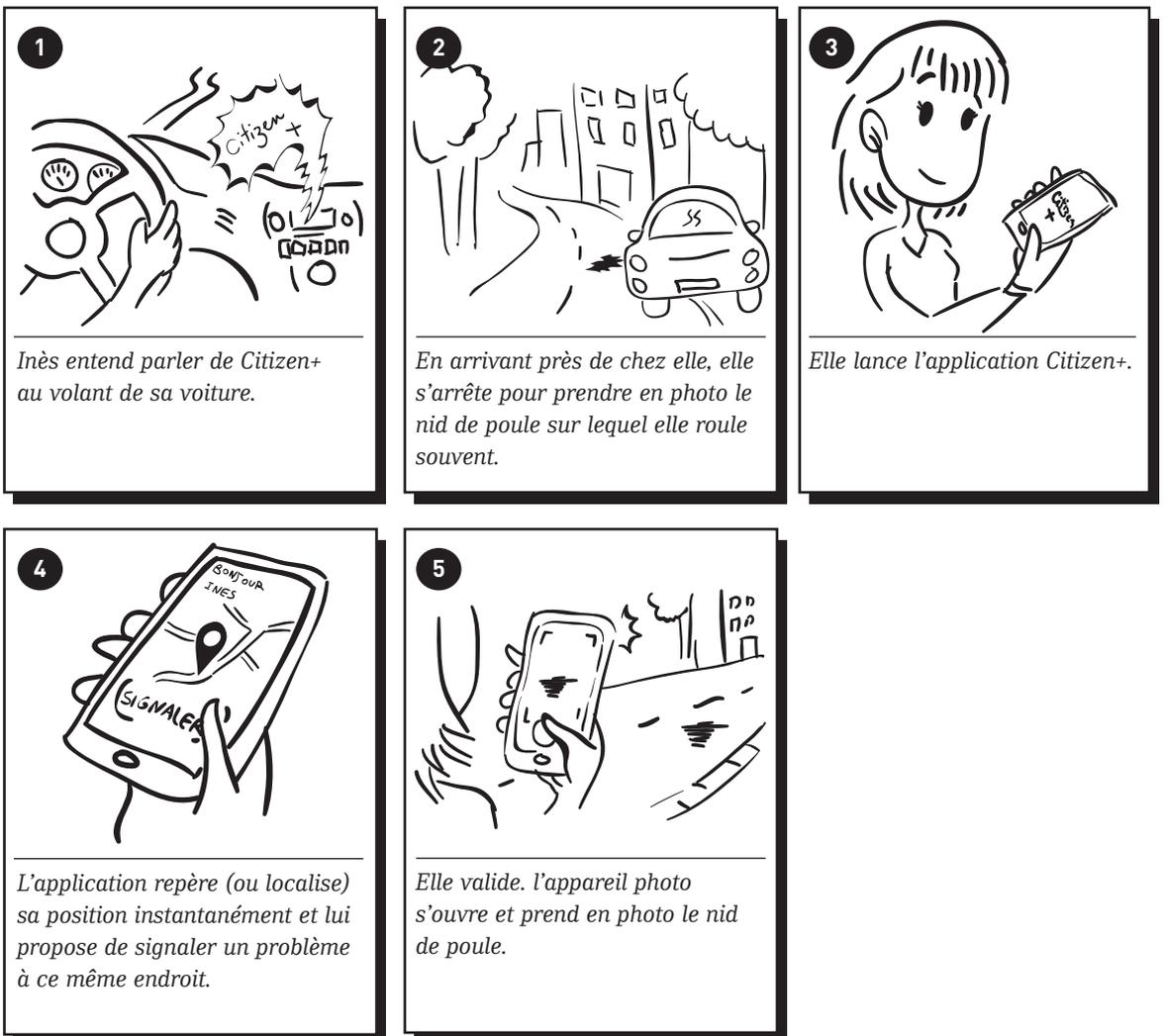
Cette méthode permet de comprendre le cycle d'utilisation de votre utilisateur : cela commence par « comment il apprend que votre produit existe » et se termine par « comment il le recommande à d'autres utilisateurs ». La carte de voyage est une méthode de prototypage recommandée pour tout type d'idées et utile pour toutes les phases d'implémentation.



2. Storyboard :

Cette méthode consiste à illustrer, avec plus de détails, votre utilisateur et le contexte dans lequel il utilise votre produit. Cela permet d'avoir plus de détails sur qui il est, qui est avec lui, dans quel espace il se trouve, quelles sont les expressions de son visage, comment il manipule le produit (exemple : un sac à dos multi-usages ou une application avec plusieurs fonctions).

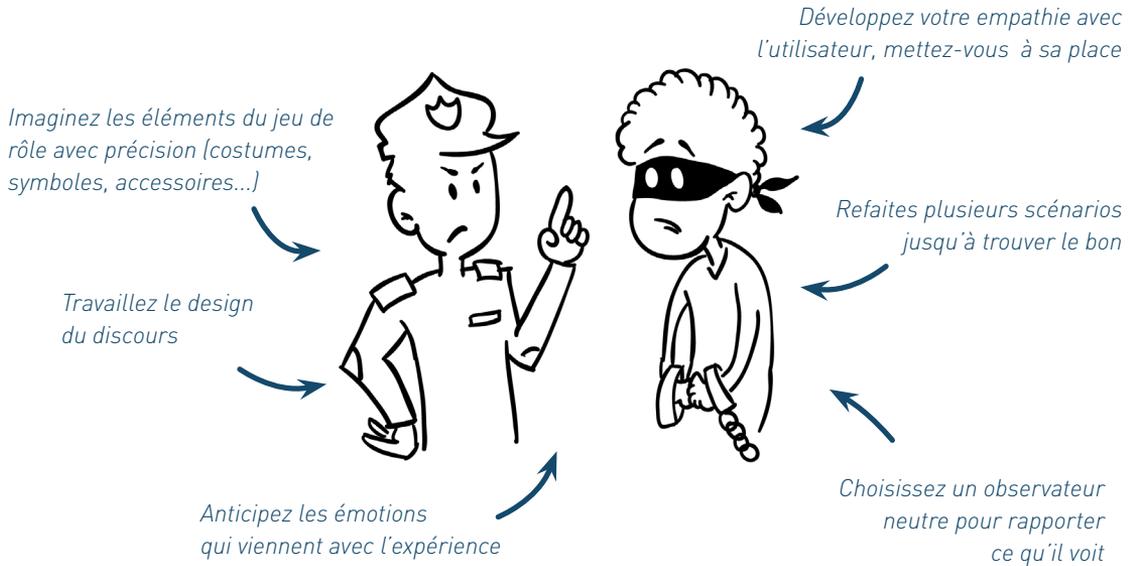
Le storyboard est un peu plus détaillé que la carte de voyage mais les deux vous aident à vivre l'expérience du point de vue de l'utilisateur.



3. Le jeu de rôle :

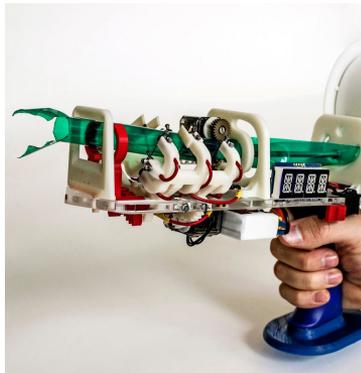
Cette méthode invite à vivre l'expérience avant de la faire vivre à l'utilisateur. Cela permet de développer son empathie et de détecter les difficultés ou les freins auxquels il est possible de faire face sur le terrain. Le jeu de rôle permet aussi de travailler son discours et sa posture.

Cette méthode est idéale pour tester l'interaction humaine ou environnementale.



4. Le prototype physique (prototype rapide):

Cette méthode donne l'occasion de manipuler le produit, comprendre les défis qu'il génère, ses fonctionnalités et ses spécificités. Le prototype physique permet de tester autant la forme que l'usage de l'objet.



Exemples de projets

et les types de prototypage qu'on peut considérer.

Nous vous présentons ici quelques exemples d'idées avec, à chaque fois, le type d'information qu'on peut collecter de chaque méthode de prototypage.

1. Produit :

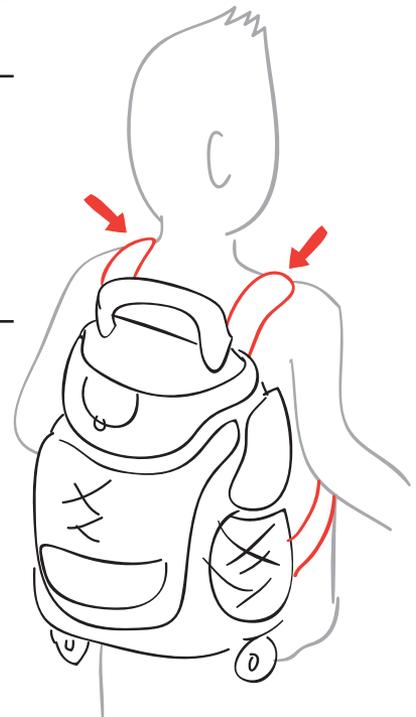
Nomade est une valise de voyage pratique qui s'adapte à différents types de voyage : elle peut être tirée grâce à ses roulettes ou portée en sac à dos pour un voyage pédestre.

Carte de voyage *Le client va repérer la valise dans un magasin, il va l'acheter, l'utiliser la première fois pour un voyage dans une ville développée où les systèmes de transport sont développés, Il va aussi l'utiliser une deuxième fois lors d'un voyage à travers l'Inde où il devra beaucoup marcher. C'est là qu'il transformera la valise en sac à dos.*

Storyboard *Permet de visualiser les différentes façons de porter le sac et les étapes de sa transformation pour passer d'un style à un autre.*

Jeu de rôle *Le jeu de rôles n'est pas très pertinent dans cet exemple.*

Prototype physique (prototype rapide) *Dessiner un modèle qui traduit votre idée le plus fidèlement possible, faire son plan et monter un prototype en carton ou avec un tissu si vous avez des compétences (même basiques) en couture pour visualiser les différents compartiments, le système de fermeture, le système de pliage s'il y a lieu...*



2. Espace et interaction :

Afin de sensibiliser à l'extinction des abeilles, une ONG internationale a décidé d'exploiter un coin de rue à Londres afin d'y tenir une action de sensibilisation avec une collecte de fonds.

Carte de voyage *Imaginer et dessiner le scénario d'attraction du public cible, du passage de la personne devant l'installation jusqu'à la donation en passant par la distribution d'un flyer d'informations.*

Storyboard *Séquencer la mise en scène de la performance assurée pour en tirer un scénario étape par étape.
-ou encore-
Séquencer l'interaction avec l'audience pour organiser la performance dans un ordre logique (information, sensibilisation, engagement).*

Jeu de rôle *Pour raffiner le discours et tester différentes manières d'approcher des citoyens dans la rue.*

Prototype physique (prototype rapide) *Prototyper l'installation urbaine et l'imaginer dans son espace réel.*



3. Service interaction Individu/Individu :

La Maison du Rotin est un magasin de meubles qui voudrait introduire un nouveau service de conseil en décoration pour ses clients.

Carte de voyage *Le client va entendre parler du service lors de la visite en magasin (ou après réception de publicités) et va prendre rendez-vous pour un service de décoration. Le décorateur se rend chez le client, puis lui propose un ensemble de meubles assorti à sa décoration et à son mode de vie. Le client, satisfait, postera des photos de chez lui sur les réseaux sociaux.*

Storyboard *Le storyboard peut aider à scénariser la scène de premier contact avec le client: l'accueil se fera-t-il dès la porte du magasin? Est-il judicieux d'inviter le client à la zone décoration? Lui présente-t-on un document promotionnel ou non ?*

Jeu de rôle *Travailler l'approche client, le discours de présentation et la vente du service.*

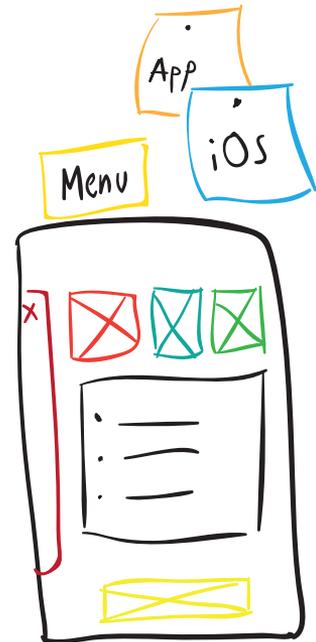
Prototype physique (prototype rapide) *Il peut être pertinent ici d'utiliser le prototype physique si on veut simuler une section dans le magasin avec des échantillons et un écran de présentation des produits.*



4. Interaction Individu/machine:

Citizen+ est une application qui permet au citoyen de collaborer avec la municipalité en signalant le mobilier urbain endommagé.

Carte de voyage	<i>Permet d'imaginer le cycle d'utilisation de votre application depuis le moment où le citoyen entend parler de votre produit jusqu'au moment où il le partage avec un autre.</i>
Storyboard	<i>Permet de visualiser les différents environnements (dans la voiture, à pied...) dans lesquels l'utilisateur utilise l'application et d'anticiper les contraintes qui peuvent survenir.</i>
Jeu de rôle	<i>Permet de scénariser l'approche des agents municipaux pour les convaincre d'adhérer au concept et de devenir des partenaires stratégiques et techniques.</i>
Prototype physique (prototype rapide)	<i>Permet de faire des captures d'écran des différentes interfaces et d'imaginer leur contenu et l'interaction entre les fonctionnalités de l'application.</i>



Le Diagramme de Service (Service Blueprint)

C'est quoi?

Le diagramme de service est un outil utilisé pour prototyper un service. C'est une modélisation qui permet de visualiser le parcours « utilisateur » et la façon avec laquelle il interagit avec votre service. Cette visualisation permet de cerner les besoins de l'entreprise en développement afin d'optimiser à la fois son propre rendement et l'expérience de son utilisateur/client.

Quand l'utiliser?

Le diagramme de service est pertinent autant en début de processus d'idéation que dans des phases plus avancées. Il permet de :

- Décortiquer un aspect de votre service à chaque étape,
- Structurer et organiser le développement de nouveaux services,
- Améliorer les services existants pour une meilleure qualité de service.

CONSEILS

Le diagramme de service s'utilise en complément à la carte de voyage (voir p.13).

Comment le remplir ?

1. Commencez par identifier le service que vous souhaitez modéliser par le service blueprint,
2. Précisez le type d'utilisateur visé par votre service,
3. Utilisez la carte de voyage pour remplir cette première catégorie « actions de l'utilisateur »,
4. Ajoutez l'axe horizontal «temps» de façon à préciser la durée de chaque action au niveau des « actions de l'utilisateur »,
5. Pensez chaque action de l'utilisateur de manière verticale et remplissez chaque colonne depuis la 1ère ligne « indices matériels » jusqu'à la 5ème et dernière ligne « support technique » en répondant aux questions suivantes :
 - Quelles sont les ressources mises à disposition de l'utilisateur pour optimiser son expérience d'utilisation ? (pour remplir la ligne 1 : « indices matériels »)
 - Quelles sont les activités mises en avant par l'équipe du projet pour assurer l'action en question? (pour remplir la ligne 3 : « le devant de la scène »)
 - Quelles sont les activités invisibles à l'utilisateur qui sont réalisées par l'équipe du projet pour assurer le bon déroulement des activités de la ligne 2 « le devant de la scène »? (pour remplir la ligne 4 : « les coulisses »)
 - Quel est le système technique/informatique mis en place pour assurer le bon déroulement des activités de l'équipe du projet? (pour remplir la ligne 5 : « support technique »)
6. Maintenant que votre diagramme est complété, identifiez les émotions que votre utilisateur éprouve à chaque étape du processus d'utilisation.

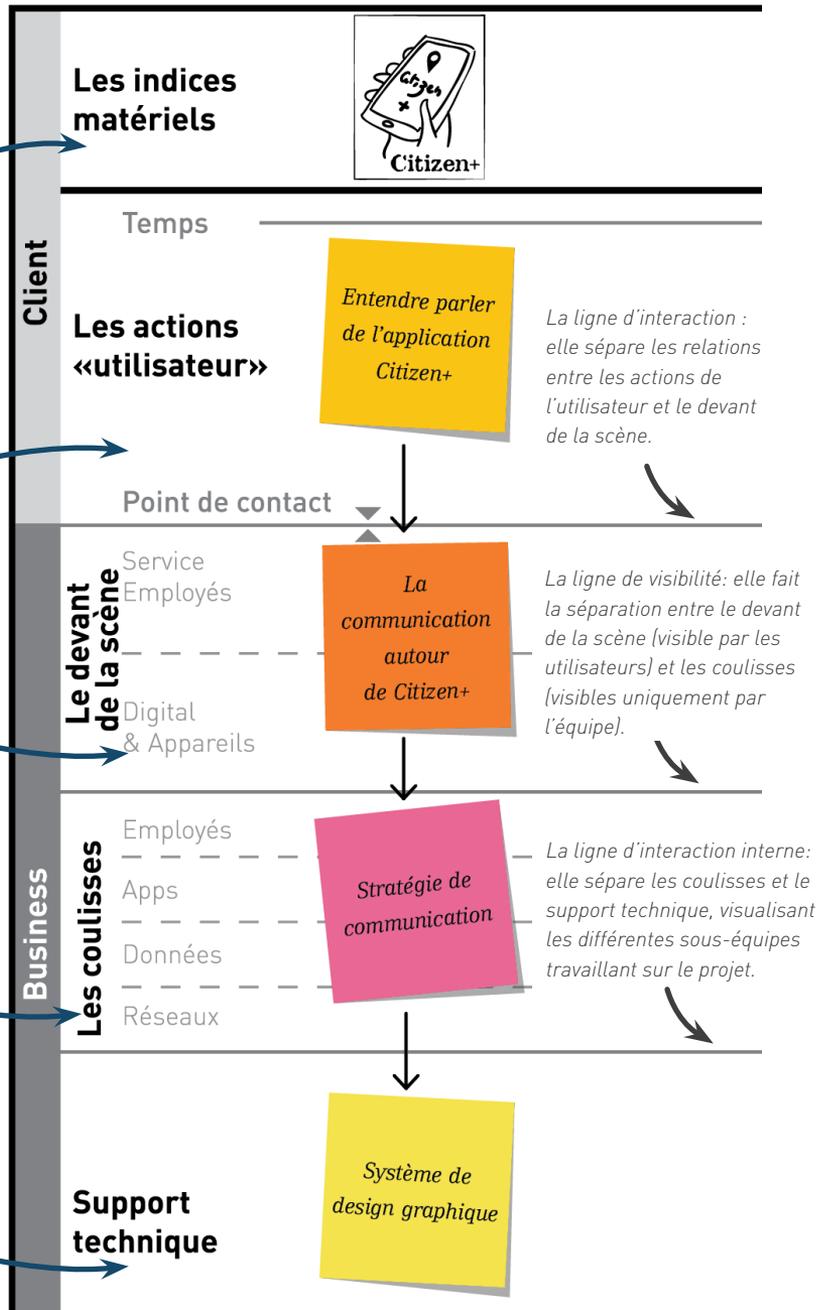
Ligne 1 : Les indices matériels (Physical Evidence) : les matériaux utilisés par l'utilisateur pour accomplir chaque action de la « carte de voyage ».

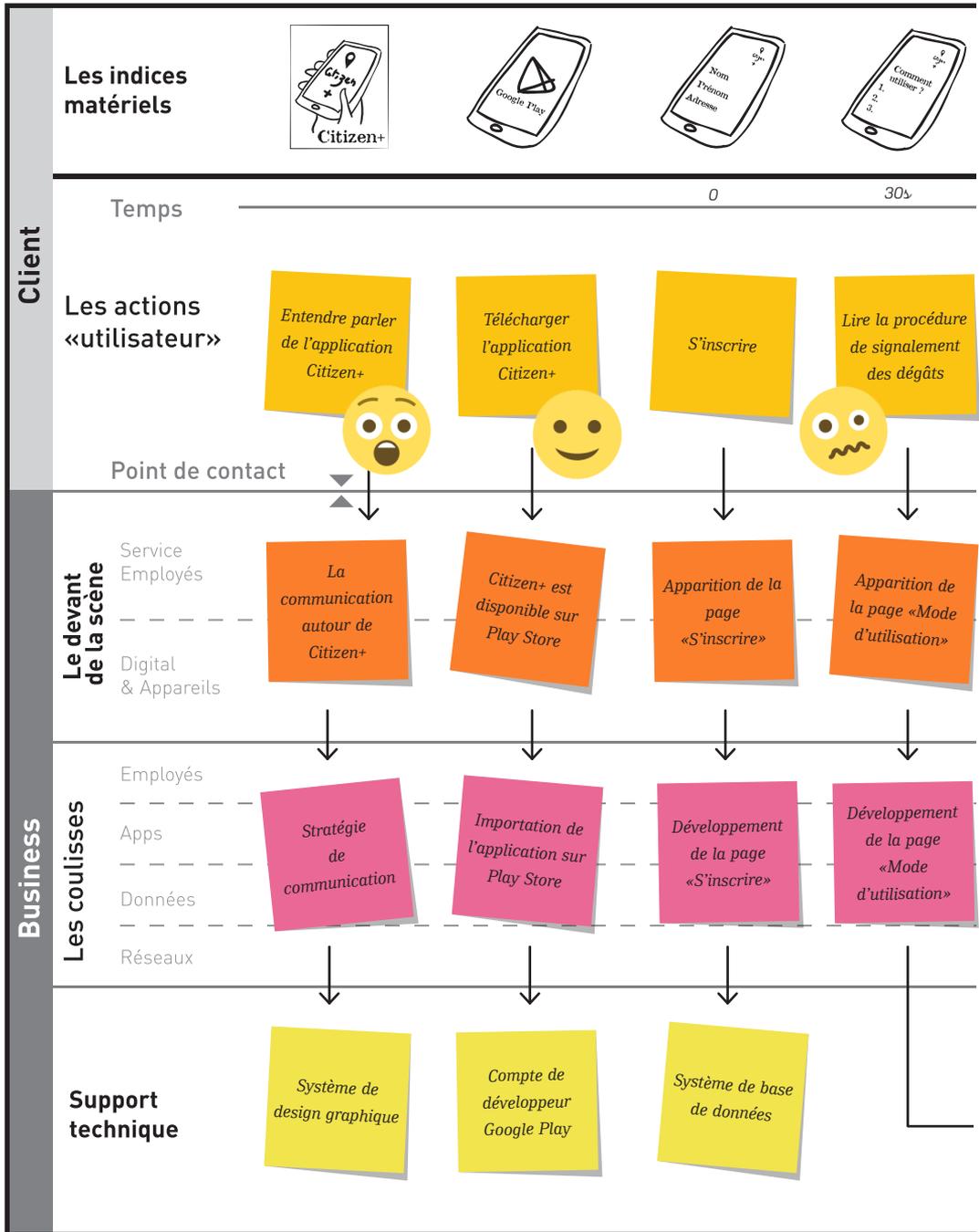
Ligne 2 : Les actions « utilisateur » (User Actions) : les étapes successives du déroulement de l'utilisation de votre service par l'utilisateur allant de la découverte du service à son utilisation. Autrement dit, il s'agit de la carte de voyage de votre service.

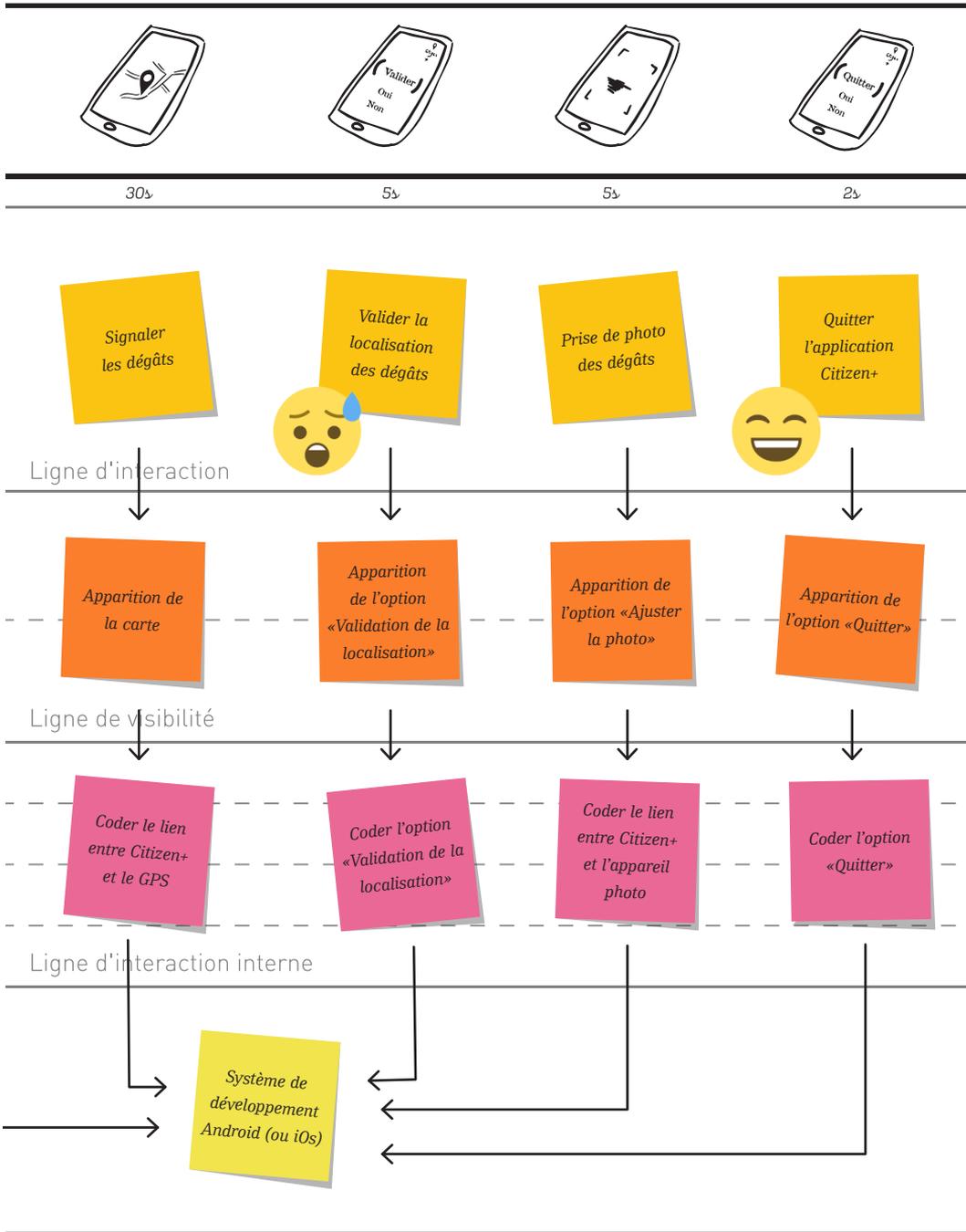
Ligne 3 : Le devant de la scène (Front-of-Stage Interactions) : l'ensemble des actions qui impliquent un contact direct entre l'utilisateur et le fournisseur du service (vous!)

Ligne 4 : Les coulisses (Back-of-Stage ou Backoffice) : les activités réalisées par l'équipe du projet et qui sont invisibles pour l'utilisateur.

Ligne 5 : Support technique (Support Processes) : les changements techniques que l'équipe technique a mis en exécution sur le système pour offrir un service de meilleure qualité.







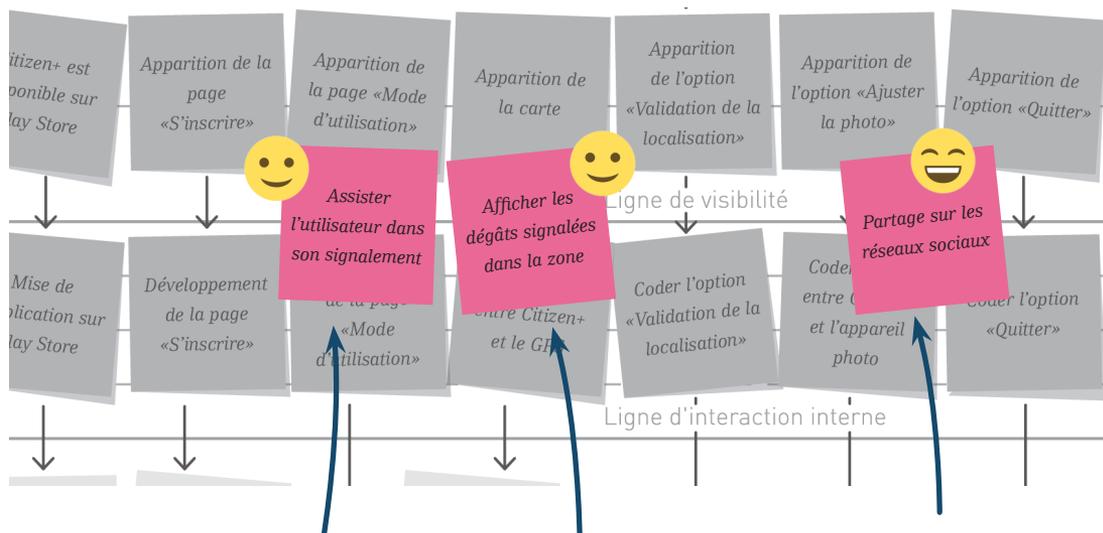
Comment détecter les opportunités d'innovation ?

A part la vue d'ensemble de toutes les composantes du service (besoins, avancements, objectifs...) que le diagramme de service offre, celui-ci permet de repenser le service. En effet, il évoque des questions pertinentes pour son développement, ce qui fait son originalité.

Ces questions se transforment en « opportunités d'innovation ». Généralement, ces opportunités d'innovation se situent au niveau de la ligne de contact, c'est-à-dire la ligne d'interaction entre l'utilisation et l'équipe de projet. Ainsi, l'innovation se fait au niveau des actions « utilisateur » et par conséquent au niveau du service. Il ne faut pas oublier de faire les changements nécessaires pour adopter les activités du « devant de la scène » aux nouveautés introduites sur le service.

Les opportunités d'innovation optimisent la performance du service :

- en réduisant le temps de l'accomplissement de la tâche,
- en limitant les dépenses,
- en agissant sur la frustration de l'utilisateur pour améliorer le service et transformer son émotion.



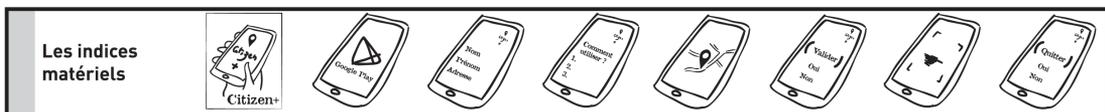
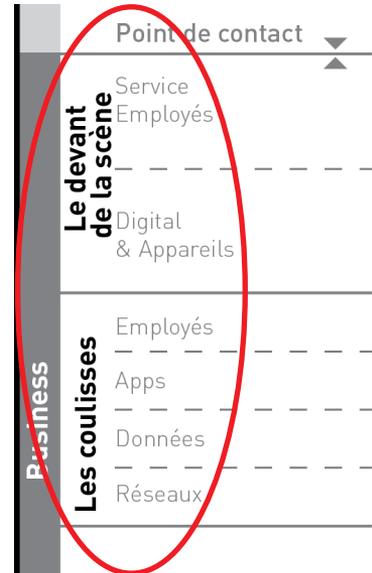
Dans un souci d'offrir une expérience utilisateur plus optimale et plus intuitive, nous proposons d'assister l'utilisateur pas à pas dans son utilisation plutôt que de lui faire lire un manuel d'utilisation.

Afin d'éviter le doublement de l'information, on propose d'afficher les autres signalements de dégâts signalés par d'autres utilisateurs dans la même zone.

Afin d'augmenter le nombre d'utilisateurs et augmenter la crédibilité de l'information postée par l'utilisateur, nous proposons d'ajouter une fonction de partage du signalement de dégâts sur les réseaux sociaux afin de mobiliser la communauté.

Gardez à l'esprit!

- Comme tout modèle de gestion, celui-ci ne s'adapte pas à tout type de projet : plus le service concerné est simple, plus le diagramme de service est complexe à mettre en place!
- Fixez des indicateurs de qualité qui vous permettront de mesurer le succès de votre service (par exemple, pour Citizen+ : quel est le temps nécessaire pour effectuer un signalement? Combien de personnes ont utilisé l'application?).
- Prenez en considération les émotions de l'utilisateur en train d'utiliser votre service. Par exemple : pour Citizen+, nous avons pensé qu'il serait fastidieux pour l'utilisateur de lire un mode d'emploi de l'application. Pour rendre l'expérience utilisateur plus agréable, on a réfléchi à assister l'utilisateur durant le processus de signalement des dégâts.
- Organisez les activités du devant de la scène et celles des coulisses en sous-catégories selon leur nature. En effet, ces activités peuvent être réalisées par le personnel du projet, par des équipements, le réseau, etc.
- Organisez le déroulement de l'utilisation du service en cycles ou en phases. Par exemple, pour Citizen+, les cycles à prévoir sont : cycle de la communication autour de l'application, cycle de la 1ère utilisation, cycle de la 2ème utilisation, etc. Il vaut mieux prévoir un nouveau diagramme de service pour chaque cycle.
- Ajoutez des dessins pour mieux expliquer à l'utilisateur le bon déroulement du service dans le temps sous la forme d'une bande dessinée.
- Par exemple, les « indices matériels » sont représentés par des esquisses de contenu de chaque interface de l'application.



Le Business Model Canvas

Si votre idée est un projet d'entreprise, il peut s'avérer nécessaire de prototyper le business model.

C'est quoi?

Le Business Model Canvas (BMC) est une matrice qui permet de visualiser rapidement tous les aspects de la gestion stratégique d'une entreprise : le produit/service, les clients ciblés, l'infrastructure de l'entreprise et ses finances.

Quand l'utiliser?

Lorsque vous arrivez à une idée solide et que vous commencez à la tester, vous devez avoir rapidement une idée de comment cette idée pourrait être traduite en entreprise.

Comment le remplir ?

Le Business Model Canvas doit être rempli en équipe pour favoriser la confrontation d'idées et la réflexion. Il faut souvent faire plusieurs versions de BMC avant de trouver le bon modèle. Il faut également le mettre à jour et l'ajuster régulièrement, en fonction des nouvelles données collectées lors de la phase de test et même lors de la phase d'implémentation.

Inscrivez-vous sur <https://strategyzer.com/platform/register> pour accéder gratuitement à la plateforme d'apprentissage en ligne. Vous pourrez y trouver aussi des matrices de BMC pour entreprises sociales et solidaires.

Exemple : Le BMC de Flickr

Activités clés :

Que devez-vous faire pour produire votre produit/service?
 Avez-vous une activité de conception, achat/revente, production, gestion logistique, intermédiation commerciale, etc. ?

Relation client :

Quelle relation spécifique allez-vous mettre en place avec vos clients pour les attirer, les fidéliser et les inciter à acheter?
 Allez-vous proposer :
 - une assistance personnelle
 - un service d'échange, un programme de fidélité, etc. ?

Canaux :

Quels modes de distribution et de communication allez-vous utiliser pour valoriser votre offre, la distribuer et en assurer le Service Après-Vente?
 Exemples : flyer, site internet, boutique, agents commerciaux, vente directe, conseiller clientèle/service après-vente, etc. ?

Partenaires clés :

Quels sont les partenaires dont vous avez le plus besoin?
 Exemples: fournisseurs, sous-traitants, organisations professionnelles, prescripteurs, etc. ?

Ressources clés :

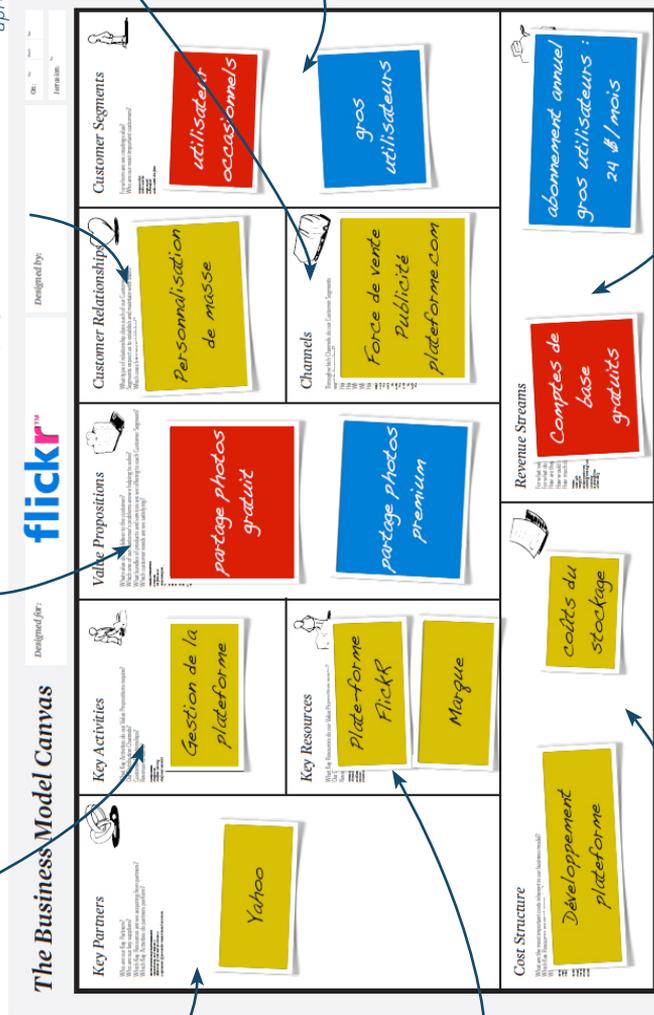
Quelles sont les ressources dont vous avez besoin ?
 Avez-vous besoin de :
 - salariés, savoir-faire, fonds de commerce, local, licences, brevets, matériel, etc. ?

Coûts :

Quelles sont les principales charges de votre activité?
 Quelles sont les charges fixes et les charges variables?
 Exemples : marchandises, loyer, salaires, sous-traitance, etc. ?

Revenus :

Comment vos clients vont-ils payer pour acquérir votre produit/service?
 Doivent-ils payer :
 - un prix fixe ou variable
 - une location
 - un abonnement
 - un forfait, etc. ?



Clients :

Qui sont vos clients ? Combien sont-ils ? Y-a-t-il différents segments de clientèle ?
 Quelles sont leurs caractéristiques :
 - entreprises, particuliers, local/international, niveau de revenus, habitudes de consommation, etc. ?

2

TESTER



« J'ai tâché de laisser mes enfants prendre des risques, tester leurs limites. Quelques os brisés valent mieux qu'un esprit malade. »

- Rose Kennedy

Qu'est-ce qu'on peut tester?

Il est possible de tout tester! La fonctionnalité d'un produit ou d'un service, la façon avec laquelle votre public cible interagit avec votre solution, ce qui peut le déranger dans la solution que vous proposez et les bénéfices inattendus que votre solution pourrait lui apporter. On peut tester tout ce qui représente une menace pour votre idée et augmente son risque d'échec.

Pourquoi tester?

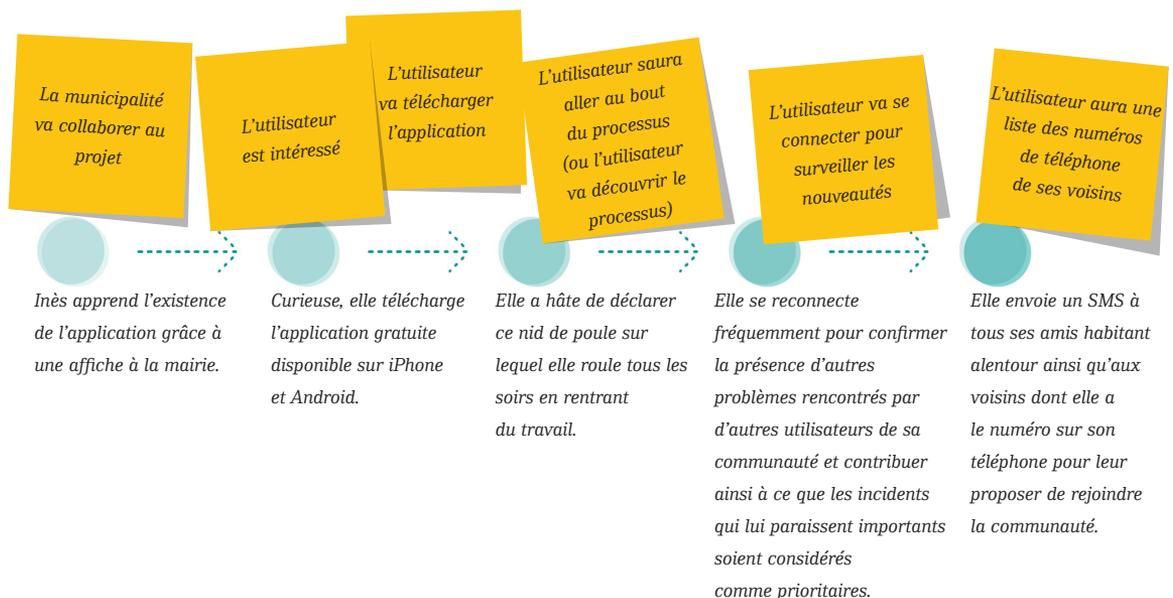
1. Savoir si votre idée vaut la peine d'être réalisée ou pas,
2. La faire évoluer,
3. Vous assurer que votre idée est LA bonne solution et que surtout, elle est bien réalisée,
4. Évaluer si elle sera utilisée et appréciée par vos utilisateurs,
5. Sonder le marché (prix, packaging, promotion, place).

Comment tester?

Créer des fiches d'hypothèses

1. Dégager des hypothèses :

Retournez à votre carte de voyage et/ou votre BMC. Emettez des hypothèses sur les différents moments clefs du cycle de vie de votre idée.





2. Classement des hypothèses

Hiérarchisez les hypothèses qui menacent le plus la survie et la réussite de votre solution. Toutefois ne vous arrêtez pas là, organisez également les hypothèses les moins importantes, même si elles ne semblent pas constituer un danger immédiat.

3. Remplir les fiches d'hypothèses :

Carte de test

Test N°5	12 Novembre
Facilité d'utilisation	

ÉTAPE 1 : HYPOTHÈSE
Nous croyons que les utilisateurs vont être en mesure de rapporter des dégâts facilement

▲ ▲ ▲

ÉTAPE 2 : TEST
Pour le vérifier, nous allons réaliser des maquettes pour scénariser le signalement de dégâts

= 📄 📄 📄 👍 👍 👍

ÉTAPE 3 : MESURES
Et mesurer en combien de temps ils pourront l'accomplir

🕒 🕒 🕒

ÉTAPE 4 : CRITÈRES
Nous avons raison si ils seront en mesure de le faire en 30 secondes

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Inscrivez-vous sur :
<https://strategyzer.com/platform/register>
 Pour accéder gratuitement à la plateforme d'apprentissage en ligne et plein d'autres outils strategyzer.

Comment préparer le test sur le terrain?

Assurez-vous de penser à :

1. Avoir le scénario du test :

Pensez au déroulement du test, de la première rencontre avec votre utilisateur jusqu'à la fin du test, en passant par toutes les étapes que vous voulez qu'il accomplisse.

2. Monter son équipe :

Assurez-vous d'avoir les ressources humaines nécessaires. Il est recommandé d'être au moins deux personnes : un premier pour diriger le test et un second pour prendre des notes de ce qu'il voit et entend et de toute autre information pertinente. Si votre scénario de test nécessite la présence d'autres personnes, assurez-vous de mobiliser le nombre de personnes adéquat et de bien leur expliquer leurs rôles.

3. Définir le lieu, la date et l'heure du test :

Choisir le lieu le plus adéquat pour mener à bien le test. Ne pas négliger la date et surtout l'heure du test afin de garantir la présence de toute l'équipe.

4. Définir les services ou fonctionnalités à tester :

Assurez-vous que votre utilisateur a bien compris ce que VOUS attendiez de lui. Est-ce qu'il a réussi à distinguer les actions à faire, a-t-il saisi les interactions que vous vouliez créer, s'est-il imprégné de l'atmosphère que vous aviez imaginée, a-t-il joué la séquence que vous vouliez se voir jouer?

5. Rassembler les outils de test :

Les prototypes que vous avez conçus vous serviront d'outils. Cependant, lors de la rédaction de votre scénario, d'autres besoins peuvent apparaître: appareils photos, appareils de prise de vue, stylos, bloc-notes, affichettes, tables, chaises... ou tout autre objet nécessaire au bon déroulement du test.

CONSEILS

- *Il y a d'autres outils qui peuvent vous permettre de faire des tests plus avancés : brochure, page d'accueil, packaging, vidéo, jeu pour tester le prix, etc.*

Comment obtenir un feedback?

<p><i>Qu'est-ce qui a réussi ?</i> <i>Qu'est-ce qui était stimulant ?</i> <i>Qu'est-ce que les testeurs ont le plus apprécié dans l'utilisation du service ?</i> <i>Qu'est-ce qui les a frappés le plus à propos de l'idée ?</i></p>	<p><i>Qu'est-ce qui a échoué ?</i> <i>Que pensez-vous changer ?</i> <i>Des suggestions pouvant contribuer à l'amélioration du service ont-elles été formulées ?</i> <i>Qu'avez-vous appris de particulier qui va améliorer l'idée ?</i></p>
<p><i>Quelles sont les questions qui se posent ?</i> <i>Qu'est-ce qui demande une recherche plus poussée ?</i> <i>Qu'est-ce qui a éveillé votre curiosité ?</i></p>	<p><i>Quelle nouvelle inspiration a fait surface ?</i> <i>Qu'est-ce qui vous a surpris ?</i> <i>Que pourriez-vous essayer la prochaine fois ?</i></p>

Tester sur le terrain

Il existe trois façons d'intégrer les améliorations :

1. Amélioration programmée :

Vous récoltez tous les feedbacks, puis vous prenez votre temps pour les analyser et planifier les améliorations nécessaires.

2. Amélioration en temps réels :

Vous ajustez en temps réel votre test en fonction des feedbacks obtenus par vos utilisateurs, ce qui vous permet de gagner beaucoup de temps.

3. Amélioration coopérative :

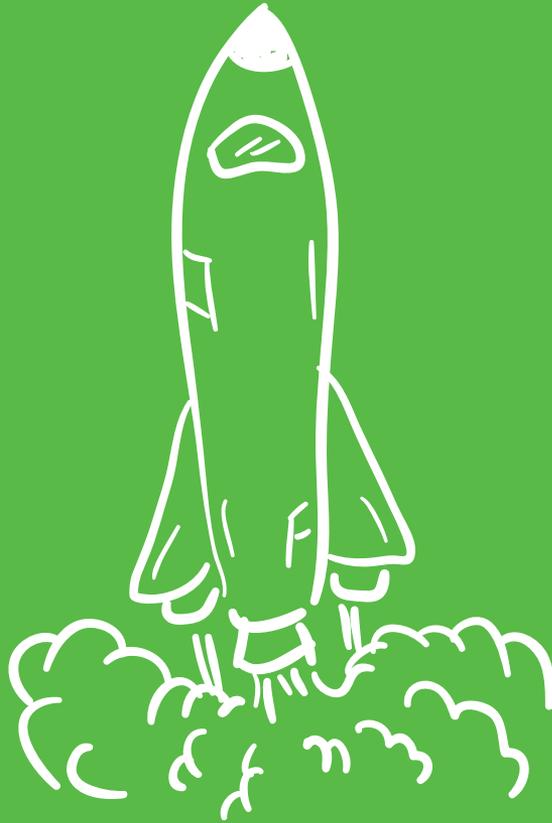
Vous impliquez votre utilisateur dans le processus et l'invitez à transformer son feedback en une proposition.

CONSEILS

- *Présentez-vous et expliquez pourquoi vous faites tout cela*
- *Faites taire vos idées préconçues*
- *Ecoutez et observez !*

3

IMPLÉMENTER



« Soyez créatif lorsque vous concevez des idées mais soyez discipliné lors de leur mise en œuvre. »

- Amit Kalantri

Inventaire des ressources

Pourquoi faire l'inventaire des ressources?

Vous avez une excellente idée, mais qu'en est-il de sa réalisation? L'équipe que vous avez autour de vous n'a probablement pas toutes les compétences nécessaires pour la réalisation du projet. En effet, trouver une bonne solution et l'implémenter sont deux étapes différentes. Faire l'inventaire des ressources vous permettra de comprendre la faisabilité de votre solution et à quel niveau vous aurez besoin d'aide. C'est la première étape pour passer à la pratique et transformer votre idée en quelque chose de concret.

Comment faire l'inventaire des ressources?

1. Rassemblez votre équipe de projet et pensez aux éléments suivants (vous pouvez vous référer à votre Business Model Canvas pour vous aider dans cette tâche) :

- la distribution,
- les partenaires dont vous avez besoin,
- les compétences nécessaires à l'exécution.

2. Remplissez un tableau par thématique (distribution, partenariat, compétences d'exécution). Commencez à remplir les 3 premières colonnes de chaque tableau. Il est possible que les réponses ne soient pas évidentes et que vous ayez à échanger autour de certaines questions afin de vous mettre d'accord.

3. Faites un inventaire des compétences autour de la table et assignez les tâches aux membres de l'équipe. Identifiez les besoins manquants dans la dernière colonne.

Exemple : Application mobile Citizen+

Action de distribution (porte à porte, magasin spécial, abonnement...)	Qui va faire l'action ?			De quoi a-t-on besoin ?	
	Les étapes	Les résultats attendus	Qui s'en occupe ?	Ce qu'on a	Ce qui nous manque
Téléchargeable gratuitement sur app Store	-Développement sur Android -Développement sur iOS	-L'application mobile est exploitable par tout type de smartphone	-Développeur Android -Développeur iOS	-Développeur Android	-Développeur iOS

Plan d'action

Pourquoi faire un plan d'action ?

Passer de la super idée au projet réussi, cela requiert de la planification. Un plan d'action vous permet de rassembler vos partenaires autour d'un projet, de définir les étapes par lesquelles vous devez passer et de mettre au point un échéancier pour les accomplir. Vous pouvez vous aider de votre inventaire des ressources pour y voir plus clair.

Comment faire un plan d'action?

1. Rassemblez l'équipe du projet et les partenaires les plus importants.
2. Imprimez un grand calendrier pour les 18 prochains mois. Mettez des post-it des étapes clés sur les dates correspondantes. Il est facile de se perdre dans cet exercice : commencez avec les grosses étapes que vous devez accomplir en un, trois et six mois, puis détaillez chacune des étapes avec les tâches qui devront être réalisées.
3. Utilisez des post-it de différentes couleurs en fonction des étapes clés. Il est possible que vous deviez les réorganiser au fur et à mesure qu'ils se bousculeront sur votre calendrier. Ils devront être disposés en carrés plutôt qu'en tas informes.
4. Assignez une tâche par écrit à un membre de l'équipe. Il peut y avoir deux acteurs par tâche : un exécutant et un superviseur.

Vous venez de réaliser un plan d'action des plus efficaces.

Exemple d'un plan d'action

Projet	Responsable	Juillet				Août				Septembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Projet web													
site web													
site web - rédaction	Basma												
site web - design	Sana												
site web - intégration contenu	Ali												
Blog													
rédaction contenu	Basma												
intégration contenu	Ali												
création page FB	Ali												
planification des publications	Basma												

Bâtir un réseau solide de partenaires

Pourquoi développer des partenariats?

Dans presque tous les projets, qu'ils soient lucratifs ou non, il est important de s'entourer de partenaires stratégiques. Il est cependant impératif de s'entourer de partenaires en fonction de ses besoins et dont la vision et les attentes correspondent aux siennes.

Comment développer des partenariats?

En se référant à votre inventaire des ressources et au Business Model Canvas, identifiez les partenariats qui restent à développer.

1. Rassemblez votre équipe et les partenaires les plus importants, idéalement la même équipe qui a collaboré au plan d'action.
2. Commencez par un brainstorming sur votre besoin : peut-être que vous avez besoin de médiatisation, de financement, de matières premières, etc.
3. Établissez à l'aide des personnes autour de la table une liste des personnes que vous connaissez. Cette liste peut contenir le nom de partenaires potentiels ou de personnes qui peuvent vous aider à développer votre réseau.
4. Maintenant fixez exactement :
 - a) ce que vous attendez de chacun des partenaires potentiels que vous voulez approcher,
 - b) ce que le partenariat avec vous pourrait leur apporter,
 - c) quand vous aurez besoin de leur intervention,
 - d) qui sera le membre de l'équipe le plus à même de les approcher,
 - e) quelle est la date limite de l'envoi de leur réponse définitive par les partenaires.

Suivi et évaluation

Pourquoi faire le suivi et pourquoi évaluer?

Lorsque vous évoluez dans votre processus de design, vous êtes toujours en train d'apprendre, d'ajuster et d'affiner votre solution. Le suivi et l'évaluation vous permettent de savoir à quel point vous vous rapprochez de la réussite de votre projet. Cela sera tout aussi utile lorsque vous voudrez convaincre des partenaires ou des investisseurs de la viabilité de votre projet entrepreneurial ou social.

Comment le faire?

Il y a plusieurs outils disponibles mais ils peuvent être chers. Voici une méthode qui vous permettra de concevoir votre outil de suivi et d'évaluation « maison ».

1. Déterminez pourquoi vous avez besoin de faire le suivi et l'évaluation :
 - a) Pour démontrer l'impact?
 - b) Pour avoir du financement?
 - c) Pour optimiser le rendement?
 - d) Pour générer plus de revenus ?
2. Rassemblez vos partenaires autour de la réflexion, il y a des chances qu'ils aient déjà fait ça pour d'autres projets.
3. Vérifiez si vous avez les compétences nécessaires en interne pour le faire. Il est possible que vous ayez besoin de recruter un consultant externe pour vous aider.

Répétez les étapes de prototypage-test

Dans une approche de Design Thinking, la répétition est l'essence même de l'innovation ! Il faut continuellement observer votre utilisateur, tester vos idées, écouter les feedbacks et améliorer votre produit/service.

RÉFÉRENCES

Tout en s'inspirant de plusieurs références en **Design Thinking**, **COMMITT** a rassemblé en un guide les étapes clés du prototypage, du test et de l'implémentation pour l'adapter aux besoins des jeunes participants aux challenges de réalisation des ODD fixés par l'**ONU**.

Vous trouverez ici des liens vers quelques références utilisées pour enrichir votre connaissance du Design Thinking et aller plus loin dans la maîtrise du concept de Design centré sur l'humain en général.

Sites Web

www.ideo.org
www.fuelfor.net
www.strategyzer.com
www.diytoolkit.org

Vidéos Youtube

Le prototypage rapide des lunettes Google
https://youtu.be/d5_h1VuwD6g
Le scanner
<https://youtu.be/jajduxPD6H4>
Comment remplir un Business Model Canvas
<https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMtLP5s&feature=youtu.be>

Livres

Guide sur le Design centré sur l'humain
<http://www.designkit.org/resources/1>
Value proposition design
<https://strategyzer.com/books/value-proposition-design>
Business Model Canvas
<http://www.businessmodelgeneration.com/book>

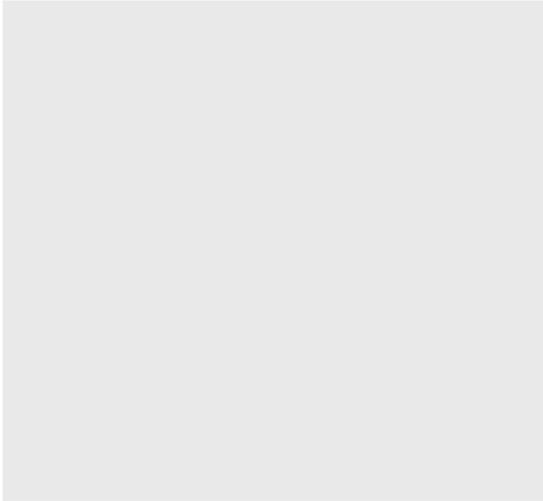
Cours en ligne

Design thinking for innovation
<https://www.coursera.org/learn/design-thinking-innovation>
Design thinking for social innovation
<http://online.stanford.edu/course/design-thinking-action-lab>
IdeoU
<http://www.ideo.com>
<https://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/188228/1/Plaque-R%C3%A9veil-en-Form-Design-thinking.pdf>
<http://www.innoweo.com/uncategorized/design-thinking-customer-journey-canvas/#comments>
<http://www.innoweo.com/methode-dinnovation/design-thinking-service-blueprint/>
<http://www.ivee.fr/service-blueprint-indispensable-a-la-transformation-numerique/>
<http://www.cooper.com/journal/2014/08/service-blueprints-laying-the-foundation>

ANNEXES

1. La carte du voyage :

Carte du voyage



Nom de votre idée

Description :

Pour qui?

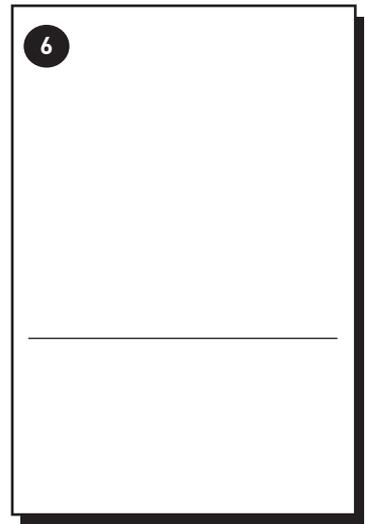
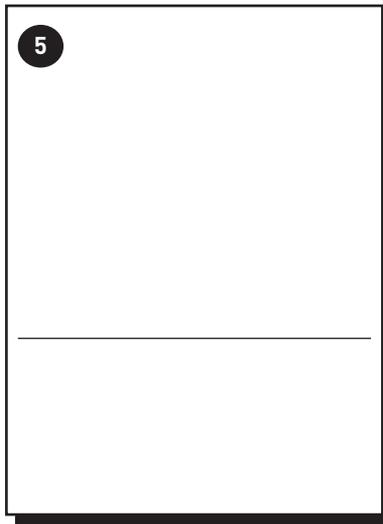
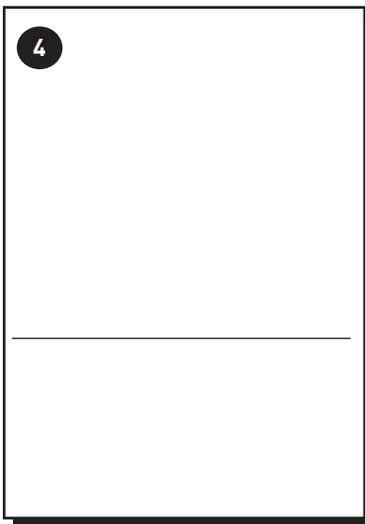
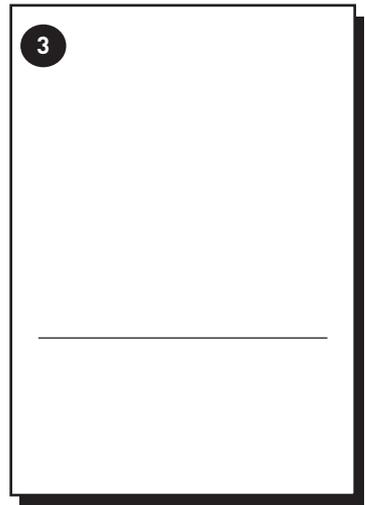
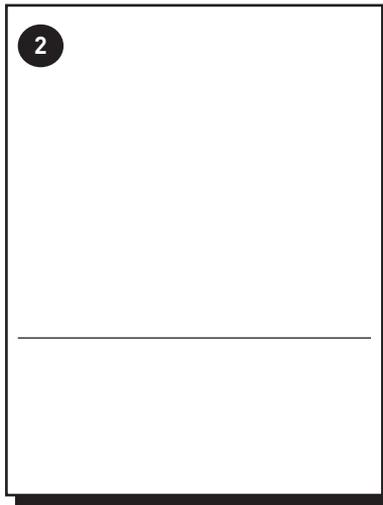
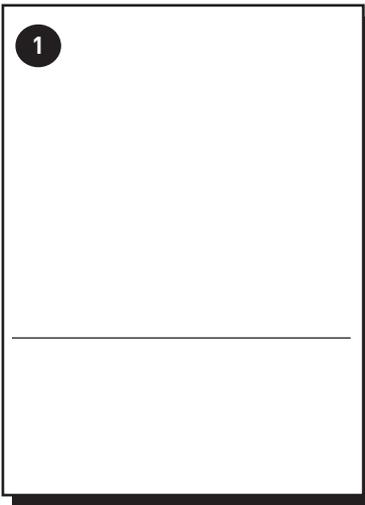
Qu'est-ce que vous essayez d'apprendre?

Carte du voyage:

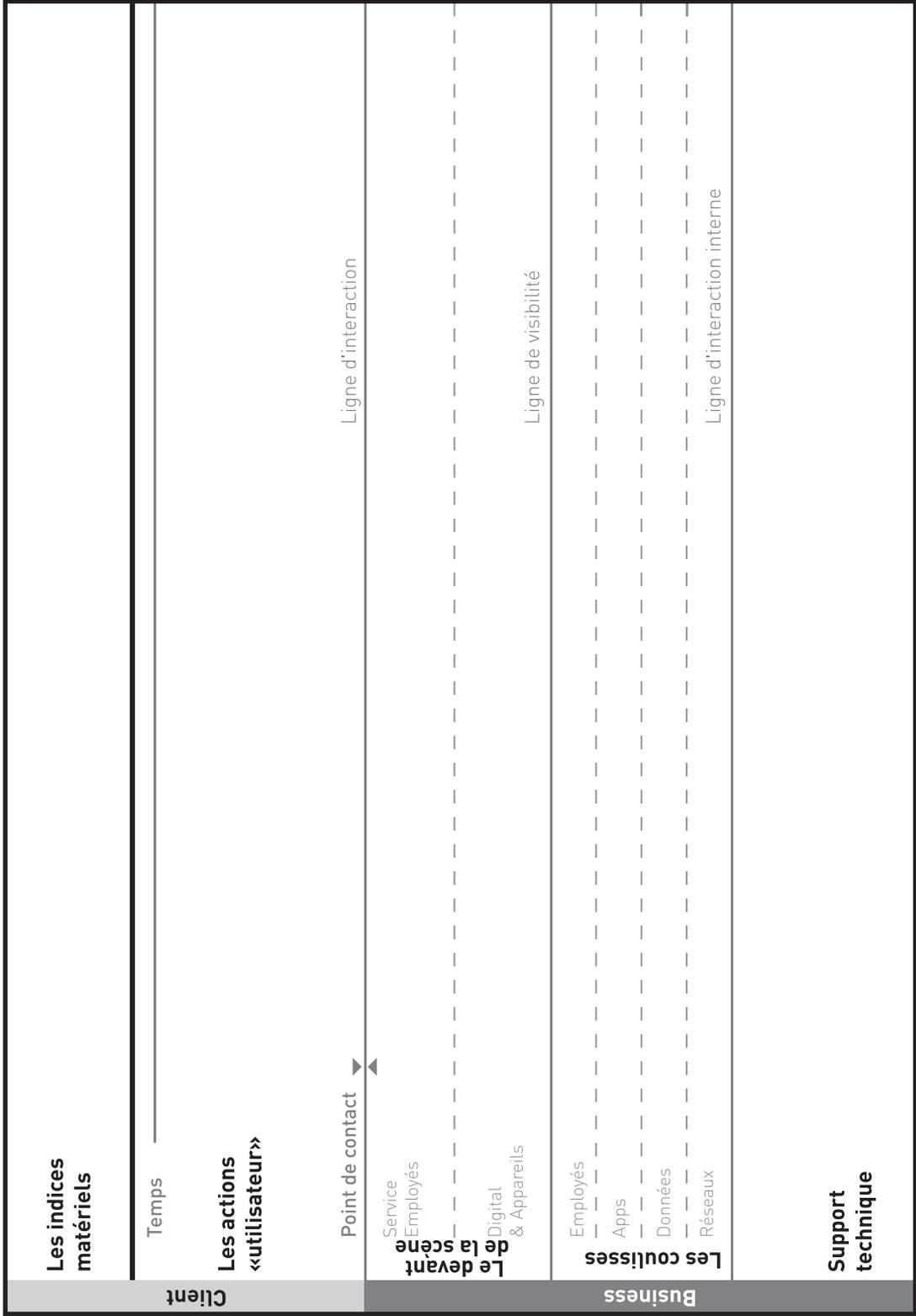


<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>				
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

2. Storyboard :



3. Le Diagramme de Service (Service Blueprint) :



4. Business Model Canvas :

Conçu pour:

Conçu par:

Date:

Version:

<h3 style="margin: 0;">The Business Model Canvas</h3>	
<p>Partenaires clés <i>Quels sont les partenaires dont vous avez le plus besoin?</i></p>	<p>Activités clés <i>Que devez-vous faire pour produire votre produit/service ?</i></p>
<p>Ressources clés <i>Quelles sont les ressources dont vous avez besoin?</i></p>	<p>Offre <i>Quel produit/service proposez-vous ? A quel besoins/ problèmes répond-il ? Quel est son avantage par rapport aux autres?</i></p>
<p>Relation client <i>Quelle relation spécifique allez-vous mettre en place avec vos clients pour les attirer, les fidéliser et les inciter à acheter?</i></p>	<p>Canaux <i>Quels modes de distribution et de communication allez-vous utiliser pour valoriser votre offre, la distribuer et en assurer le Service Après-Vente?</i></p>
<p>Coûts <i>Quelles sont les principales charges de votre activité? Quelles sont les charges fixes et les charges variables?</i></p>	<p>Revenus <i>Comment vos clients vont-ils payer pour acquérir votre produit/service?</i></p>
<p>Clients <i>Qui sont vos clients ? Combien sont-ils? Y-a-t-il différents segments de clientèle?</i></p>	

DESIGNED BY Strategizer AG
 The makers of Business Model Generation and Strategizer

© Strategizer
 strategizer.com

5. Cartes de test :

Carte de test 

ÉTAPE 1 : HYPOTHÈSE
Nous croyons que

ÉTAPE 2 : TEST
Pour le vérifier, nous allons

ÉTAPE 3 : MESURES
Et mesurer

ÉTAPE 4 : CRITÈRES
Nous avons raison si

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Carte de test 

ÉTAPE 1 : HYPOTHÈSE
Nous croyons que

ÉTAPE 2 : TEST
Pour le vérifier, nous allons

ÉTAPE 3 : MESURES
Et mesurer

ÉTAPE 4 : CRITÈRES
Nous avons raison si

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Carte de test 

ÉTAPE 1 : HYPOTHÈSE
Nous croyons que

ÉTAPE 2 : TEST
Pour le vérifier, nous allons

ÉTAPE 3 : MESURES
Et mesurer

ÉTAPE 4 : CRITÈRES
Nous avons raison si

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Carte de test 

ÉTAPE 1 : HYPOTHÈSE
Nous croyons que

ÉTAPE 2 : TEST
Pour le vérifier, nous allons

ÉTAPE 3 : MESURES
Et mesurer

ÉTAPE 4 : CRITÈRES
Nous avons raison si

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Pour en savoir plus sur les fiches d test, aller sur : www.strategyzer.com

6. Préparer le test sur terrain :

Fiche Préparation Test

1. Avoir le scénario du test :

-
-
-

2. Monter son équipe :

-
-
-

3. Définir le lieu, la date et l'heure du test :

-
-
-

4. Définir les services ou fonctionnalités à tester :

-
-
-

5. Rassembler les outils de test :

-
-
-

7. Obtenir le feedback :

Fiche feedback

Qu'est-ce qui a réussi?

Qu'est-ce qui était stimulant?

Qu'est-ce que les testeurs ont le plus apprécié dans l'utilisation du service ?

Qu'est-ce qui les a frappés le plus à propos de l'idée?

Qu'est-ce qui a échoué?

Que pensez-vous changer?

Des suggestions pouvant contribuer à l'amélioration du service ont-elles été formulées ?

Qu'avez-vous appris de particulier qui va améliorer l'idée?

Quelles sont les questions qui se posent?

Qu'est-ce qui demande une recherche plus poussée?

Qu'est-ce qui a éveillé votre curiosité?

Quelle nouvelle inspiration a fait surface?

Qu'est-ce qui vous a surpris?

Que pourriez-vous essayer la prochaine fois?

8. Inventaire des ressources :

Fiche Inventaire des Ressources

Action de distribution <i>(porte à porte, magasin spécial, abonnement...)</i>	Qui va faire l'action ?			De quoi a-t-on besoin ?	
	Les étapes	Les résultats attendus	Qui s'en occupe ?	Ce qu'on a	Ce qui nous manque

NOTES

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

