

Le Design Thinking

(mise en application en classe par Aline Larrière et Adrien Nicod, enseignants en BTS TC au Lycée Georges Colomb)

Présentation de la méthode

Le Design Thinking est une démarche qui permet de concevoir et créer des solutions pragmatiques à des problèmes d'utilisateurs observés sur le terrain.

Le Design Thinking a été traduit en français par « esprit design » ou « pensée design ». Il s'agit à la fois d'une **méthode**, d'un **processus d'innovation** et d'une **vision spécifique du travail**. En fait, cette démarche s'inspire de la pensée et de la boîte à outils des designers pour permettre à chacun d'être créatif et de participer à l'innovation. Il permet de résoudre toutes sortes de problèmes grâce à l'intelligence collective, y compris dans des domaines traditionnellement éloignés du design.

Le magazine américain Forbes en a consacré un article le 22 novembre 2018 intitulé

Et Si Le Design Thinking Était L'Avenir De L'Éducation ?

<https://www.forbes.fr/management/et-si-le-design-thinking-etait-lavenir-de-leducation/>

Présentation de la mise en application en classe :

Les 13 et 14 novembre, nous avons participé aux Journées du Management au siège de IBM à Paris.

Elodie De Nascimento, apprentie Junior Project Manager dans l'entreprise, nous a présenté durant une demi-journée le Design Thinking.

Suite à cela, nous avons organisé une séance de 3 heures avec les étudiants de 1^{ère} année de BTS Technico-commercial, domotique et environnement technique du bâtiment.

Nous leur avons proposé de travailler sur la problématique suivante :

Quelles solutions domotiques pourriez-vous envisager pour améliorer le quotidien des étudiants de BTS ?

Les équipes étaient composées de 6 étudiants et nous avons procédé en 4 étapes.

Première étape : Réfléchir à la Une du journal quotidien L'Est Républicain pour définir et s'aligner sur une vision commune

Les étudiants ont eu une dizaine de minutes pour réfléchir à ce qu'ils aimeraient trouver en première page de L'Est Républicain au 01 septembre 2019.

L'objectif de cette étape est de commencer à réfléchir collectivement sur ce que les utilisateurs (en l'occurrence ici les étudiants) aimeraient. Il ne s'agit pas de réfléchir à la mise en œuvre du projet mais véritablement de se mettre à la place de l'utilisateur.

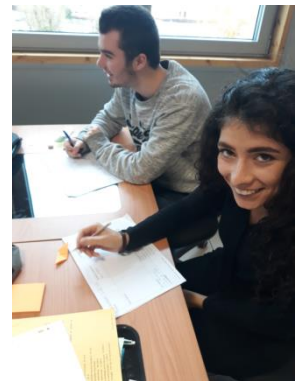



Deuxième étape : Réfléchir à un persona dans le cadre d'une approche créative pour identifier les besoins clés liés à l'expérience utilisateur.


Un persona est un utilisateur caractéristique qui représentera d'autres utilisateurs au comportement similaire. Chaque groupe devait lui donner un prénom, un âge, une personnalité, des loisirs, des besoins, des motivations et des freins.

Dans le domaine commercial, déterminer un persona est une étape importante de la relation client puisqu'elle permet d'identifier un client type pour se mettre à sa place et ainsi adapter les stratégies correspondantes.

L'objectif de cette étape est de s'identifier complètement à ce persona.



 <u>Identité</u>	
<u>Personnalité</u>	
<u>Loisirs</u>	
<u>Besoins</u>	
<u>Motivations</u>	
<u>Freins</u>	
<u>Utilisation des nouvelles technologies</u>	

 <u>Identité</u>	
<u>Personnalité</u>	
<u>Loisirs</u>	
<u>Besoins</u>	
<u>Motivations</u>	
<u>Freins</u>	
<u>Utilisation des nouvelles technologies</u>	

Troisième étape : Créer une carte d'empathie pour identifier les éléments bloquants de l'expérience du persona

Une fois que le persona était créé les étudiants ont dû compléter sa carte d'empathie. Elle consiste à se mettre à la place du persona et imaginer ce qu'il pense et ce qu'il ne pense pas, ce qu'il dit et ce qu'il ne dit pas, ce qu'il ressent et ce qu'il ne ressent pas, ce qu'il fait et ce qu'il ne fait pas.



Quatrième étape : Réfléchir aux projets

Chaque membre du groupe devait émettre 2 projets phares en gardant en tête les différents éléments associés aux personae définis.

Après une mise en commun, 1 projet devait être retenu. Une fiche synthétique a été complétée et présentée à la classe. Cette dernière devait indiquer les enjeux, les acteurs impliqués, la description du projet, les risques, les facteurs clés de succès et la complexité.

NOM DU PROJET :		Complexité Organisation A B C D Commentaire Mobilisation des ressources A B C D Commentaires Financement A B C D Commentaires
Enjeux	Acteurs impliqués	
Description		
Les risques	Facteurs clés de succès	

Cinquième étape : Vote du projet le plus convaincant

Chaque groupe a présenté son projet à la classe et les étudiants ont voté pour le projet le plus convaincant. Ils ont choisi la salle de classe intelligente qui réglerait le chauffage, la lumière, la ventilation en fonction de différents paramètres.

Remarque : En prolongement de ce travail, nous avons ré exploité le projet élu avec la méthode des Six Chapeaux.