

eBook gratuit

GUIDE D'APPLICATION DU DESIGN THINKING

01

Introduction

02

Les 4 étapes - Double
Diamant

03

Divergence vs
Convergence

04

Pas-à-pas: Point A au
Point B

05

Conclusion

CONTENU



01.

INTRODUCTION

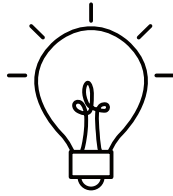


BREF APERÇU DU CHEMIN

Ce guide a pour but de donner aux designers, aux ingénieurs ou à tout autres gestionnaires une structure de base pour mener à bien n'importe quel développement de projet.

Avant d'utiliser ce guide, il est important de prendre en compte certaines choses :

1. Ce n'est qu'une structure parmi tant d'autres. Elle n'est pas nécessairement adaptée parfaitement à votre situation. À vous de modifier certaines choses afin que la structure réponde mieux à vos besoins.
 2. Soyez prêt à revenir en arrière lors du développement de votre projet.
-



Lorsqu'on a une idée, peu importe l'idée, on commence par avoir un flash. C'est le moment où la petite lumière s'allume. C'est le moment où vous avez une vague idée de ce que votre concept pourrait devenir. C'est le point A.

Votre but est de passer de l'étape où vous avez une vague idée de concept à une idée claire de votre concept. Vous devez également passer de « à quoi mon concept va ressembler » à « à quoi il devrait ressembler ». Vous serez alors au point B.

Double diamant

Passer de A à B

A À quoi mon concept va ressembler											B À quoi il devrait ressembler

02.

**LES 4 ÉTAPES DU
DOUBLE DIAMANT**

Il y a un concept assez connu en design thinking. Il s'agit du double diamant. Les diamants se divisent en 4 sections : Découvrir, Définir, Développer, Livrer

1. DÉCOUVRIR

Phase de recherche

Il s'agit de se positionner dans le temps et dans l'avancement du projet. Vous devez faire des études afin de connaître votre place sur le marché. Vous devez avoir une bonne idée des défis que vous devrez relever. Et vous devez avoir une idée claire des ressources et des connaissances dont vous aurez besoin pour mener à bien votre projet. En gros, faites des recherches. Beaucoup de recherches.

2. DÉFINIR

Synthèse de recherches

À cette étape, vous devez donner un sens aux informations que vous avez récoltées. Vous devez encadrer toutes les possibilités de développement que vous avez identifiées. Qu'est-ce qui compte le plus ? Quelle fonctionnalité devrait être mise de l'avant ? Est-ce qu'on peut espérer viser tel type de clientèle ? Quelle sera la première étape du travail ? Le but est de créer un brief de création claire qui prend en compte tous les défis ou obstacles à la conception.

3. DÉVELOPPER

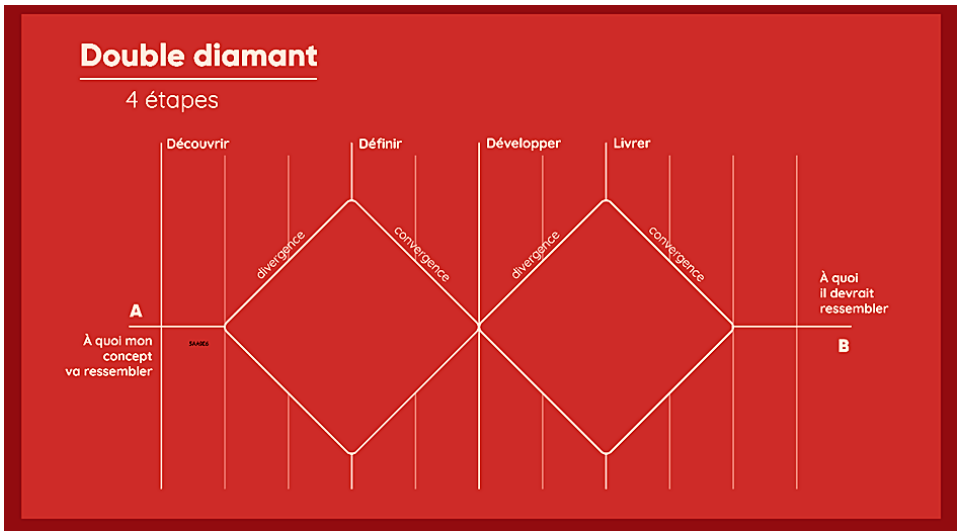
Idéation

C'est le début de la création. C'est à cette étape que des idées sont lancées et que des choix créatifs sont faits. Le but est d'aider les concepteurs à améliorer et raffiner leurs idées.

4. LIVRER

Lancement du produit

Comme le nom l'indique, c'est le moment de livrer la marchandise. Les derniers petits ajustements sont faits et l'équipe de marketing est prête à prendre le relais.



Pour un lancement réussi, contactez-
nous!

03.

**DIVERGENCE VS
CONVERGENCE**



À chaque étape de développement, soit vous divergez ou convergez.

DIVERGENCE


Découvrir & Développer

La divergence requiert une grande ouverture. Vous devez prendre en compte toutes les idées, les défis et les solutions possibles. Ce n'est pas le temps de filtrer!

CONVERGENCE

Définir & livrer

Vous devez choisir les meilleures idées. Vous devez aussi rejeter ce qui crée trop de contraintes ou ce qui demande trop de ressources. C'est maintenant le temps de filtrer et prioriser!



04.

PAS-À-PAS:

DU POINT A

AU POINT B



Chaque grande étape du développement est divisée en plus petites étapes afin d'orienter le processus. Si le double diamant semblait flou jusqu'ici, cela va changer.

1. DÉCOUVRIR

Remettre en question le projet

Questionnez la nature même de votre projet. Challengez chaque aspect. Est-ce que le produit répond à un réel besoin ? Comment peut-il améliorer la vie des gens ? À qui ça s'adresse ? Est-ce que le produit est adapté à la cible ? Vous devez aussi faire des personas et faire des recherches sur des produits similaires.

Définir les champs de recherches

Ne dépensez pas d'énergie à faire trop de recherches aléatoires. Mettez l'accent sur ce qui pourrait nuire au processus de création et concentrez vos efforts à trouver des solutions.

Recherches primaires et secondaires

Plongez-vous dans vos recherches primaires et secondaires. Vous pouvez utiliser les méthodes de recherche de cette plateforme.

À la fin, vous aurez une pile de dossiers de recherches non structurés.

2. DÉFINIR



Classer les recherches par thèmes

Prenez un moment avec le reste de l'équipe pour présenter les recherches (toutes les recherches) et les regrouper ensemble par thèmes.

Trouver des *insights*

Il y a certainement des éléments clés dans vos recherches. Vous devez les retrouver afin de les intégrer au processus de développement.

Repérer les champs d'opportunités

Vous avez découvert que les gens plus âgés seraient une meilleure cible que vous pensiez ? Vos matériaux seraient-ils plus accessibles en Chine ? Vos concurrents ont une fonctionnalité que vous n'avez pas ? Ce sont ce genre d'informations qui vous aident à repérer les opportunités.

Comment pourrait-on...

Repérez les défis et trouvez des solutions. Comment pourrait-on trouver ce type de pièce ? Comment pourrait-on raccourcir les délais ? Comment pourrait-on intégrer cette fonctionnalité ?

À la fin vous aurez un brief de création et une stratégie d'action.

3. DÉVELOPPER

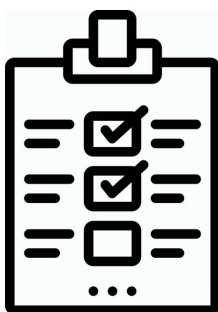
Idéation

C'est la partie plaisante ! Vous avez une bonne idée de ce que vous devez faire et vous commencez à créer. Développez de petits prototypes et ne rejetez pas d'idées par simple intuition. Ne dites pas « non », mais plutôt « oui » ou « oui, mais » ou « oui et ».

Évaluation

C'est le moment d'évaluer la faisabilité de vos concepts et de tester vos prototypes. Malheureusement, vous devrez rejeter certaines idées.

À la fin vous aurez identifié un nombre très limité de concepts potentiels.



4. LIVRER

Prototypage

Développez des prototypes avec les 2 ou 3 idées que vous avez gardées. Ensuite, il faut tester et analyser les résultats.

Apprendre et répéter

Faites plus de tests, changez certaines variables et notez les résultats.

Construire et répéter

Prenez les meilleurs éléments de chaque concept et construisez un seul prototype. Testez-le et faites des ajustements.

Lancement

Ça y est ! Le produit est prêt à être présenté au public.

Nos experts sont là pour vous,
contactez-nous!

05.

CONCLUSION




FAIRE CE QUI EST BIEN VS BIEN FAIRE LES CHOSES

Vous avez sans doute remarqué les inscriptions « Faire ce qui est bien » et « Bien faire les choses ».

Pour les étapes « Découvrir et Définir », nous sommes dans le « Faire ce qui est bien ». Il s'agit d'avoir les bons buts. Il s'agit de trouver les bonnes questions ou de chercher les bons problèmes à résoudre. La stratégie doit être axée sur l'expérience utilisateur ou ce qui est bien pour le client.

Pour les étapes « Développer et Livrer », nous sommes dans le « Bien faire les choses ». Nous sommes dans le concret, le design pur. Les solutions sont trouvées. Maintenant, on les applique et on le fait bien.



06.

**À PROPOS
DE TRIODE**

TRIODE C'EST...



01

2002

Création de Triode



02

1000+

Projets réalisés



03

20

Employés au sein d'une
équipe et d'un réseau de
partenaires qui ne
cessent de grandir



04

4 valeurs

Transparence
Respect
Solutions
Plaisir

NOS INTERVENTIONS



Découverte
d'opportunités
Étude de faisabilité



Analyse
Plan de produits



Plan d'affaires
Scoping de projets



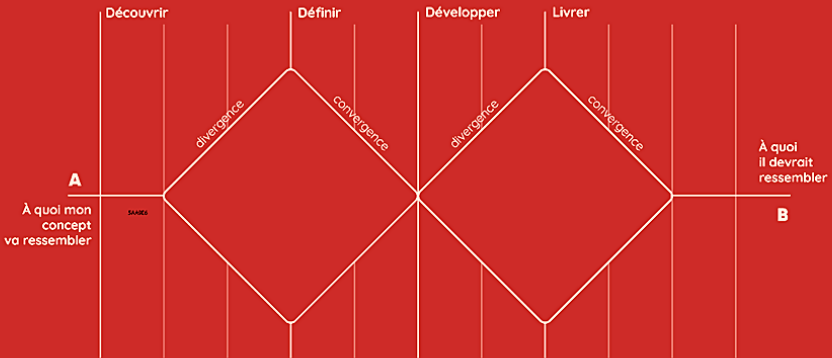
Gestion de projets
Impartition



Amélioration: outils
et pratiques
Gestion de projets et
innovation

Double diamant

4 étapes



LE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS ET LA GESTION DE PROJET: NOTRE EXPERTISE

CONTACTEZ-NOUS

Triode
psirois@triode.ca
1-844-507-9394 poste 331

