

Design Thinking

Une brève introduction



Bienvenue dans le guide du Design Thinking! L'objectif de ce guide est de vous familiariser avec le Design Thinking en tant que méthode itérative et collaborative. Le Design Thinking est utilisé pour résoudre des défis et développer des solutions innovantes. Nous nous intéressons tout particulièrement aux défis dont la résolution contribue à une économie plus respectueuse des ressources.

A qui s'adresse ce guide ?

Ce guide est une introduction à la méthode du Design Thinking. Il est destiné aux personnes et aux équipes qui souhaitent mettre en place des projets et des initiatives en intégrant les perspectives et les besoins de toutes les parties prenantes. Le contenu de ce guide doit être considéré comme une introduction au sujet et convient donc à tous ceux qui ne sont pas encore familiarisés avec le Design Thinking et qui sont curieux de l'intégrer dans leur processus de travail.

Ce que ce guide n'est pas

Ce guide est une introduction à un sujet complexe. Il est donc important de noter que les méthodes et les approches proposées ici ne sont

pas exhaustives et ne sont pas les seules "bonnes". Cependant, la méthode offre une approche qui peut aider à mieux comprendre les défis et à les aborder de manière plus efficace, holistique et innovante.

Qu'est-ce que le Design Thinking ?

Le Design Thinking est à la fois une approche, une méthodologie et un mode de pensée qui nous aide à relever des défis complexes, à identifier et à tester des solutions appropriées. Ce guide se concentre sur le Design Thinking en tant que méthode.

Le Design Thinking se compose de 6 phases : la phase d'empathie, la phase de définition, la phase d'idéation, la phase de prototypage, la phase de test et la phase de mise en œuvre. Ces 6 phases peuvent également être divisées en 9 étapes pratiques qui vous guideront tout au long du processus de Design Thinking.

Il s'agit d'un **processus de divergence et de convergence**. Il faut d'abord ouvrir la pensée pour générer un large éventail d'idées, avant de les hiérarchiser et de les limiter à nouveau. Dans

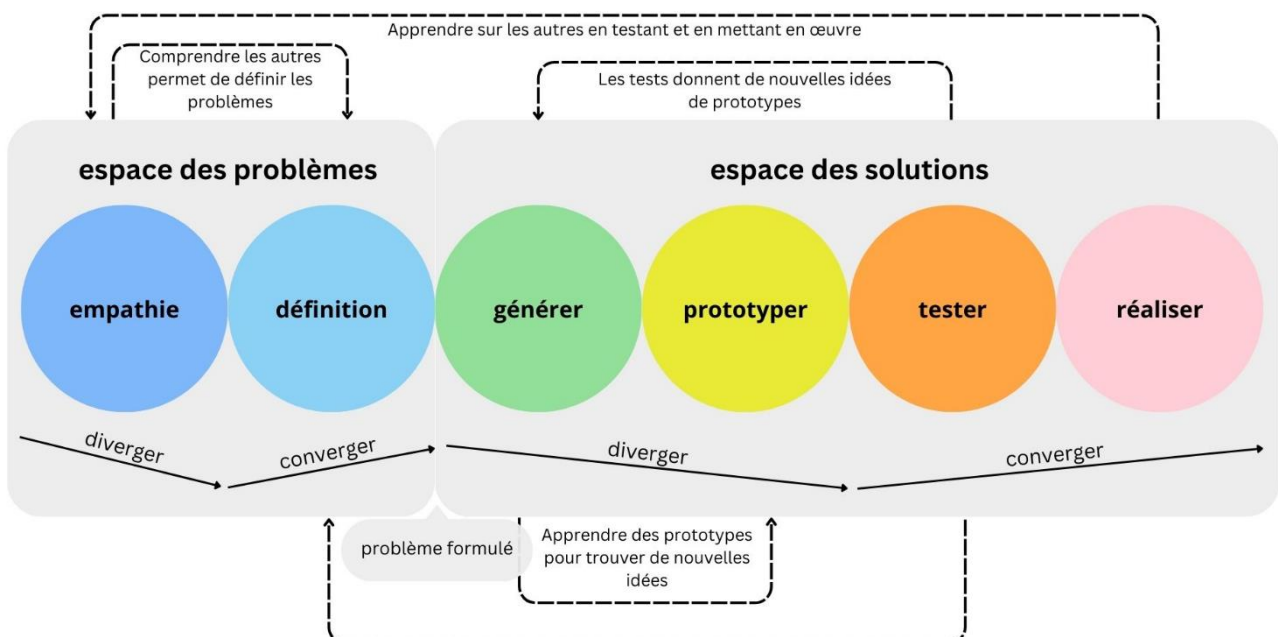


Illustration 1: Les 6 phases du Design Thinking

la phase d'empathie, on fait beaucoup de recherches et on parle avec d'autres personnes. Cela permet d'élargir la compréhension du problème du point de vue du groupe cible (diverger). Ensuite, la phase de définition permet de regrouper et de consolider les connaissances (converger). Dans la phase de recherche d'idées, de nombreuses idées de solutions sont rassemblées (diverger). Enfin, les idées sont échangées, discutées, classées par ordre de priorité et sélectionnées (converger). Différentes techniques sont utilisées pour classer les solutions par ordre de priorité et développer ensuite des prototypes individuels.

Le Design Thinking est un **processus non linéaire**. En passant par les différentes phases, vous pouvez vous rendre compte que vous n'êtes pas sur la bonne voie. Il se peut que vous deviez refaire des recherches ou que vous découvriez que la solution existe déjà. Il se peut également que le test de l'idée révèle qu'elle ne fonctionne pas. Ce n'est pas grave ! Des ajustements peuvent être effectués à tout moment et vous pouvez revenir aux phases précédentes ou même au début. Ces boucles de retour en arrière permettent d'identifier les défis ou le potentiel d'optimisation pendant la phase de développement.

Vous connaissez maintenant les éléments de base du Design Thinking et êtes prêt à entamer le processus avec votre équipe.

1. Phase d'empathie

Dans la phase d'empathie, il s'agit d'**identifier les défis** que vous voulez résoudre. L'objectif est de comprendre les pensées, les sentiments et les motivations des autres personnes qui sont liées d'une manière ou d'une autre au défi. Vous devez laisser de côté vos propres hypothèses. Cela vous permettra de **mieux comprendre le comportement des autres et d'identifier leurs besoins**. En regardant un défi du point de vue d'une autre personne, vous pouvez mieux

comprendre la situation et développer de nouvelles idées.

Il n'est pas rare que plusieurs défis, petits et grands, vous préoccupent simultanément. L'étape 1 permet de distinguer les défis les plus pertinents des défis moins pertinents. Vous savez déjà à quel défi vous voulez vous attaquer en premier ? Dans ce cas, vous pouvez sauter l'étape 1 et passer directement à l'étape 2.



Étape 1 : Identifier et sélectionner le défi

1. Pensez aux défis auxquels vous êtes confrontés. Réfléchissez individuellement à 1-4 défis et notez chacun d'eux sur une feuille de papier séparée.
2. Concrétisez les défis, si nécessaire, pour les réduire à une taille que vous pouvez raisonnablement envisager.
3. Disposez tous les défis dans la pièce et rassemblez-vous autour d'eux. Essayez de les regrouper ou de les rassembler en zones problématiques.
4. Une fois que vous les avez regroupés et identifiés, chaque membre de l'équipe peut voter pour 2 défis qu'il pense pouvoir relever et qu'il souhaite aborder.
5. À la fin, 2 ou 3 défis devraient être sélectionnés.

Étape 2 : Comprendre le défi

Vous voulez maintenant mieux comprendre les défis sélectionnés et leur environnement. Pour cela, essayez de répondre aux questions suivantes concernant **le groupe cible**, **le défi** et **le besoin** :

1. Qui ou quoi est concerné par ce défi ?
2. Pourquoi ce défi se présente-t-il ?
3. A quelle fréquence ce défi se produit-il ?
4. Quelle est la cause de ce défi ?
5. Quels sont les besoins des parties prenantes concernées ? De quoi ont-elles besoin pour améliorer la situation ?

Conseil: Des outils tels que les arbres à problèmes, les cartes mentales, l'analyse des causes et des effets peuvent vous aider à trouver et à comprendre les défis.

Outil: L'interview d'empathie

La réalisation d'entretiens avec certaines des personnes impliquées ou concernées par le problème vous aidera à mieux comprendre le problème du point de vue des personnes concernées. Pour comprendre leurs besoins, leur réalité et leurs souhaits, vous devez leur poser des questions ouvertes, les laisser s'exprimer et les écouter attentivement. Voici quelques idées pour une interview efficace :

- Présentez-vous et votre projet.
- Concentrez-vous sur votre interlocuteur, demandez-lui de se présenter.
- Établissez une relation.
- Posez des questions sur des incidents ou des événements spécifiques et encouragez votre interlocuteur à raconter des histoires.
- Posez des questions simples et une seule à la fois.
- Soyez attentif aux incohérences et aux contradictions ; ce que les gens disent et ce qu'ils font peut être très différent.
- Soyez attentif aux indices non verbaux, tels que l'utilisation des mains ou les expressions faciales.

- Posez des questions neutres et ne suggérez pas de réponses à vos questions.
- Explorez les sentiments tels que "Pourquoi ressentez-vous... ?" "Que ressentez-vous lorsque... ?"
- Remettez en question les affirmations.
- Si vous n'y arrivez pas, demandez "Pourquoi ?". Le fait de demander constamment "Pourquoi ?" permet d'approfondir la compréhension des émotions et de la motivation.

Vous trouverez un guide plus détaillé sur les entretiens d'empathie [ici](#). La [carte de l'empathie](#) vous aidera également à résumer les conclusions des entretiens. Avec cette vue d'ensemble, vous êtes prêt à passer à la phase de définition.

Autres outils (en anglais):

- [Analyse Arbre à problèmes](#)
- [Analyse des parties prenantes](#)
- [Modèle du dire-penser-sentir](#)

2. Phase de définition

Dans la phase d'empathie, vous avez acquis une assez bonne compréhension de vos défis. La phase de définition consiste à analyser les informations recueillies et à formuler les défis sous forme de questions concrètes. Cela permet de faire un brainstorming pour trouver des solutions potentielles.

La question "Comment pouvons-nous ?" définit un défi ou un besoin, indique qui est concerné, dans quel contexte le défi apparaît et pourquoi le défi est important. En même temps, elle ne suggère pas de solutions possibles.

Étape 3 : Formuler la question "Comment pouvons-nous ?"

Une bonne question permet de trouver de grandes réponses et une solution optimale au défi. La formule suivante peut être utilisée à cet effet :

Comment pouvons-nous **verbe d'action**
pour **utilisateur-trice/groupe cible**
avec **besoin**
en supposant que **le défi est** ?

Exemple: Comment pouvons-nous préparer les fondateurs à réussir leurs idées de création d'entreprise s'ils ont peu d'expérience en matière de création d'entreprise ?

Exemple: Comment aider la population locale à s'engager dans le développement durable si elle est peu connectée ?

Lors de la formulation de la question, il est important de ne pas se replier sur sa propre compréhension du défi, mais de s'appuyer sur les conclusions de la phase d'empathie et de prendre en compte les perspectives de tous les participants. Pour vous aider, vous pouvez utiliser les réponses écrites à l'étape 3 pour remplir les espaces bleus, verts et orange de la question "Comment pouvons-nous ?". Lors de la formulation, vous pouvez également vous remémorer les moments "aha", les surprises ou les plus grands succès de la phase d'empathie.

Les points suivants constituent une bonne question "Comment pouvons-nous ?" :

- La question est suffisamment vague pour permettre la liberté de création.
- La question est suffisamment concrète pour être abordée.

- La question vise la cause fondamentale du défi.
- La question est facile à comprendre.
- La question ne suggère pas de solutions possibles.

Une fois que vous avez votre question "Comment pouvons-nous ?", vous devez **finalement vérifier si la dimension du défi est adaptée à votre situation**. La question "Comment pouvons-nous stopper la faim dans le monde ?" est certainement un défi, mais elle dépasse le cadre de nos possibilités. Essayez plutôt de formuler un défi qui peut être relevé par votre groupe, avec vos compétences et vos ressources, et avec l'aide de vos parties prenantes.

Autres outils (en anglais):

- [Worksheet: Créer des questions «Comment pouvons-nous»](#)
- [Boîte à outils: Questions «Comment pouvons-nous»](#)

3. Phase d'idéation

Dans la phase d'idéation, vous êtes prêt à rassembler des idées de solutions possibles à votre défi. Le point de départ est la question "Comment pouvons-nous ?" à laquelle vous souhaitez répondre. Lors de la phase de recherche d'idées, vous voulez rassembler autant d'idées que possible en peu de temps. Vous pouvez également trouver des idées farfelues, absurdes ou amusantes. Ne faites pas de sélection à ce stade, mais notez chaque idée qui vous vient à l'esprit.

De plus, à ce stade, il est important de partager les idées avec d'autres personnes en permanence. La recherche d'idées est un sport d'équipe où chaque membre peut apporter sa propre perspective et ses propres forces, et où chacun peut construire ses idées à partir des idées des autres.



Étape 4: Faire un brainstorming d'idées

1. Rassemblez individuellement autant d'idées que vous pouvez en avoir et notez chacune d'elles sur un post-it séparé.
2. À un moment donné, chacun prend ses meilleures idées et les place dans un cercle.
3. Tout le monde lit les idées sélectionnées en silence. Ensuite, répondez aux questions et regroupez les idées similaires. Vous pouvez vous appuyer sur les idées des autres pour en développer de nouvelles.
4. Chaque personne peut voter pour 2 idées. Les 2 ou 3 idées qui auront reçu le plus de votes seront suivies.

Étape 5: La serviette à idées

La serviette à idées vous aide à mieux comprendre les idées que vous avez trouvées et à vous préparer à la phase de prototypage. Pour ce faire, répondez aux questions suivantes de la serviette à idées.

1. Qui est le groupe cible de l'idée ?
2. Comment l'idée fonctionne-t-elle ?
3. Quel défi l'idée résout-elle pour le groupe cible ?
4. Formulez une histoire en 6 mots de votre idée.
5. Si l'idée s'avère être un succès, à quoi pourrait ressembler une mise à l'échelle ?

6. Quelles sont les hypothèses que vous souhaitez tester ?
 - a. Hypothèse 1 (par exemple, le groupe cible a le défi X.)
 - b. Hypothèse 2 (par exemple, cette solution n'existe pas encore.)
 - c. Etc.

Avant de choisir les meilleures idées, vous devez vous demander si la solution existe déjà. Si oui, pouvez-vous vous joindre ou participer à la solution existante ? Ou y a-t-il une possibilité d'élargir ou de modifier votre idée pour vous démarquer du projet existant ?

Conseil: Si, après avoir rempli la serviette à idées, vous arrivez à la conclusion que l'idée n'en vaut pas la peine, vous pouvez sans crainte l'abandonner et explorer une autre idée, ou même faire quelques pas en arrière.

Il s'agit maintenant de sélectionner les meilleures idées. La matrice de décision vous y aide. Les idées sont placées dans la matrice en fonction de leur impact et de leur faisabilité. Plus l'idée est en haut à droite, plus elle est efficace et réalisable. Il est fort probable que l'idée qui se trouve le plus en haut à droite soit la meilleure solution possible pour le défi identifié. C'est l'idée que vous allez emmener à la phase suivante.

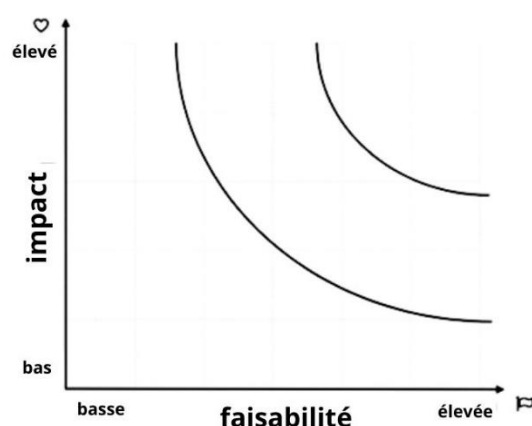


Illustration 3: La matrice de décision

Étape 6: Choisir des idées

Discutez des 2-3 meilleures idées en termes d'impact et de faisabilité et placez-les sur la matrice de décision.

- Impact : Quel est l'impact positif de votre solution sur l'environnement et les personnes concernées ?
- Faisabilité : Votre projet est-il réalisable dans un délai raisonnable et avec les ressources dont vous disposez ou que vous pouvez mobiliser ?

Autres outils (en anglais):

- [Exercice d'échauffement : 30 cercles](#)
- [Les 7 règles du Brainstorming](#)
- [Trouver des idées avec la méthode Mash-Up](#)
- [Brainwriting \(méthode 6-3-5\) pour le Brainstorming \(en allemand\)](#)
- [Matrice de priorisation](#)

4. Phase de prototypage

La phase de prototypage consiste à valider la solution proposée en la construisant ou en la présentant sous forme de prototype et à obtenir un retour d'information de la part du groupe cible. Cette phase se compose de trois parties. Tout d'abord, un prototype est créé sur la base de toutes les étapes précédentes. Ensuite, le prototype est partagé avec d'autres personnes qui seraient amenées à l'utiliser ultérieurement et leurs commentaires verbaux et non verbaux sont enregistrés. Ensuite, une réflexion est menée sur les points clés du feedback et le prototype est amélioré.





Étape 7: Créer un prototype

Vous allez ensuite explorer la meilleure solution possible pour le défi afin de comprendre à quoi ressemblerait la mise en œuvre de la solution, si vous avez des hypothèses sous-jacentes sur cette idée qui doivent être vérifiées, et comment cette idée résout réellement le problème. Créez un prototype pour cela. Celui-ci peut prendre n'importe quelle forme. Un croquis, une vidéo, une histoire illustrée ou un modèle de Lego en sont quelques exemples. L'important est que le prototype rende votre idée facile à comprendre et à appréhender afin que d'autres personnes puissent vous donner un feedback rapide et détaillé.

Vous êtes maintenant prêt à présenter votre idée à votre groupe cible. Vous pouvez ainsi recueillir des informations précieuses et vous assurer que votre solution répond réellement aux besoins de votre groupe cible.

Étape 8: Présenter l'idée

1. Présentez votre idée à des personnes de votre groupe cible à l'aide de la serviette à idées afin d'obtenir un feedback. Préparez-vous à répondre aux questions.
2. Notez les commentaires que vous avez reçus dans la grille ci-dessous.
3. Discutez du feedback et de la manière dont vous pouvez l'utiliser pour améliorer votre solution.

 fonctionne bien	doit être changé 
 questions sans réponse	nouvelles idées à tester 

Conseil: La manière dont vous présentez votre idée et les questions que vous posez sont des aspects essentiels pour obtenir un feedback précieux. Avec votre prototype, vous voulez susciter une discussion riche. Essayez donc de ne pas sur-expliquer le prototype ou de le vendre. Demandez plutôt aux participants de vous faire part de leur processus de réflexion et encouragez la discussion sur les possibilités d'amélioration de l'idée.

Autres outils (en anglais):

- [Outils de storyboard & de maquette](#)
- [Modèle de storyboard](#)

5. Phase de test

La phase de test est le début de la **planification du projet**. Elle vous permet de tester certaines idées jusqu'à ce que vous soyez prêt à les mettre en œuvre. Cette étape vous occupera pendant les semaines et les mois à venir.

Lors de la planification, il est important de réfléchir à l'idée sous tous les angles. Les questions de l'étape 8 et la serviette à idées que vous avez utilisée lors de la phase de recherche d'idées peuvent vous aider.



Étape 9: Planifiez la mise en œuvre de votre idée

1. Formulez la solution en 2-3 phrases
2. Quel problème l'idée aborde-t-elle ?

3. Pourquoi voulez-vous mettre en œuvre cette idée ? Quelle est votre motivation ?
4. Quels sont les points forts de votre idée ?
5. Qui est le principal groupe cible de l'idée ? Qui est le groupe cible secondaire ?
6. Quels sont les objectifs de votre idée (3-4 objectifs) ?
7. Quelles mesures peuvent être prises pour atteindre vos objectifs ?

Lors de la formulation des objectifs, assurez-vous qu'ils soient **SMART**. Cela signifie qu'ils doivent être spécifiques, mesurables, réalisables (achievable), pertinents (relevant) et datés (time-bound). Pour les mesures correspondantes, il ne s'agit pas encore de choses à faire détaillées, mais de mesures et d'étapes dans les grandes lignes.

Étape 10: Gestion de projet

1. Choisissez votre équipe en déterminant les rôles et les tâches de chacun.
2. Déterminez les tâches à partir de vos objectifs et mesures et regroupez-les en lots de travail pertinents.
3. Définissez les échéances importantes et les deadlines.
4. Établissez une vue d'ensemble de vos finances et assurez-vous qu'elles soient toujours à jour.
5. Gardez à l'esprit qu'il existe des projets similaires, qu'une collaboration pourrait être utile et quelle forme pourrait prendre une telle collaboration.

6. Phase de mise en œuvre

La phase de mise en œuvre est propre à chaque projet. C'est pourquoi ce guide s'arrête ici. Pour votre équipe et votre projet, cela ne signifie pas pour autant la fin. Vous pouvez maintenant vous organiser et commencer à mettre en œuvre la solution que vous avez trouvée après avoir lu ce guide.

Conseil: Gardez un œil sur le processus et documentez et surveillez tout ce qui est important. De plus, mesurez l'impact de vos activités et mesures pour voir si elles sont efficaces et si vous atteignez vos objectifs.

Au fur et à mesure que vous travaillerez sur le projet, il y aura certainement des événements et des apports inattendus qui modifieront votre projet d'une manière ou d'une autre, voire le bouleverseront complètement. Cela fait partie du processus. Continuez simplement à utiliser le même processus de Design Thinking et le même état d'esprit, faites peut-être quelques pas en arrière pour trouver une solution à un défi, et vous finirez par atteindre votre objectif.

Conseil: Si vous ne parvenez pas à progresser, si vous constatez que la solution ne fonctionne pas, repensez à votre idée, reprenez certaines des étapes de la réflexion sur le design ou explorez une autre solution.

Plein succès !



Autres ressources (en anglais)

- [Kit de Design Kit avec outils et inspiration](#)
- [Une collection de Case Studies](#)
- [d.School Design Questions Library](#)
- Article: [Le Design Thinking en tant que méthode efficace de définition des problèmes et des besoins pour les équipes entrepreneuriales qui s'attaquent à des problèmes épineux](#)
- Article: [Pourquoi le Design Thinking fonctionne](#)
- Article: [Conseils et outils pour l'idéation](#)
- Vidéo: [TED Talk: Tim Brown encourage les designers à voir grand](#)
- Playlist: [Playlists d.School "Active" pour les activités physiques et pour laisser libre cours à la créativité et "Reflective" pour les discussions en petits groupes et le travail individuel.](#)
- Podcast: [Tim Brown, CEO de IDEO, sur le pouvoir du Design Thinking](#)
- Webinaire: [Webinaire Design Thinking: Qu'est-ce que c'est et pourquoi je devrais m'y intéresser?](#)
- Cours: [Introduction au Design centré sur l'humain](#)
- Cours: [Prototypage](#)

Auteures



Leata Kollaart

Leata est coordinatrice WWF Youth global et national. Avec son atelier de Design Thinking, elle encourage les jeunes à réaliser leurs projets. Sa devise : "If you are going to innovate, be fearless" (Si vous voulez innover, soyez sans crainte).



Riccarda Schmid

Riccarda coordonne les contributions au savoir pour le One Planet Lab. Elle s'intéresse aux pensées et aux méthodes innovantes et à la manière dont elles peuvent contribuer à un changement de mentalité et à un avenir globalement durable.

Ce guide est basé sur du matériel de « Innovation at WWF » et sur un atelier de WWF Youth.



Initié par le WWF Suisse
Soutenu par la Fondation Mercator Suisse
et la Fondation Hamasil

One Planet Lab, Suisse alémanique
Patricia Matzdorf
patricia.matzdorf@wwf.ch
044 297 22 84

One Planet Lab, Suisse romande
Ingrid Fumasoli
ingrid.fumasoli@wwf.ch
021 966 73 84