# L'esprit design
de Tim BROWN

## Le "design thinking", c'est quoi ?

### Une aptitude à penser de manière intégrative et décloisonnée

Faire la différence entre "être un désigner" et "penser en designer" : l'objectif est de transférer un ensemble de compétences et d'outils à d'autres acteurs qui vont les appliquer à des problématiques plus vastes (processus, services, interactions, formes de loisirs, manières de communiquer, de collaborer...).

Apprendre à considérer chaque question, de l'analphabétisme des adultes au réchauffement climatique, comme un problème de design.

### Une culture de l'innovation

Un environnement physique et social où l'innovation est favorisée

Possibilité d'expérimenter, de prendre des risques et d'explorer toute l'étendue de ses compétences

La réussite est récompensée, mais l'erreur est également possible (vs. culture de l'efficacité)

Les compétences sont décloisonnées

Le profit n'est pas l'objectif principal, c'est améliorer la vie des gens qui l'est

### Les trois étapes de l'innovation : inspiration, conceptualisation, réalisation

Inspiration : le problème ou la question qui donne lieu à la recherche de solutions

Conceptualisation : le processus de génération, de développement et de mise à l'épreuve des idées.

Réalisation : le cheminement qui va du bureau d'étude au marché.

### De l'objet à l'expérience

Les hommes passent de la consommation passive à la participation active

Les designers sont passés du stade où ils créaient pour le public au stade où ils créent *avec* lui

Les clients attendent de vivre une expérience plus que de posséder un produit

C'est la réflexion sur le processus qui fait toute la différence entre la création d'un service et la création d'une expérience

### Une bonne idée bien exécutée

Un produit/service peut échouer pour diverses raisons : qualité inégale, marketing peu imaginatif, mode de distribution inadapté, prix excessif...

L'expérience naît du processus de personnalisation

Pour qu'une idée se transforme en expérience, sa mise en oeuvre exige le même soin que celui apporté à sa conception

## Les outils du "design thinking"

### Formuler un objectif

Convertir un besoin (dont les gens n'ont pas forcément conscience) en demande

"Comment pourrions-nous... ?"

Comprendre la problématique à partir d'un cadre général

Nous entrons dans une ère de limites : la consommation à tout va ne pourra pas se poursuivre indéfiniment

Equilibrer la désirabilité, la faisabilité et la durabilité

### Intuition, observation, empathie

Les designers doivent inviter les clients à partager leur expérience

Collecter des faits, les synthétiser, les ordonner et les interpréter pour aboutir à l'écriture d'un récit cohérent

Demandez-vous si le problème posé est vraiment celui qui mérite d'être résolu

Observer, expérience "vis ma vie", recueil d'expériences

### Brainstorming

Le B est un moyen structuré de s'affranchir des structures. Il requiert de la discipline et de la pratique

Si la phase convergente de résolution du problème est ce qui nous fait progresser vers des solutions, l'objectif de la pensée divergente est de multiplier les options pour créer des choix

Règles du B : pas de jugements hâtifs, idées folles encouragées, rester concentrer sur le sujet, "construire à partir des idées d'autrui" pour les faire progresser.

### Expérimenter, prototyper

Rendre concret

Tester quelque chose en le construisant : donner forme à une idée pour explorer ses forces et ses faiblesses

Utiliser les outils visuels et expérientiels : scénarimage, improvisation théâtrale, théâtre forum

Prototypes d'expériences immatérielles : le storytelling décrit une situation en mots et en images

### Le pouvoir du récit *Storytelling*

Le récit nous sert à mettre nos idées en contexte et à leur donner une signification

Créer le design d'une interaction consiste à permettre à une histoire de se développer dans le temps

Une bonne histoire racontée avec art a un impact émotionnel redoutable