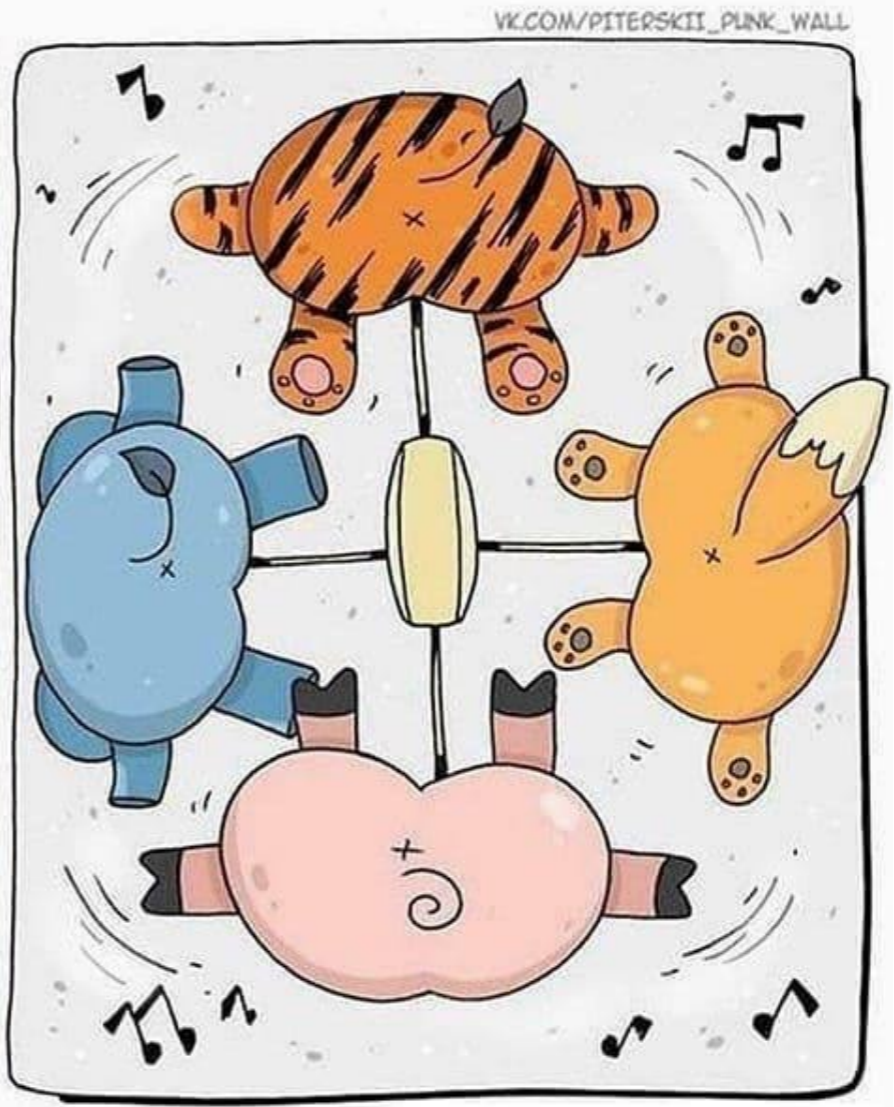


Une Démarche « centrée clients »

Comment la transformer en levier d'innovation?



utilisateurs vus comme partenaires

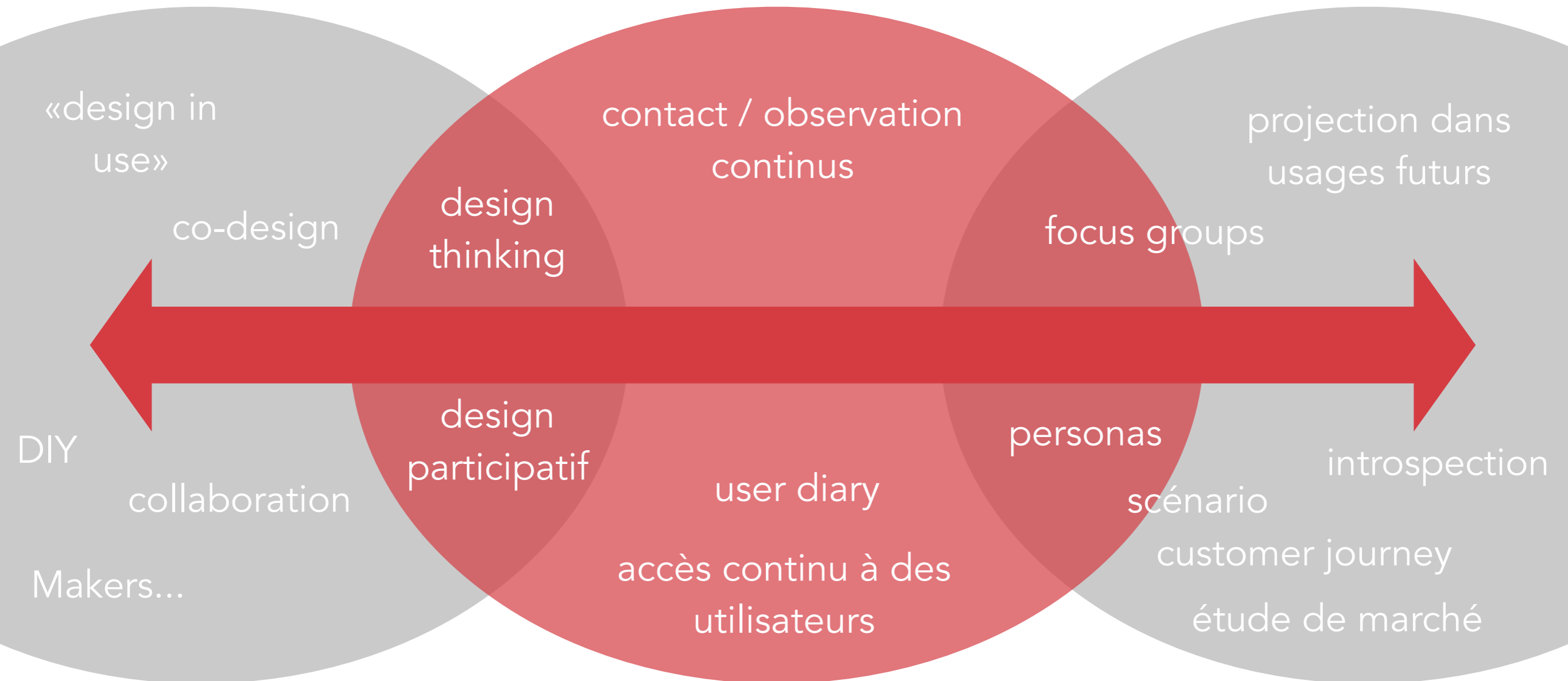
approches participatives

utilisateurs vus comme ressources

approches « centrées usagers »

utilisateurs vus comme sujets distants

approches traditionnelles



utilisateurs vus comme partenaires

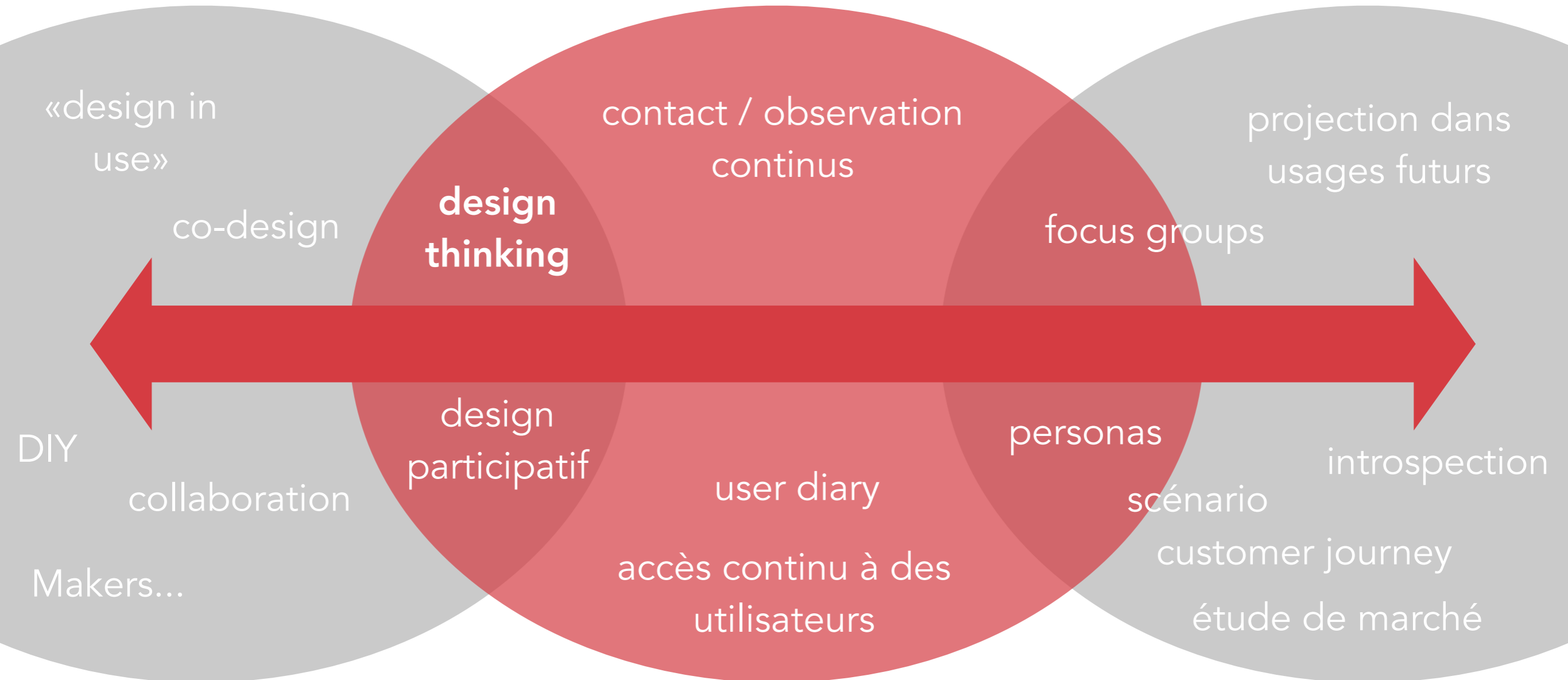
approches participatives

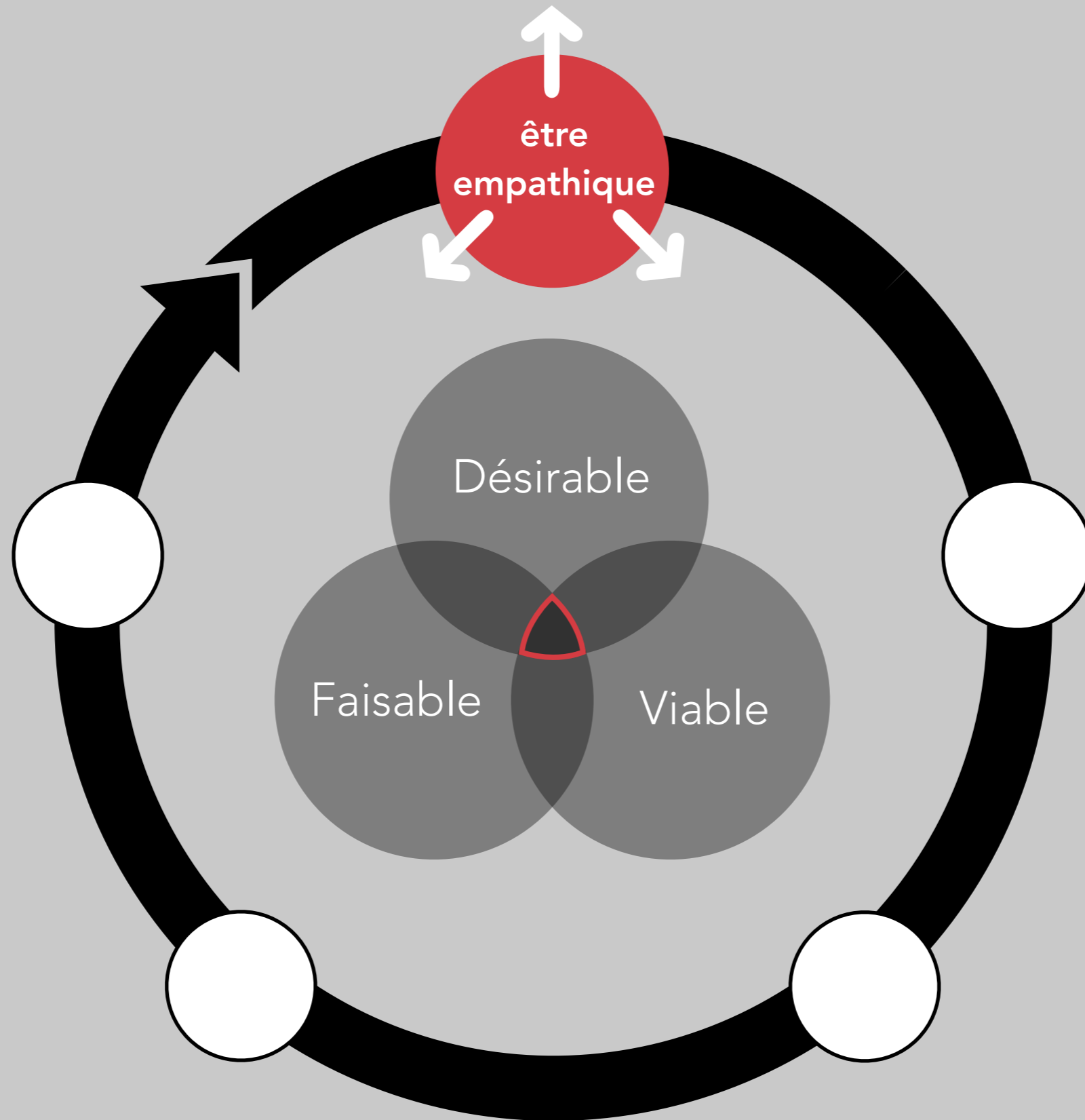
utilisateurs vus comme ressources

approches « centrées usagers »

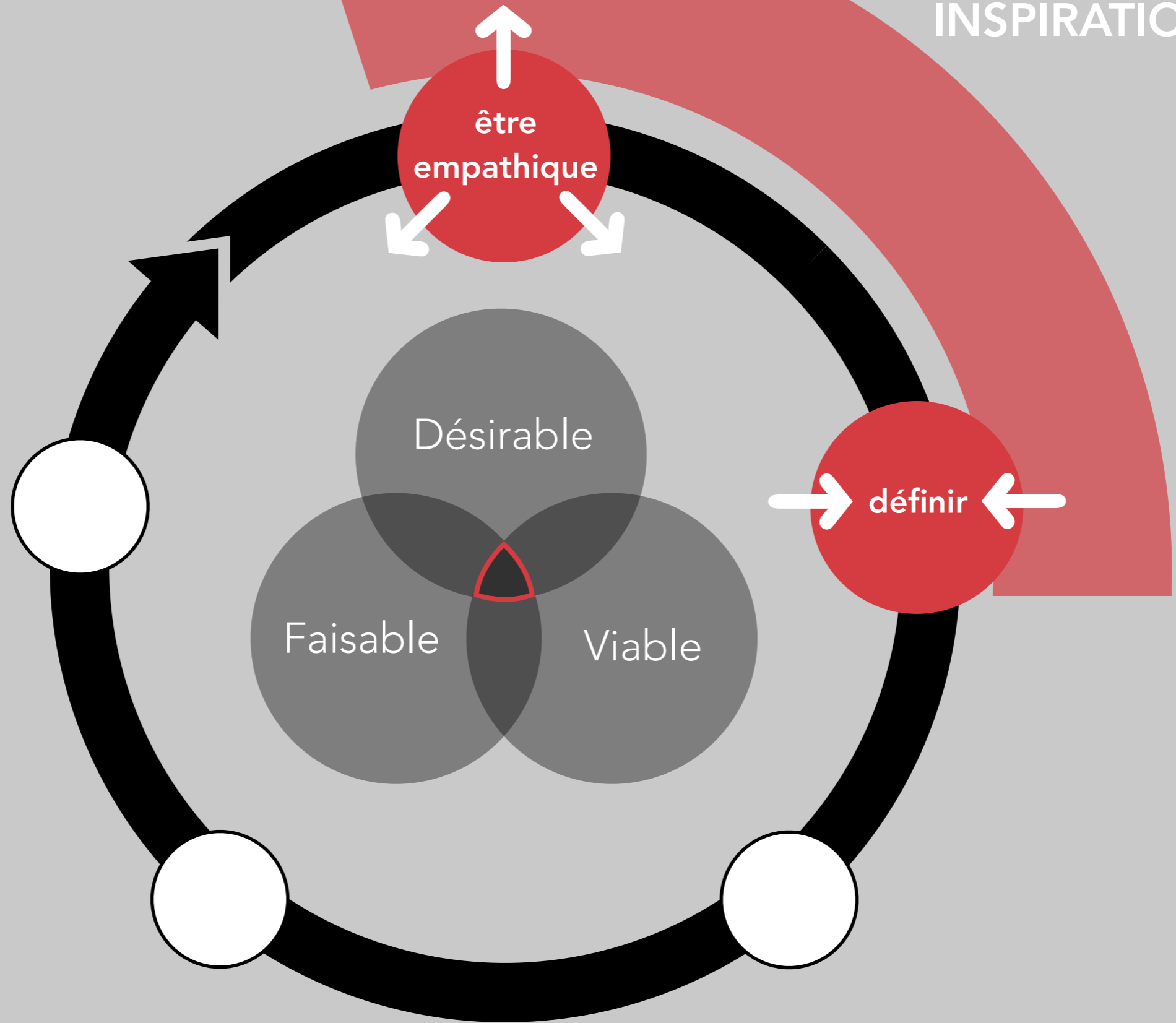
utilisateurs vus comme sujets distants

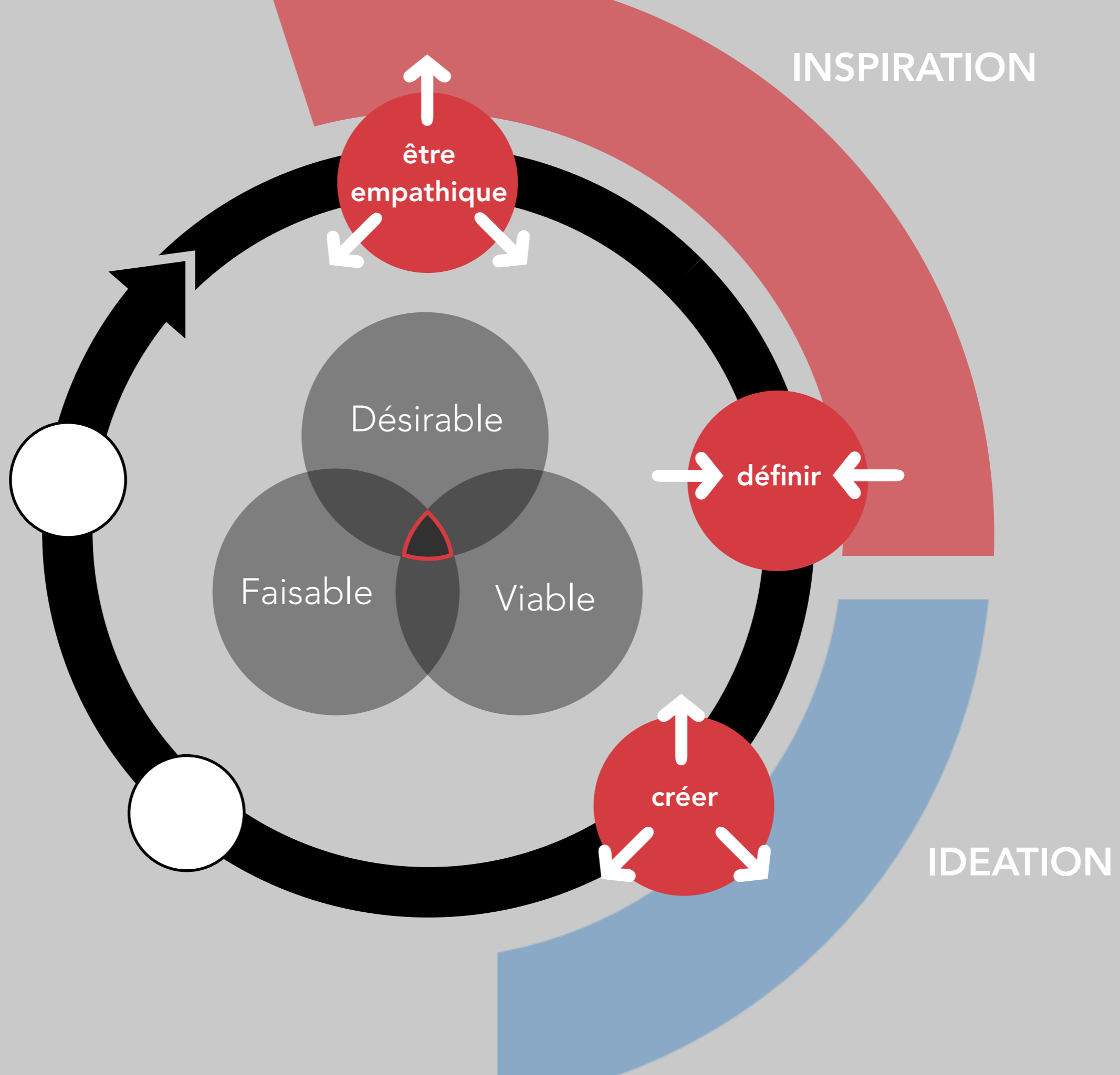
approches traditionnelles

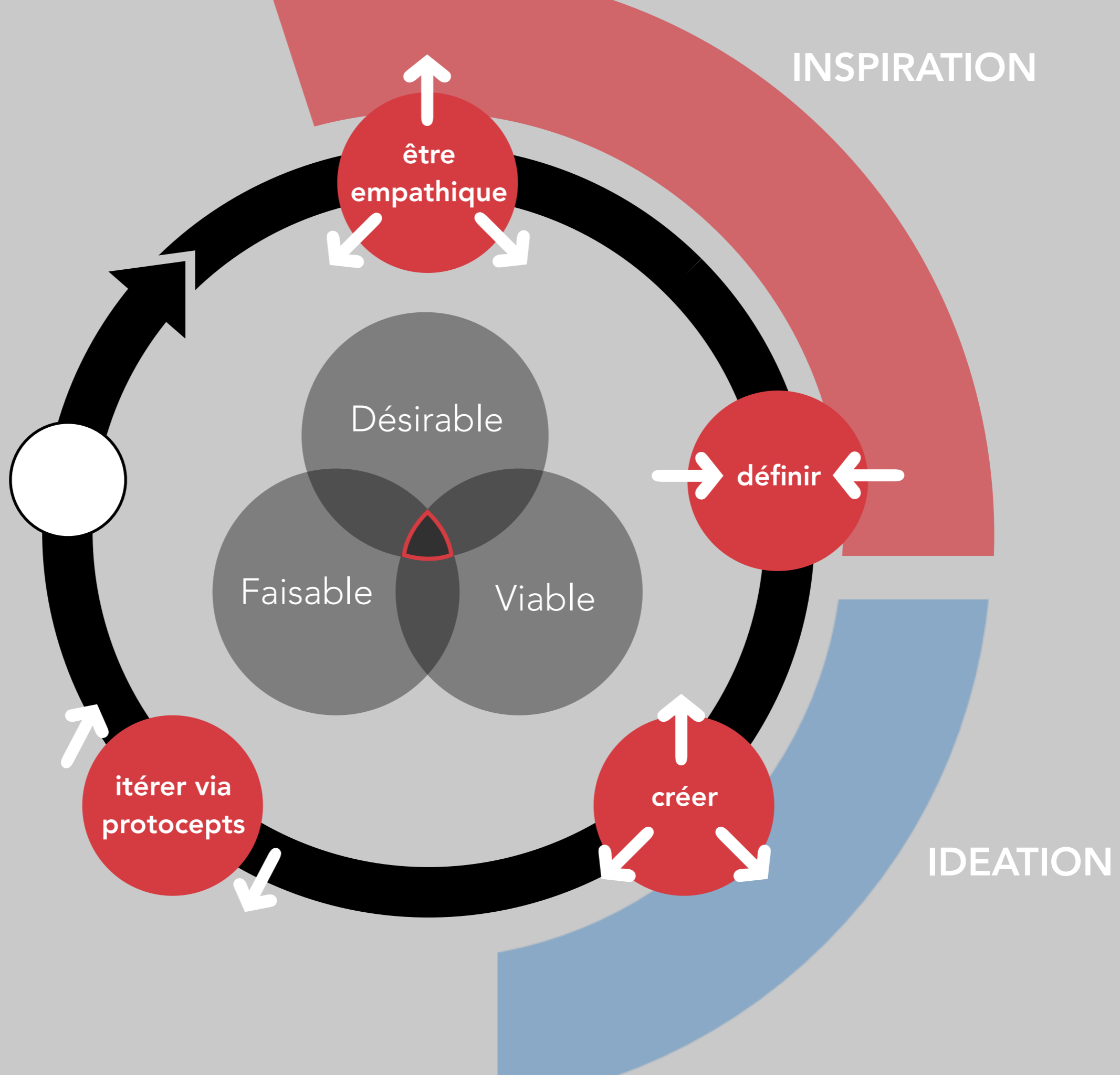




INSPIRATION

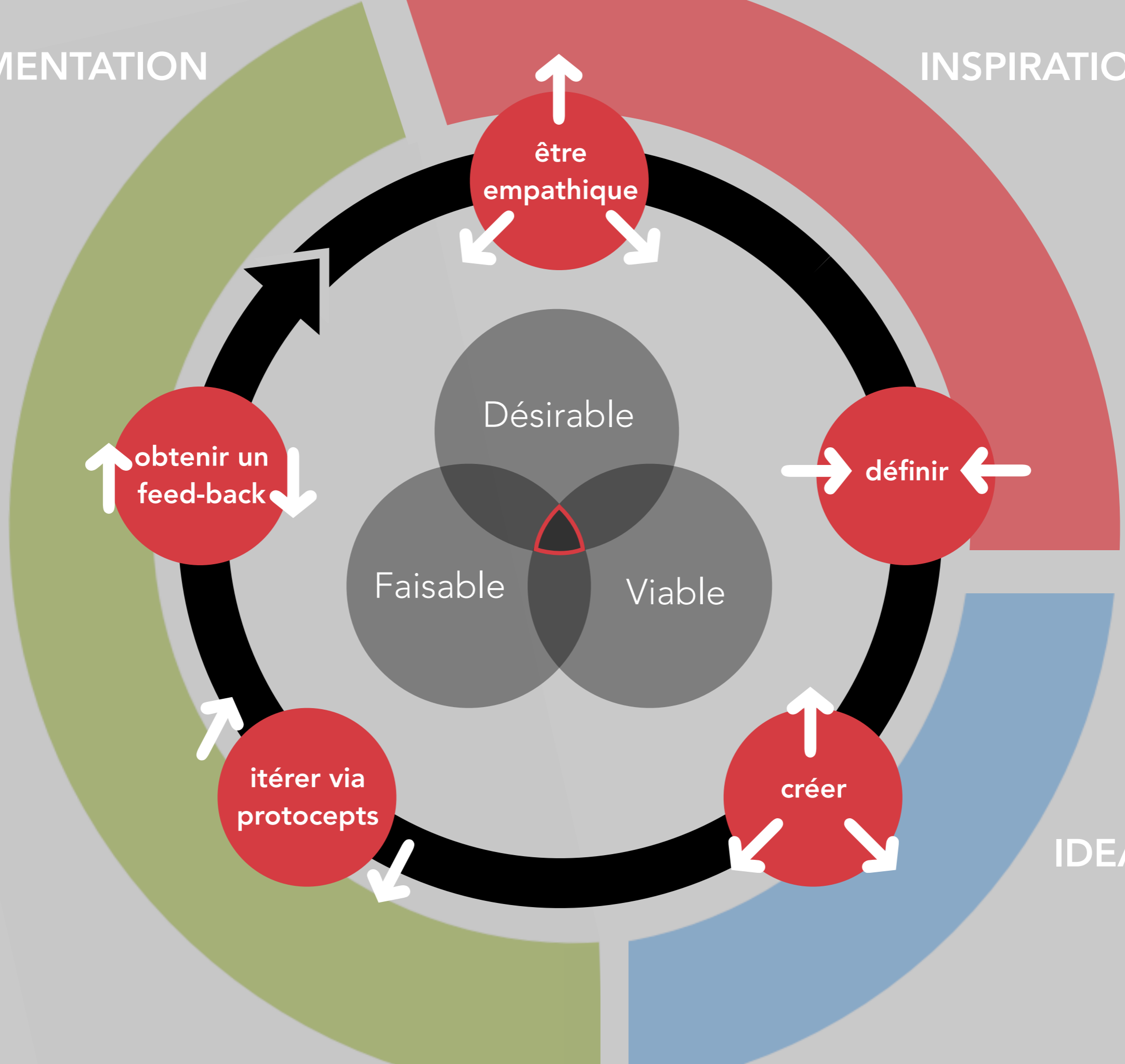






IMPLEMENTATION

INSPIRATION



être
empathique

obtenir un
feed-back

définir

itérer via
protocepts

créer

Désirable

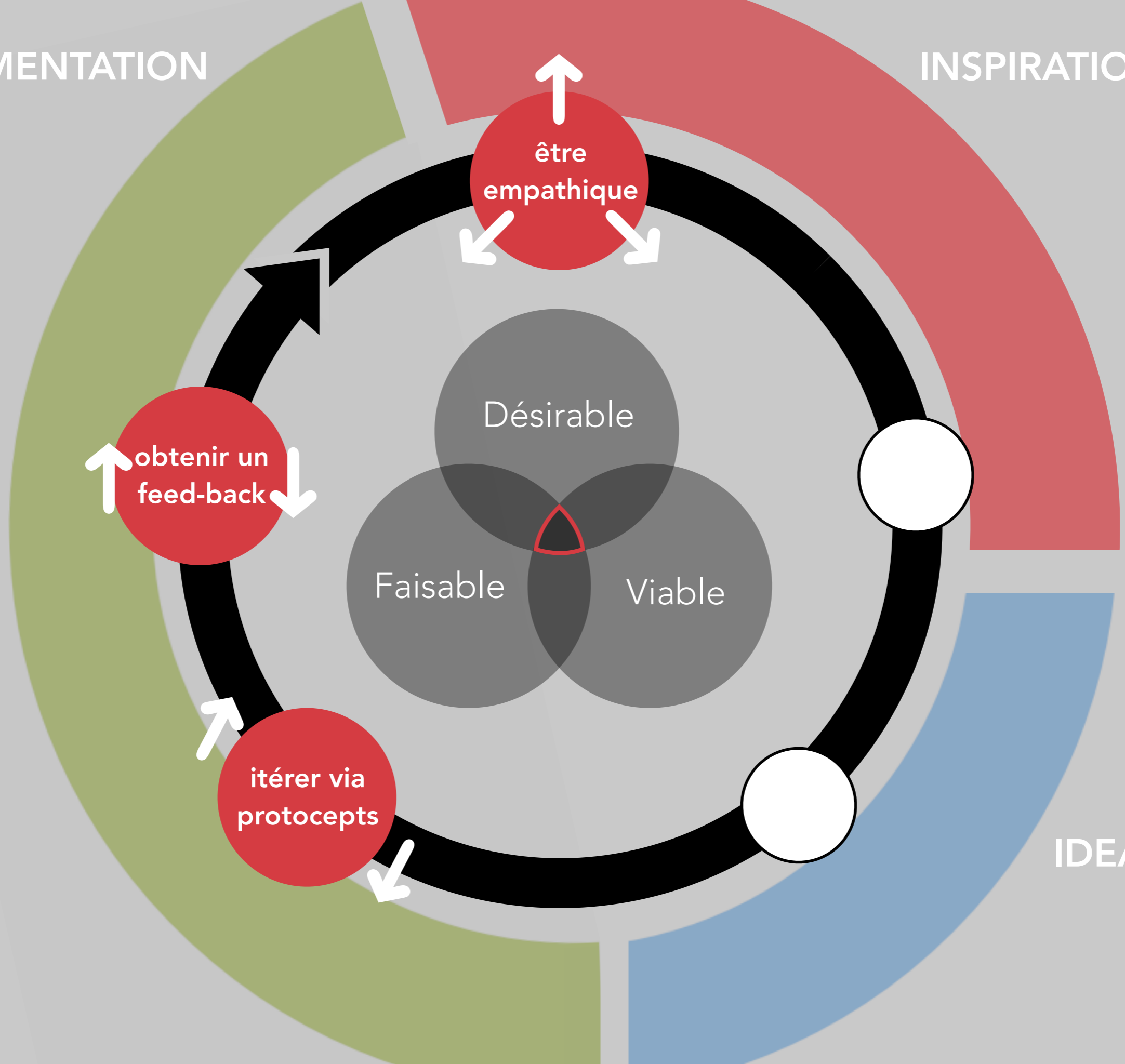
Faisable

Viable

IDEATION

IMPLEMENTATION

INSPIRATION



IDEATION

La démarche empathique

comprendre le client et son CdC

comprendre les utilisateurs finaux

comprendre sa propre démarche

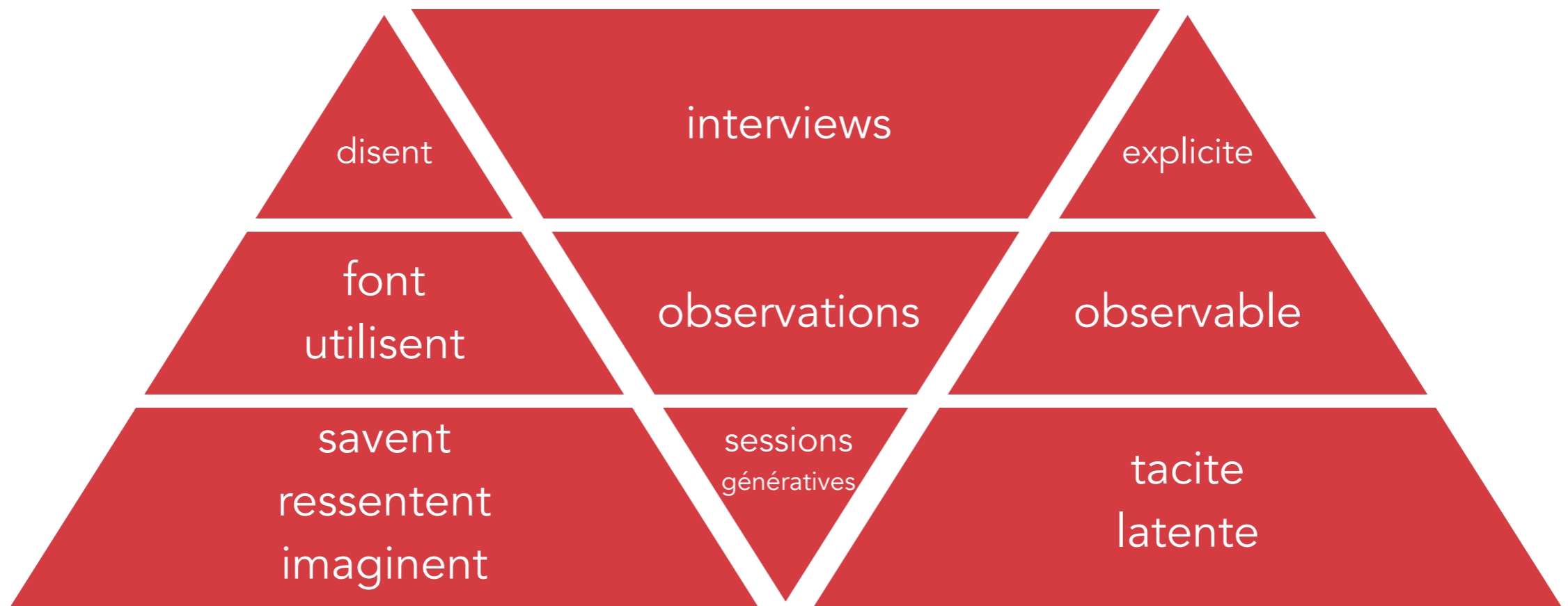


OXO «Lost gloves wall»

la verbalisation

ne résoud pas tout



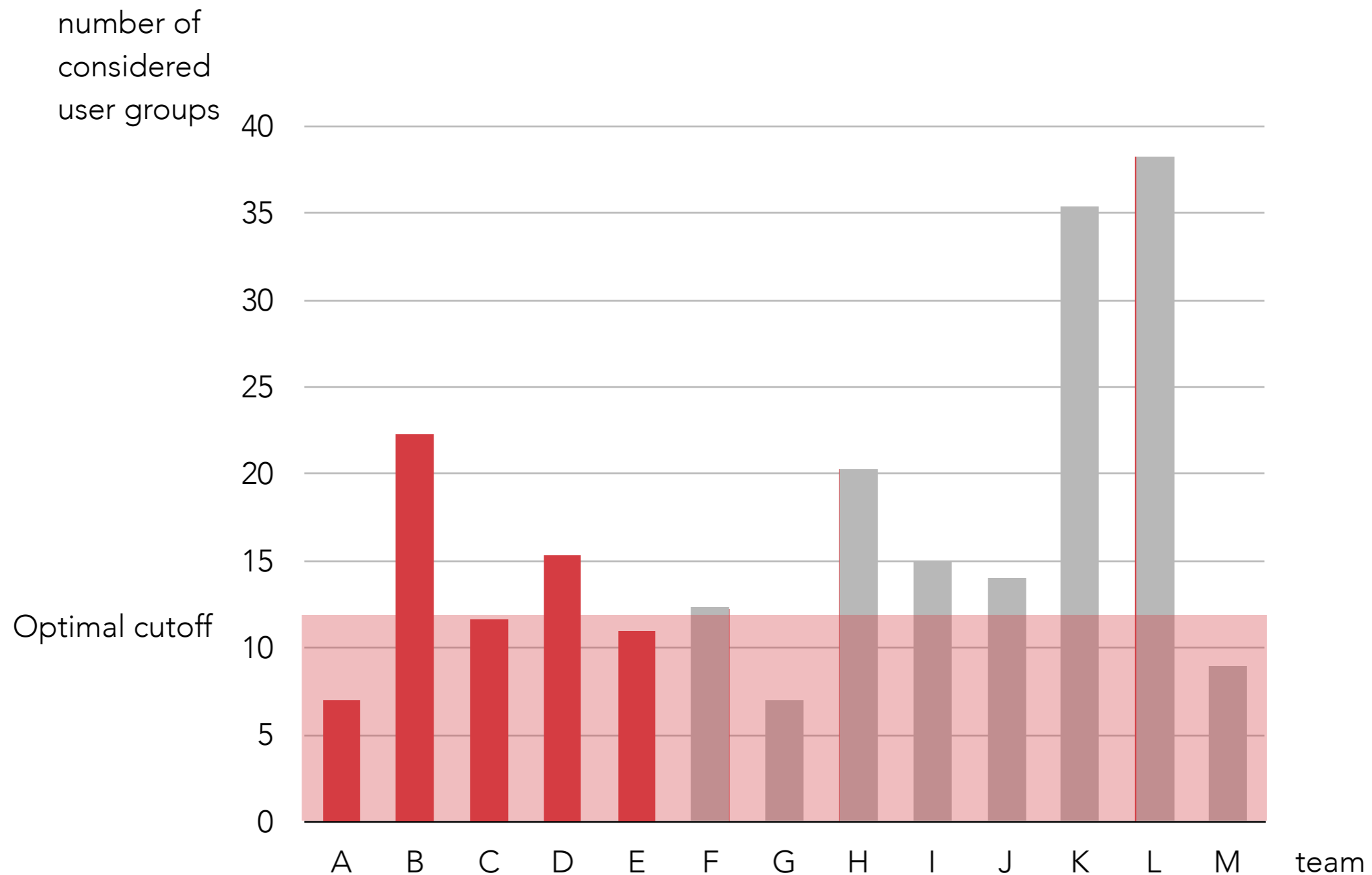


ce que les usagers...

... type de donnée récoltée

Quels profils d'usagers?

	Connaissance du domaine	Expérience d'usage	Insatisfaction	Nouveaux besoins et motivation
Expert	++	+/-	+/-	+/-
Usager extrême	+/-	++	+	+/-
Insatisfait	+/-	+/-	++	+/-
« Lead users »	+/-	+/-	+/-	++
Intra-preneurs	++	+/-	++	++
« Laggards »	-	-	+/-	-
Early Adopters	+	+	+/-	++
Usagers primaires	+/-	+	+/-	+/-
Usagers secondaires	+	+	+/-	+/-



> considérer systématiquement le plus grand nombre possible de profils usagers n'est pas nécessairement un gage de réussite

Le feed-back itératif par le
protocept

« Un investissement en temps anticipé en réalisation de protocepts mène à des solutions plus originales » (Acuna and Sosa, 2010)

« Les prototypes facilitent l'exploration progressive d'idées, la communication de concepts et la compréhension fine des expériences utilisateurs » (Buchenau and Sury, 2000)

« Des prototypes plus simples, comportant moins de composants et nécessitant moins de temps d'implémentation, conduisent à des processus et résultats plus efficaces » (Yang, 2005)

Time Period	Absolute Time		Cumulative Time		Percentage within Task Group		Percentage of Time Period		Percentage of Total Time	
	(P.Val)	(Rho)	(P.Val)	(Rho)	(P.Val)	(Rho)	(P.Val)	(Rho)	(P.Val)	(Rho)
1	0.010	0.686	0.010	0.686	0.009	0.688	0.010	0.686	0.010	0.686
2	0.010	0.686	0.010	0.686	0.010	0.686	0.010	0.686	0.010	0.686
3	0.276	0.327	0.045	0.563	0.831	0.066	0.476	0.244	0.476	0.217
4	0.679	0.127	0.290	0.318	0.629	-0.148	1.000	0.000	0.891	0.042
5	0.891	0.042	0.891	0.042	0.581	-0.169	0.680	0.127	0.784	0.085
6	0.326	0.296	0.731	0.106	0.784	0.085	0.150	0.423	0.326	0.296
7	0.579	0.170	0.227	0.360	0.578	0.170	0.224	0.362	0.579	0.197

> Corrélation positive entre le temps consacré (très tôt) au prototypage et la qualité perçue du projet

(Elsen, Häggman, Honda and Yang, 2012)

(Häggman et al., 2013)

1. innovation de rupture ?
2. chronophage !
3. retour sur investissement ?

(Norman & Verganti, 2012)

(Cain, 2005)

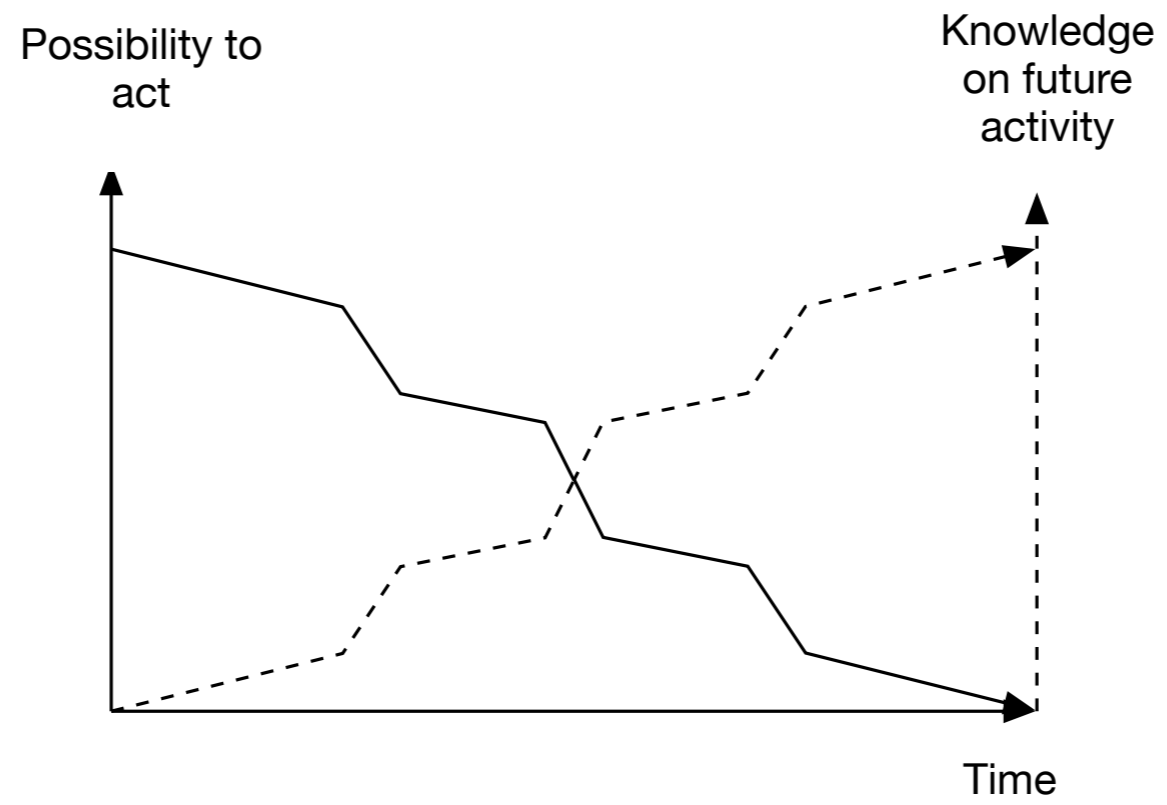
(Postma et al., 2012)



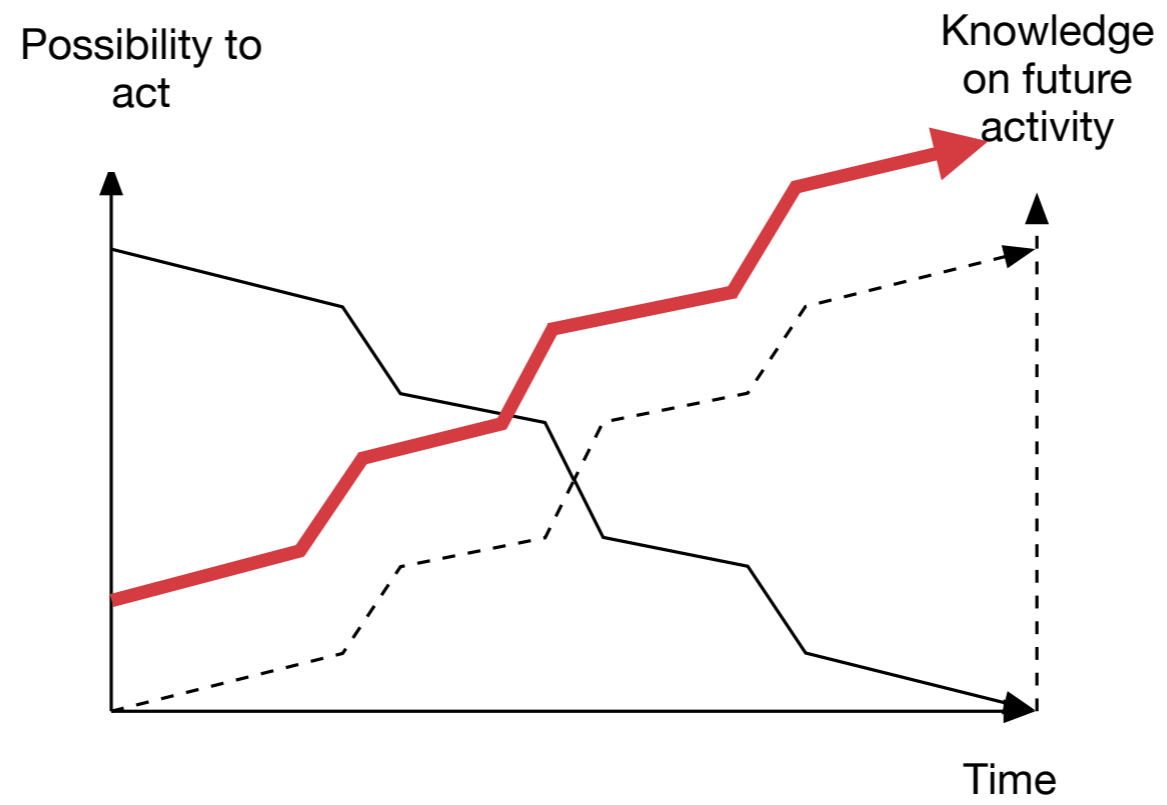
les freins

«If I'd asked customers what they wanted they would have said a faster horse»

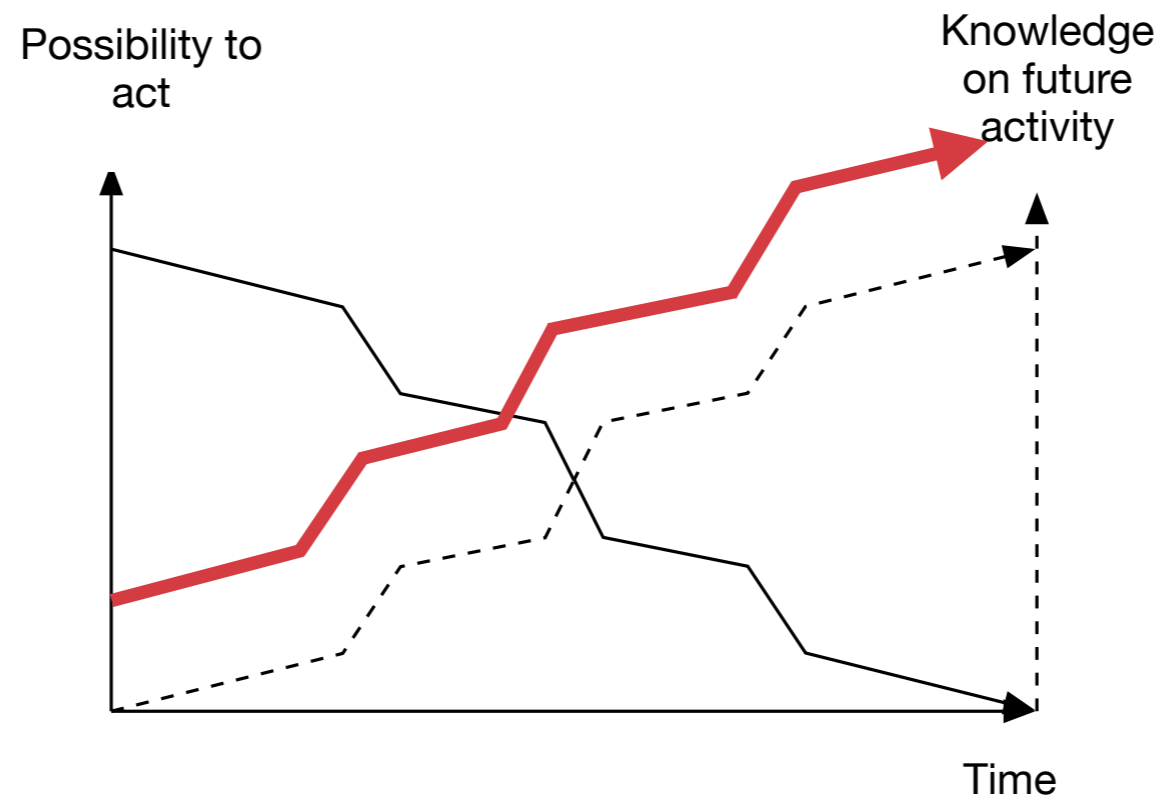
(Ford, ca. 1908)



(Midler, 1996)

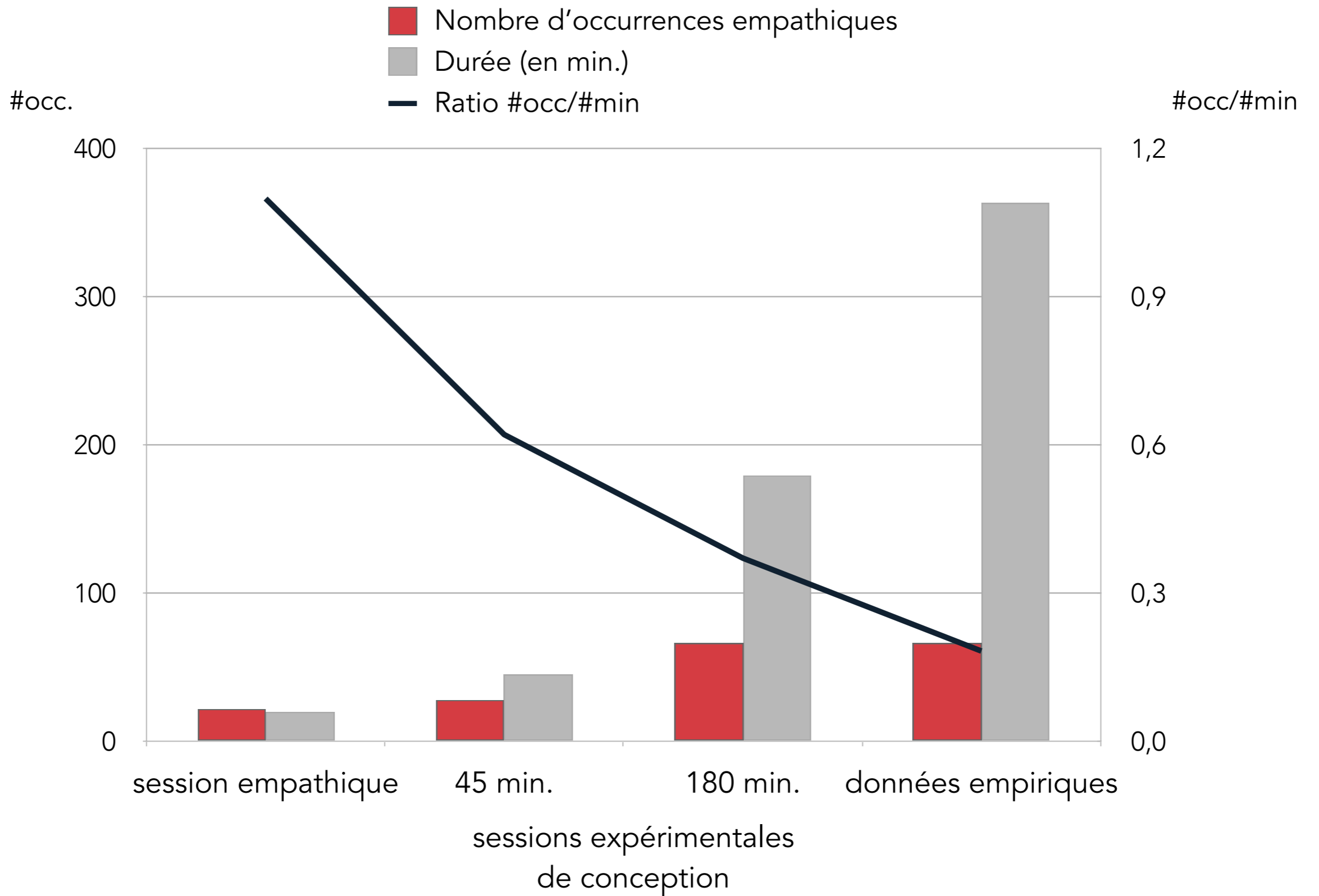


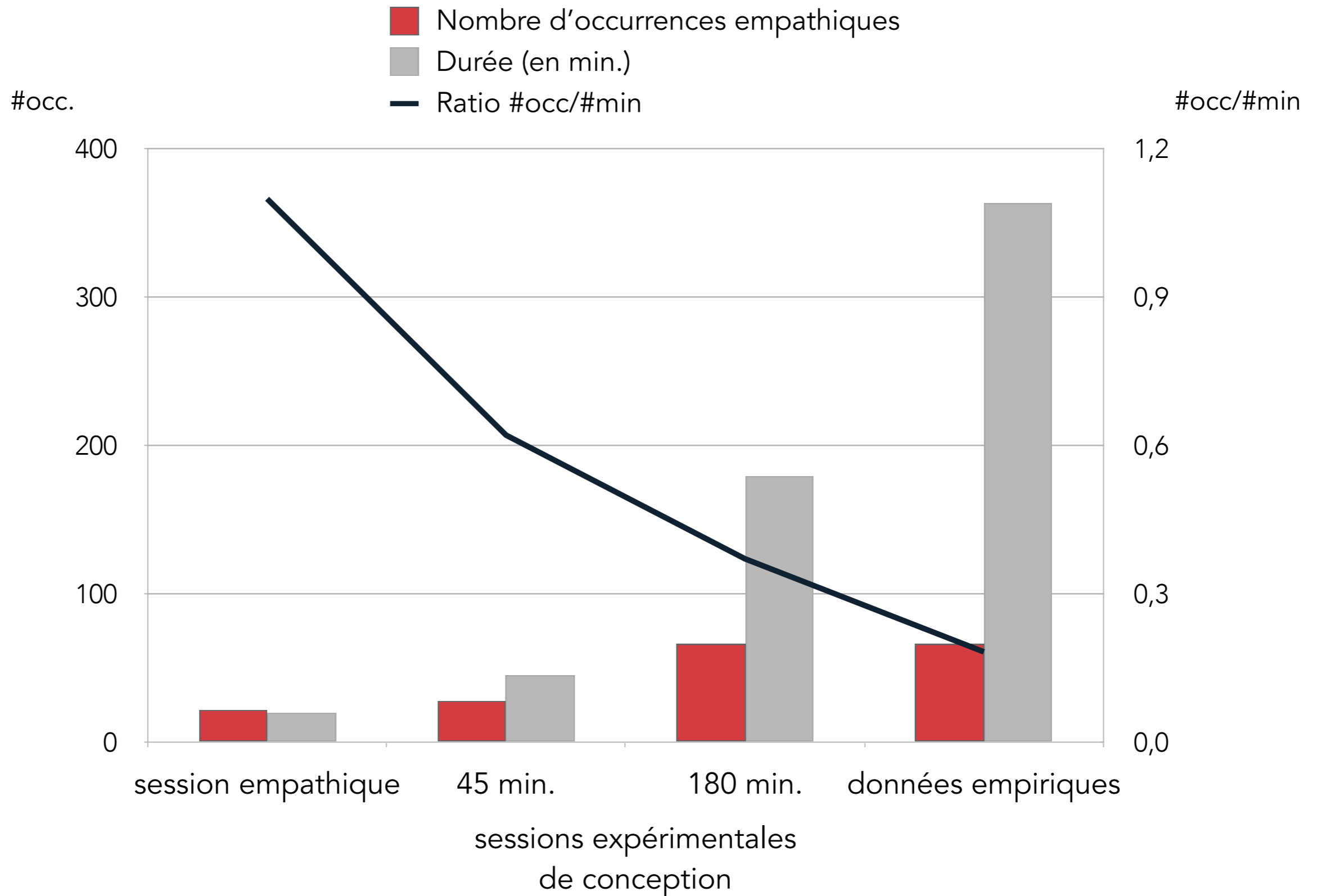
(Midler, 1996)



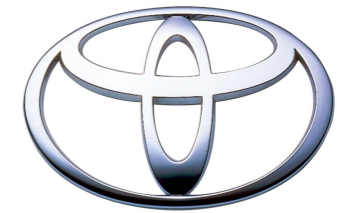
(Midler, 1996)

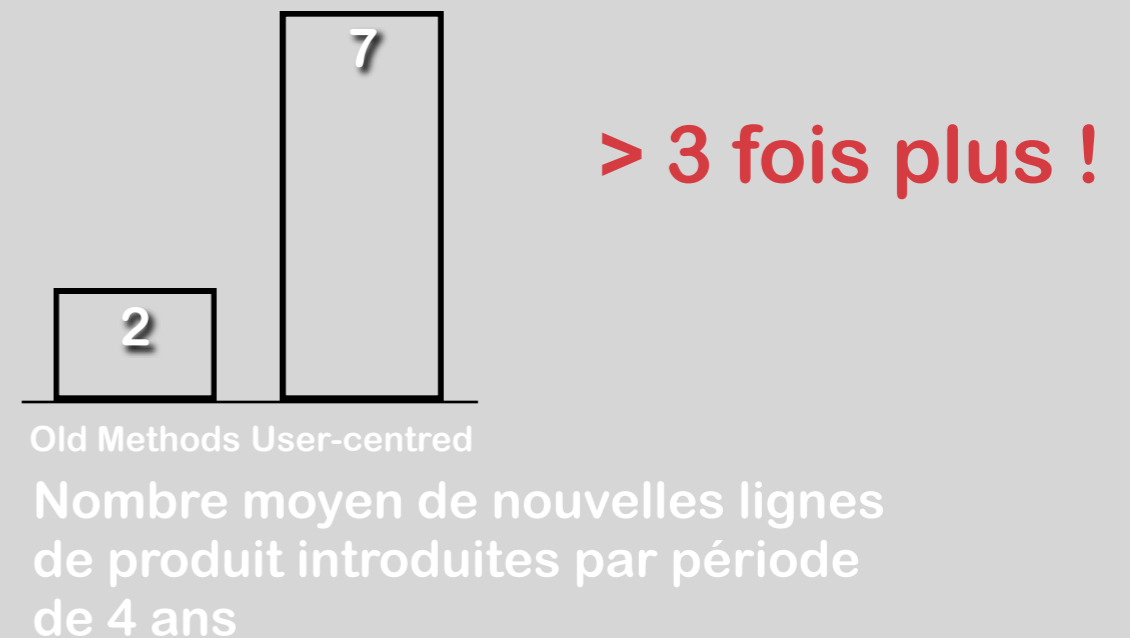
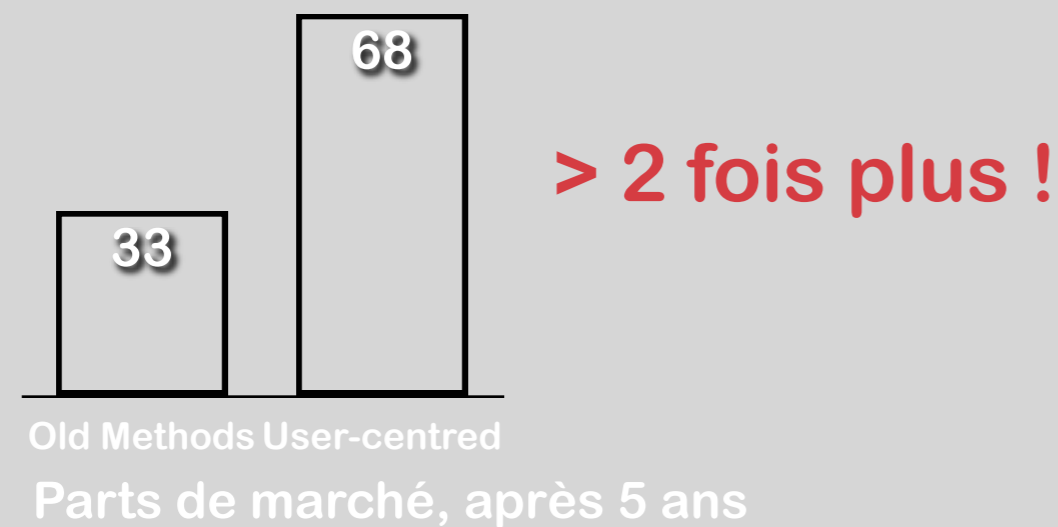
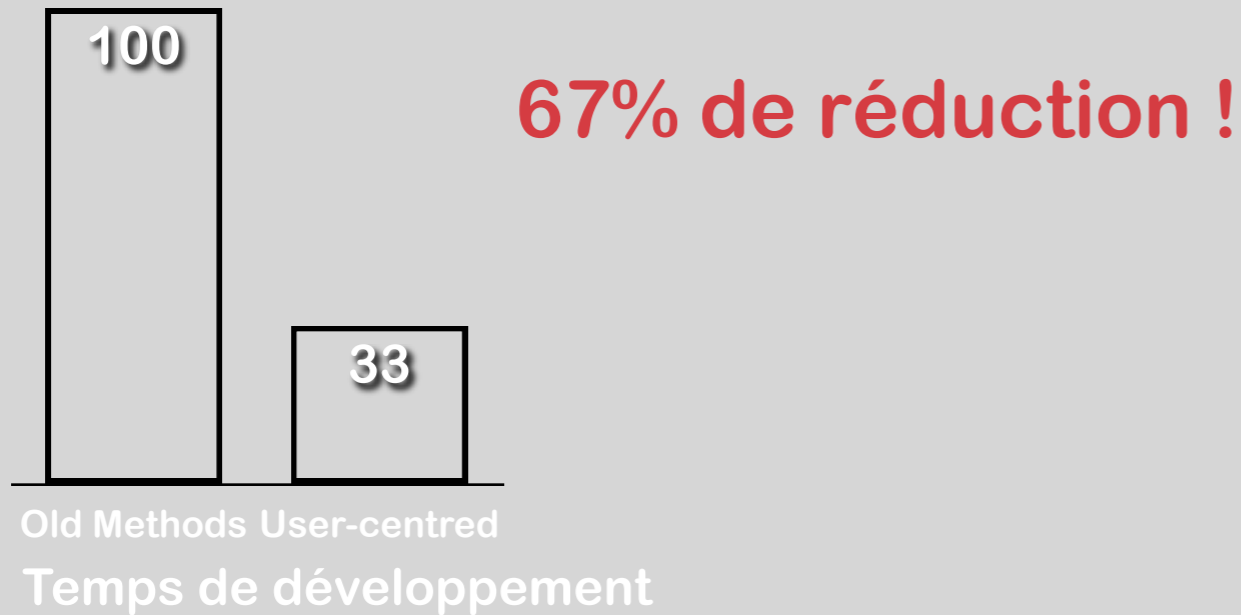
l'inspiration empathique *en complémentarité* de l'inspiration technologique et industrielle



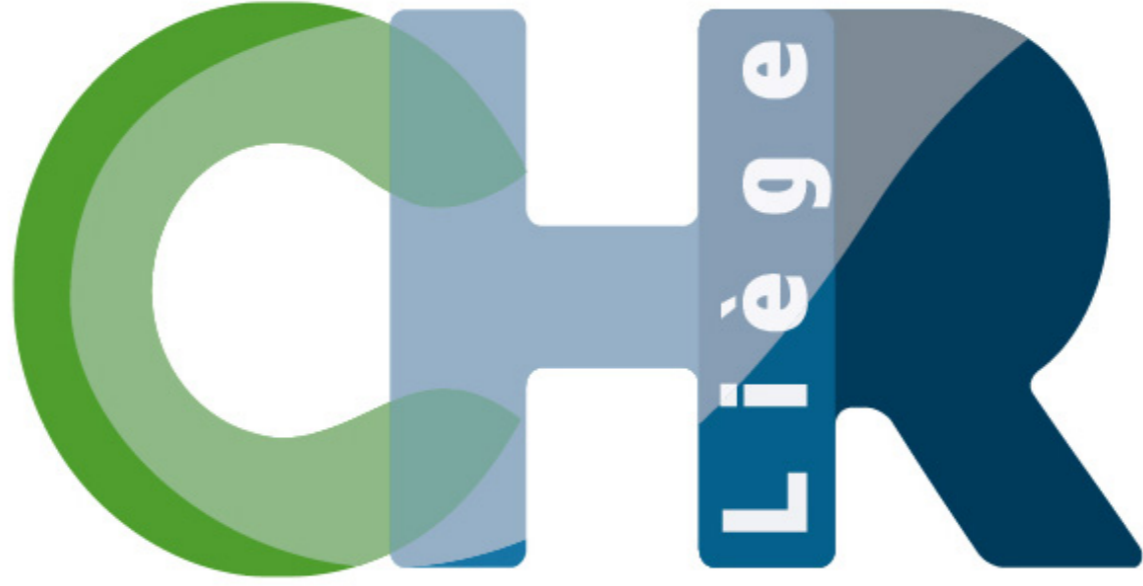


des méthodes agiles pour l'implémentation efficace du D.T





Quelques cas d'étude...

The image features a stylized logo consisting of the letters 'Q', 'R', and 'L'. The 'Q' is a thick, rounded letter with a green-to-light-green gradient. The 'R' is a dark blue, blocky letter. The 'L' is a light blue, blocky letter positioned between the 'Q' and 'R'. The word 'Liège' is written in white, sans-serif font across the middle of the 'L' and the top of the 'R'.

QR Liège

stuv



SAFRAN

AEROSPACE · DEFENCE · SECURITY



PRAYON

catherine.elsen@uliege.be
www.interact.uliege.be

Quelques références de livres intéressants:

Brown, T., & Katz, B. (2019). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation* (Vol. 20091). New York, NY: HarperBusiness.

Cross, N. (2011). *Design thinking: Understanding how designers think and work*. Berg.

Mootee, I. (2013). *Design thinking for strategic innovation: What they can't teach you at business or design school*. John Wiley & Sons.