

# Design Thinking : remettre l'humain au centre

**8 novembre 2018**

**Alexandra MARCOIN-KARACSONYI**

**+41 78 762 4072**

**[alexandra@elixirconsulting.ch](mailto:alexandra@elixirconsulting.ch)**





## FORMATION

- **MSc. In Management, E.S.S.E.C., France, 1997**
- **MBA, Stanford University, USA, 2002**



## EXPERIENCE

**+15 ans d'expérience en stratégie, marketing et marketing digital**



## BUSINESS

- Directrice d' [Elixir Consulting](#) – conseil en stratégie et innovation
- Directrice d' [Hire & Keep](#) – solutions innovantes pour le Capital Humain



- Comité Consultatif de 2 startups Fintech: [Monito.com](#) & [Sonect.io](#)

## FORMATION/PUBLICATION

- Course Facilitator pour LEAD



Learn. Engage.  
Accelerate.  
Disrupt

- Professeure en Design Thinking

h e g

Haute école de gestion  
Genève

- Contributrice à [Bilan.ch](#)



## PERSO

- Présidente de PWN Geneva-Lausanne



- Mariée



- Maman de 4 enfants



- **Formation et coaching, étudiants de Master In Management**



avec

L'ORÉAL



- **Formation et coaching, middle et top management**



- **Coaching, Executives**



avec



## **DISCUSSION DE GROUPE**

- 1. Qu'est-ce que l'innovation?**
- 2. Comment la mesure-t-on?**
- 3. Quels sont les liens entre «innovation» et «R&D»?**
- 4. Qui s'occupe de l'innovation dans une entreprise?**
- 5. Est-ce un sujet important, et si oui, pourquoi?**

L'innovation recouvre deux concepts:



**Le résultat concret:  
nouveau produit/service,  
améliorations  
produit/service**



**Le processus qui  
permet d'aboutir à  
ce résultat**

**Au niveau d'un pays, on prend souvent les investissements en R&D ou le nombre de brevets déposés comme un indicateur-clef**

➤ **Classement annuel du Global Innovation Index**

- **Suisse 1<sup>er</sup>**
- **Suède 2<sup>ème</sup>**
- **Pays-Bas 3<sup>ème</sup>**
- **USA 4<sup>ème</sup>**
- **U.K. 5<sup>ème</sup>**
- **Allemagne 9<sup>ème</sup>**
- **France 18<sup>ème</sup>**
- **Italie 29<sup>ème</sup>**

---

## **DISCUSSION DE GROUPE**

**Est-ce une bonne façon de mesurer l'innovation?**

- Le [Global Innovation Index](#) est co-produit par

Ex: [Article Bilan.ch](#)

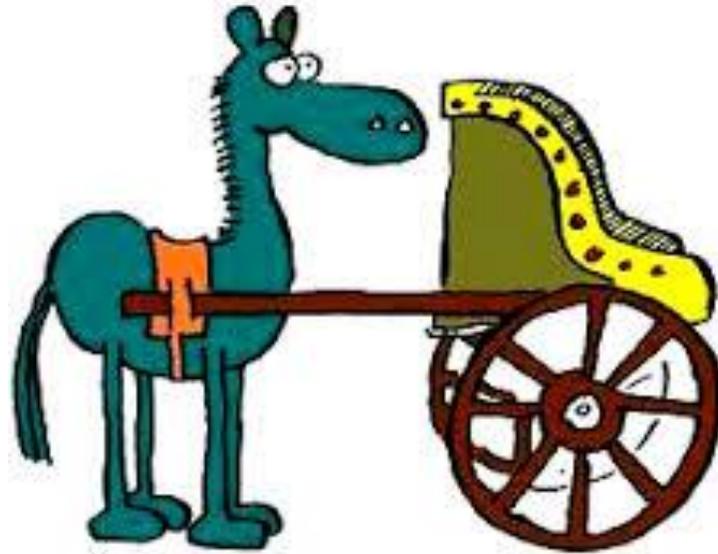


- **Problème: restriction du terme «innovation» à des «inventions» impliquant de gros moyens financiers et techniques, et sur-représentation des innovations technologiques**
- **C'est, par migration, la conception d'innovation qui s'est aussi imposée, à tort, en entreprise, où on tend à cantonner l'innovation à quelques départements:**
  - **R&D**
  - **Division produit**
  - **Division logistique.**

**Seules 12% des 500 entreprises listées dans le 1<sup>er</sup> classement de Fortune 500 en 1955 y étaient encore présentes en 2015**

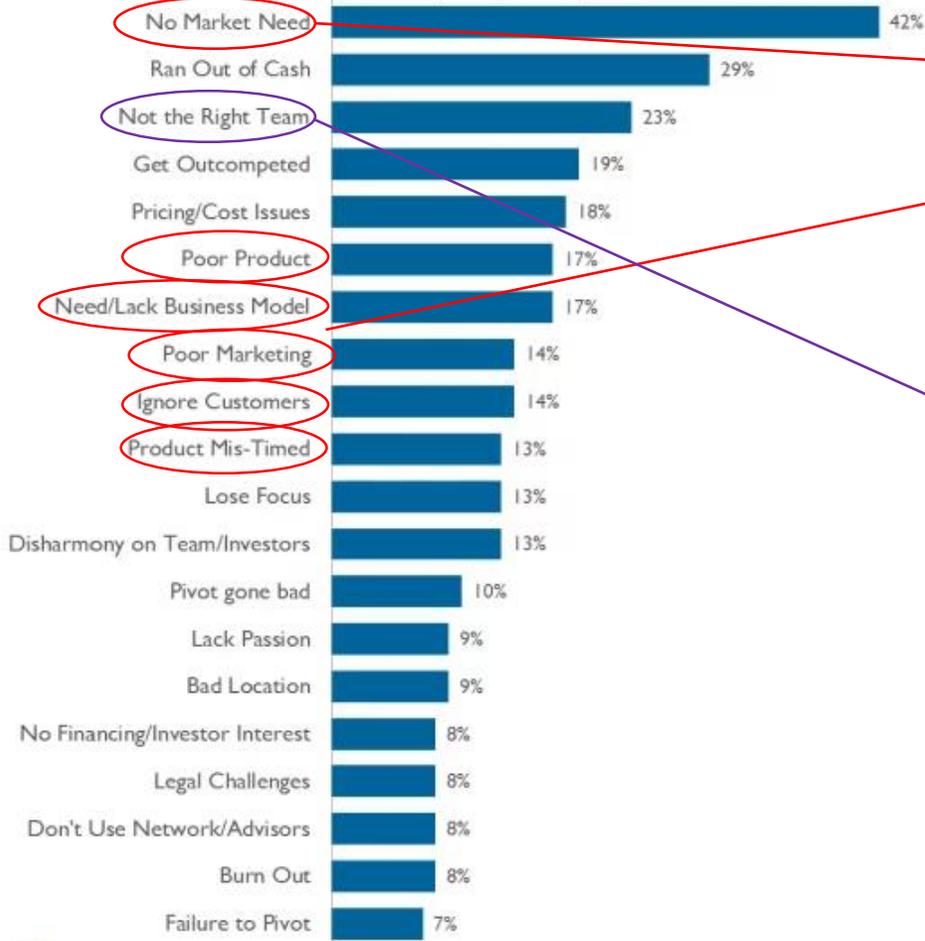
Only These 61 Companies Were in the Fortune 500 in Both 1955 and 2015		
3M	CVS	Lockheed Martin
Abbott Laboratories	Deere	Marathon Oil
Alcoa	Dow Chemical	McGraw Hill Financial
Alleghany	DuPont	Monsanto
Archer Daniels Midland	Exxon Mobil	Navistar
Ashland	Freeport-McMoRan	NCR
ATT	General Electric	Northrop Grumman
Avon Products	General Dynamics	Owens Corning
Boeing	General Mills	Owens-Illinois
BorgWarner	General Motors	PepsiCo
Bristol-Myers Squibb	Goodyear Tire and Rubber	Pfizer
Campbell Soup	Hershey	Procter and Gamble
Caterpillar	Honeywell International	Raytheon
CBS	Hormel Foods	Rockwell Automation
Celanese	IBM	Sealed Air
Chevron	International Paper	Textron
Coca-Cola Enterprises	Johnson and Johnson	United States Steel
ConocoPhillips	Kellogg	United Technologies
Crown Holdings	Kimberly-Clark	Weyerhaeuser
Cummins	Kraft Foods Group	Whirlpool
	Lear	

**Est-ce que cela vous rappelle certains projets?**



## Top 20 Reasons Startups Fail

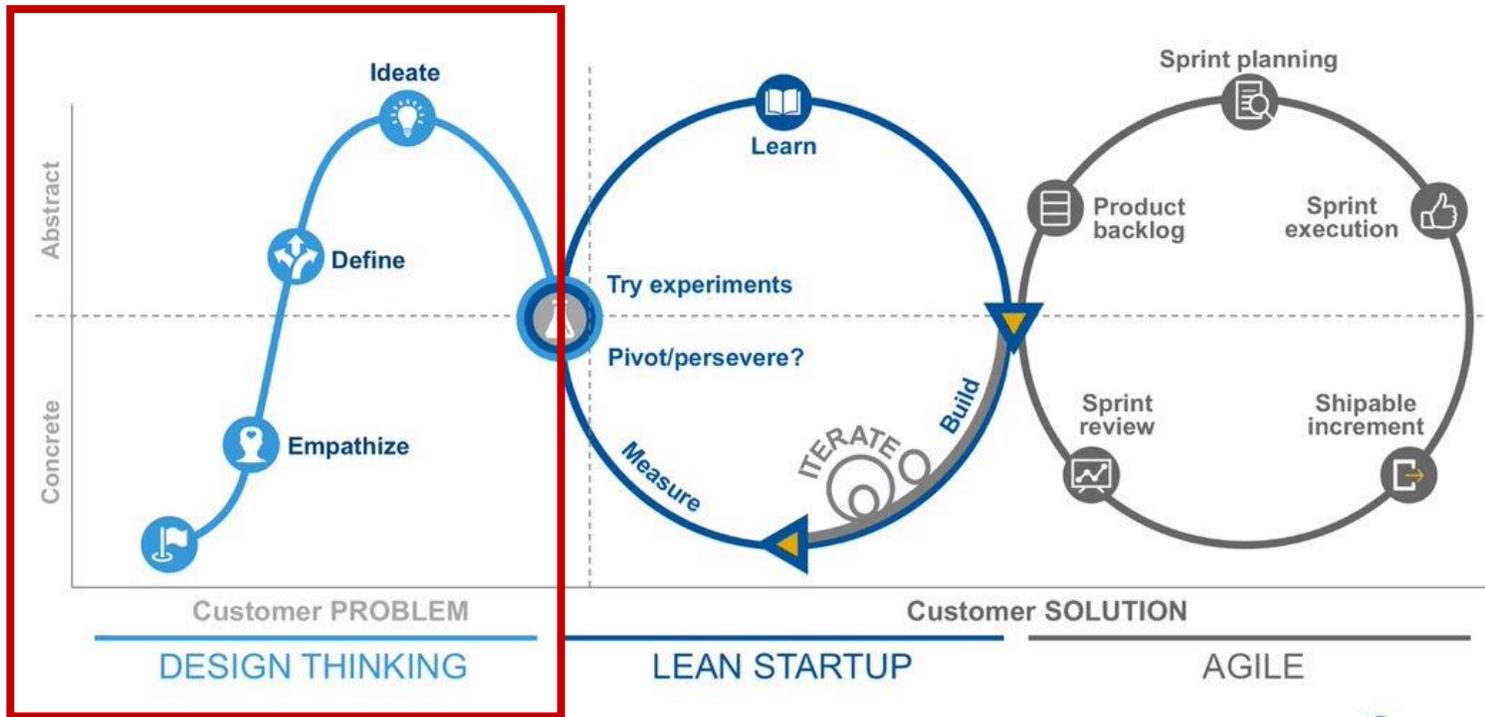
Based on an Analysis of 101 Startup Post-Mortems



Le syndrome du « Mon produit est tellement génial qu'il va se vendre tout seul ».

Le syndrome du « Je sais tout » couplé à « J'embauche mon clone ».

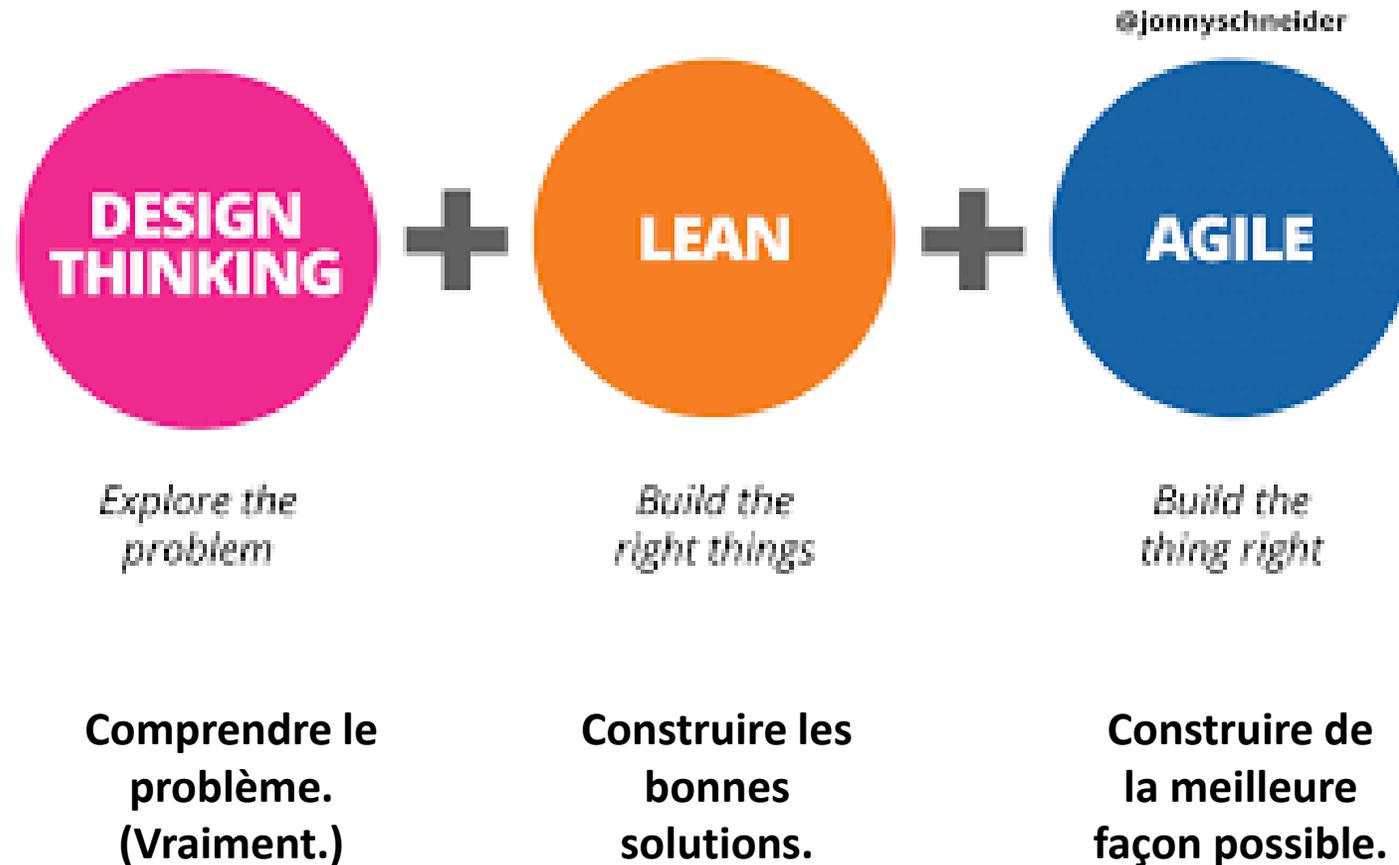
## Combine Design Thinking, Lean Startup and Agile



#GartnerSYM

21 CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY | © 2016 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. Gartner and ITxpo are registered trademarks of Gartner, Inc. or its affiliates.

**Gartner.**



## UNE MEILLEURE FACON DE TRAVAILLER:

1. (Re)mettre les besoins des utilisateurs au centre des projets
2. Générer des idées via un processus structuré
3. Réduire le risque d'un projet via des tests rapides et peu coûteux

Donc de s'assurer qu'on travaille sur le bon projet, avant de l'implémenter sur un plan opérationnel.

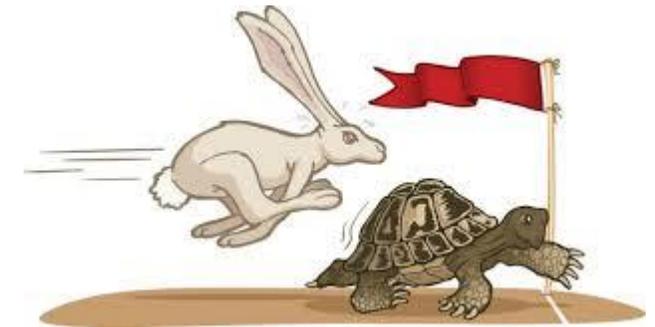
On «sort la tête du guidon»

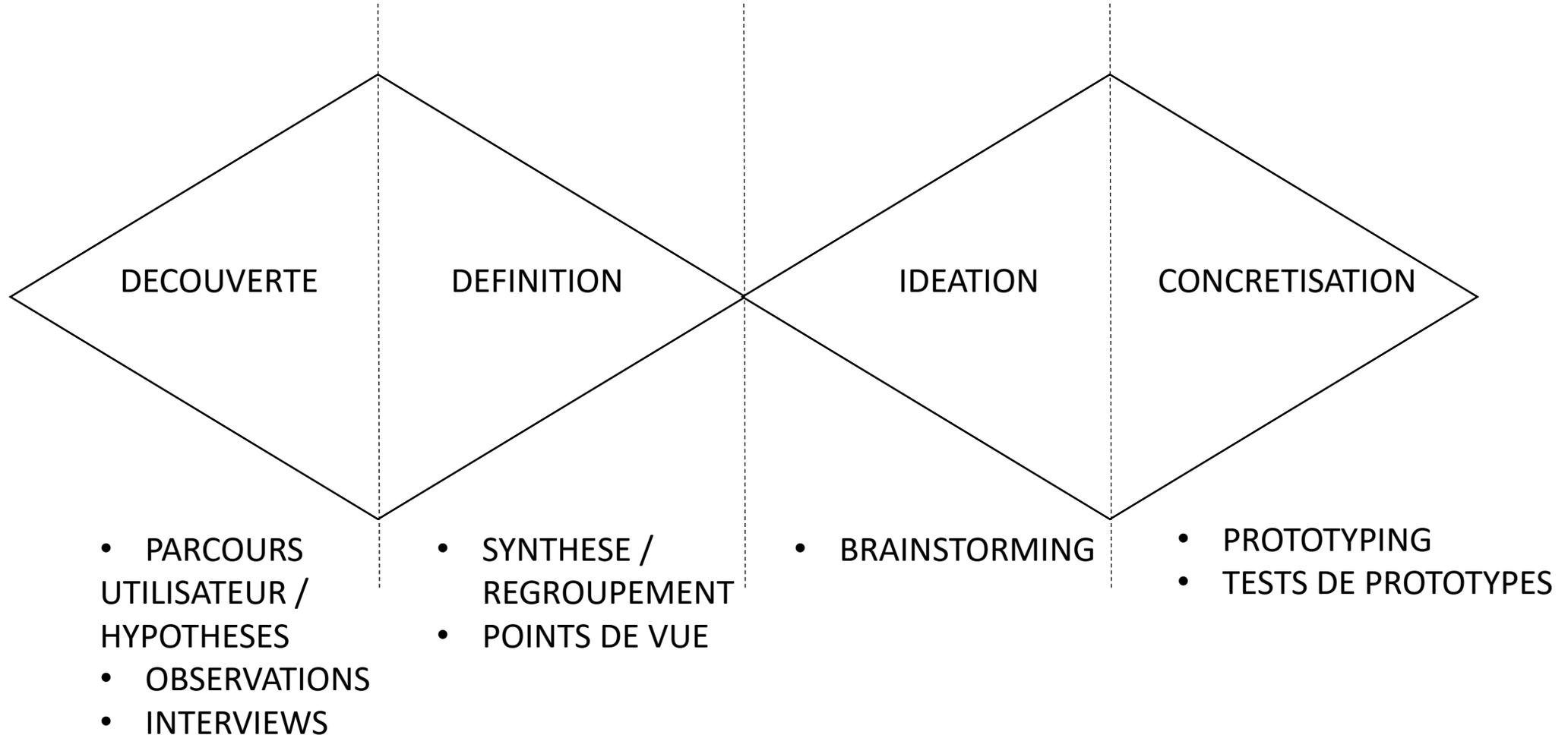


## DES COMPORTEMENTS NOUVEAUX

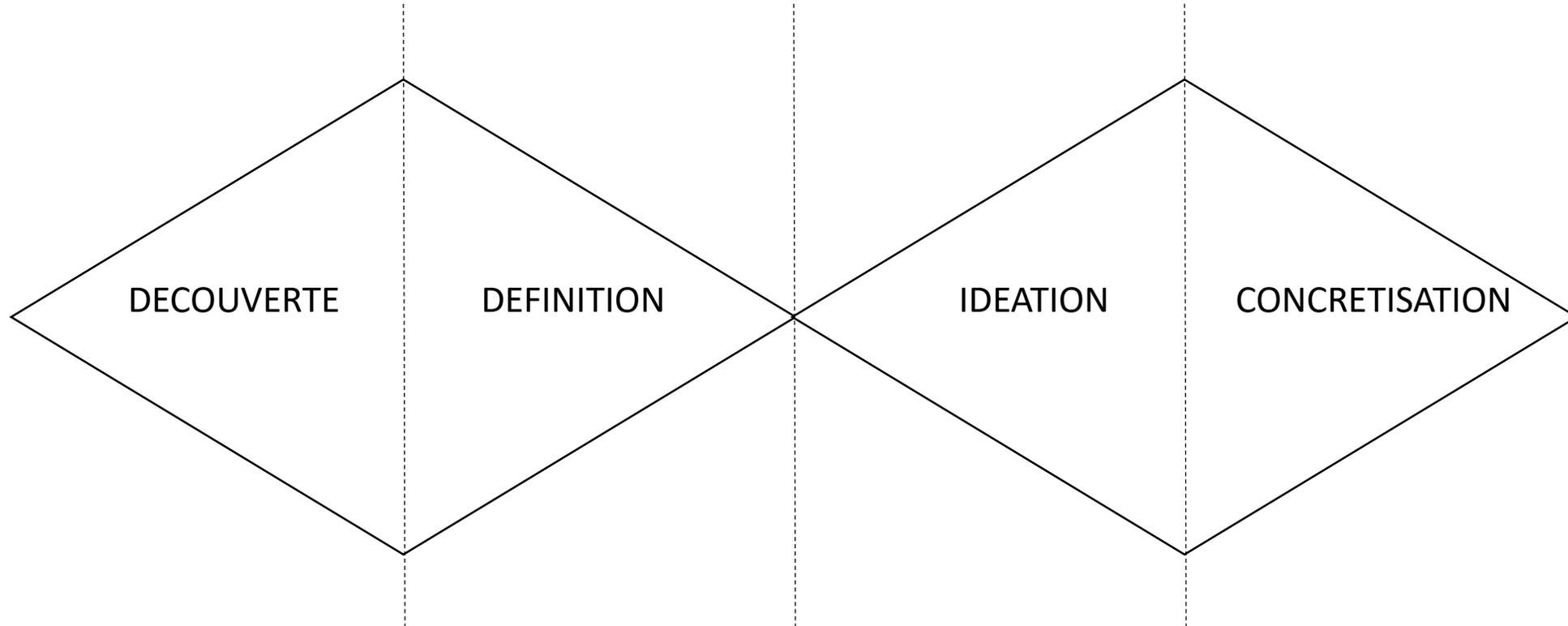
- Remettre l'humain au centre de tout ce que vous faites
- Être méfiants vis-à-vis de vos idées reçues
- Être plus innovants et plus créatifs
- Penser avant d'agir:

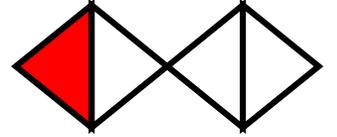
*«Rien ne sert de courir, il faut partir à point»  
(Jean de la Fontaine)*





**Quelle étape est la plus longue? La plus difficile?**

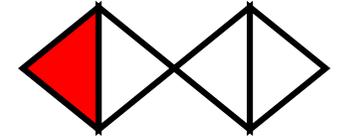




- 5'**      **Constitution de 2 groupes de taille égale**
- 20'**     **Travail de groupe sur chaque parcours utilisateur**
- 10'**     **Présentation du travail de chaque équipe**
- 10'**     **Retour d'expérience de chaque équipe**

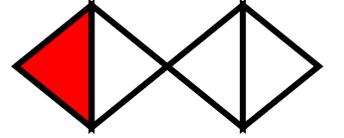
**Thème 1**            **Comment apporter plus de confort aux employés travaillant en open space?**

**Thème 2**            **Comment aider les employés à faire passer leurs idées innovantes jusqu'au top management?**



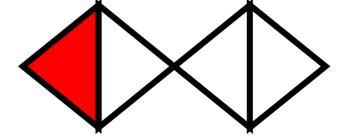
## COMMENT DRESSER UN PARCOURS UTILISATEUR?

1. Réfléchir à tout ce qu'un utilisateur doit faire dans son expérience actuelle
2. Dresser visuellement le parcours
3. Utiliser des verbes
4. Mettre l'utilisateur «au centre» de ce parcours (= il est le sujet du verbe)
5. Noter les étapes qui posent probablement problème et indiquer pourquoi



## DE VOUS A MOI

1. **Qu'est-ce qui vous a surpris?**
2. **Qu'est-ce que vous avez trouvé difficile?**
3. **Qu'est-ce que vous avez aimé?**



## DE MOI A VOUS – les buts de cet exercice

- Vous montrer l'importance de comprendre le vécu d'un utilisateur dans son ensemble, pas seulement sur la partie des services que propose votre entreprise
- Vous «obliger» à comprendre le problème en profondeur avant de commencer à penser à des solutions
- Vous «obliger» (sujet, verbe) à penser «utilisateur» et non «processus»
- Vous «obliger» à vous mettre à la place de l'utilisateur (étapes, hypothèses de problèmes)

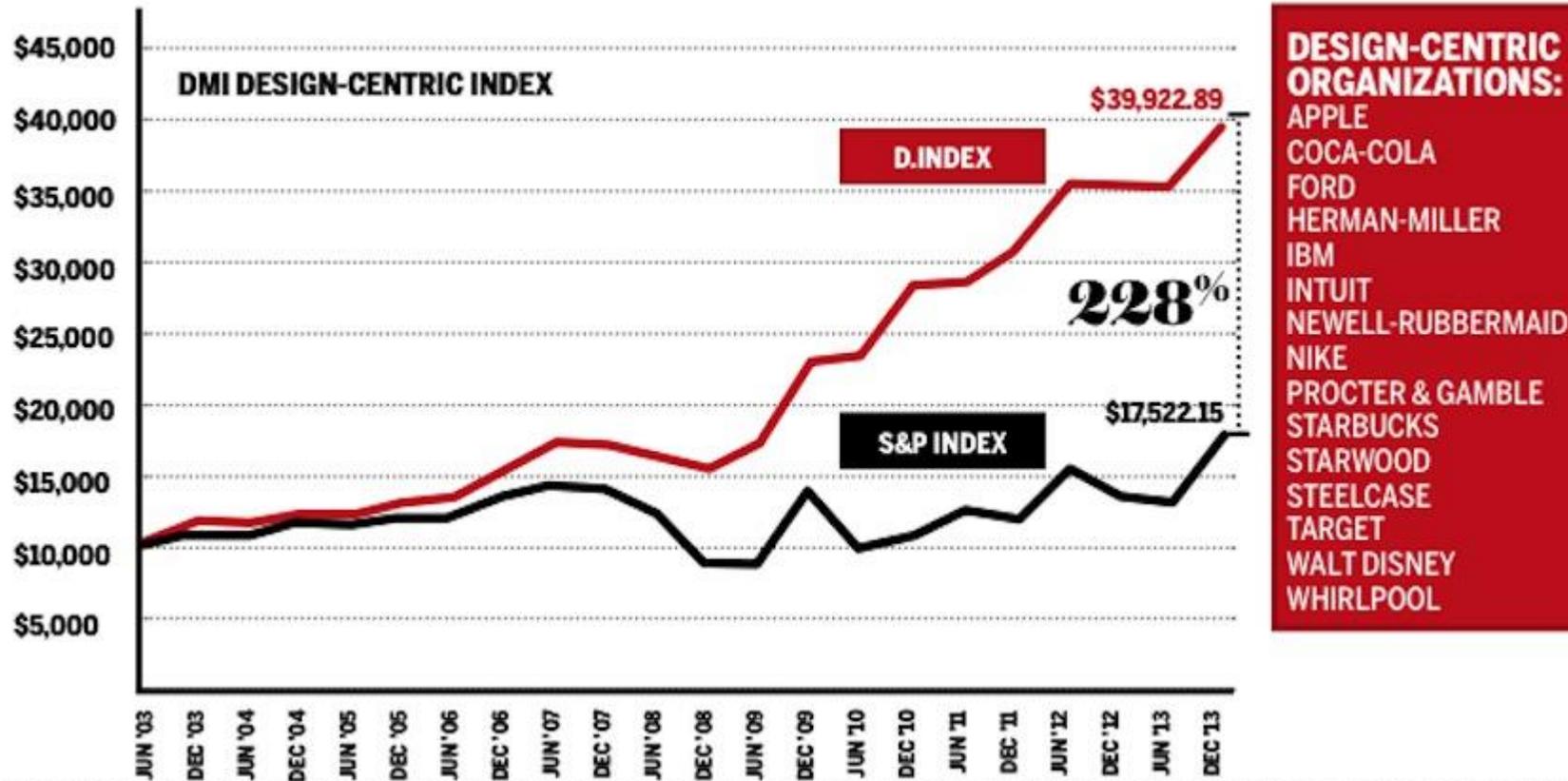
## **LE DESIGN THINKING EST APPLICABLE...**

- 1. Pour des produits**
- 2. Pour des services**
- 3. Pour des processus internes d'entreprise**
- 4. Pour votre vie personnelle**

**...CELA DEVIENT UN MODE DE PENSEE ET UN REFLEXE**

## 6 POSTULATS DE BASE POUR CET ATELIER... ET POUR TOUJOURS

1. Il n'y a pas besoin de gros moyens pour innover, créer
2. Tout département peut générer de l'innovation pour son entreprise
3. Toute personne peut être créative
4. La créativité s'apprend
5. L'innovation peut être générée via des méthodes, comme le Design Thinking
6. L'innovation est avant tout une mentalité (*mindset*), un mode de pensée



The DMI Design Value Index, built by Motiv, includes a rigorously selected list of design-led, publicly traded US companies that must meet a set of six DMI design management criteria. Out of a pool of 75 publicly traded U.S. companies, just 15 meet the criteria. These companies include Apple, Coca Cola, Ford, Herman-Miller, IBM, Intuit, Newell-Rubbermaid, Nike, Procter & Gamble, Starbucks, Starwood, Steelcase, Target, Walt Disney and Whirlpool.

Results show that over the last 10 years design-led companies have maintained significant stock market advantage, outperforming the S&P by an extraordinary 228%.

## FRANCAIS

1. «L'esprit Design», Tim Brown, éditions Pearson
2. «Le Design Thinking par la pratique», Florence Mathieu, éditions Eyrolles
3. <http://www.dschooll.fr/boite-a-outils-2/>
4. <http://www.dschooll.fr/references/>

## ANGLAIS

1. <https://www.youtube.com/watch?v=2Dtrkrz0yoU>
2. <https://dschool.stanford.edu/resources/>
3. <https://www.ideo.com/post/design-kit>

**Merci**  
**Pour**  
Votre  
**Attention**  
:)