

3<sup>ème</sup> épisode MIA17  
Novembre 2016

## POINT ÉTAPE 2 ET SUITE : IL FAUT DÉJÀ TOUT REFAIRE !



Nos étudiants ont plusieurs propositions de valeur avec scénarios d'usage jusqu'au BMC. Et pourtant... Il faut retourner voir les utilisateurs pour mettre ses idées à l'épreuve et... recommencer !

C'est aussi le moment où on réalise à quel point la relation avec son commanditaire est importante : écoute, accompagnement, lien vers des clients, explications techniques, autant d'attitudes et d'actions cruciales pour la réussite de la mission.

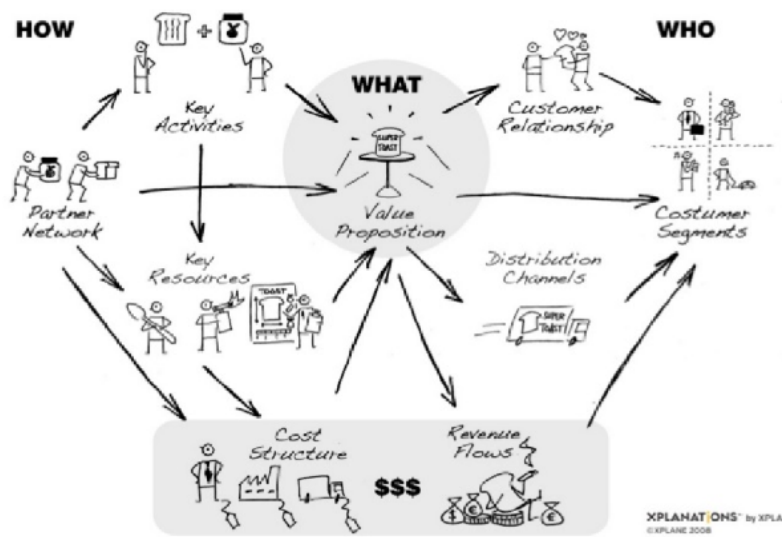
### MISE EN JAMBE ET CRÉATIVITÉ

A chaque point étape (rencontre tuteurs-étudiants), nous démarrons par les « *energizers* », sortes de mise en jambes pour aérer le cerveau : se démêler, traverser une rivière fictive, avancer en rythme attachés, dessiner à plusieurs en musique avec une contrainte stricte, parler autour des cartes dixit, etc. Cela semble idiot ? Inutile ? Sourire... Nous avons décidé de perdre ce temps (15 minutes) pour en gagner un autre bien plus précieux (celui de l'énergie retrouvée, terriblement efficace). Nous en avons tous besoin pour réussir cette mission difficile dans la mesure où il ne faut pas seulement inventer quelque chose de nouveau. Cette nouveauté, il faudra qu'elle ait des clients, qu'elle ne se transforme pas en usine à gaz, qu'elle soit viable financièrement. Pourquoi nous ? Les étudiants ne sont pas seuls : les commanditaires et les tuteurs jouent un rôle primordial dans l'accompagnement vers le succès. D'un côté, l'accès à un terrain pratique pour mettre ses idées à l'épreuve du réel et de l'autre, un cadrage méthodique pour en faire le tri. Mais aussi les collègues : à chaque point étape, les étudiants se challengent, par écrit d'abord, à l'oral ensuite. Ils « *pitchent* » (une présentation en 3 minutes) et apprennent à se critiquer de façon bienveillante.

Nous sommes donc une vaste équipe, plus de 250 personnes qui travaillent souvent à distance, parfois en présentiel (et là, il faut que ce soit régulier, n'est-ce pas ?) et qui s'organisent en fonction de l'avancée des résultats. Deux mois après le début de la mission, les équipes proposent déjà entre deux et cinq concepts prometteurs en regard du sujet posé initialement. C'est donc le temps de la validation, ou pas : qu'en pensent les utilisateurs qui ont permis de faire ces propositions ? Est-ce bien ce qu'ils souhaitent vraiment ? Et aussi, est-ce faisable ? Combien cela rapportera-t-il, va-t-il coûter ?



## BMC NOUS VOILÀ : SOMMES-NOUS BIEN EN FACE D'UNE INNOVATION ?



J'aime bien cette formalisation du BMC (Business Model Canvas), une image qui résume le travail de l'innovation : ça se lit en partant du centre, on part ensuite à droite, puis à gauche et en bas. En bas se trouvent les coûts et les bénéfices de l'innovation, qui peuvent être en argent mais également en temps, valeur, énergie. Nous insistons beaucoup dans cette formation sur la partie droite du BMC (les clients, les utilisateurs, le « pour qui ») et cela, pour deux raisons : la première est de compenser notre tendance d'ingénieur et notre histoire

occidentale, qui incitent à se précipiter sur la partie gauche (la technique, « le comment ») ; la seconde raison est le résultat de l'expérience : une belle technique sans client est bonne pour la corbeille, mieux vaut commencer par écouter ses clients potentiels. Pourquoi donc est-ce si difficile ? A nouveau, plusieurs raisons ; prenons-en deux : souvent, on croit savoir et ensuite, on ne sait pas comment explorer des usages qui n'existent pas. Il faut pour cela mettre ses interlocuteurs en confiance, les écouter, passer du temps à observer leurs pratiques pour comprendre ce qui ne leur convient pas et pour les laisser parler de ce qu'ils souhaiteraient. Nous savons tous que « l'indigène » sait ce dont il a besoin. Mais nous préférons (souvent) penser à sa place !

## ET COMMENT FAIRE PARTICIPER LES COMMANDITAIRES AU DESIGN THINKING ?

Cela m'amène à vous poser à tous une question : comment faire participer les commanditaires aux cours et ateliers de *design thinking* pour être en phase quant à notre visée et nos moyens pour l'atteindre ? L'an passé, ils étaient venus mais ne laissaient pas une marge de liberté suffisante aux étudiants. Cette année, l'école les a seulement invités à la partie amphithéâtre, ce qui crée une réelle frustration car l'apprentissage se fait en atelier. Nous pourrions envisager une formation où nous ne mélangeons pas tout le monde tout le temps mais cela s'organise (comment ? Quand ?) et représente un coût. Et si nous dessinions ensemble le BMC ? Chers commanditaires, désirez-vous participer aux ateliers ? Et si oui, comment ? Je reviendrai probablement vers vous pour en savoir plus. En attendant, rappelons-nous la joie du *speed-dating* pour la revivre, rebondir et soutenir les efforts des étudiants. J'ai passé la semaine avec eux et les tuteurs en PE2 (point étape n°2) et ils sont formidables,



Philomène V. K.