

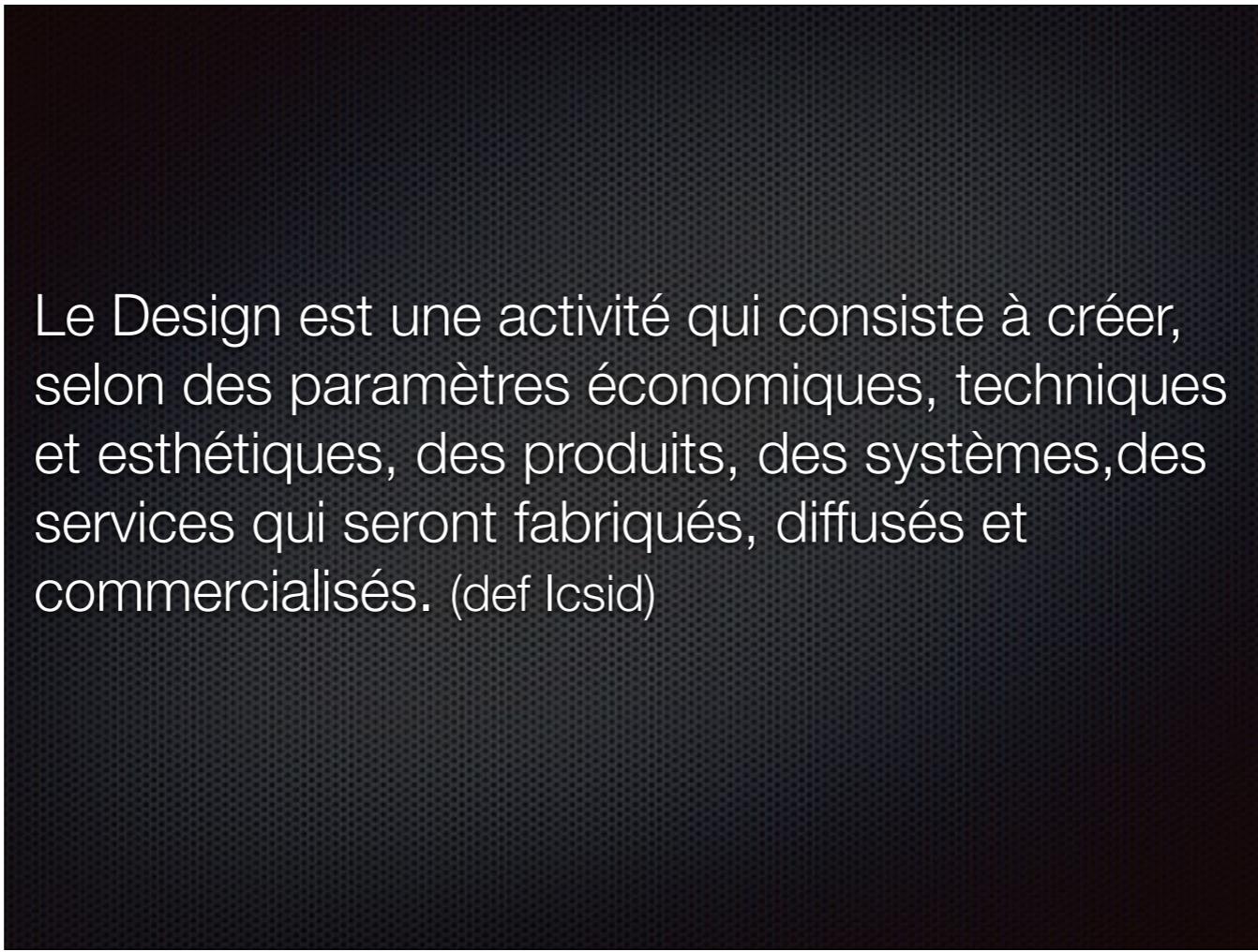
INNOVATION STYLÉE LOGIQUE
MOBILIER PENSÉE LOGICIEL
GRAPHISME LIGNE EFFICACITÉ
ÉQUIPE STYLISTE
INDUSTRIEL AÉRODYNAMISME ROUGH CONDITION
AUTOMOBILE TÂCHE DÉO ESTHÉTIQUE STRATÉGIE
ENTREPRISE TABLETTE SAVOIR
DESIGN ESQUISSE BUSINESS
PROJET MARKETING ARTISTIQUE TEXTURE VISUEL
RÉALISATION AGENCIA CRÉATION DIRECTIVE TECHNOLOGIE
CREATIF INNOVANT PRODUCTION
NOUVEAUTÉ D'INNOVATION COMMUNICATION
DÉSSIN CONCEPT
QUALITÉ FONCTIONNELLE
MAÎTRISE D'OBJET
CONCEPT IMAGINATION SYMBOLIQUE

Blackmove www.blackmove.com



Le design n' est pas un style...

Etymologiquement le mot design tire son origine de l' anglais qui veut dire dessin et dessein (but, intention projet). En latin designare veut dire choisir par des signes.



Le Design est une activité qui consiste à créer, selon des paramètres économiques, techniques et esthétiques, des produits, des systèmes, des services qui seront fabriqués, diffusés et commercialisés. (def Icsid)

Le design, certes une activité créatrice qui a commencé au 20 éme siècle , c' est une discipline a part entière qui s ' inscrit dans notre monde et mode économique. Les industriels face a la mondialisation, à l' ouverture des marchés, a la concurrence de plus en plus fortes adaptent leur stratégie face a un environnement en perpétuel changement.

Le design est un outil qui permet d ' anticiper, en minimisant les risques.

<http://ateliercrayon.com/?p=163>

Le design facteur d ' innovation



Bell 1876



i Phone 4S Apple 2011...

Quelques repères...

1/ Arts and Crafts - UK -1853 / 1890

Fondé par John Ruskin and William Morris



2/ Bauhaus Germany 1919-1933

Fondé par Walter Gropius



3/ Mouvement Pop -1960 / 1970

Plus Livre de Raymond Loewy la laideur se vend mal 1963



4/ A partir des années 1970 nouvelle donne pour le design

1/ Mouvement né avec la révolution industrielle qui s oppose à l' industrialisation massive et qui prone la qualité, l' artisanat, et une meilleur adéquation produit - société, les bases du design.

2/ Ecole mixant tous les arts, première théorie sur le design: la place de l' art de la société, l' accessibilité à tous , un rapport étroit forme fonction.

3/Remise en cause du modèle industriel, libéralisation forme fonction, la philosophie est de remettre l' humain au coeur de la création.

4/ Nouvelle donne pour le design, le design considéré comme intégrante à l' innovation, Apple.



Le Design Thinking

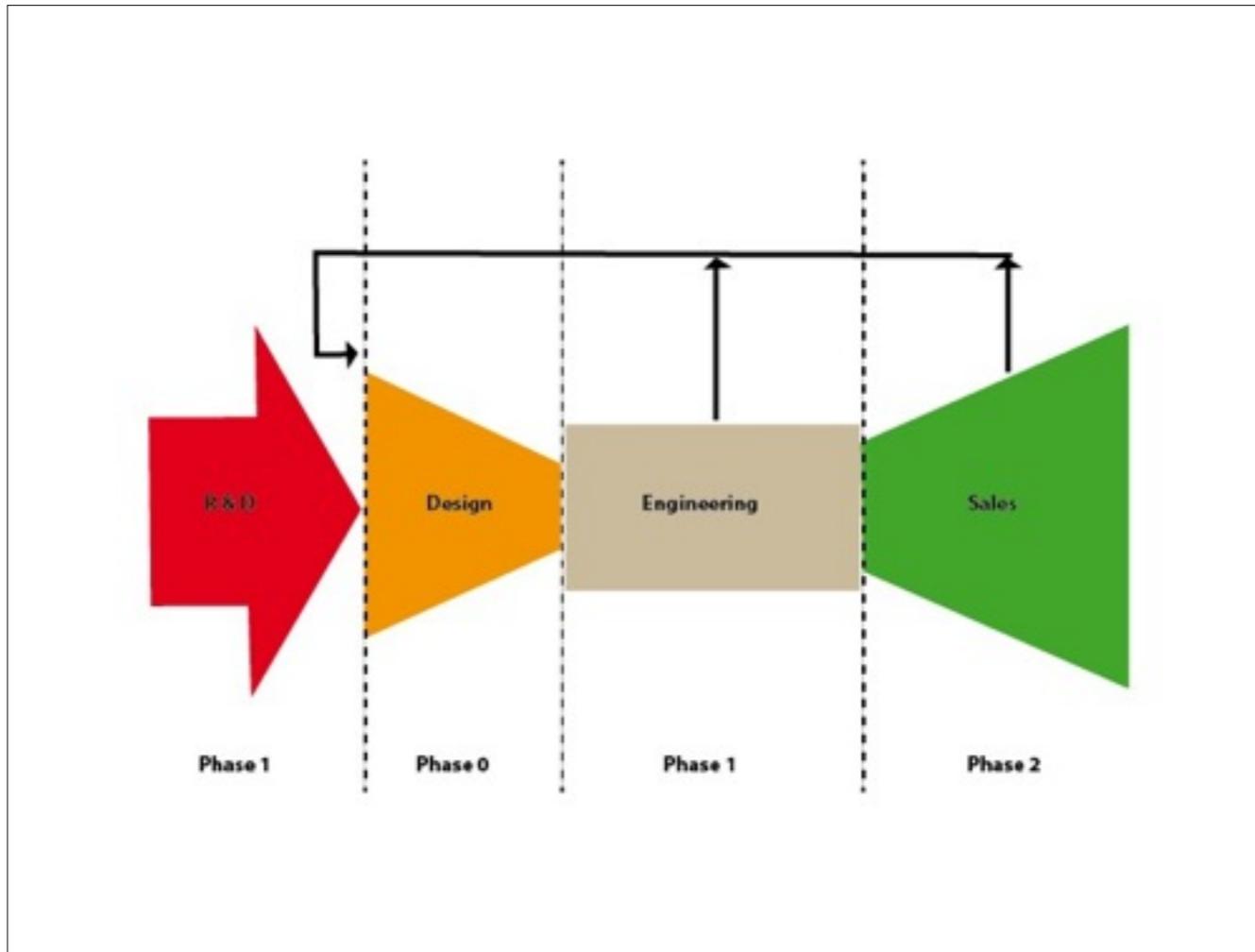
Théorisé par le Stanford college en Californie et par Tim Brown à la fin des années 90, directeur de l' agence ideo l' un des plus grands réseaux internationaux regroupant les plus grandes agence de design et d' innovation.
La philosophie est de mixer les compétences et de décloisonner les méthodologies d' innovations classiques

Nouvelle façon de management de projet

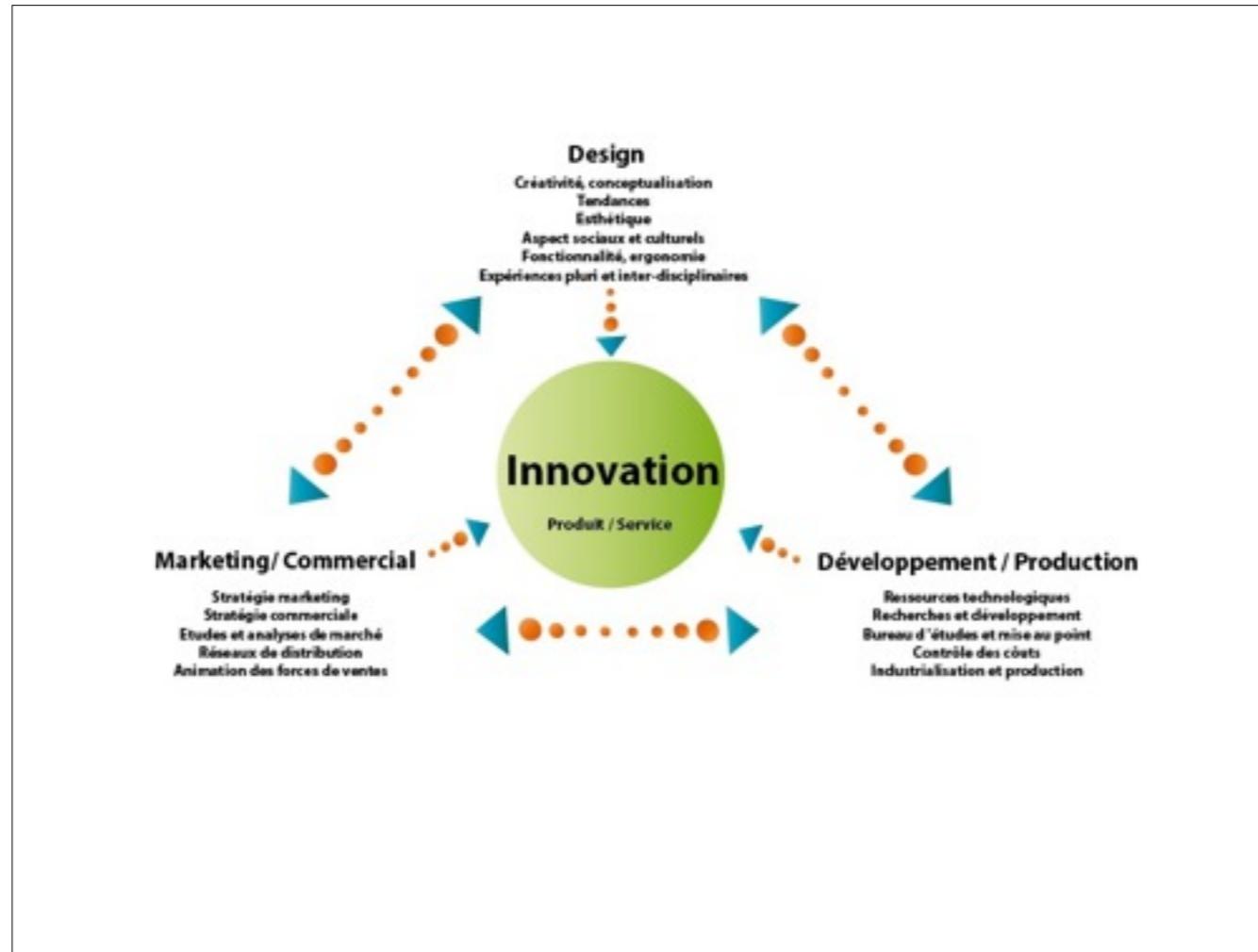
Méthodologie pour les entrepreneurs

Méthodologie pour accompagner le changement

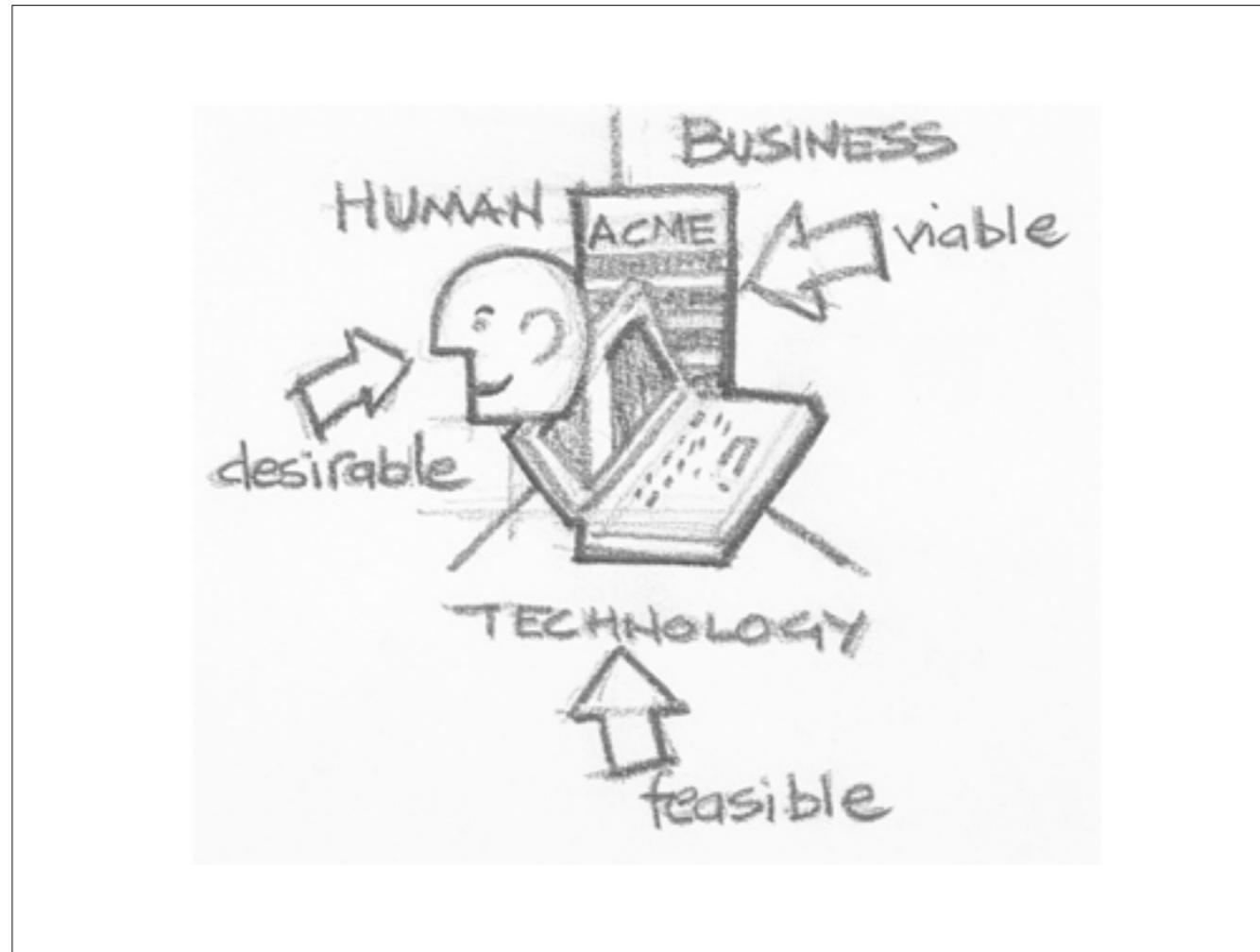
Le design thinking est un process de management de projet centré sur l' humain.



Bill Buxton chercheur chez Microsoft recherche depuis 2005; défenseur de l' innovation et usage, sur les valeurs humaines à étudié et théorisé le schéma du processus classique d ' innovation en phase successive et relativement étanche.

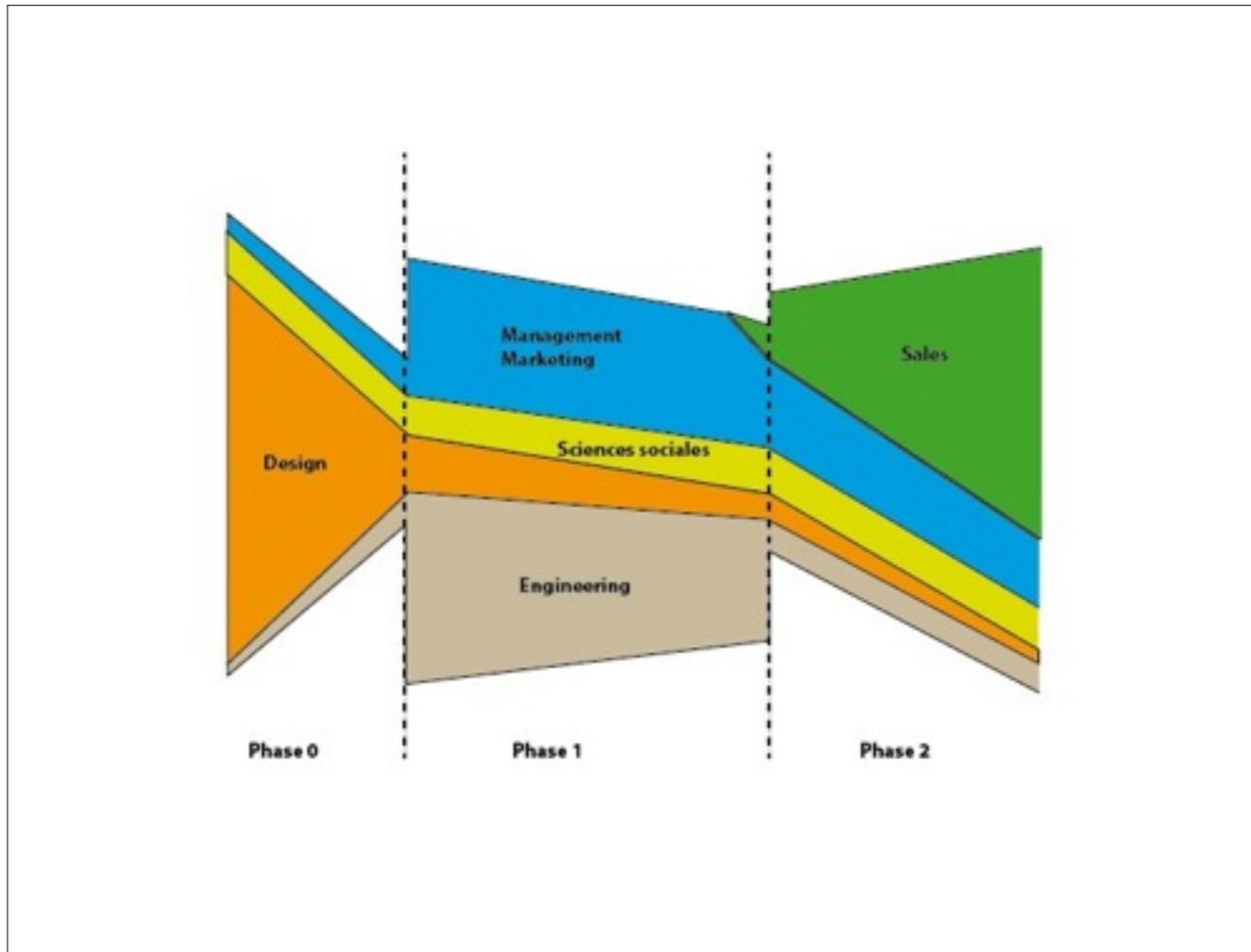


A l' inverse si on analyse l' innovation par le design, il se caractérise par la transversalité et l' interaction des disciplines, incluant les usages, Une méthode: le Design Thinking

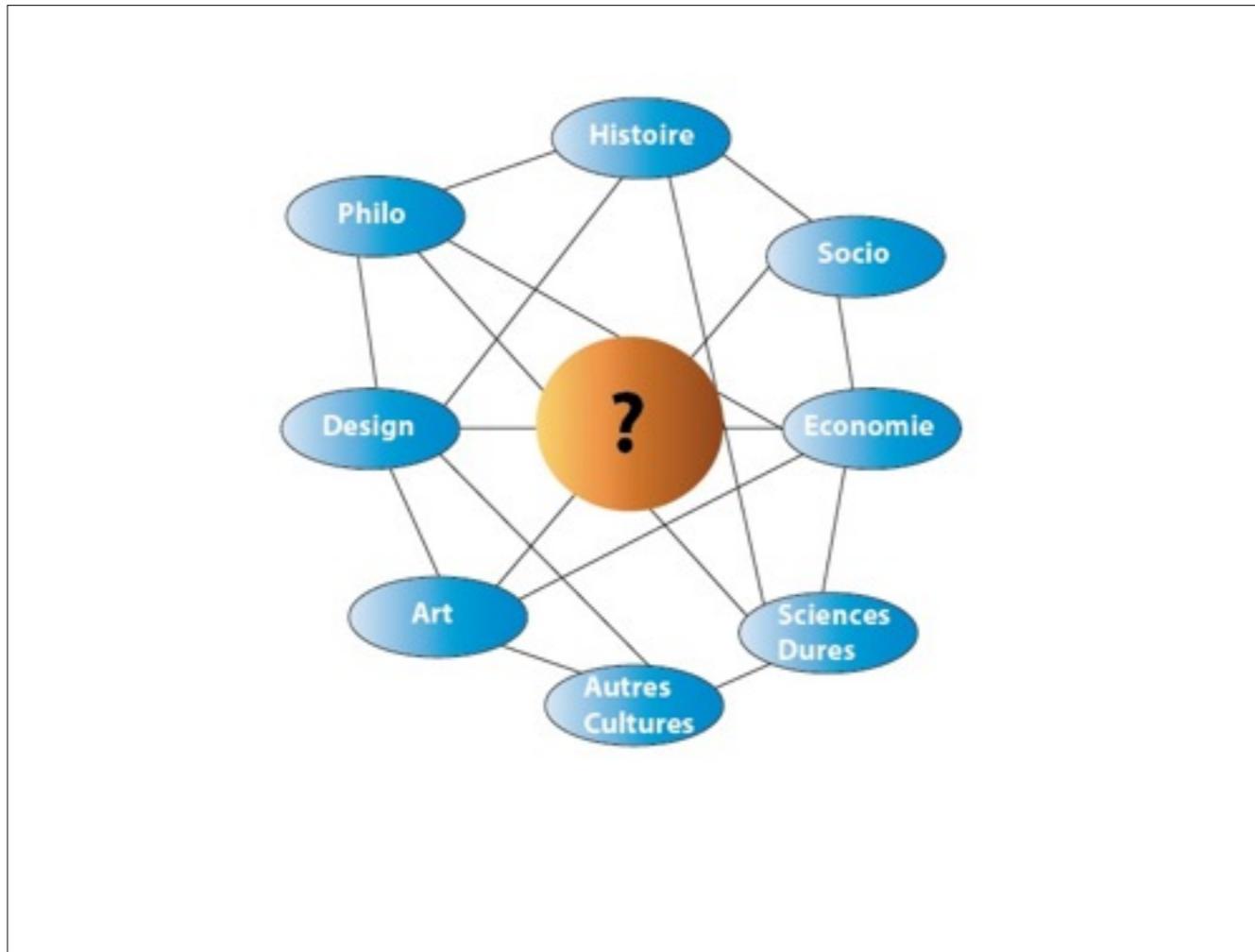


le DT renouvelle l' approche de l' innovation et repose sur 3 piliers Expérience utilisateur (désirabilité)- faisabilité techno, viabilité eco

La Méthodologie du DT est faites pour éviter l' échec de projet d ' innovation et de changement de produits et services.

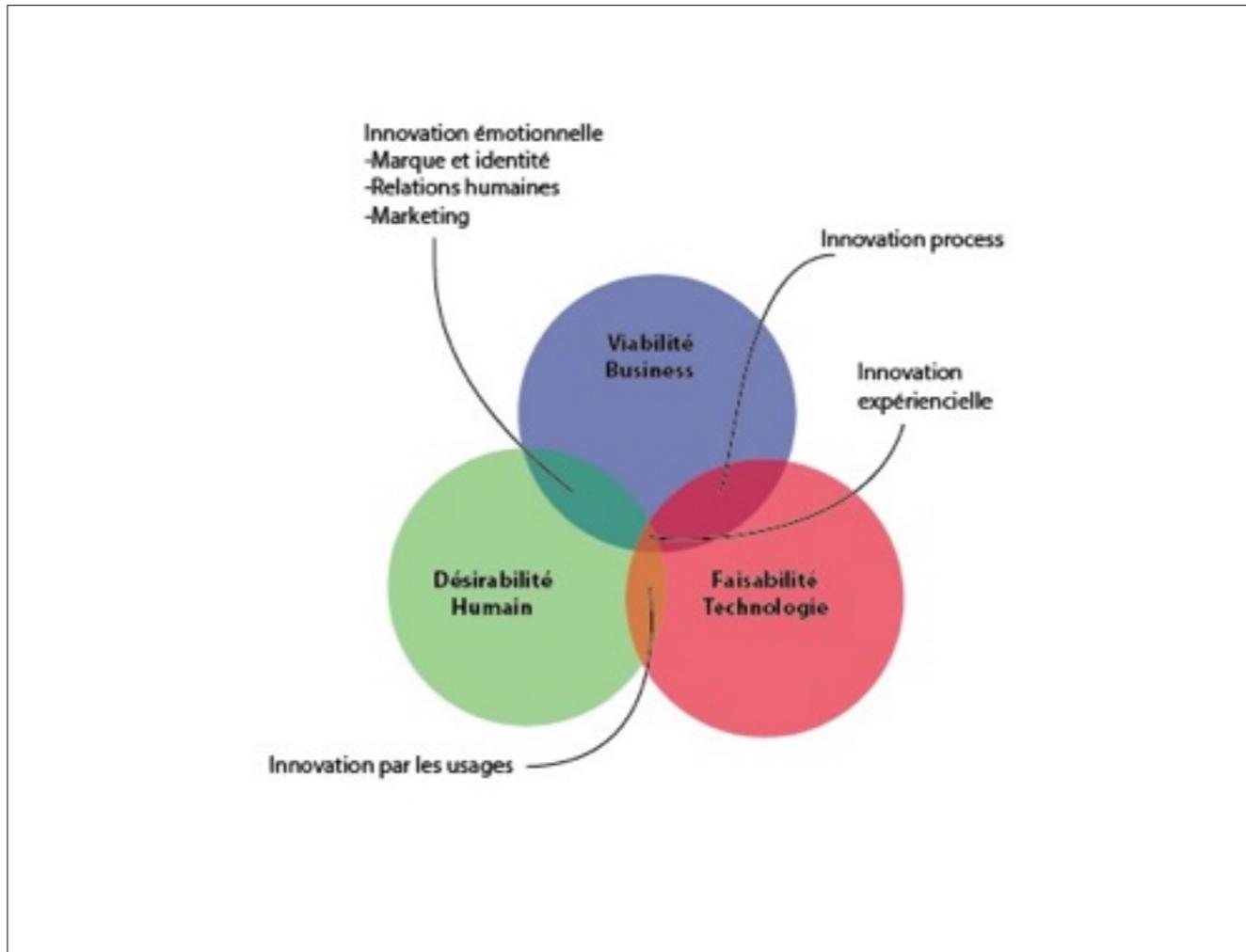


L'idée est de briser l'approche linéaire et de mixer, Au plus tôt les 3 métiers: design, ingénierie et marketing afin de rendre le processus plus efficace et plus performant. En incluant les sciences sociales.



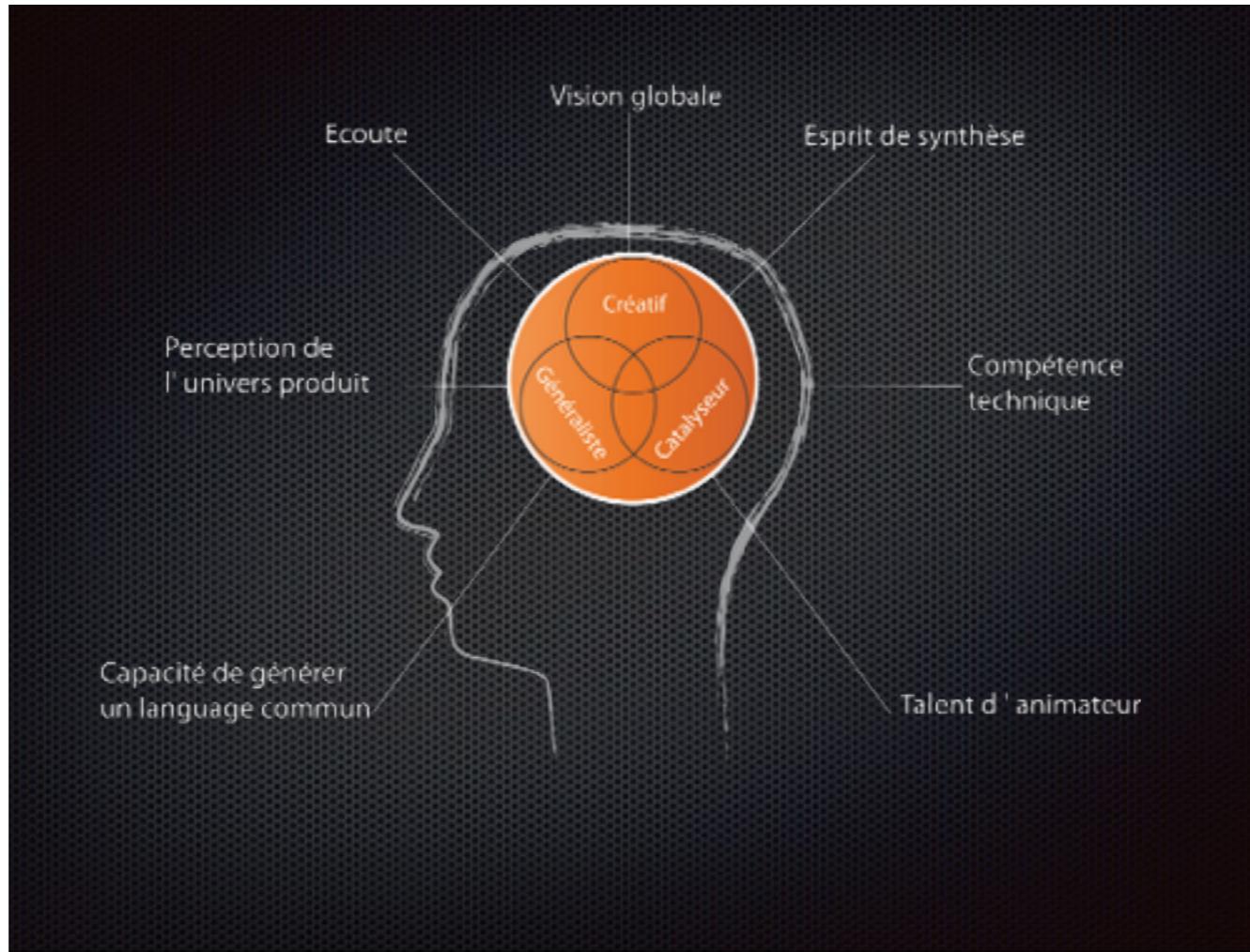
Aujourd' hui les données sociales et sciences humaines sont prépondérantes, et il est vital de les intégrer au processus à toutes les étapes du développement d ' un produit et service.

Ex: Seb qui intègre des anthropologues dans leur équipes. Aussi l' apport de philosophes dans l' accompagnement du travail de veille en phase P0, Ergonome, semiologue dans la phase P1 et retour possible du philosophe en p2 pour la mise en cohérence du discours marketing avec les valeurs contenues dans la proposition finale. Afin de parvenir à l'approche préconisée, il faut décloisonner les approches et les processus traditionnellement structurés en silo. Le design thinking en tant que méthode de management de projet permet cette interpénétration des différents métiers et des savoirs.



Les travaux de Tim Brown sur le DT peuvent se résumer comme un approche cohérente sur 3 dimensions: la viabilité, la désirabilité, la faisabilité, avec a chaque croisement des innovations d 'ordres différentes. Le design thinking se veut être l'approche de l'innovation par les usages, tout en maintenant une prise en compte des aspects de faisabilité et de viabilité.

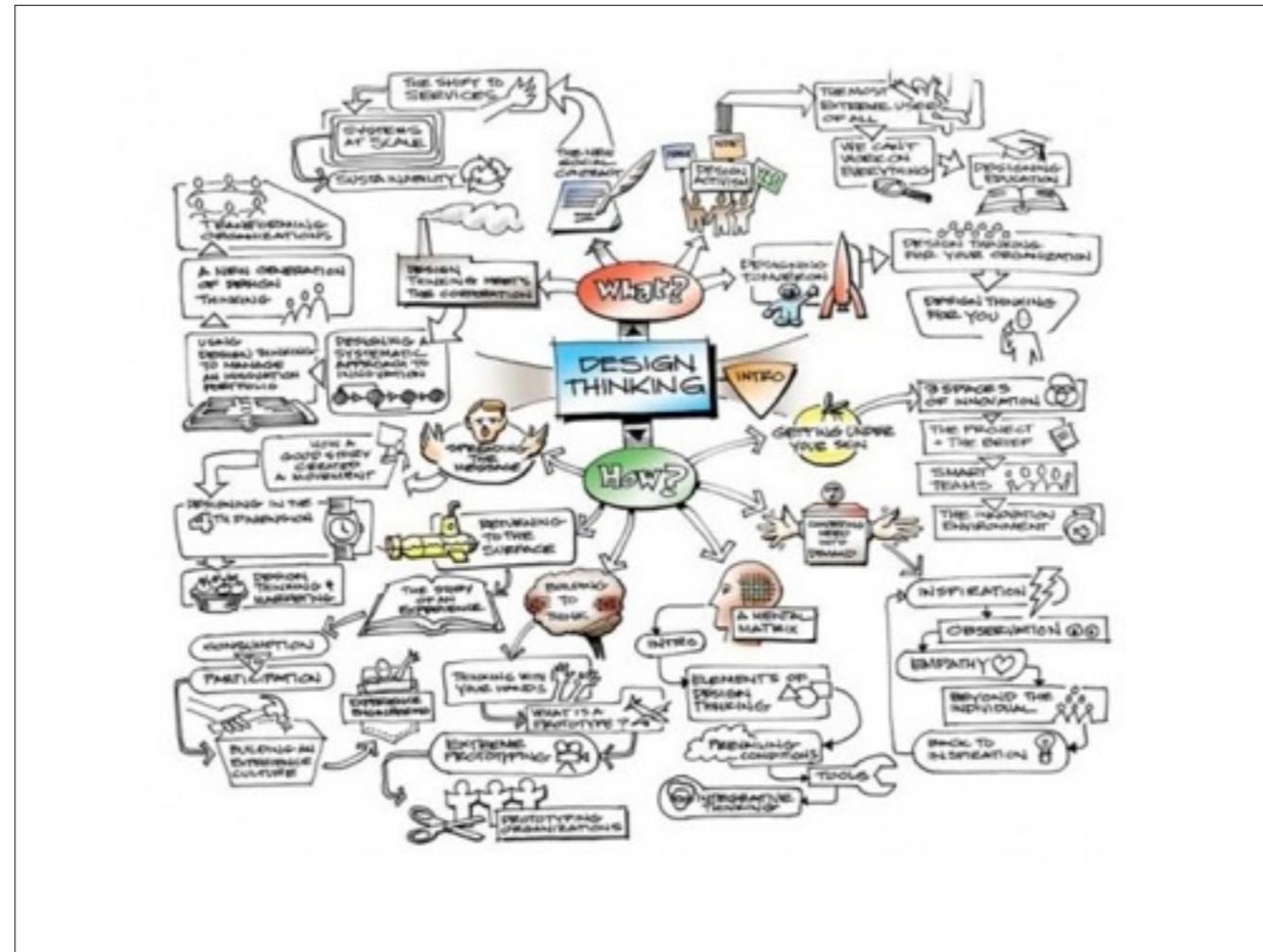
Il n'est donc pas l'apanage des seuls designers : ces derniers sont culturellement mieux armés vis-à-vis de l'intégration de ce mode de pensée mais ils ne peuvent travailler seuls et ces concepts peuvent être intégrés par tout le monde.



Le DT a permis de repositionner le design au centre du projet, non plus comme un spécialiste de la forme, mais également comme médiateur des cultures interdisciplinaires et comme un liant entre elles.

Avec le DT au lieu de se demander comment résoudre un pb, on se demande pourquoi on a ce pb.

Ce changement d'approche suffit à trouver des idées neuves.

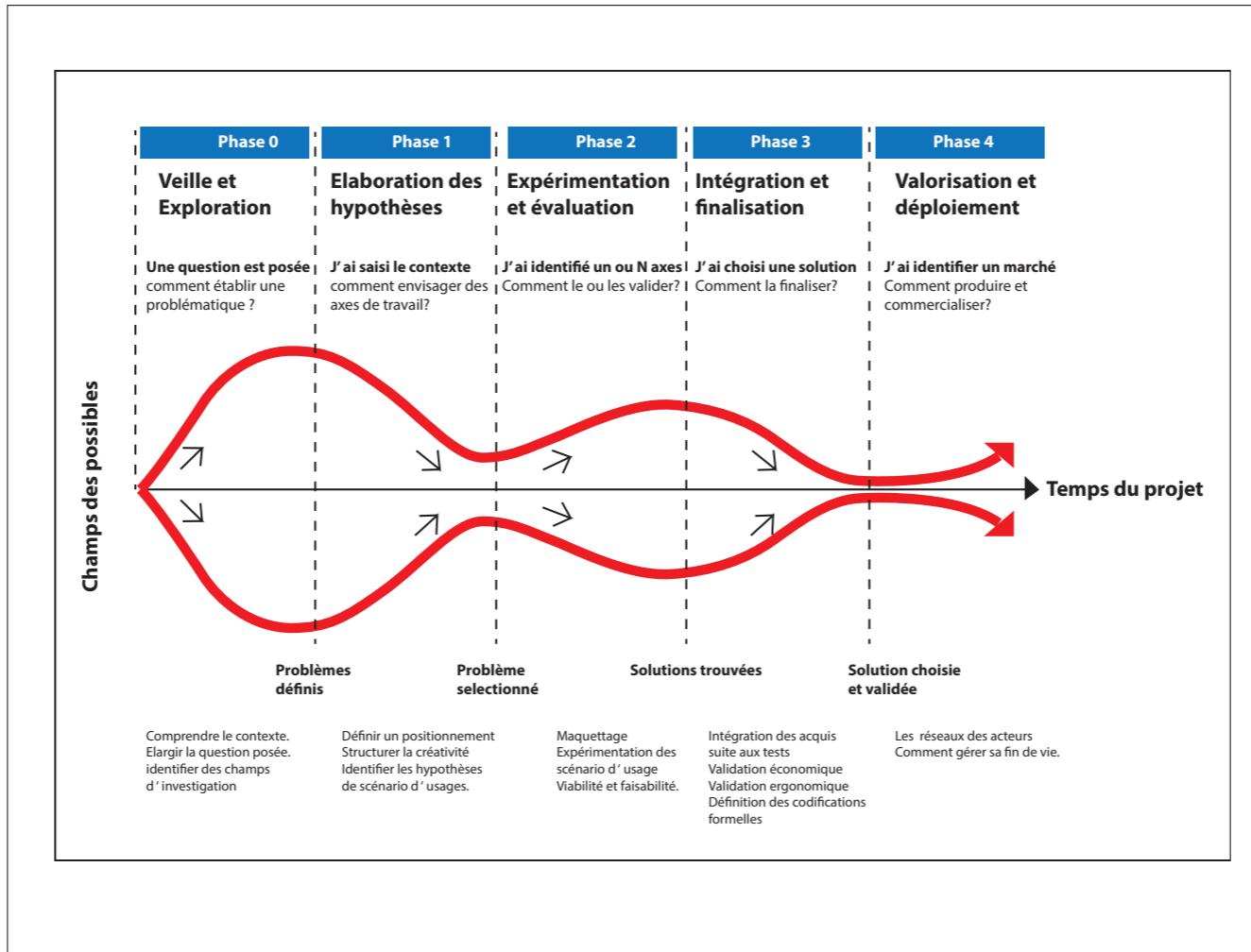


Cette méthodologie est évolutive et adaptable. Les travaux de Tim Brown présentent 2 questions :

1/ l' intégration d' outils de prises de décisions et 2/ la temporalité dans l' élaboration du projet.

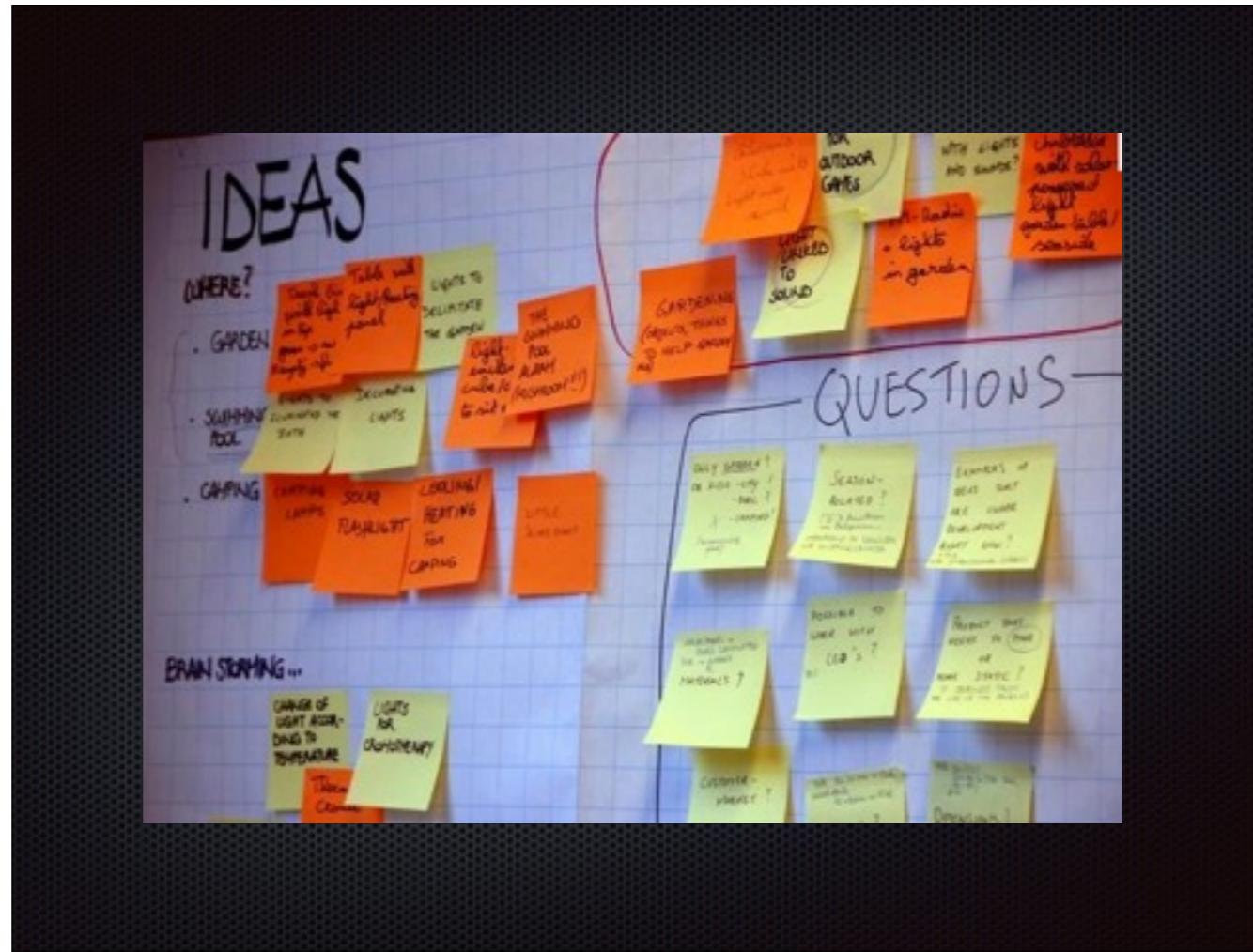
D'où une résolution de ces 2 difficultés par une extension du modèle de Tim Brown

En incluant les notions de prise de décision et temporalité.



Courbe illustré les différentes successions de divergence et de convergence des Productions possibles et du développement des idées par le design.

Une approche séquencée en 5 phases ayant des objectifs et des résultats. Les schéma cognitifs fonctionnent souvent par paire: Analyse-Synthèse / Réflexion-Observation / Action-réalisation / Convergence-divergence / Concret-abstrait



Changer le mode d'organisation: Diversifier ses équipes, socialement, techniquement, fonctionnellement et culturellement ;

Adopter un mode projet transversal avant même le lancement, et d'en respecter les temps de phase et le calendrier ;

Mettre en place un système de veille interne et externe ; Partager les informations ; Echanger lors d'un cycle de temps forts en équipe, formations, séminaires, journées thématiques, déplacements et voyages d'étude ; Délivrer le retour d'expérience du projet auprès de tous ses acteurs et ses parties prenantes.

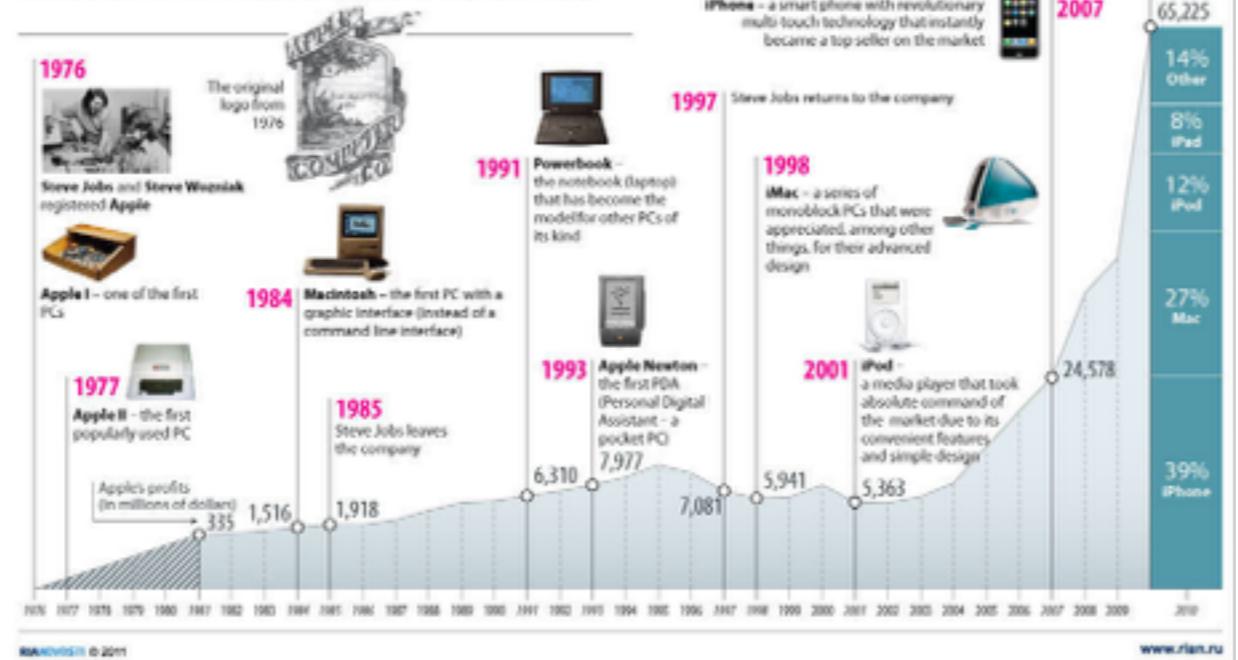


Un cas emblématique: Apple

Le design d'usage au centre de l'innovation.

35 years of Apple history

Apple, one of the pioneers on the personal computer market, has retained its technological and designer edge to this day



Histoire d'Apple, on va se concentrer sur une période clés qui commence en 1997.

Dans le contexte de l'époque l'informatique était dédié presque exclusivement aux pros, début d'internet grand public, les machines un côté très basique fonctionnelles qui correspondaient à l'image de l'ordinateur...difficile à utiliser, pas du tout convivial.



Performa apple 1996

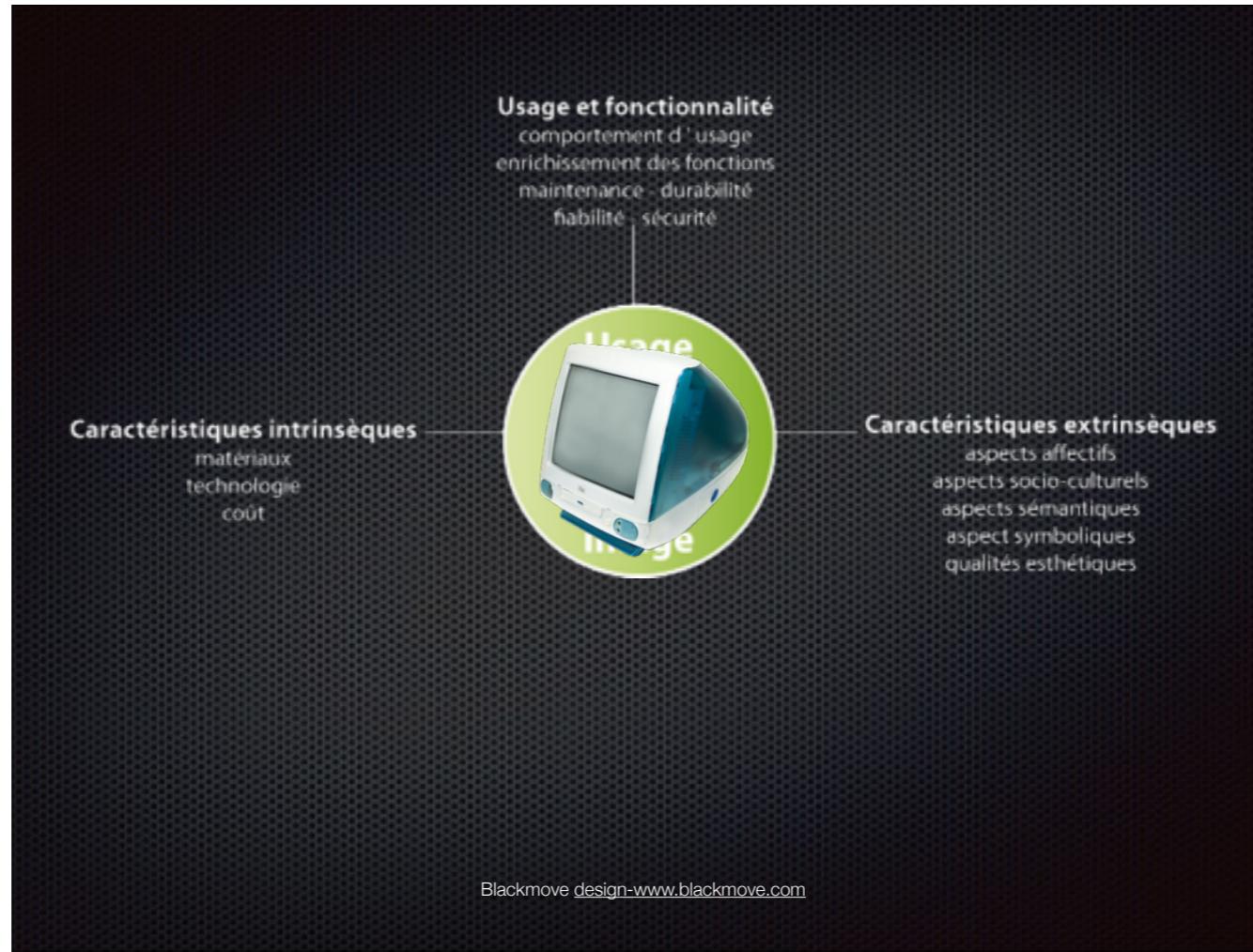
iMac 1998 Apple

Mac dans cette même époque proposait des produits similaires en terme de concept, Steve Jobs avait été viré d'Apple et avait fondé la société Next, ordinateur haut de gamme qui n'a pas bien fonctionné mais cette société a développé le système OS X qui est maintenant un exemple copié d'interface machine utilisateur. La société Apple en grande difficulté, pertes des ventes, concurrence du leader sur le marché IBM...

Steve Jobs revient et repositionne complètement Mac sur ces fondamentaux perdus... qui sont de mettre l'utilisateur au centre en terme d'usage et l'innovation qui caractérise la marque Apple depuis ces débuts.

Le Mac sort en 1998 sous la direction du designer Jonathan Ive, propose l'iMac.

De plus, Apple a bien senti le futur rôle d'internet et les possibilités énormes du marché à venir... d'où le i de iMac qui signifie: internet, individual, instruct, inform et inspire.



Si on regarde certains codes on peut voir quoi:

Forme compact facilement intégrale pas besoins de beaucoup de place

Formes arrondies évoquent la douceur, pas d'agressivité, on en a pas peur de cette chose...

La forme de l'iMac rappelle les TV des années 50, car les modèles étaient des vrais objets décoratifs et également représente une fenêtre sur le monde qui inconsciemment véhicule la même idée d'internet, j'ai une TV je peut connaître le monde, j'ai un iMac aussi

La couleur évoque le côté ludique, de personnalisation, mais aussi une facilité

d'utilisation grâce aux codes graphiques, on s'approprie le produit, on l'aime...la transparence n'est pas anodine aussi car elle montre l'intérieur de l'ordi on voit ou on imagine comment cela marche, cela démistifie

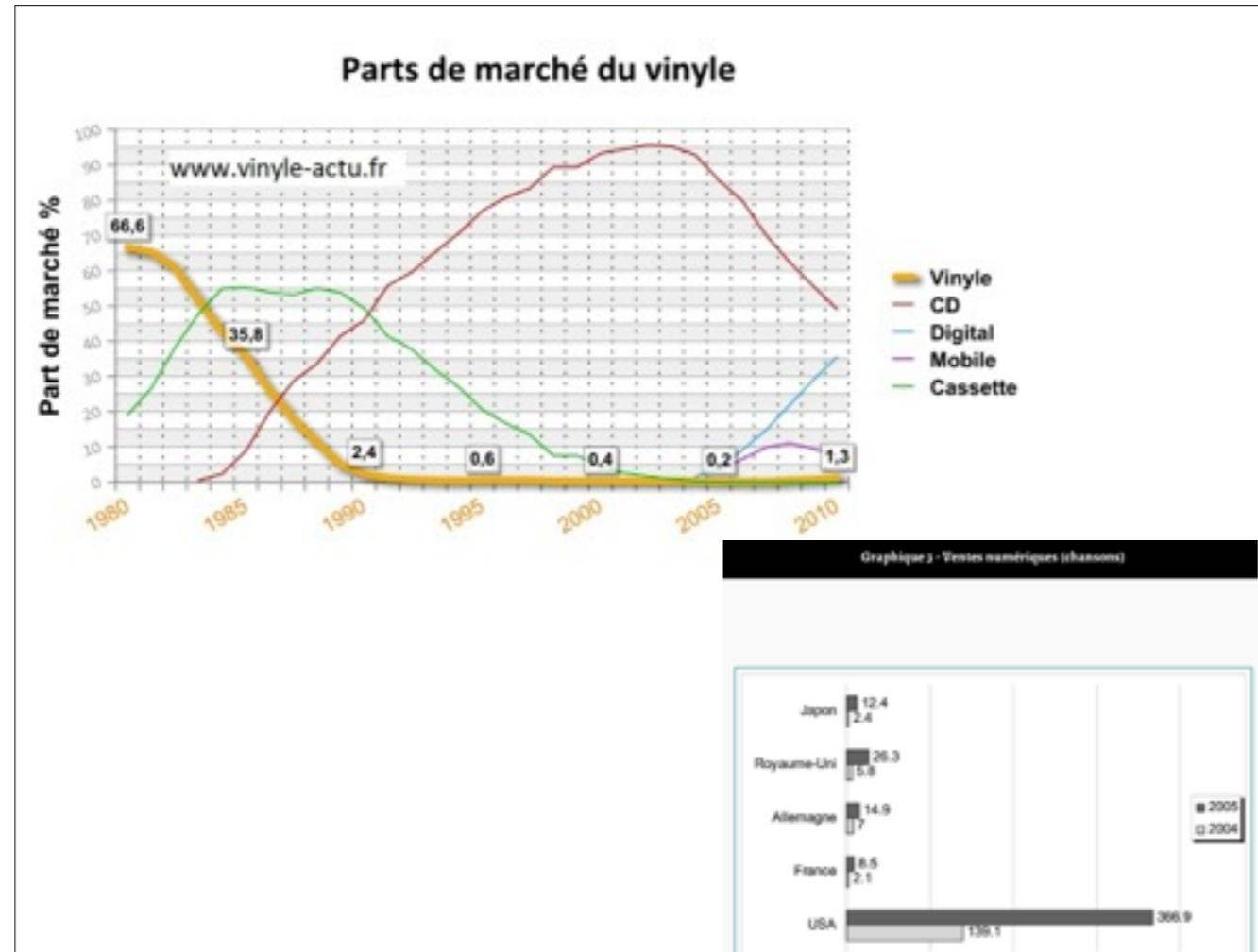
l'informatique...la technique.

Des codes qui rassurent et qui font l'unanimité et le succès que l'on connaît

On voit bien qu'à travers ce produit on a une vrai démarche design, de l'innovation, de la sociologie de la technique etc...



Tony Fadel. ingénieur chez Phillips Electronics. Au début des années 1990, Fadell avait lancé sa propre société, du nom de Fuse. Il avait eu comme idée de vendre un petit baladeur fonctionnant avec un minuscule (mini) disque dur, avec une plateforme de téléchargement Jungle . Echec- rejoint Apple en 2000.



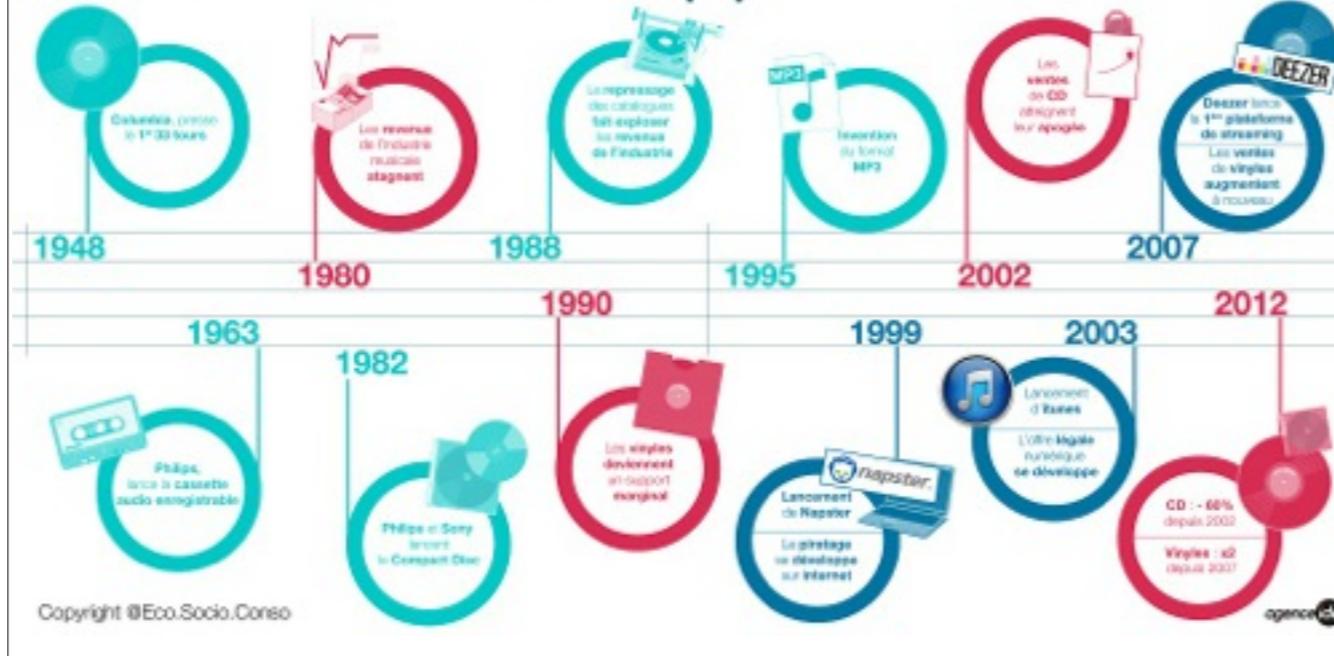
Si on analyse le contexte, plusieurs éléments, le marché du vinyle baisse.

1/ Effondrement du support vinyle au profit de la techno CD (1990)

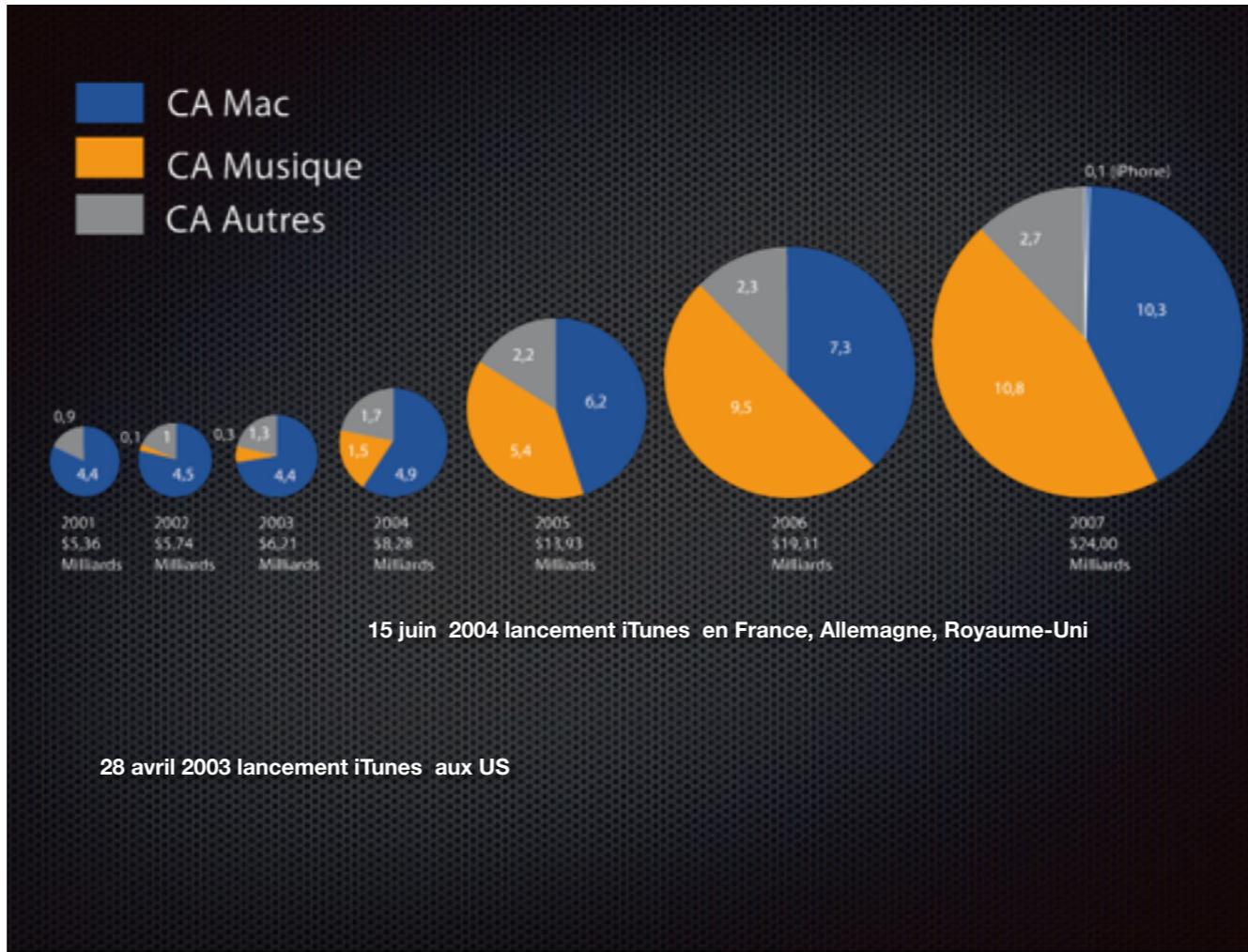
2/ Effondrement du support CD au profit du Digital (2003).

Chiffres en millions d ' unité.

Evolution des supports musicaux



Si on compare avec le marché de la musique, se sont les évolutions sociologiques que les innovations technologiques. Il y a une corrélation entre socio-usages et technologiques. Quand bien même la technologie du format MP3 créée en 1995, son développement industriel a démarré vraiment en 2002/2003 notamment avec iTunes et autres plateformes de téléchargement.



Le succès de l' iPod , n' est pas du au produit seul, mais à la plateforme iTunes.

l' iPod à révélé d ' une façon clair l' anticipation des usages de la consommation de la musique en proposant un nouveau business model.

Dans le même temps, plus d ' i pod était vendu, plus Apple vendaient des ordinateurs. Il y a eu un effet boomerang et le centre du business model sont les contenus et non le contenant.

Quelques chiffres...

2001 : 23 octobre lancement de l' iPod

2003 : 28 avril lancement iTunes aux US

2004 : 15 juin lancement iTunes en France, Allemagne, Royaume-Uni

2007 : Noël 22 millions d' iPod vendus dans le monde

2010 : 275 millions d' iPod vendus dans le monde

50.000 films achetés ou loués chaque jour sur iTunes Store

70% des voitures neuves achetées aux US, compatibles avec l'iPod

4000 accessoires différents compatibles avec l'iPod



Chiffre Apple

Exemples

Une de mes expériences à été d ' accompagner une société Franco-Hongkongaise à faire sa mutation en 2004.



Sum up of Design thinking



DISCOVERY

Find a Challenge.

Example:
PC.
How we can change
First step manage research
human science
Arts
Technology
Philosophy...



INTERPRETATION

Synthesized the research.

Generating questions.
Example:
How might new PC ?
How will the users ?
How might internet ?



IDEATION

Brainstorm Ideas.

Example:
More simple, more fun
more attractive, all functions
must be integrated etc...



EXPERIMENTATION

Prototype or Create story board

Investigation about users - test

Feedback

Investigation about technology



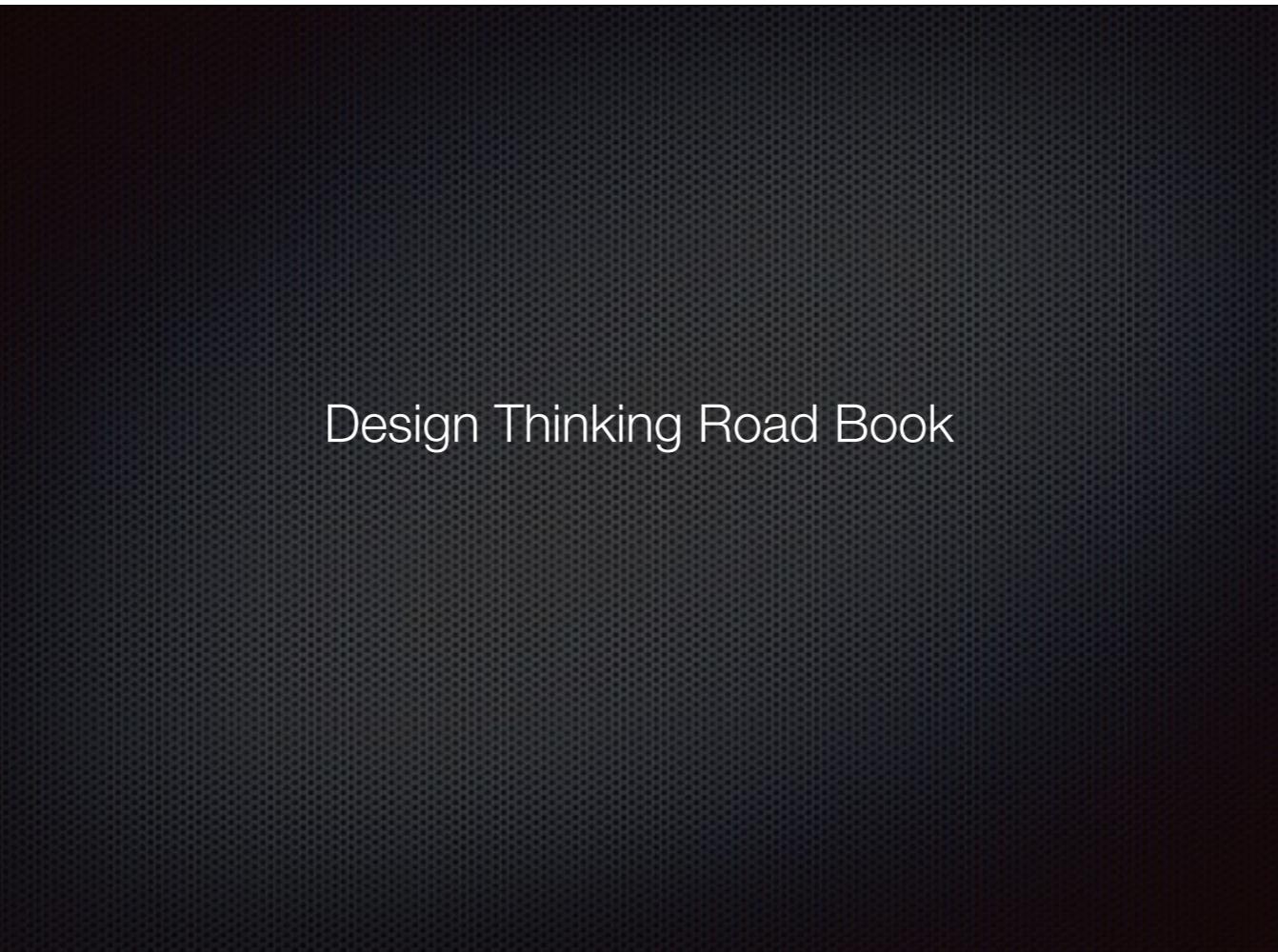
EVOLUTION

Develop and sale products

New range of product

Integrated and follow new technologies

etc....



Design Thinking Road Book

0-1 Define a Challenge

Dreams and Gripe Session

Finding opportunities for design often begins by noticing problems. Sometimes it comes out as wishes ("I wish our school had _____"). Sometimes it comes out as complaints ("It annoys me that we're not _____"). Either way, go on, refine. You might want to try this with a friend... share your dreams and gripes and ask them to reflect back design opportunities.

DREAMS/THINGS I WISH WOULD EXIST

I WISH I COULD COLLABORATE MORE WITH OTHER TEACHERS.

GRIPES/THINGS THAT COULD BE BETTER

KIDS ALL DO EXERCISE ON THE COMPUTERS SINCE I DON'T HAVE ENOUGH
THINGS WOULD BE BETTER WITH NEWER TECHNOLOGY

0-1 Define a Challenge

GETTING STARTED

Next, flip these statements into possible design challenges. Begin your question with "How might we..." or HMW for short. This turns the problems you see into opportunities for design.

HOW MIGHT WE...

HOW... CREATE NEW TOOLS FOR TEACHERS TO COLLABORATE?

HOW MIGHT WE...

HOW... REDESIGN MY CLASSROOM TO BETTER MEET THE NEEDS
OF MY STUDENTS?

0-2 Create a Project Plan**Sketch out the End Goal(s)**

What will I work to produce?

END GOALS

- PROTOTYPES I WILL TRY AND BUILD
- A PILOT PROGRAM
- A MUNI DOCUMENT THAT I CAN SHARE WITH OTHERS
- A STYLISH PRESENTATION TO ENLIST OTHERS IN THE IDEAS
-
-
-
-

Establish Constraints

What constraints will I need to manage?

CONSTRAINTS

- NEEDS TO FIT WITHIN MY CURRENT SCHOOL BUILDING
- BUDGET OF 50 DOLLARS FOR THE YEAR
- HAS TO BE READY TO TRY WHEN STUDENTS RETURN FROM BREAK
-
-
-
-
-
-

Define Indicators of Success

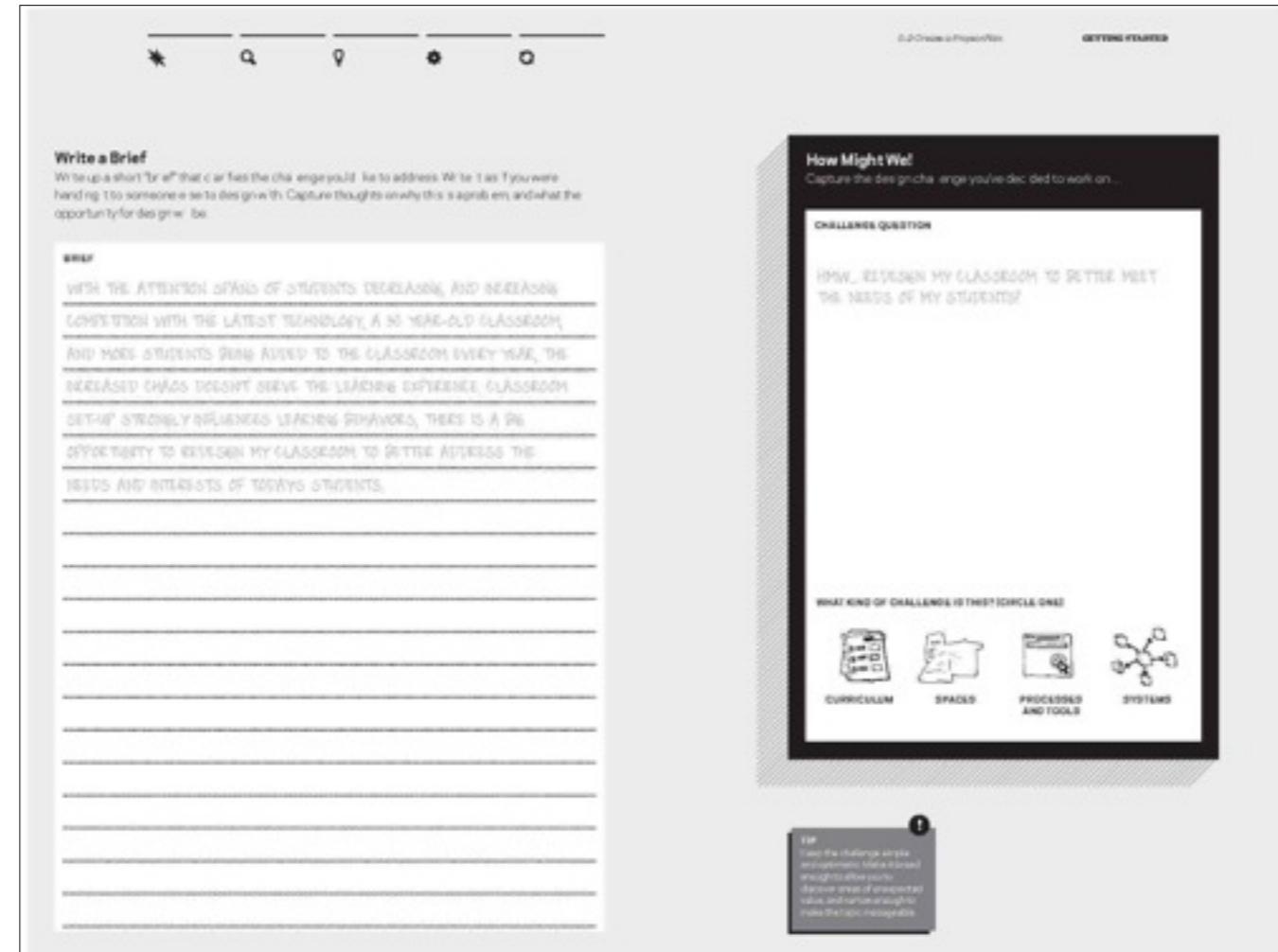
What measures and indicators will give me know my ideas are successful?

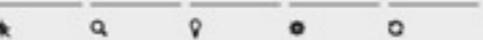
MEASURES

- POSITIVE FEEDBACK I GET FROM STUDENTS
- MY ITINERARY LEADS FURTHER DEVELOPMENT
- OTHER TEACHERS WANT TO JOIN ME
-
-
-
-
-

OTHER THINGS TO KEEP IN MIND

-
-
-
-
-
-
-
-

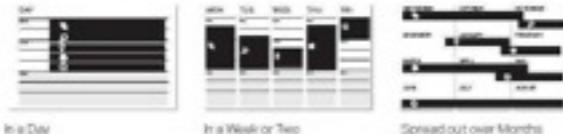




0-3 Create a Project Plan

The Design Thinking process is flexible and can integrate into your school's structure and timing. The process can be run in a day, a week, a year, or more. What you put into the challenge determines what you get out of it. The depth of insight, opportunity areas, and ease of concept refinement and impact will vary depending on the length of your project. For now, choose the timeline you'd like to begin working with. After getting started on the project, you may find that you want to evolve the plan to meet the needs of your design solutions.

Circle your Design Plan



Sketch your Timeline

Create a timeline for your project. What are major dates you'll be working toward? Do you need a prototype to be ready for use after summer break? Do you want to share learnings at parent-teacher night or pitch your concept to the school board? Consider deadlines, meetings, and intermediate dates.



Project Checklist

What do you need to get in place to enable you to get started on this project? Do you need to align schedules to conduct a challenge or professional development day? Do you need to book space or request materials? Who do you want to pitch?

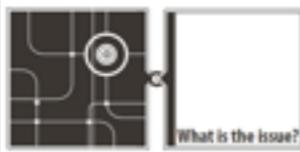
CHECKLIST

BOOK ROOM

BOOK CHAIR

Problem definition

Use this to find and define the issue



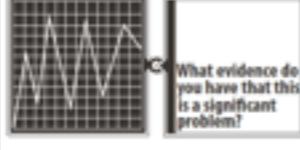
What is the issue?



Who is it a problem for?



What social/cultural factors shape this problem?



What evidence do you have that this is a significant problem?



Can you think of this problem in a different way?
Can you reframe it?



Source: Kinsella and Adler, 2012. The Social Design Methods Menu

Storyboard

Use this structure to imagine a story about your user or customer as they engage with your offering

