



INNOVER AVEC REPERES DESIGN THINKING

Créer des offres uniques, désirables et viables

NOTRE APPROCHE DESIGN THINKING VOUS PERMET DE ...



**DÉTECTER DES INSIGHTS RÉELLEMENT
RUPTURISTES EN SE LIBÉRANT DES
APPROCHES ET PENSÉES
CONVENTIONNELLES**



**EMBARQUER TOUTES VOS ÉQUIPES DANS
LE PROCESSUS D'INNOVATION ET DE
GÉNÉRATION DE CONCEPTS**



**RETENIR CE QUI EST DÉSIRABLE,
FAISABLE ET VIABLE, EN DONNANT UNE
CHANCE À TOUTES LES IDÉES**

LE POINT DE DÉPART : LA DEFINITION DU **CHALLENGE** ET DU **TERRAIN DE JEU**



LÀ OÙ NOUS DEVONS ARRIVER / LES LIVRABLES



CE QUI EST POSSIBLE - ET LÀ OÙ NOUS N'IRONS PAS

UN PROCESSUS HOLISTIQUE ET AGILE



INSPIRATION

Observation & écoute
Approche ethnographique



IDEATION

Génération de prototypes: concepts de
produits, de services, de process



IMPLEMENTATION

Test des prototypes en itération auprès
des consommateurs



ETAPE 1 : INSPIRATION

UNE **PHASE PRÉALABLE** POUR MIEUX COMPRENDRE LA RÉALITÉ EXPÉRIENTIELLE

Parcours, usages, points de douleur et d'enchantement

DE **MULTIPLES MÉTHODES D'INTERACTION ET D'OBSERVATION** POUR IDENTIFIER LES INSIGHTS

- Observation pure
- Ethnographie (à domicile, au travail, en magasin, dans les transports...)
- Interviews flash
- Communautés online
- Consumer connect (l'équipe projet rencontre le consommateur)



ETAPE 2 : WORKSHOP D'IDÉATION

① **IMMERSION** POUR COMPRENDRE LA PROBLÉMATIQUE ET LE CHALLENGE

- Personae, user journey,...

② **BRAINSTORMING**

- Individuel puis tri collectif
- Palette d'exercices ; brainwriting, jeu des chapeaux, appel au héros, personal coach...

③ **CO-CONSTRUCTION** DE 'PROTOTYPES'

- Concepts d'offres ou de positionnement, pitch
- Affiches publicitaires, infographies,
- Parcours client (storyboard)

IDÉATION : UN FORMAT SUR MESURE

UNE APPROCHE **CO-CRÉATIVE**

10 à 12 participants, représentant les différents stakeholders internes (R&D, Marketing, Commerciaux, Finance...), les clients/consommateurs finaux et l'équipe REPERES.

Dans un lieu propice à la créativité

TIMING ADAPTÉ POUR COMPOSER AVEC LA DISPONIBILITÉ DES ÉQUIPES

Sessions de 4 heures à 2 jours

INTÉGRATION **D'EXPERTS** SELON LES PROBLÉMATIQUES

Spécialistes UX, ergonomes, synergologues, sociologues, roughman...





ETAPE 3 : IMPLÉMENTATION

UNE PHASE TEST EN **ITÉRATION RAPIDE** POUR IDENTIFIER LES **PROTOTYPES GAGNANTS**

- **Workflow en 4 étapes** : 1er test => sélection & optimisation => test final => optimisation
- Selon la nature et complexité des 'prototypes', **entre 10 et 50 prototypes** pourront être testées
- Test quali ou quanti

OUTPUT: UNE SÉLECTION DES **PISTES LES PLUS PORTEUSES, PRÉTESTÉES ET OPTIMISÉES**

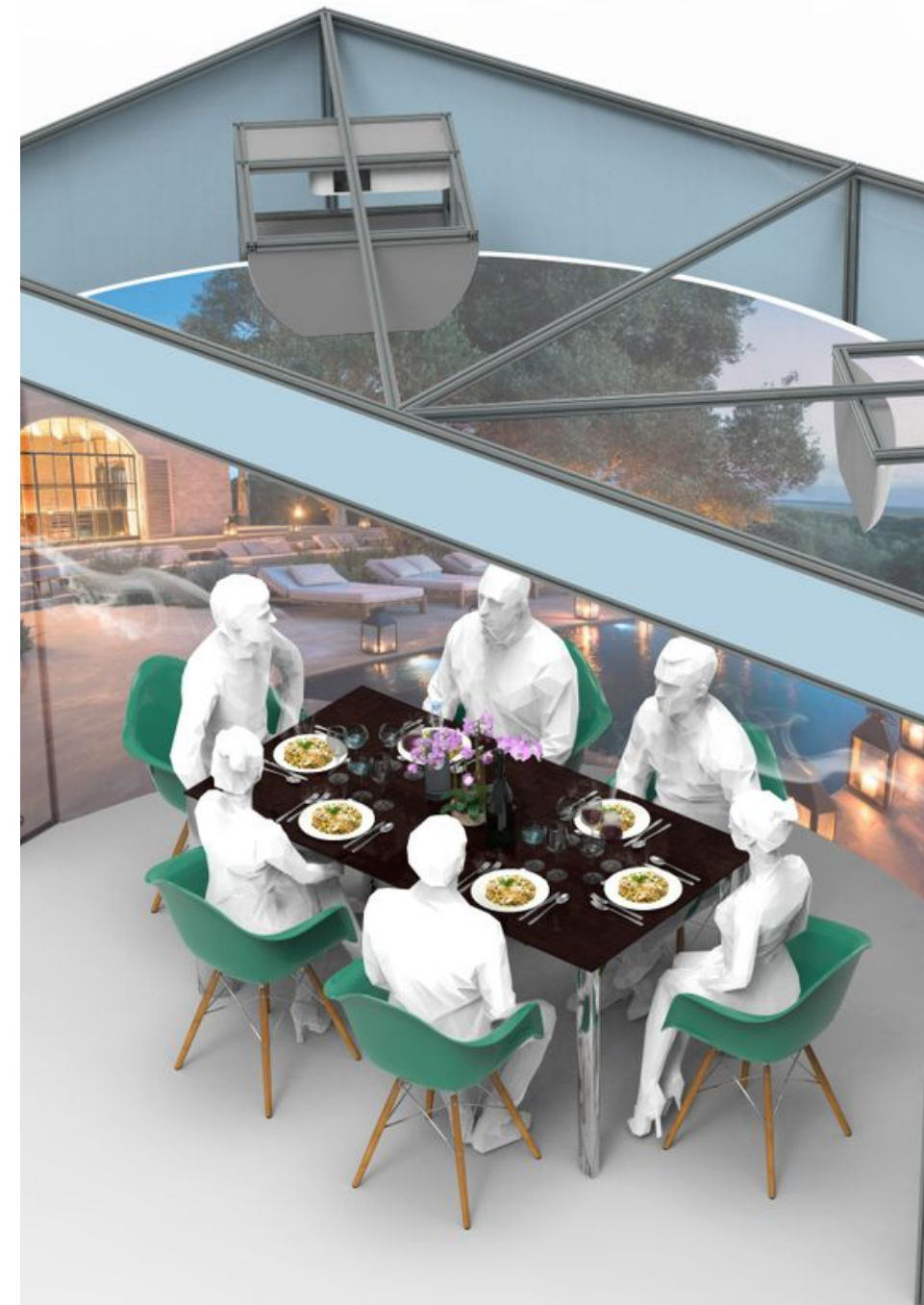
LES + REPÈRES

TESTS QUALI CLASSIQUE OU VIA **PLATEFORMES ONLINE**,
PERMETTANT D'ÉVALUER UN GRAND NOMBRE DE
PROTOTYPES

MESURE DE L'ACTIVATION ÉMOTIONNELLE DES
PROTOTYPES AVEC LE **R3M SCORE**

TESTS DE PROTOTYPES DANS NOTRE **SALLE IMMERSIVE
MULTI-SENSORIALE** THE LAB IN THE BAG

ACCOMPAGNEMENT **CONSEIL** DE REPÈRES POUR
L'IMPLÉMENTATION DES CONCEPTS



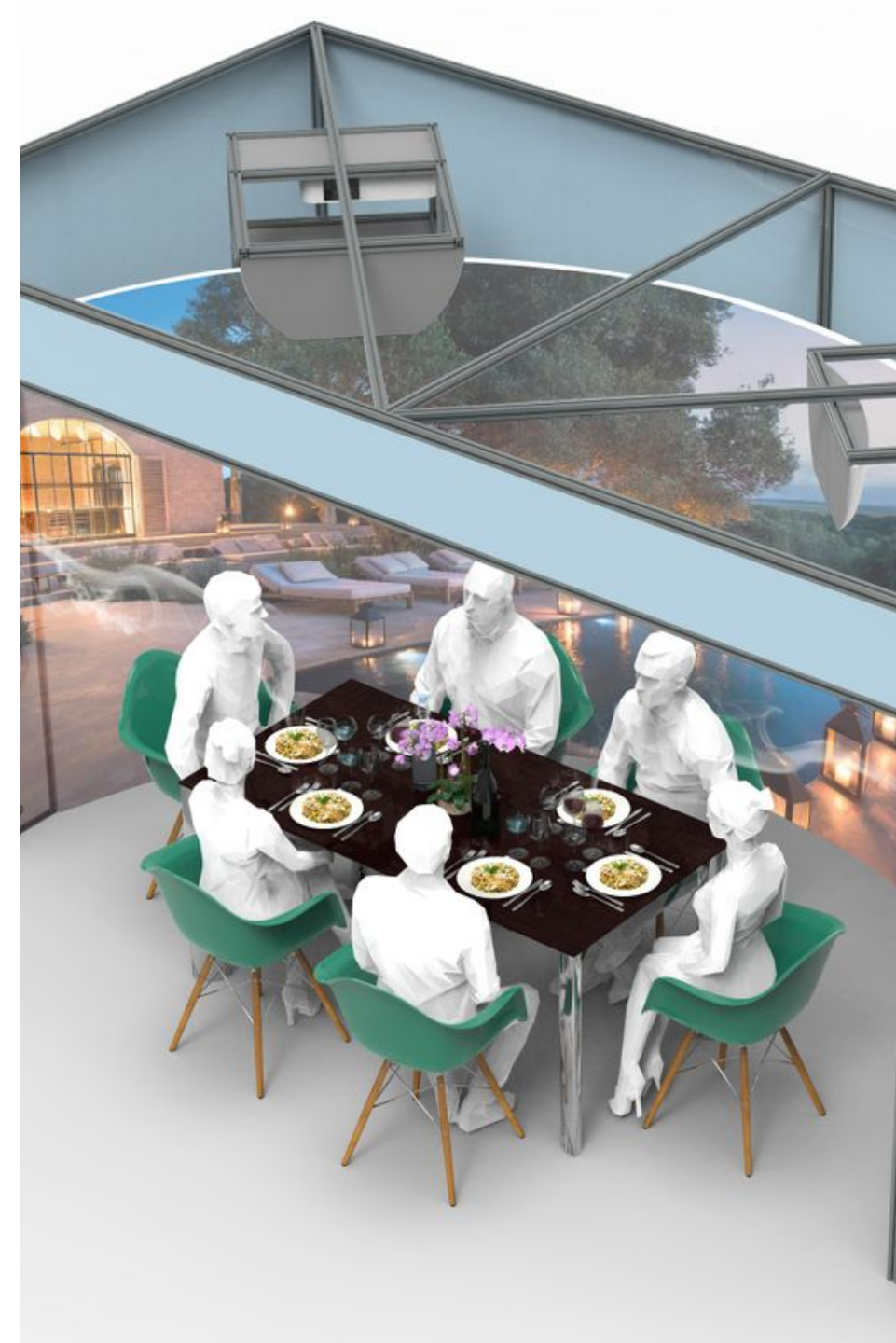
DESIGN THINKING : LES + REPÈRES

TESTS QUALI CLASSIQUE OU VIA **PLATEFORMES ONLINE**,
PERMETTANT D'ÉVALUER UN GRAND NOMBRE DE
PROTOTYPES

MESURE DE L'ACTIVATION ÉMOTIONNELLE DES
PROTOTYPES AVEC LE **R3M SCORE**

TESTS DE PROTOTYPES DANS NOTRE **SALLE IMMERSIVE
MULTI-SENSORIALE** THE LAB IN THE BAG

ACCOMPAGNEMENT **CONSEIL** DE REPÈRES POUR
L'IMPLÉMENTATION DES CONCEPTS





Nous aidons nos clients à réussir leur business
en se focalisant sur
#CequiCompteVraiment



DES QUESTIONS ?



STÉPHANIE AMSELLEM

sam@reperes.net



MARKUS GERLACH

m.gerlach@reperes.net