

Revell'East

Livret de facilitation



Préambule RevEll'East

Pour que la journée se déroule bien...

Faire en sorte que chacun s'exprime

Esprit positif only

Écoute active

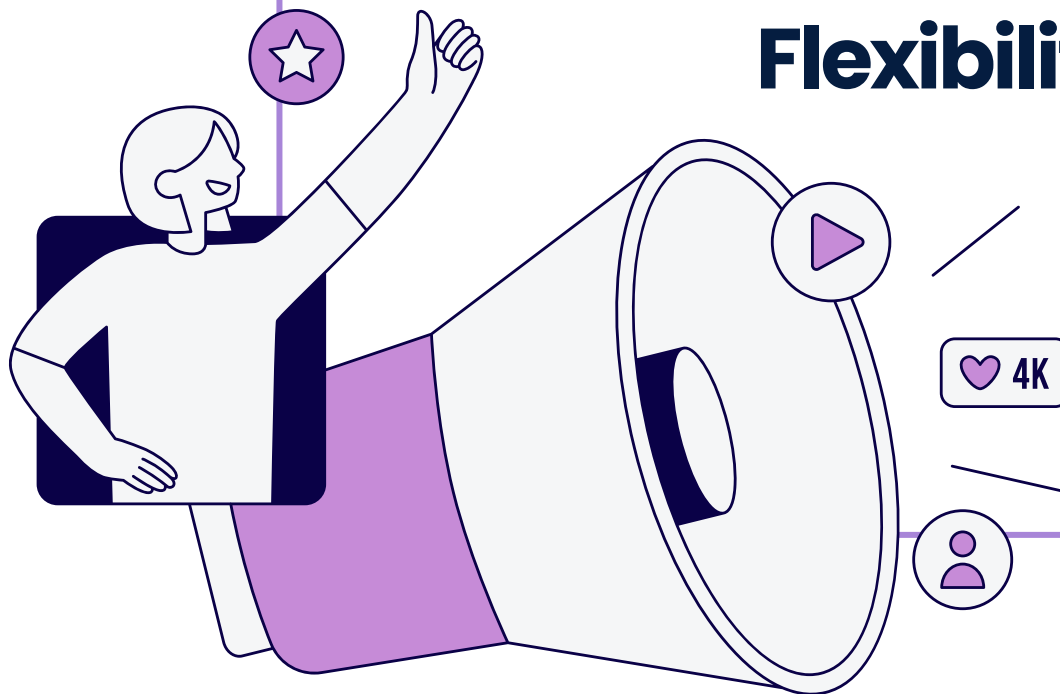
Bienveillance

Flexibilité

Créativité

Patience

Lâcher prise



Journée d'intelligence collective

Une équipe, un thème, plusieurs solutions

10h00 : Ice Breaker (20 min)

Moi, mon équipe, nos valeurs, nos critères

10h20 : Le projet (20 min)

Discussion autour du pitch initial et définition notre problématique

10h40 : Canvas (1h20 min)

Pour qui ? Travail la cible - interview

12h00: Cibles (30min)

Travail sur la carte d'empathie

12h30 : Définition du projet (30 mn)

Définition du projet



13h00 - 14h00

Pause déjeuner

14h00 : Proposition de valeur (30min)

Définition de la proposition de valeur

14h30 : Business Model (1h)

Travail sur le Business Model Canvas

15h30 : Prototype (30min)

Illustration visuelle de la solution

16h00 : Pitch (1h)

Préparation du pitch

17h00 : Présentation finale (1h)

Présentation des pitches finaux face au jury

Je pitch mon idée...même si c'est une mini-bribe d'idée

« **Qui** » je suis ?

« **Pourquoi** » mon sujet ?

« **Comment** » le réaliser ?

« De **qui**, de **quoi** de **quelles compétences** » ai-je besoin pour transformer mon rêve en réalité ?



Chaque porteur d'idée pitche devant les participants. Les équipes sont constituées sur la base d'un nb minimal de 5 participants par projet.

Dans mon équipe, il y a...

Clic petite photo et chacun dessine son portrait robot - voir page suivante



Votre portrait-robot au service de votre équipe

Vos croyances

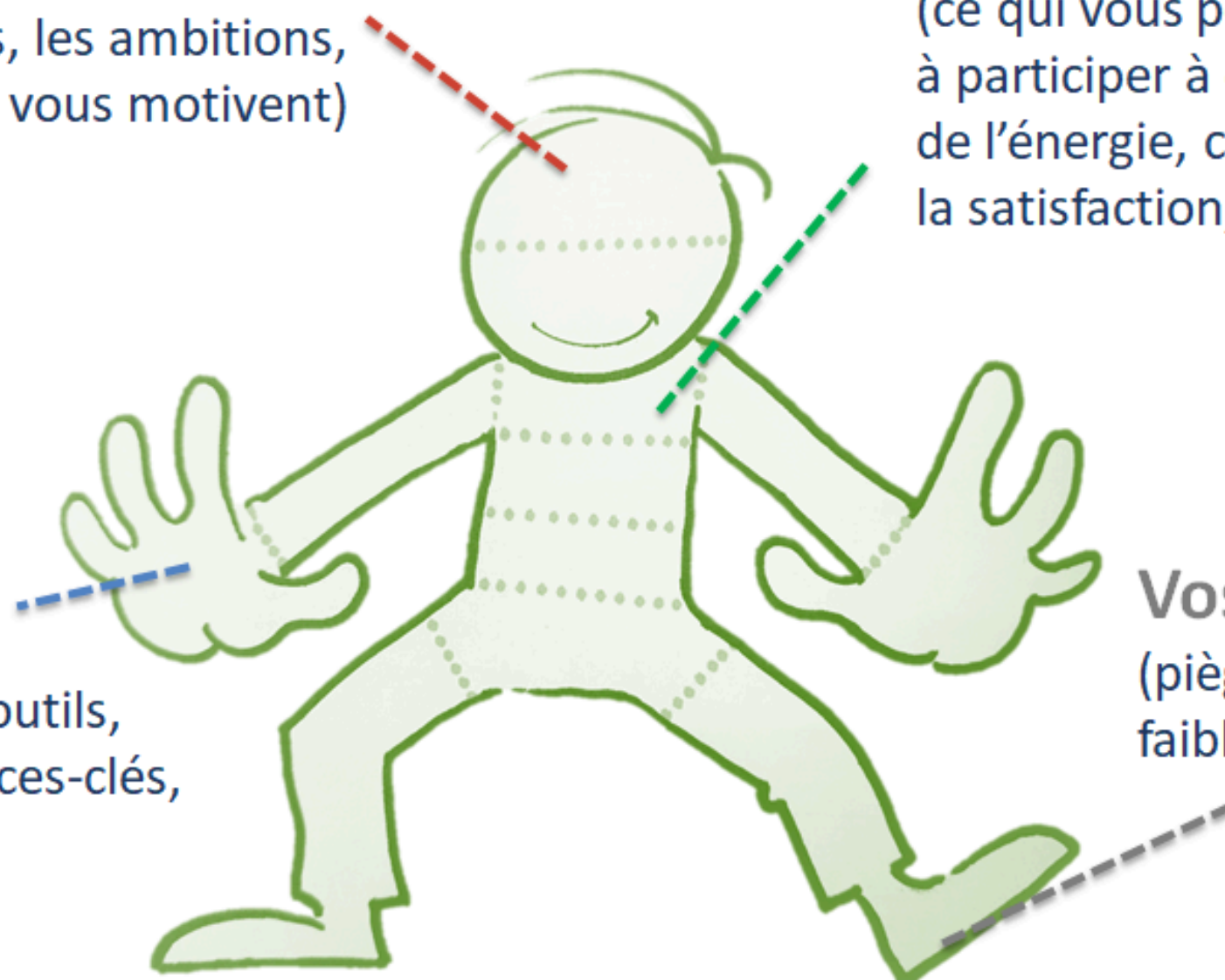
(le pourquoi, les rêves, les ambitions, les valeurs qui vous motivent)

Vos moteurs

(ce qui vous pousse à votre lever le matin, à participer à ce projet, ce qui vous donne de l'énergie, ce qui vous provoque de la satisfaction, ce qui vous fait plaisir)

Vos super pouvoirs

(expériences, ressources et outils, connaissances ou compétences-clés, gestes gagnants, forces, ...)



Vos talons d'Achille

(pièges, écueils à éviter, faiblesses, fragilités)

5 min : perso

15 min : échanges

20 min : Consolidation sur slide précédent



J'écris ma problématique comme évoqué dans le pitch

« **Pourquoi** » mon sujet ?

Five W's – 5 questions – 20 mn

**5 min : chacun se pose 1 pourquoi individuel
sauf le porteur de projet**

**10 min : chacun exprime son pourquoi au
groupe sans réponse du porteur de projet**

**5 min : de deuxième pourquoi si temps
supplémentaire 3 ème tour**

PROBLÈME	
↓	
Pourquoi ?	
Pourquoi ?	
Pourquoi ?	
Pourquoi ?	
Pourquoi ?	
↓	
CAUSE RACINE DU PROBLÈME	
SOLUTIONS	

20 min

L'utilisateur de mes rêves

Qui est le client idéal ?

Notre thème :

Je liste tous ceux qui pourraient être intéressés si je trouve une solution à ce problème

imaginons notre 'client/ utilisateur / intéressé principal'

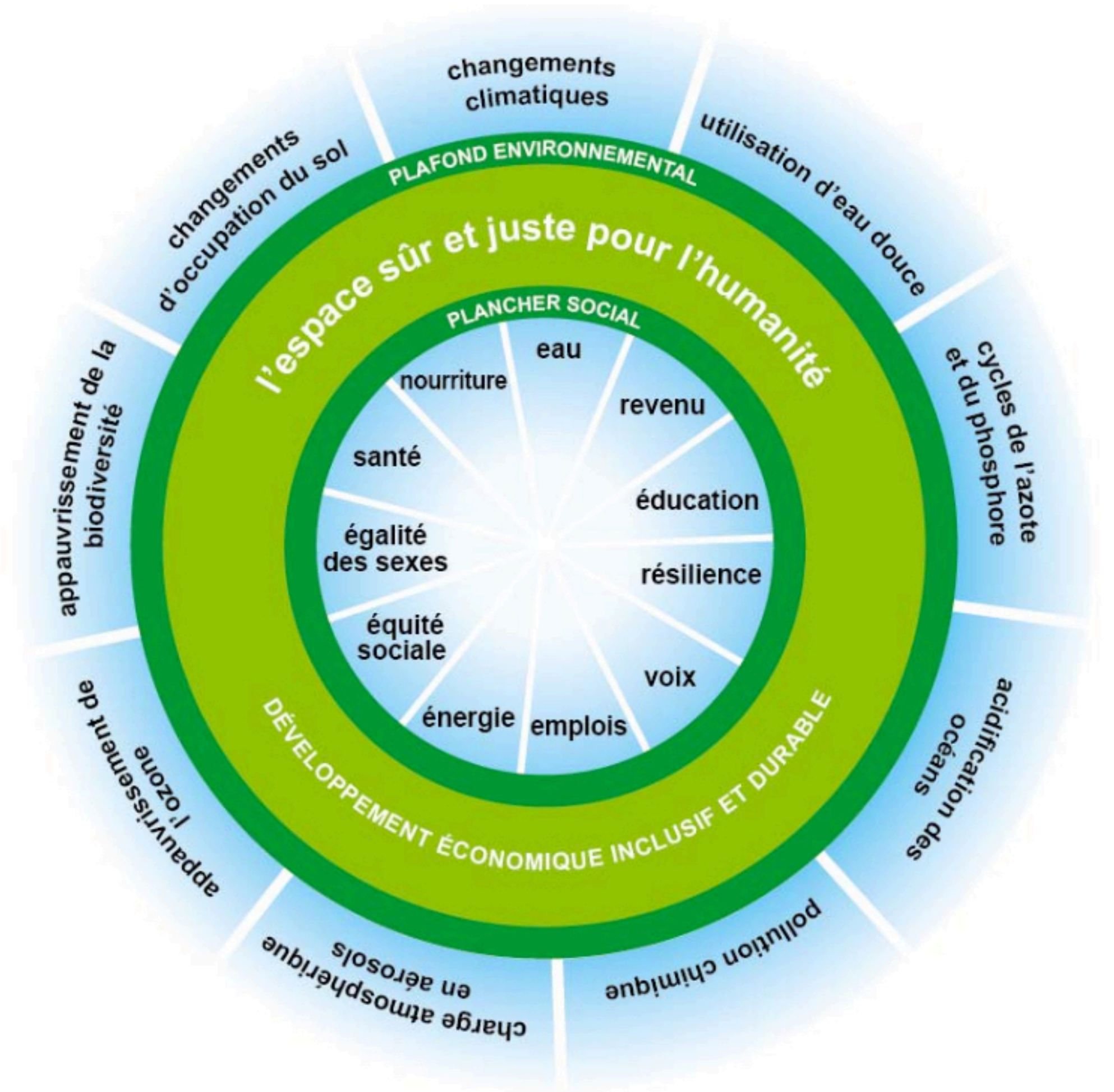
5 min : Perso + 10 mn en groupe



Théorie du Donuts

Qu'est-ce que la Théorie du Donut de l'économiste Kate Raworth ? – Oxfam France

**Petite cible de sensibilisation.
Votre problématique a plein d'impacts.
Où se situe-t-elle dans ce donut ?
(Tracez des points et reliez les)**



A la rencontre des utilisateurs

Interview

CUSTOMER JOURNEY CANVAS

DESIGN A BETTER BUSINESS

CUSTOMER NEEDS
What are the customer's basic needs at this moment?

KEY MOMENT
What does the snapshot picture of this moment look like?

CUSTOMER SATISFACTION
How satisfied is the customer at this moment?

☺
☹
☹

CC BY DESIGNABETTERBUSINESS.COM

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons,
171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

The image shows a 'Customer Journey Canvas' template. It is a horizontal grid divided into five vertical columns by dashed lines. On the left side, there are three rows of text and icons. The first row is 'CUSTOMER NEEDS' with the question 'What are the customer's basic needs at this moment?'. The second row is 'KEY MOMENT' with the question 'What does the snapshot picture of this moment look like?'. The third row is 'CUSTOMER SATISFACTION' with the question 'How satisfied is the customer at this moment?' and three smiley face icons (happy, neutral, sad). In the center of the grid, there are five tilted rectangular boxes, one in each column, representing key moments. At the top right, there is a logo for 'DESIGN A BETTER BUSINESS' and at the bottom left, there are Creative Commons license icons and text.

A la rencontre des utilisateurs

Aller à la rencontre de votre utilisateur potentiel (au téléphone ou en physique)

Sortez et rencontrez des clients potentiels afin de challenger votre problématique et de mieux comprendre son quotidien. Pour vous aider dans votre démarche d'interview

1 Introduire votre interview

- Donner le timing proposé pour être sûr que l'interviewé ait le temps
- Demander d'être le plus précis et ne pas hésiter à donner des exemples
- Rapide présentation de l'interviewé

2 Le déroulé

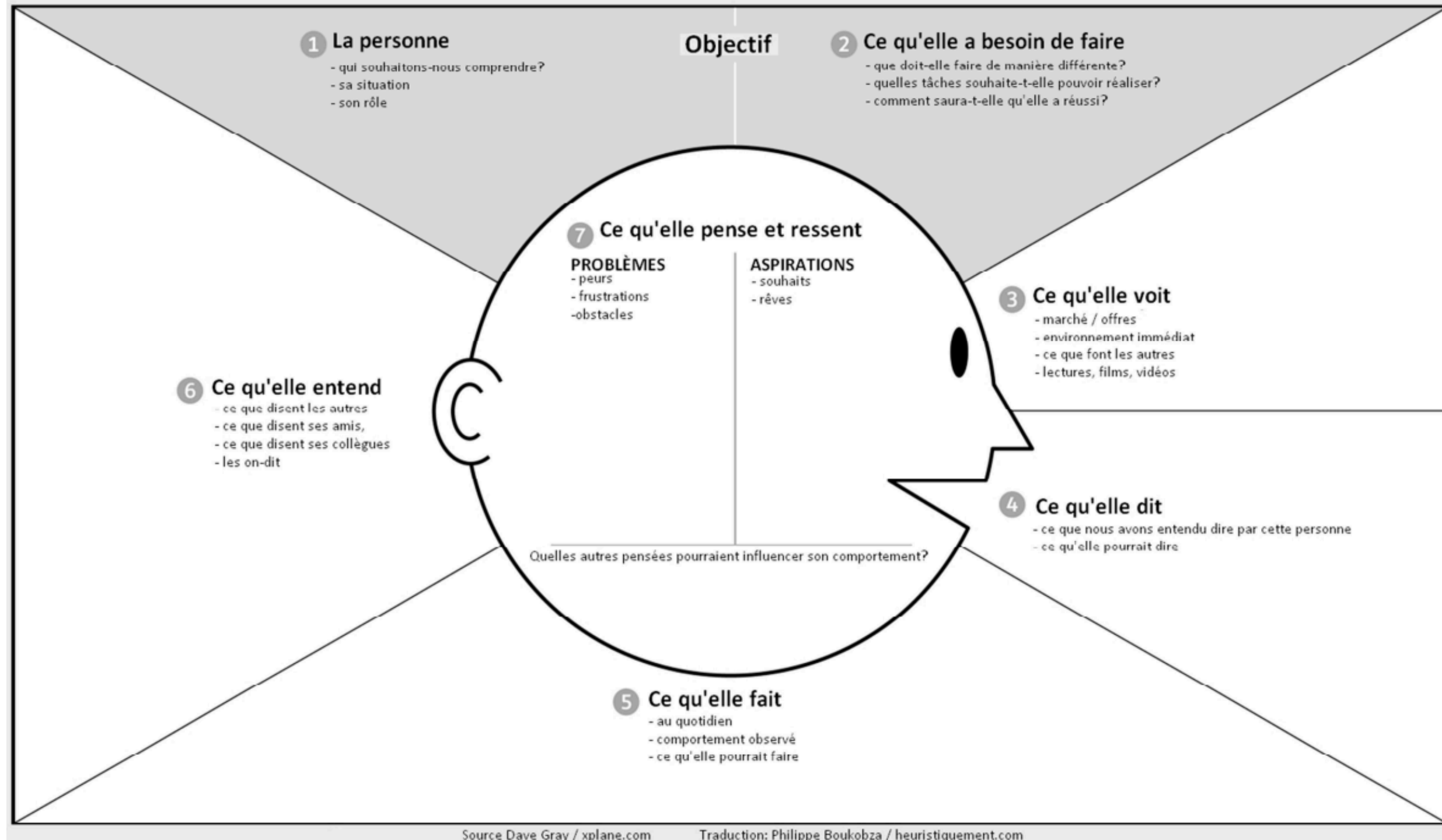
- Elaborez votre question d'ouverture
- Listez les thématiques à aborder et les points à infirmer/confirmar: sur les comportements, les pratiques et les habitudes
- Ce qu'il voit ; Ce qu'il entend ; Ce qu'il pense ; Ce qu'il dit
- Ses besoins et problèmes
- Pensez à une logique d'entonnoir : des questions qui peuvent être de plus en plus précises

3 Conclusion

- Suggestions éventuelles de l'interviewé
- Remerciements

Carte empathie

Notre client aficionado :



30 min : Post-it sur le mur équipe ou autant de A3 qu'il faut

De la problématique à l'idée

Notre problématique :

Notez toutes vos idées sur des post-its



Pas de jugement, la quantité est plus importante que la qualité, toutes les idées sont bonnes, on essaie de co-construire sur les idées des autres



De la problématique à l'idée

Notre problématique :

Notre idée de solution :

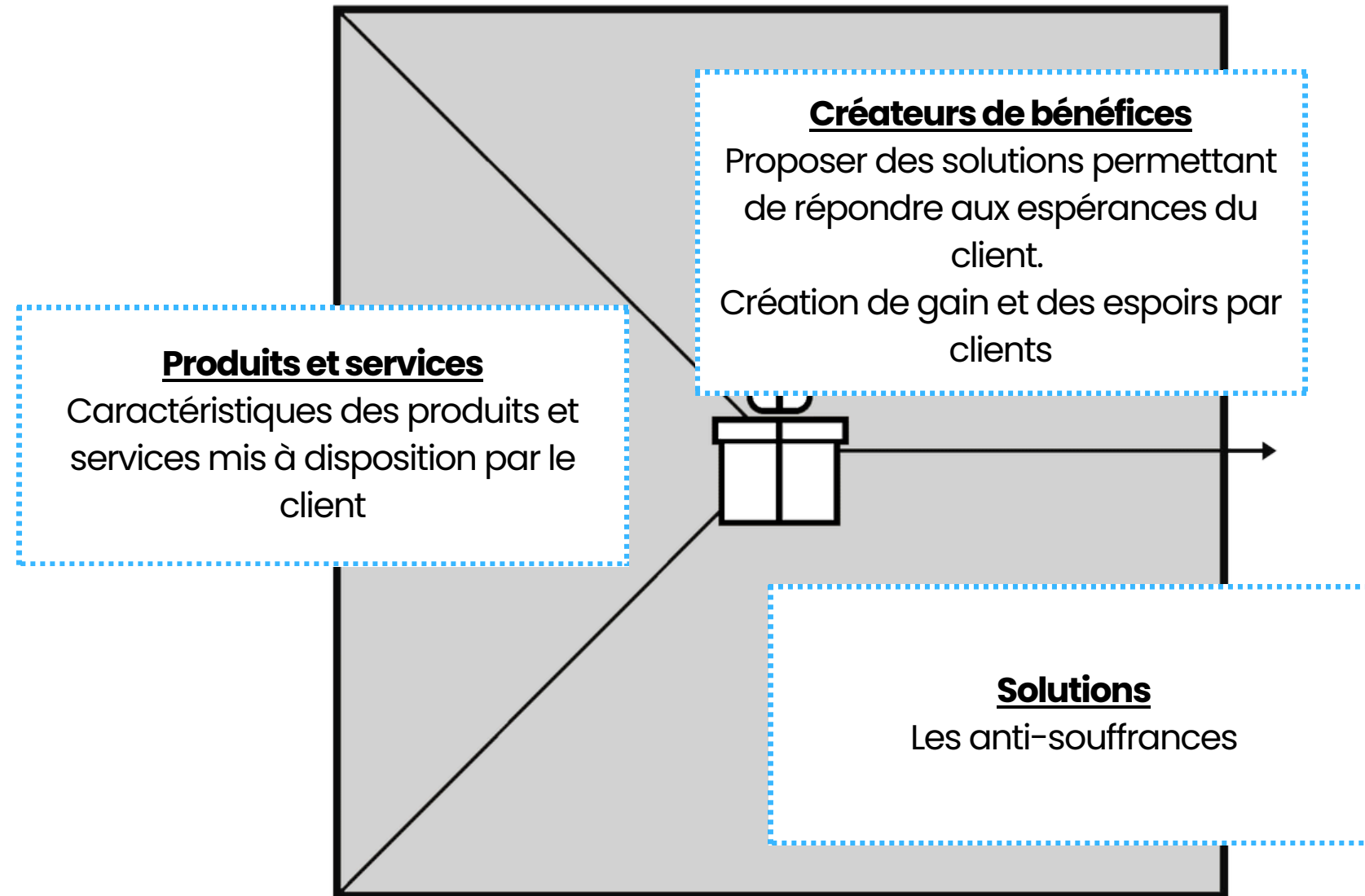
Ca peut sembler être très proche de l'idée de début mais ça ne sera jamais tout à fait pareil.



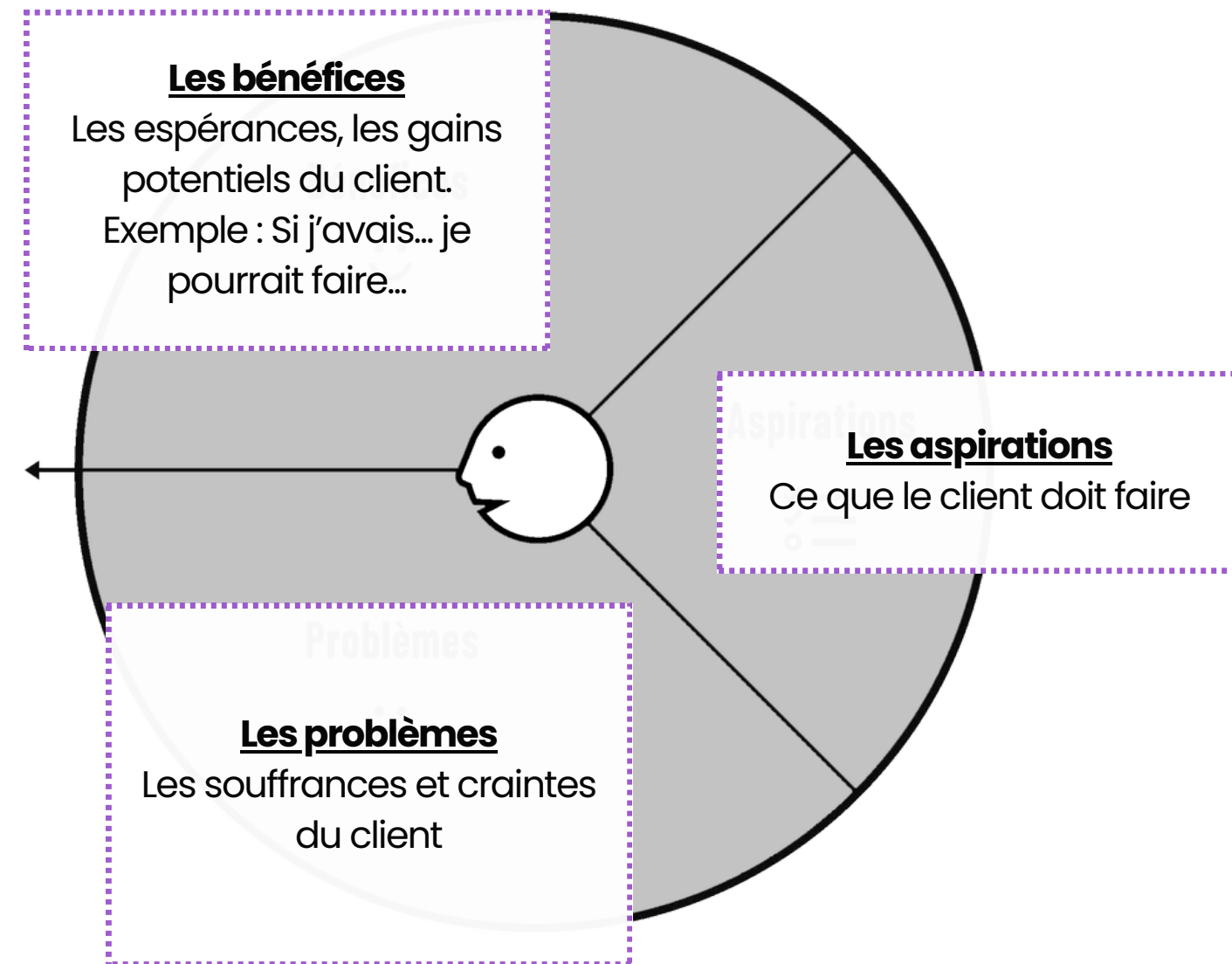
Proposition de valeur

Value Proposition Canvas

Carte de proposition de valeur



Profil du client



30 min : Post-it sur le mur équi



Business Model Canva

**Présentation des liens entre l'offre de service, les clients les partenaires.
Couvre l'économie d'une entreprise et qui couvre les 4 grande dimension d'une entreprise les Clients,
l'offres, les infrastructures et la viabilité financière.
Il est à faire tout au long de la vie de votre entreprise et garder les versions de vos Business Model
Canevas.**










Le Business Model Canvas

Réalisé pour :

Réalisé par :

Date :

Version :

<p>Partenaires Clés </p> <p>De qui j'aurai besoin pour développer mon projet ? Quelles personnes/ établissements/ entreprises vont m'aider à mettre en œuvre mon projet ?</p>	<p>Activités Clés </p> <p>Décrire ce qu'on doit faire quand le projet soit développé? Quels sont les activités nécessaires pour faire que mon idée fonctionne correctement ?</p>	<p>Propositions de Valeur </p> <p>Définissez votre proposition de valeur :</p> <p>Nos ... aident ... qui veulent ... en ... et ... contrairement à ...</p>	<p>Relations avec les Clients </p> <p>Quel type de relation souhaitez-vous établir avec vos clients : communautaire, co-création, assistance personnalisée ou "sur étagère" ?</p>	<p>Segments de Clientèle </p> <p>Définissez vos segments de clientèle : Qui seront les utilisateurs de mon projet ? Qui seront les bénéficiaires de mon projet ?</p>
	<p>Ressources Clés </p> <p>De quels ressources mon idée aura besoin pour fonctionner correctement ?</p>	<p>Canaux de Distribution </p> <p>Comment mon projet serait-il distribué vers mon utilisateur ? Exemple : Application, jeu, site web, ...</p>	<p>Structure des Coûts </p> <p>Qu'est-ce qui va nous coûter de l'argent ?</p>	<p>Sources de Revenues </p> <p>Comment je vais gagner de l'argent ? Ex : Ventes, Abonnements, donations, etc.</p>

Intégration de l'innovation :

Comment vous différencier ?
C'est le levier pour vous démarquer, accroître vos chances de succès et pérenniser votre activité. »

- Exemples : évolution du modèle de tarification ou transformation de la relation client.
- Parcours d'innovation : une démarche itérative.

Proposition de valeur

Nos _____ (vos Produits et /ou services)

aident _____ (vos Segments de clientèle)

qui veulent _____ (jobs à faire de vos clients)

en _____ (verbe par ex., augmenter, permettre)

et _____.

Contrairement à _____ (proposition de valeur

concurrente ou actuelle).

Construisez votre pitch final (3min)

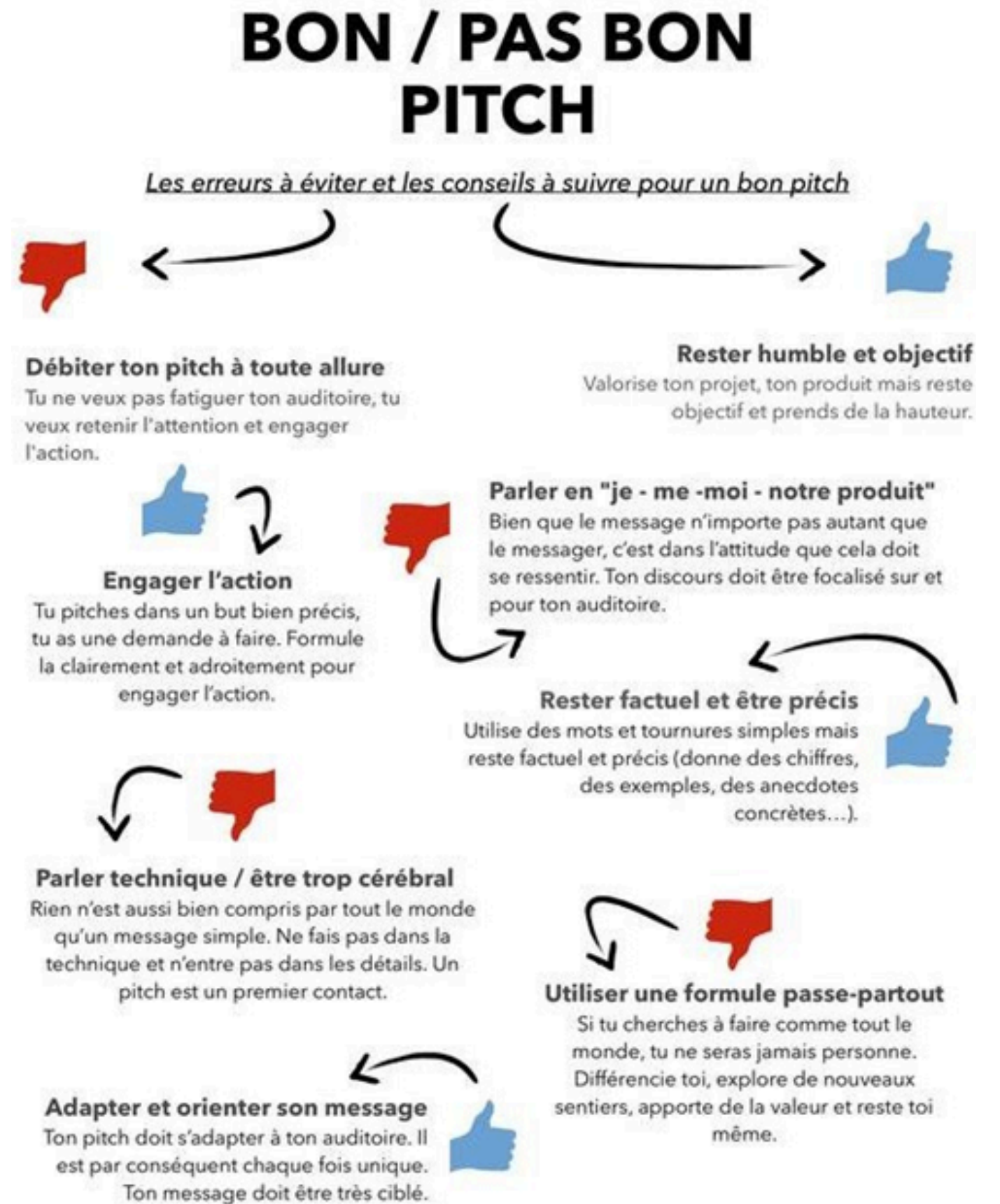
Etape 1 – Storytelling. Il s'agit de créer du lien, créer une base commune entre votre public, vous et votre projet. Raconter une histoire qui permette d'accrocher le jury et de positionner la problématique que l'équipe va adresser.
Exemple : « lorsque j'étais enceinte, j'ai été confrontée à »

Etape 2 – L'arrivée de la problématique doit se faire de manière très naturelle. Présenter le produit / service proposé **sous forme de solution à ce problème**

Etape 3 – Proposer un slogan (claim) simple, mémorisable, voire humoristique.
Exemple : « Nespresso, what else ? »

Etape 4 – Présenter le **business model** du projet

Etape 5 – J'annonce les prochaines étapes pour la mise en œuvre. J'explique comment je vais m'y prendre et de quoi j'ai besoin, y compris de la part du public auquel je suis en train de m'adresser



Répétez votre pitch final (3min)

Emotion (touchant avec empathie ou humour)

Se placer au centre, sans micro, oblige à **parler fort**.

Avoir un **ton** assuré.

Ancrer ses pieds dans le sol.

Regard : **voir** les gens qui connectent

Faire des pauses, éviter le débit uniforme



À vous de jouer !



**Quelques conseils pour
une journée réussie !**



Forgez des idées / divergez

- **“Think out the box”**
- Lister des thèmes qui vous viennent : chacun dit un mot : par exemple (bleu, trousse, vie, amour, chaud, ...) et essayez ensuite d'en mixer le plus possible avec votre thème de départ : par ex : si le thème est 'climat'...vous allez essayer de trouver une solution pour avoir un climat bleu...comme l'océan, voir la vie en bleu, un amour de climat chaud...
- Pour vous aider : prenez des thèmes « digitaux » : un objet connecté, un site web, une appli smartphone, un robot
- Mettez tous les 5 sens : toucher, odorat, vue, gout, ouïe
- Mais aussi des thèmes sans rapport : méditation, musique, art floral, le corps humain, la vitesse,....
- Essayez de construire votre idée : et si jamais... je rêve de... ce serait trop cool si...
- Mettez vous dans la tête de personnages célèbres (si j'étais ChatGPT, je dirais...)
- Faites tourner les idées sur des post-its : complétez les idées des autres, ou apportez-en de nouvelles en lien avec ce que vous avez lu
- **Esprit positif** : jamais de critique sur les idées : que de la construction au-dessus / on ne détruit jamais une idée / pas même les siennes ! (pas d'autocensure)
- On oublie les “on ne peut pas faire, on a déjà essayé, ils ne voudront pas”
- **Pas de jugement.** Toutes les idées farfelues sont bonnes, même si déjà dites, même si fôtes d'orthographe
- La quantité compte, pas la qualité!
- Quand on a l'impression de tout avoir épuisé... on continue!

On note tout !

Prise de décision / convergez

Pour être sûrs de prendre une décision en tenant compte de tous les avis, nous vous proposons la méthode suivante (issue de 'reinventing organisations' / Frédéric Laloux)

>>> Appuyez vous sur votre facilitateur : attention : le facilitateur n'entre pas dans le 'fond du sujet', ne donne pas son avis, ne suggère rien, ne décide rien : mais seulement 'qu'est-ce que tu proposes?' 'pour quelle raison fais-tu cette proposition?'

- **1er tour :** écrivez toutes les propositions sur un tableau
- **2nd tour :** passez les en revue et améliorez-les
- **3ème tour :** la décision est prise par décision du groupe : pour qu'une solution soit adoptée, il suffit que personne ne formule d'objection de principe / personne ne peut émettre un veto sous prétexte qu'une autre solution (la sienne p. ex) aurait été préférable

Résolution de conflits

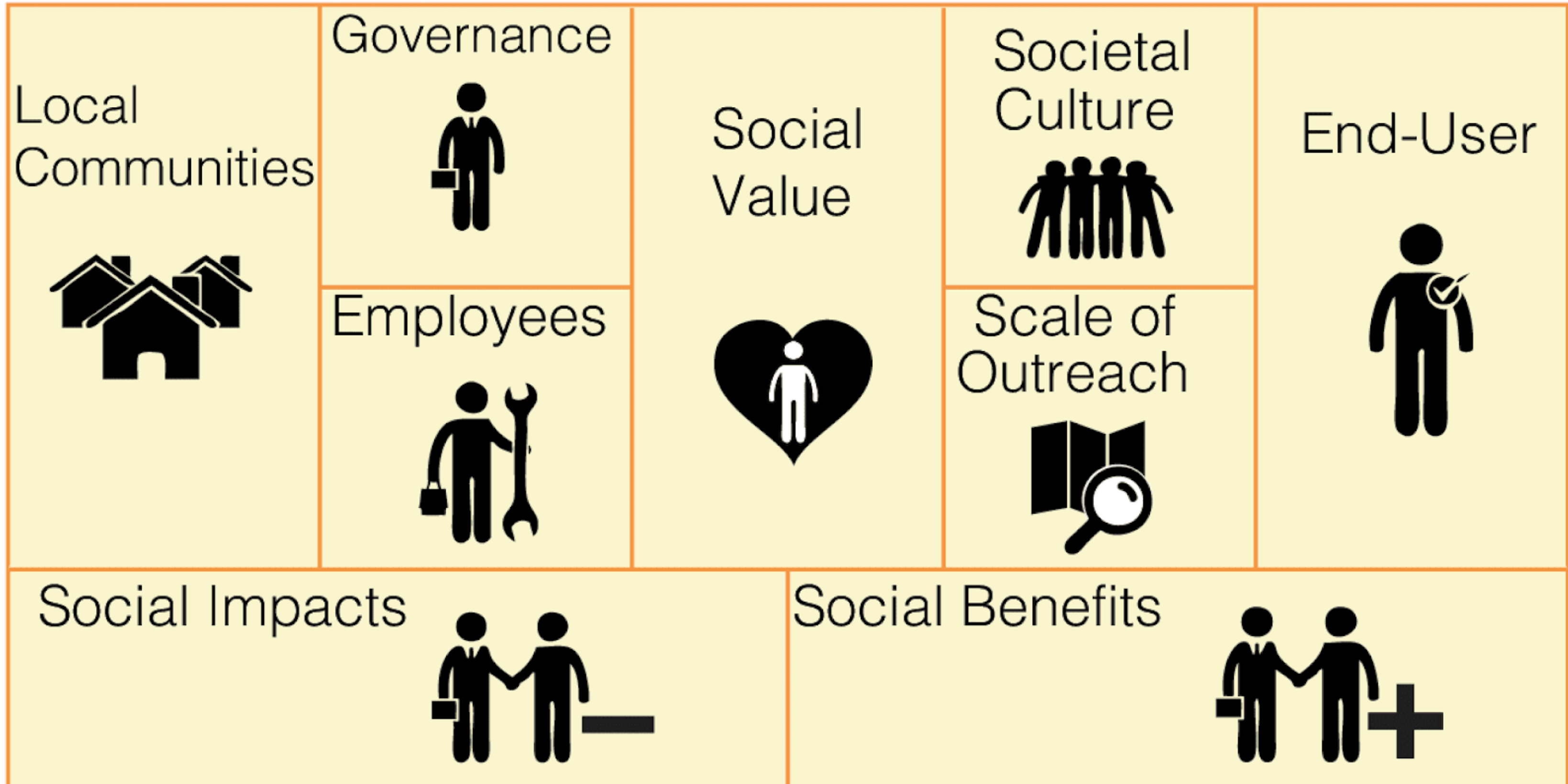
Pour être sûrs de ne pas perdre son temps, énergie et la face en conflits, nous vous proposons la méthode « construction positive » : **dites ce que vous avez aimé (et seulement cela), donnez du feed-back seulement positif.**

En cas de désaccord profond, nous proposons la méthode suivante :

- dans un premier temps : asseyez-vous à la même table à deux (à l'écart) et essayez de régler la question. Celui qui est à l'initiative de la rencontre doit formuler un requête claire (ni jugement, ni exigence). Celui qui y répond doit être précis : oui, non ou contre-proposition.
- Si pas de solution trouvée : demander un médiateur pour accompagner dans la recherche d'une solution (mais sans en imposer une)
- Si pas de solution trouvée : réunir un 'jury' de personnes avec 'autorité morale' (les organisateurs) : normalement une issue est trouvée

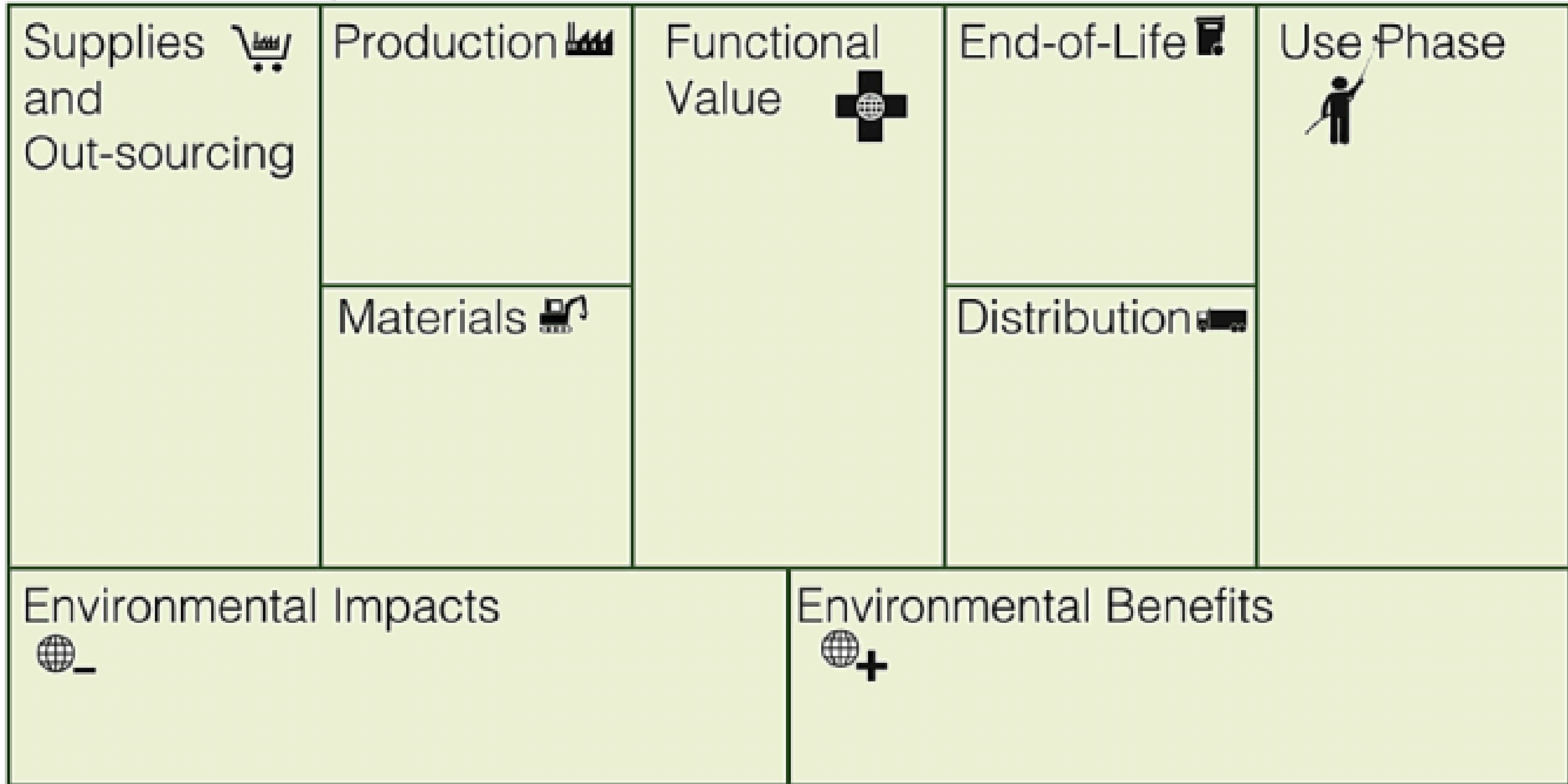
Business Model Social

Social Stakeholder Business model Canvas



Business Model Environnement

Environmental Life Cycle Business model Canvas





Revell'East

Merci !

