

Les techniques de créativité sont souvent utilisées pour une production divergente d'**exploration créative**. Elles peuvent également servir aussi dans la phase convergente de construction des idées, appelé aussi **synthèse créative**. Il s'agit alors de mise en relation successive, systématique de chacun des matériaux évoqués lors de la phase de divergence avec la formulation du problème; de mise en relation forcée. Cette dernière phase peut être difficile et nécessite une forte implication des participants. On peut souligner que la créativité peut s'opérer en dehors des techniques exposées ici.

→ FREINS LES PLUS FRÉQUENTS À LA CRÉATIVITÉ

Les techniques de créativité ont pour objectif d'aider à dépasser certains freins psychologiques:

(Tendance cerveau "gauche")

- *Crainte de commettre une erreur*
- *Satisfait dès qu'on a une solution*
- *Difficulté de changer de modèle de pensée*
- *Critique négative systématique*
- *Trop grande foi dans la logique, les statistiques ou le passé*
- *Sécurité du connu*
- *Trop pragmatique*
- *Difficultés à percevoir les relations inhabituelles entre les choses*
- *Croyances du type : « je ne suis pas créatif »*
- *Trop d'importance aux jugements extérieurs, etc.*

(Tendance cerveau "droit")

- *Tendance du tout ou rien,*
- *Présentation de pseudo-solutions à un problème mal défini,*
- *Difficultés de distinguer faits et problèmes,*
- *Difficultés de distinguer la cause de l'effet,*
- *Difficultés de voir un problème en sous problèmes,*
- *Manque de ressorts pour passer à l'action.*
- *Peur de passer pour un farfelu,*
- *Peur d'être mis de côté,*
- *Dépendance à l'égard des autres,*
- *Désir d'appartenance, de conformisme contextuel, etc.*

→ JEU DE CARTES « PRODUIT »

Utiliser les cartes suivantes pour stimuler votre créativité en tentant d'appliquer à votre problématique chacun des principes illustrés. Ce jeu de cartes s'inspire des "Stratégies Obliques" de Brian Eno du cabinet Mandragore.



Production créative



Jeu de carte produit 3.2

Adopter le point de vue du non-client :



La tente 2 seconde de Quechua : le montage est simplifié puisqu'il suffit de lancer la tente en l'air et qu'elle se déploie toute seule.

L'usage, si simple et évident, révolutionne l'utilisation du produit et l'ouvre à de nouveaux marchés.



Production créative



Jeu de carte produit 3.2

Sortir du programme fonctionnel d'origine du produit :



Les smartphones sont parvenus à intégrer des fonctions ludiques et utilitaires (musique, photo, jeux, agenda, mails...) autour d'une fonction leader : téléphoner.

Le potentiel d'usage est multiplié, le produit devient multidimensionnel.



Production créative



Jeu de carte produit 3.2

Impliquer le consommateur dans la création



Le studio de création RaidLight a ouvert une plateforme web pour co-concevoir sa première chaussure de trail > amorti fonction du poids du coureur, semelle interne fonction du type de foulée...

Passage du market-push au market-pull.



Production créative



Jeu de carte produit 3.2

Rendre la technicité visible et spectaculaire



Les aspirateurs Dyson, utilisent une technologie sans sac et stockent la poussière dans un réservoir transparent.

Un objet purement fonctionnel et utilitaire à l'origine devient un produit noble de création design.



Production créative

Jeu de carte produit 3.2

Etudiez très en détails l'usage du produit et innover en termes de micro solutions:



Veste Quechua : conçue pour la pratique sportive en montagne, elle regorge de détails très utiles en situation.

Le détail, la microsolution utile en tant que nouvelles formes de sélectivités.

Production créative

Jeu de carte produit 3.2

Matérialisez un service :



La freebox : boîtier unique pour trois services > téléphonie, internet, télévision.

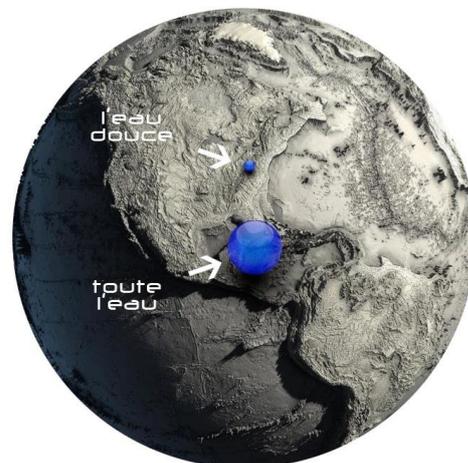
L'existence de l'objet décuple l'aura du service.

→ dessinez...

Dessiner une idée, c'est une première façon de la prototyper. Ne cherchez pas à faire de beaux dessins, les plus grands projets ont commencé par des gribouillis.

Certaines visualisations sont bien plus efficaces que de longs discours.

Sur cette infographie on compare le volume de la terre sans eau avec le volume d'eau disponible sur la terre, puis avec le volume d'eau douce. Le rendu graphique est probablement plus fort que la comparaison chiffrée.



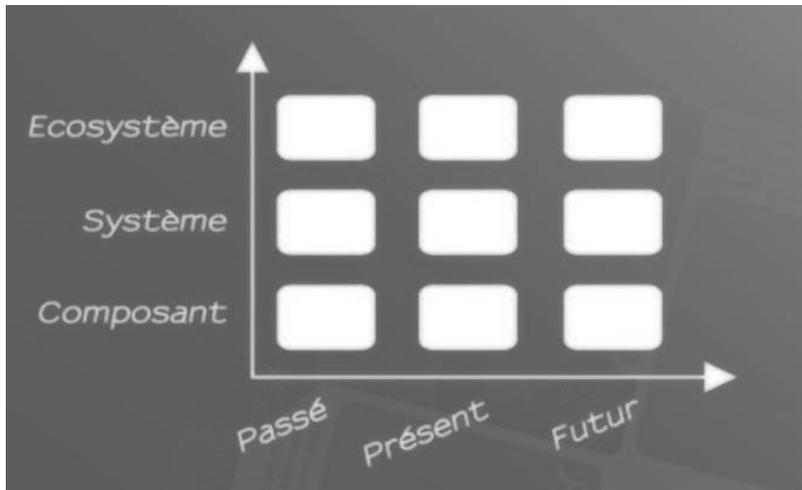
→ l'inversion

L'inversion consiste à trouver des solutions pour le contraire de l'objectif initial.

- Reformulez le problème en inversant la problématique.
- Recherchez des idées qui répondent à cette nouvelle façon de voir les choses.
- Exploitez les solutions proposées en les rapportant au problème initial.

→ **PENSEZ "glocal"** (contraction de global et local)

Pour les propositions qui vous semblent pertinentes, appliquez une vision inspirée de la méthodologie TRIZ (théorie de résolution des problèmes inventifs).



Placer votre solution au cœur de la matrice et explorez les autres cases, ceci vous amènera peut-être à faire évoluer votre solution d'un point de vue systémique ou temporel.

→ **SCÉNARIO**

Pour les propositions qui vous semblent les plus pertinentes, donnez la priorité à l'utilisateur final. Pour cela imaginez un scénario d'usage de votre produit / activité / service.

- *Choisissez une situation précise et décrivez toutes les interactions, faites vivre au lecteur de votre scénario l'expérience globale d'utilisation du produit / activité / service.*
- *En se mettant vraiment dans la peau de l'utilisateur, vous pourrez peut-être identifier de nouveaux besoins non exprimés ou latents et les transformer en opportunités.*