

The logo for Spring2 Innovation, featuring the word "SPRING2" in a large, white, sans-serif font with a small graphic of a plant sprout above the "I", and the word "innovation" in a smaller, lowercase, white, sans-serif font below it. The logo is set against a black circular background.

SPRING2
innovation

LA RÉFLEXION CONCEPTUELLE avec l'IdO

Nilufer Erdebil
@digitalNil
@Spring2Innovation



La réflexion conceptuelle

Mieux comprendre les besoins
des utilisateurs finaux afin de
découvrir leurs problèmes
concrets



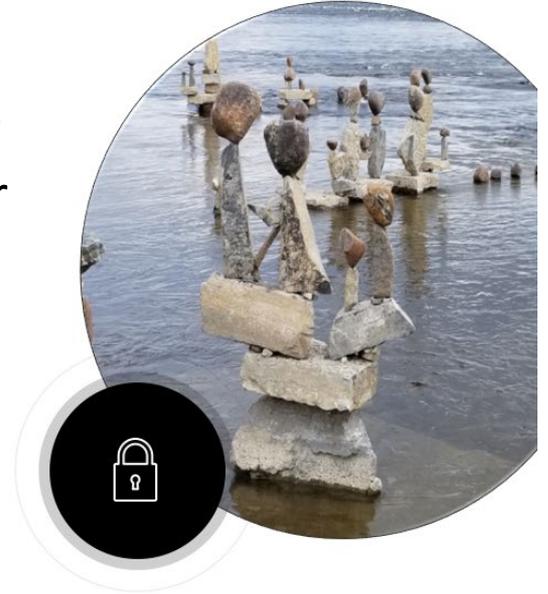
Le désordre est omniprésent

La réflexion conceptuelle est une
feuille de route pour l'innovation

**Processus de découverte des
problèmes réels et cocréation
de solutions réelles**

La réflexion conceptuelle

- ⇒ Analyser les problèmes et limiter les défis
- ⇒ Empathie — Ré-évaluer les problèmes sur un plan humain
- ⇒ Recadrer





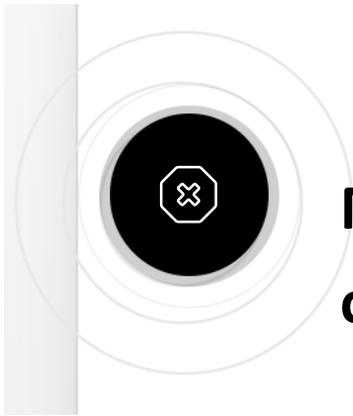
Investir de manière appropriée

⇒ Processus

⇒ Services

À l'interne et à l'externe





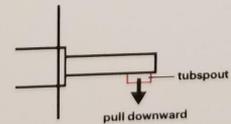
Mauvaise conception



Heavenly Shower

TO ACTIVATE THE HEAVENLY® SHOWER

1. Turn water on.
2. Pull the tubspout in a downward motion to activate the shower spray.



FOR FURTHER ASSISTANCE

Call Service Express by dialing '0'.



BONNE conception





L'expérience complète du client

TEA OF THE MONTH

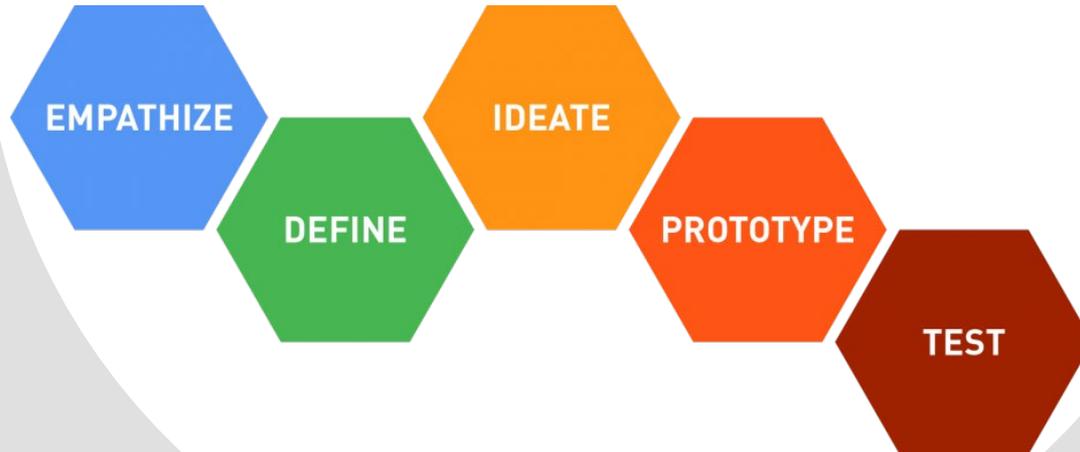
**raspberry
cream pie**

Treat your valentine to this creamy blend of rooibos, raspberries and white chocolate.

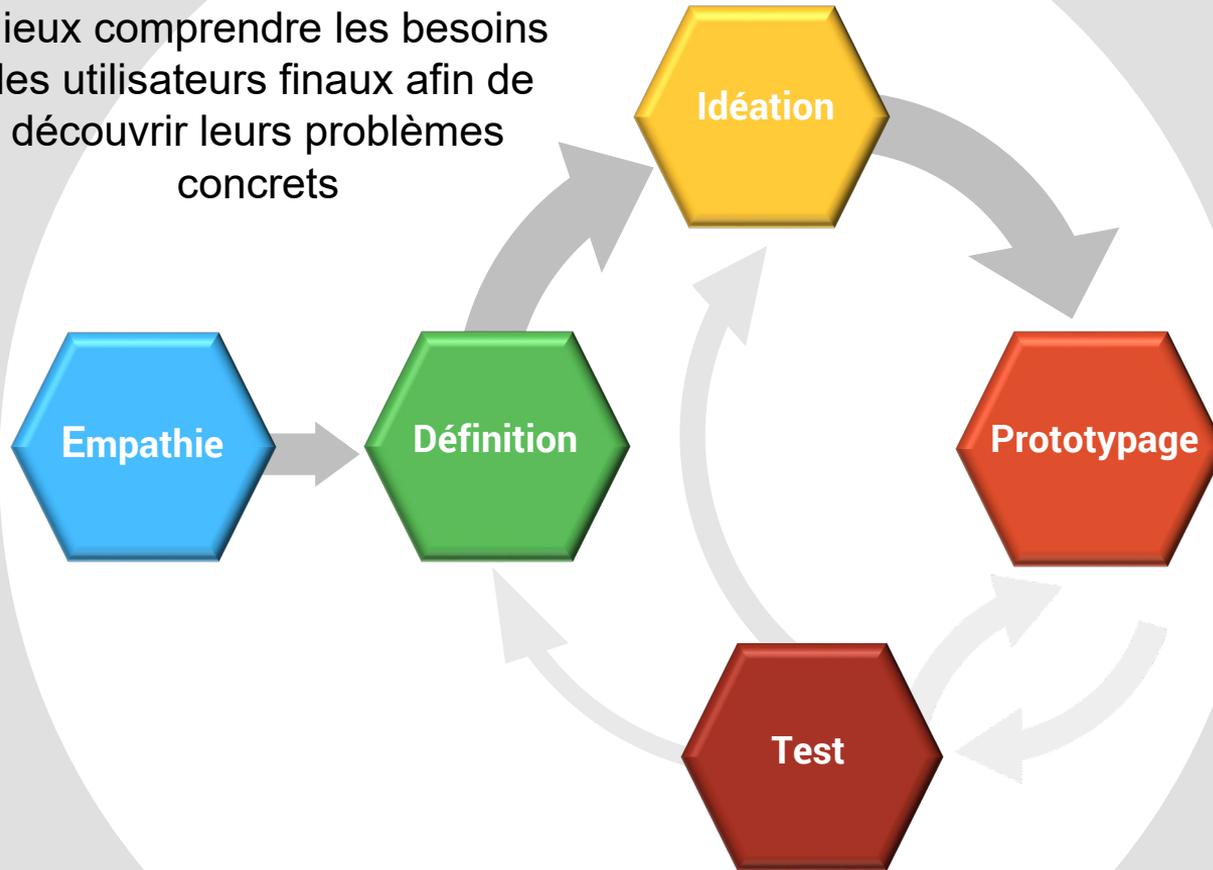
[SHOP NOW](#)

Élimination des risques avec la réflexion conceptuelle

- **Réflexion axée sur la solution**
- Ensemble de principes, de pratiques et de processus qui tentent de comprendre et de respecter les besoins des utilisateurs **en développant de l'empathie, en comprenant les causes profondes et en réalisant ce qui est possible**



Mieux comprendre les besoins
des utilisateurs finaux afin de
découvrir leurs problèmes
concrets





P&G



PERSONAS

- Représentent un groupe d'utilisateurs important
- Objectifs, désirs et limites des utilisateurs
- Orientent les décisions
- Données et informations recueillies auprès des utilisateurs



Personas



Melanie
*Propriétaire d'une
petite entreprise*

Données démographiques

- 32-39 ans
- Femme
- 90 000 \$ par an
- Localisation urbaine
- Diplôme de maîtrise
- Célibataire, pas d'enfants
- Acheteuse de cartes

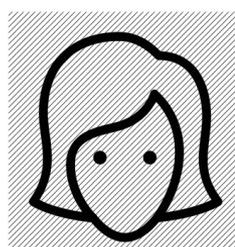
- professionnelles
- Décideuse clé

Objectifs et défis

- Impression rapide et de haute qualité
- Conception unique pour se démarquer des concurrents
- Maximisation des opportunités de réseautage

Comment nous pouvons aider

- Créer une conception innovatrice des cartes professionnelles
- Mettre en valeur les coordonnées pour le réseautage
- Améliorer/réviser les options d'impression (avec impression en un jour disponible)



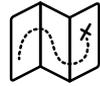
Nom
Titre du poste

Données démographiques

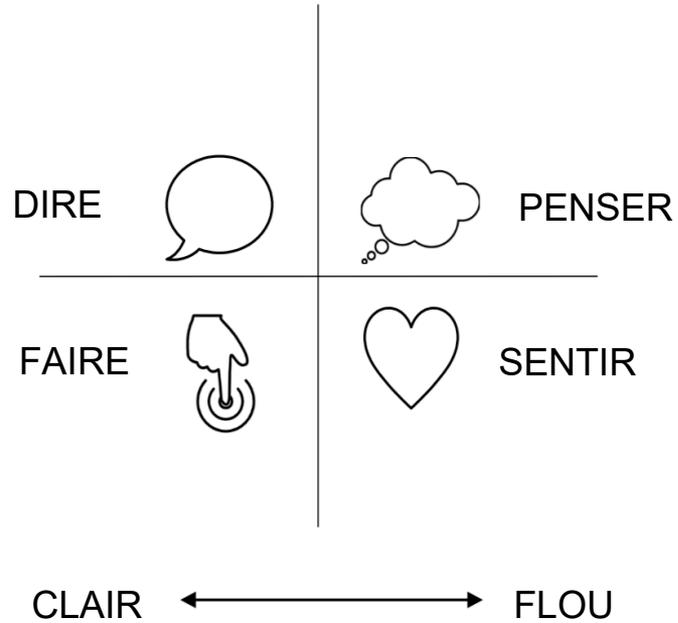
- Âge
- Sexe
- Salaire
- Localisation
- Éducation
- Famille
- Où elle travaille
- Détails de son rôle

Où elle travaille
Détails de son rôle

- **Objectifs et défis**
- **Valeurs et craintes**
- **Message promotionnel**
- **Bref argument de vente**



Cartes de l'empathie



RECADRER

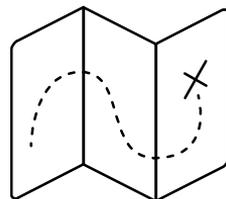


FEUILLE DE ROUTE DU PARCOURS



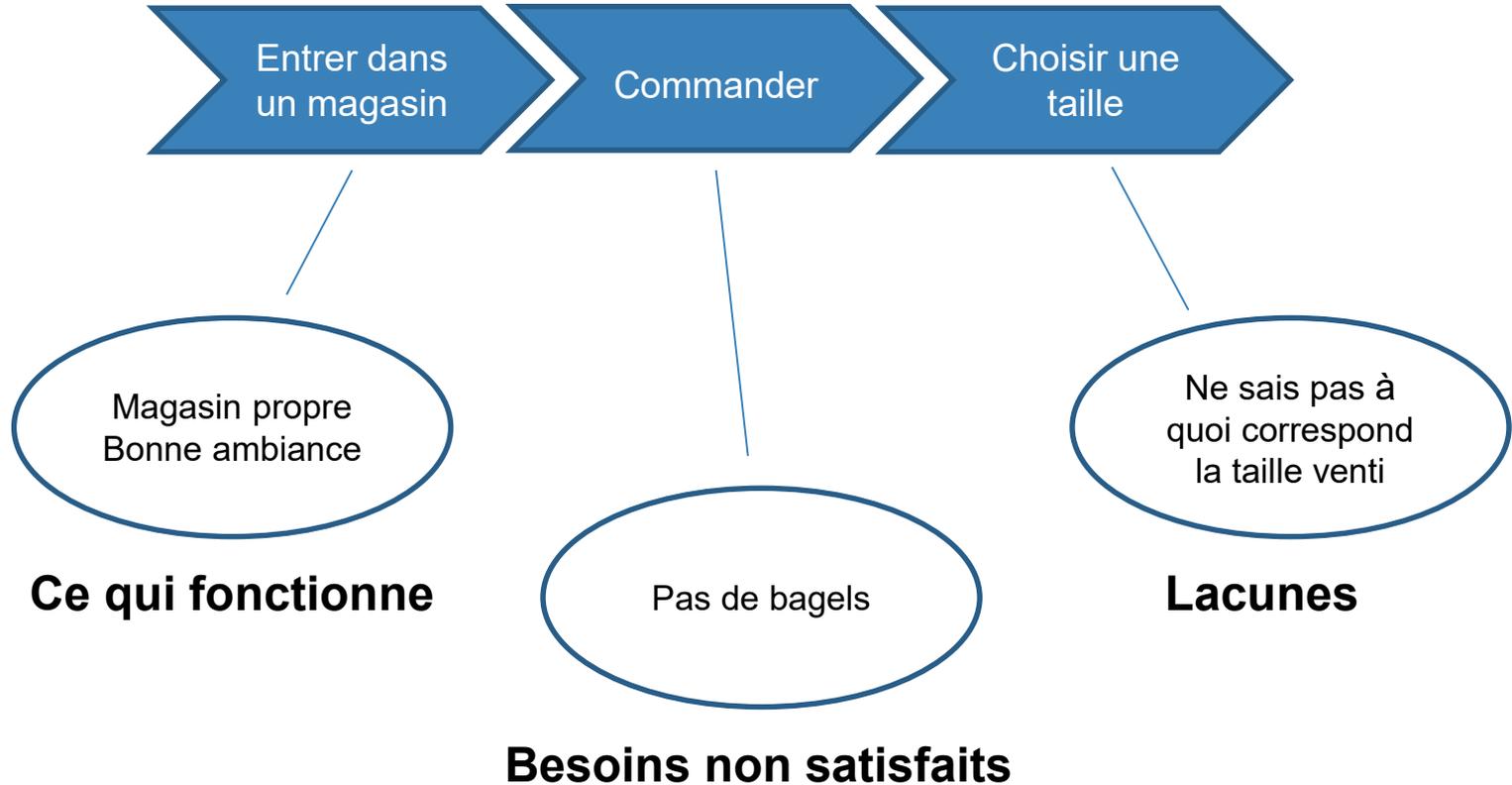
Carte du parcours du client

- Comment les clients interagissent-ils avec l'entreprise ?
 - Cycle de vie
 - Méthodes
 - Internet
 - Cellulaire
 - Centre d'appel
 - Magasin
- Identifier TOUTES les méthodes**
- Améliorer l'expérience du client avec ces méthodes





Expérience de la carte du parcours



La réflexion conceptuelle en action



- Ministères : CRF, SC, SCT, ISDE
- **Objectif** : Créer un processus de conception centré sur l'utilisateur afin de présenter des informations de guidage sur le nouveau site Web Canada.ca
- **Résultats** : Accepté à l'unanimité la définition des directives et des modèles réglementaires

Nombre d'ateliers :	5 ateliers interactifs
Nombre total d'heures des ateliers :	22 heures
Durée :	juillet 2015 à janvier 2016 (7 mois)
Nombre de participants (cumulés) :	174
Ministères et organismes impliqués :	17
Groupes d'intervenants externes :	18

JOURNEY MAP #1

SUE \$

- She is looking around her car & display who is around?
- She is deciding what to order and how much \$ to spend.
- She wants to order a seasonal drink PSL.
- She decides to order a grande PSL.
- She greets barista and makes her PSL order.
- Requests substitute for milk. Wants Almond milk.
- Order has been made. she pays with debit card.
- Unclear which bar drink will be waiting.
- Drink is ready on far side bar.
- She picks up her drink.
- Admiring the decor, likes the music.
- She doesn't like the # of ppl in line.
- What size? How much \$? What ingredients? Substitutes?
- I hope they make it correctly. How much longer will this line-up take?
- Asking questions.
- I hope they have Almond milk. What ~~are~~ substitute will I choose if no Almond?
- Excited to take first sip.
- She is looking and listening for her name. Trying to get out of way.
- Ma is... The gas...

JOURNEY MAP #2

SUE \$ APP ORDER

- App takes 2 mins.
- Now she has to fill out the requirement.
- App is ready to use.
- She scrolls through app to understand.
- She is looking @ menu.
- She ~~is~~ ^{isn't} sure. She decides on Grande PSL.
- She chooses a substitute (Almond MILK instead of Reg. Milk).
- She walks to Starbucks.
- She goes to the PDU Counter.
- She asks for her order.
- She receives her drink and leaves for work.
- Is this safe? How long will it take? Will I be late for work?
- This is cool. Why I didn't use it earlier? I could have had a free drink by now.
- Deciding on different options to order. Is there a timing request?
- Is there a time stamp on order? By the time I get there will it still be hot?
- Can I make a substitution?
- I hope it will be ready as soon as I get there.
- I hope that they make the correct substitution.
- Has someone else p.l.u. my drink?
- I am ~~so~~ ^{super} excited to get it. Look at this!

DÉFINITION



Idéation

teamwork

@
planning
team work

work
think
talk @

share

idea

vision

Like

Like!

think

OK!

network

project

Big Idea

Strategy!

\$

plan
target

@
Success!

growth

@
mail
& plan

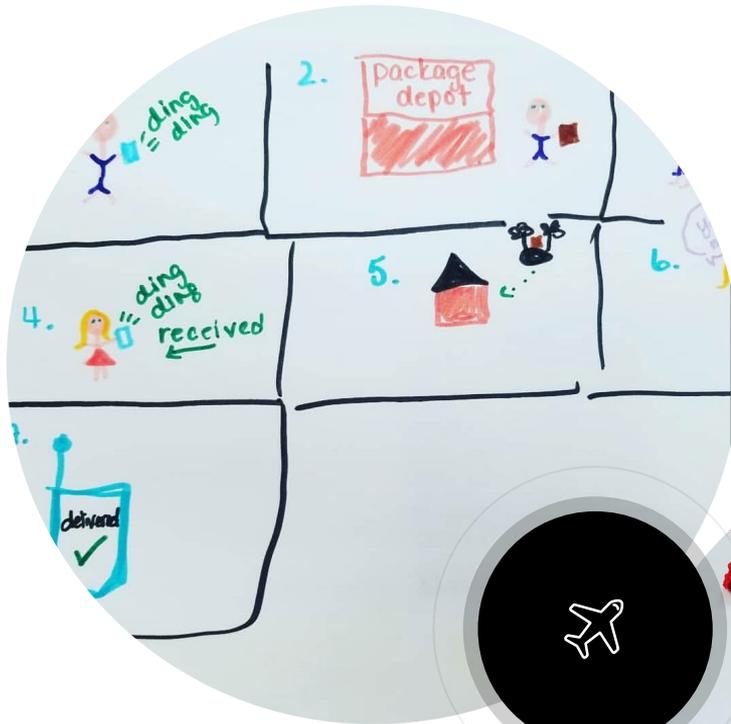
team

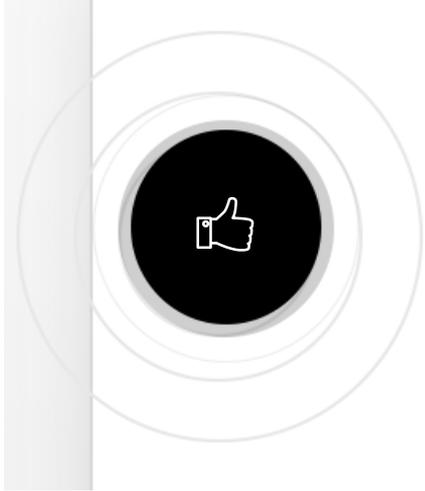
idea

think

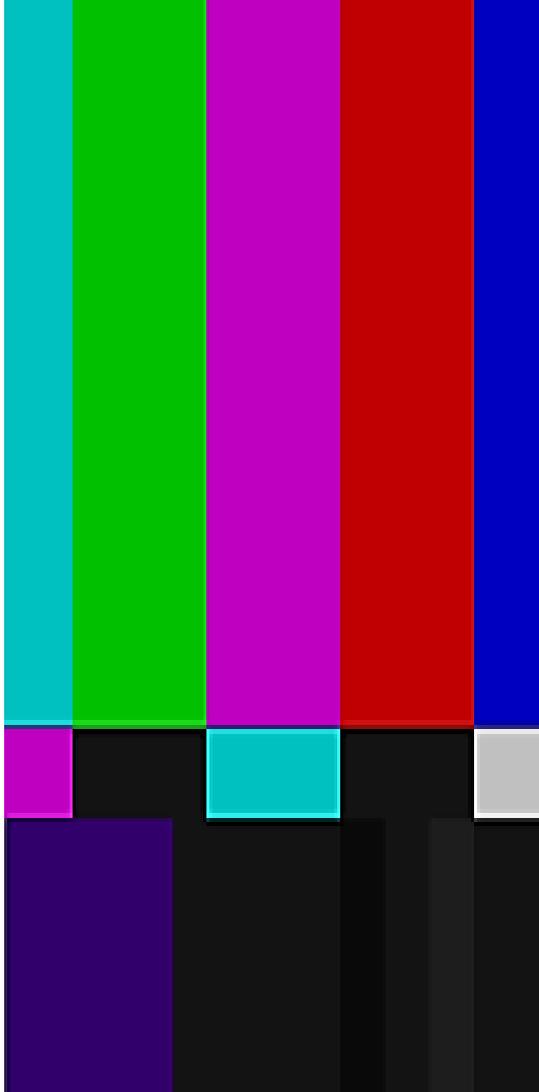
[PROTOTYPE]

PROTOTYPAGE





TEST





**Appliquer et
itérer**

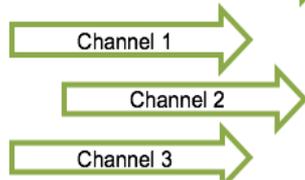
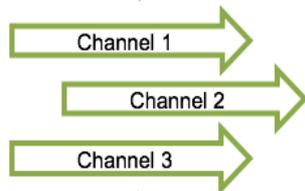
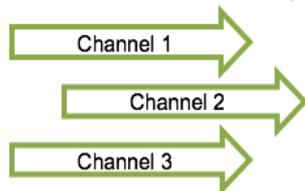
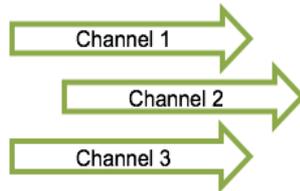
PERSONAS



CARTES DE L'EMPATHIE



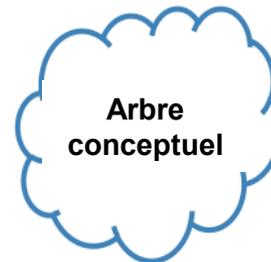
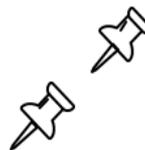
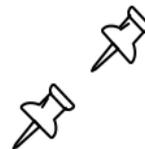
CARTES DU PARCOURS



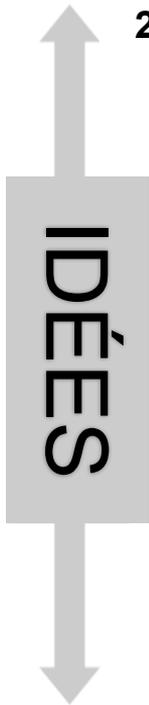
DÉFINIR LES PROBLÈMES [BESOINS SATISFATS/NON SATISFATS]



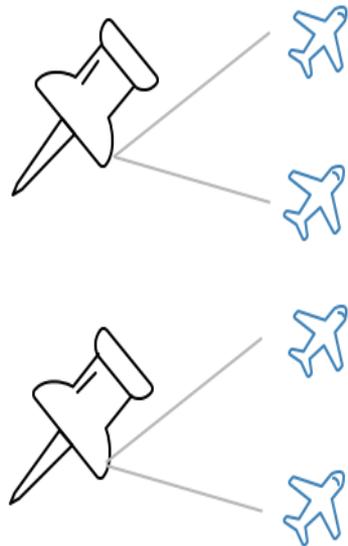
CHOISIR 2 PROBLÈMES



**IDÉATION
[POUR
CHAQUE
PROBLÈME]**



**CHOISIR
2 IDÉES**

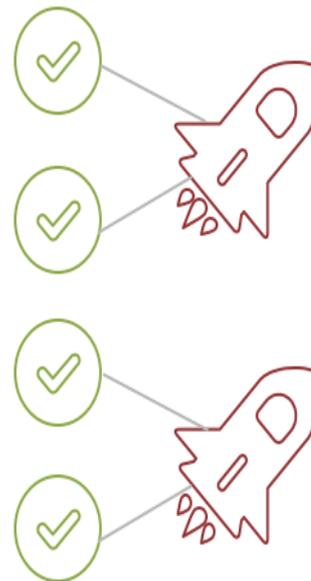


PROTOTYPAGE

**AJUSTER LE
PROTOTYPE
SELON LES
SUGGESTIONS**



TEST



**ITÉRER/
APPLIQUER**



Points essentiels à retenir

- Considérez votre client en tant que personne
- Faites correspondre votre proposition de valeur à leurs valeurs
- Les affaires ont un énorme élément humain





Citez une seule chose
que vous allez faire
demain

Coordonnées



Nilufer Erdebil

Spring2 Innovation

613-850-0854

Nilufer@Spring2Innovation.com

@DigitalNil

@Spring2Inno

www.Spring2Innovation.com

www.spring2innovation.com

The logo for Spring 2 Innovation features the word "SPRING" in a dark grey, sans-serif font, followed by a large orange "2". Below "SPRING" is the word "innovation" in a smaller, lowercase, dark grey, sans-serif font. A decorative orange dashed line with three dots curves over the "i" in "SPRING". The background includes faint grey concentric circles on the left and a large grey semi-circle on the right.

SPRING2
innovation

www.spring2innovation.com