



2. CIBLER

La deuxième étape d'un projet d'innovation vise à recentrer l'univers des possibilités à un seul objectif. Trop souvent, on cherche à tout faire, tout améliorer, et ce, du premier coup. Encore une fois, il est possible dans certains cas de remettre en question le mandat de départ. Il est fort probable que l'étape **Comprendre** ait permis d'apporter un nouveau regard sur la situation. Dans l'étape **Cibler**, on cherche à repositionner le projet ou simplement déterminer quel aspect mérite d'être approfondi plus en détail.

NOTE: PLUSIEURS MÉTHODES OMETTENT L'ÉTAPE DE CIBLER CAR ELLE SE FAIT NATURELLEMENT. DE NOTRE EXPÉRIENCE, LE FAIT DE PRENDRE UN MOMENT POUR RECENTRER LE DÉBAT SUR LE BON PROBLÈME ÉVITE DE DIVERGER OU DE S'ÉPIVARDER DANS LES ÉTAPES SUBSÉQUENTES.



Quoi savoir ?

Justement, l'étape précédente a permis d'augmenter son savoir, notamment un savoir qui part de l'expérience du client-usager. Ainsi, pour débiter l'étape de **Cibler**, il est bon d'avoir en main les quelques phrases ou idées synthèses que l'on a produites avec les outils.



Comment être ?

Rationnel. Dans l'étape de **Cibler**, c'est le moment d'être plutôt rationnel. Ce n'est pas facile de voir le problème tel qu'il est et non pas tel qu'on le souhaite. On souhaite donc être le plus fidèle possible aux attentes et besoins des clients-usagers que l'on a récoltés dans l'étape précédente.



Que faire ?

Viser la plus petite montagne à franchir. Cerner le projet à sa plus simple expression, à son premier jalon. Vous aurez l'occasion d'ajouter des fonctions, solutions et marchés avec le temps. Certains appellent cette philosophie le *minimum viable product* ou MVP. C'est-à-dire, de se concentrer sur la solution **minimale** qui répond aux besoins de manière viable. Avant de parler de solution, il vaut mieux s'assurer d'avoir ciblé le bon problème. Cette étape devrait se conclure avec une question forte et claire qui lancera la phase de **Concevoir**.

Vous vous rappelez de l'intention de départ de l'étape **Convier**? On vous a joué un tour. C'est normal au départ de mettre les moyens devant les besoins, mais dès l'étape de **Cibler**, il vaut mieux replacer l'utilisateur au départ de notre intention et permettre aux moyens d'évoluer avec le temps.

Exercice : Énoncé de problématique

Comment pourrions-nous _____ (ambition)
et en même temps _____ (contrainte) ?

Exemples:

- Comment pourrions-nous sauver des coûts et en même temps améliorer l'expérience client?
- Comment pourrions-nous augmenter la personnalisation des services et en même temps rejoindre un plus grand public?

Les différents outils de l'étape Cibler :

Définition de problème

NOM DU PROJET: _____

Constats Synthétiser les informations de manière objective On constate que... 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Point de vue Se doter d'une approche, une perspective de manière subjective Comment pourrions-nous... + objectif + contrainte 1 2 3	Espace de solutions Cerner l'étendue des possibilités de manière intuitive Nous n'allons pas... 1 2 3
Non-constaté On n'a pas recueilli de données sur... 1 2 3	Levier L'angle d'attaque pour aborder le projet sera...	Extérieur à l'espace de solutions

NOMS DES CRÉATEURS: _____

Canevas de proposition de valeur

NOM DU PROJET: _____

Ligne de produits: _____ Clientèle visée: _____

Produits et services Fonctions Quels sont les produits et services clés de votre proposition de valeur? 1 2 3	Avantages Moyens Comment vos produits et services répondent aux attentes de votre client? 1 2 3	Attentes Résultats positifs espérés Qu'est-ce qui atteste du succès d'une tâche? 1 2 3	Besoins clients Tâches, « jobs to be done » Qu'est-ce que votre client tente d'accomplir? 1 2 3
Soulagements Moyens Comment vos produits et services allègent les problèmes de votre client? 1 2 3	Irritants Résultats négatifs à réduire Qu'est-ce qui fait obstacle aux tâches de votre client? 1 2 3		

NOMS DES CRÉATEURS: _____

Tableau d'ambiance - Moodboard

NOM DU PROJET: _____

Acteurs / Public Cible Traits de personnalité? _____	Artefacts / Objets Formes ou fonctions? _____	Aire / Espaces / Lieux Configurations? _____
Actions / Gestes Manières? _____	Atmosphère / État d'esprit Émotions? _____	Aspects / Couleurs / Textures Attributs? _____

NOMS DES CRÉATEURS: _____