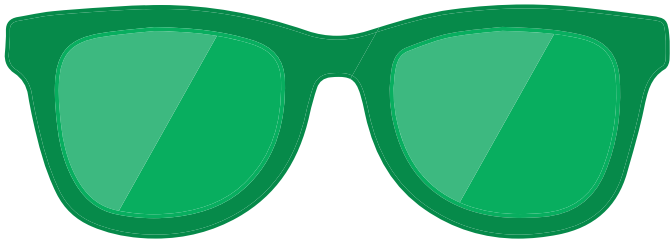


1. COMPRENDRE



La première étape d'un projet est de s'intéresser aux personnes que l'on tente d'aider. Trop souvent, on part un projet avec un désir de développer une idée ou une technologie sans bien comprendre les besoins des clients-usagers. C'est pourquoi la première étape cherche à comprendre. Comprendre quoi? Les besoins, les attentes, les expériences passées des clients-usagers, les bon coups, les enjeux, les défis et l'environnement du contexte que l'on tente de changer. Et si le mandat de départ est mal établi? L'étape **Comprendre** sert à débusquer la situation de départ pour partir du bon pied.



Quoi savoir?

Avant de commencer cette étape, il faut oublier ce que l'on sait! Oui, il faut se permettre de recommencer avec un regard neuf sur la situation. C'est très difficile lorsque l'on a 10-15-20 ans d'expérience dans un domaine. Il faut mettre derrière nous cette expérience et poser des questions comme si on arrivait dans le domaine pour la première fois.

Il faut tout de même avoir un point de départ pour le projet. Peut-être que c'est une expérience négative que l'on souhaite repenser. Ou peut-être que c'est un rêve que l'on souhaite pourchasser. Peu importe votre motivation de départ, il faut être clair avec votre objectif initial. Là où il faut laisser le processus faire son chemin, c'est dans les moyens pour se rendre à cet objectif.



Comment être?

Cette première étape est souvent nommée l'empathie. C'est l'approche à avoir à ce moment. On s'intéresse à l'expérience que vivent les différents intervenants: les usagers, les premières lignes, les gestionnaires, les partenaires. Bref, toutes les personnes jouant un rôle dans la chaîne de valeur peuvent nourrir le projet. Plus encore, elles peuvent servir d'inspiration. On peut reprendre le témoignage d'une personne sur le terrain et raconter son histoire pour sensibiliser des futurs coéquipiers ou décideurs dans le projet.



Que faire?

Sortez du bureau! C'est important d'aller rencontrer les gens dans leur milieu naturel afin de mieux s'intéresser à leur contexte quotidien.

Une fois sur place, on peut **Comprendre** de plusieurs façons. Par exemple:

- Observer les dynamiques des intervenants dans un **Canevas de l'empathie (p.16)**;
- Rencontrer informellement des clients-usagers pour ordonner la **Carte de l'expérience client (p.18)**;
- Synthétiser nos trouvailles en bâtissant des profils de **Persona (p.20)** qui deviendront emblématiques de votre public cible.

Les différents outils de l'étape Comprendre :

Carte de l'empathie

NOM DU PROJET: _____

pense? Priorités	ressent? Aspirations Préoccupations
entend? Influences	voit? Contexte
<p>Usager</p>	
fait? Comportements Actions	dit? Attitude

NOMS DES CRÉATEURS: _____

Créé par: Docteur Joyce - Desjardins Lab
Adapté de: Design a Better Business

Persona

NOM DU PROJET: _____

Profil	Personnalité
	Présent
Objectif/quantitatif	Subjectif/qualitatif
Focus	Ambition
	Futur

NOMS DES CRÉATEURS: _____

Créé par: Docteur Joyce - Desjardins Lab
Adapté de: Design a Better Business

Carte de l'expérience client

NOM DU PROJET: _____

caractéristiques	1	2	3	4	5
phases	Quelles sont les sous-étapes pour chacune des phases? Que fait l'usager? Lister en commençant avec un verbe d'action.				
action	À quel point l'usager a-t-il apprécié cette étape? Quelles questions se posent-il? Et, des questions ou expressions verbales.				
pensées	Comment se sent l'usager à cette étape? Nommez deux émotions.				
émotions	Avec quel canal pourrait interagir l'usager?				
point de contact	Quelles sont nos opportunités, idées, références, pistes de solutions pour cette étape?				
opportunités	Quelles informations nous manquent? Quelles questions demeurent à répondre pour la suite?				
questions					

NOMS DES CRÉATEURS: _____

Créé par: Docteur Joyce - Desjardins Lab
Adapté de: Adaptive Path