

Générer des idées pertinentes

01

Les bases théoriques

En 1942, le publicitaire Alex Osborn décrit dans son livre « How To Think Up », puis dans « Applied Imagination » en 1953, le *brainstorming* (« l'attaque d'un problème dans un style commando ») qui est à l'origine de la méthode de Résolution Créative de Problème. Cette méthode, imaginée pour aider des « créatifs » en panne d'inspiration, deviendra, avec l'aide de Sidney Parnes, une méthode créative de résolution de problème.

Le modèle a ensuite évolué : il est parfois décrit en 6 étapes (dans la Creative Education Foudation), en 8 étapes, parfois plus, mais le processus reste le même, les grandes étapes restant identiques. Seules les sous-étapes et leur positionnement dans le processus varient parfois.

Le processus de Résolution Créative de Problème est utilisé :

- Pour la résolution de problèmes ;
- Pour l'innovation ;
- Comme méthode de travail pour gérer des projets seuls, en petits groupes ou en grands groupes ;
- Comme *checklist* pour ne pas négliger les étapes que nos tendances personnelles et culturelles, nos croyances mentales, biais cognitifs et « autres plafonds de verre » nous font zapper.

02 Le guide pratique

Le processus de Résolution Créative de Problème se structure en 8 étapes comme suit :



1. TROUVER LES VRAIS ENJEUX

Identifier et partager les buts, les objectifs sur lesquels le groupe va travailler.

2. ÉTABLIR LES FAITS

Explorer la situation en détail en collectant les données, les faits, les observations.

3. REFORMULER LES ENJEUX

Explorer différemment les enjeux / identifier les causes fondamentales.

4. IDENTIFIER LA BOÎTE

Mettre à jour et challenger les hypothèses considérées comme non, les croyances limitantes, les tabous, les plafonds de verre.

5. PURGER LE RÉSERVOIR DES IDÉES CONNUES

Parquer les idées connues afin de passer aux nouvelles idées.

6. GÉNÉRER DE NOUVELLES IDÉES

Trouver toutes les solutions possibles aux challenges identifiés à l'aide de différentes méthodes de génération d'idées : la matrice de découverte, le scénario du pire, les analogies, les contradictions (de ou...ou à et...et...), etc.

7. SÉLECTIONNER LES SOLUTIONS

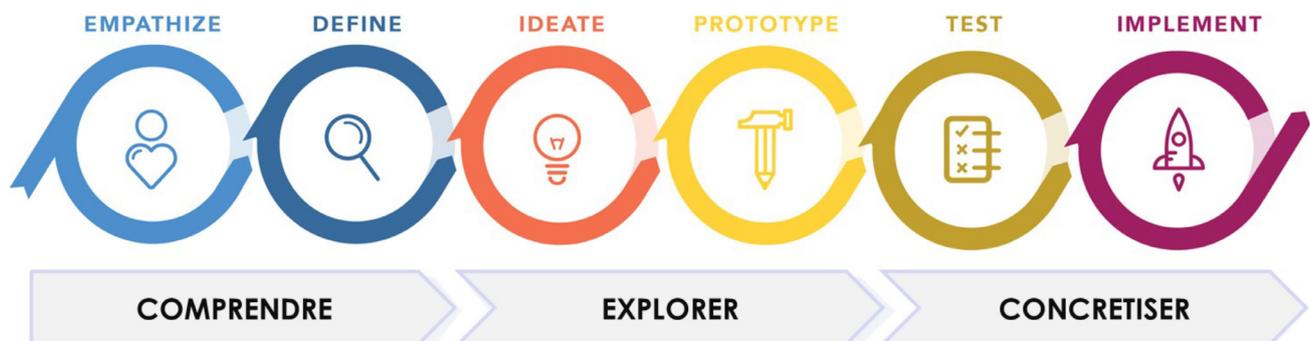
Sélectionner les solutions qui fonctionneront le mieux à l'aide de critères co-identifiés par les participants.

8. CONSTRUIRE LE « CASE FOR CHANGE »

Identifier toutes les étapes à mettre en place pour susciter l'adhésion et mettre en œuvre les solutions sélectionnées.

Chaque étape passe par les phases de divergence (« production » de propositions) et de convergence (sélection / priorisation).

Plus récemment le processus de résolution créative de problème a été intégré dans une démarche plus globale appelée « **Design thinking** » qui se décrit en 6 étapes :



- L'étape « Empathize » intègre l'étape 1 ;
- L'étape « Define » intègre les étapes 2 et 3 ;
- L'étape « Ideate » intègre les étapes 4, 5, 6 et 7 ;
- Les étapes « Prototype » et « Test » intègrent l'étape 8.

Quelques méthodes de créativité

- Le scénario du pire ;
- L'analogie de comparaison ;
- SCAMPER ;
- Les questions paradoxales ;
- La matrice de découverte ;

Quelques rappels des principes des étapes dites de divergence

- Prévoir un temps de « production » individuel de quelques minutes ;
- Partager les idées de manière séquentielle, une idée à la fois, une personne à la fois ;
- Toutes les idées sont les bienvenues ;
- Le « rebond » sur les idées des autres est fortement recommandé ;
- L'objectif est la quantité ;

Les méthodes de sélection

- Le jugement majoritaire (voir Fiche 32 - « Auto-évaluation ») ;
- La méthode EOF – Efficacité / Originalité / Faisabilité ;
- La méthode multi-critères, où les critères sont définis par les parties prenantes ;
- Le crowdsourcing 25/10 ;

03 Pour approfondir

- http://www.cci.fr/c/document_library/get_file?uuid=83508432-5459-40a3-9030-cb74a1d6d086&groupId=10988
- http://lje.be/Mini-Entreprise/Saison-2017-2018/Fiches-Ressources/101_Creativite.pdf