

MÉTHODES DE FACILITATION ET D'INTELLIGENCE COLLECTIVE

MÉTHODE

Atelier de co-production

L'atelier créatif est un temps qui favorise la recherche partagée de solutions à l'approfondissement de la connaissance des problèmes. Il nécessite cependant que le "problème" à "résoudre" soit clairement posé.

C'est une opportunité pour faire travailler ensemble différents acteurs, au sein d'un espace dédié aux solutions et propice à l'imagination.

L'atelier porte de façon privilégiée sur l'aspect "matérialisable" d'une solution pour pouvoir produire une maquette de la solution (schéma service, interface, déroulé, processus...)

MÉTHODES DE FACILITATION ET D'INTELLIGENCE COLLECTIVE

MÉTHODE

Débat mouvant

Un outil idéal pour explorer des controverses en favorisant l'expression de chacun dans un groupe de personnes.

L'exercice se déroule debout, et demande à chacun de se positionner sur un axe accord/désaccord (ou 100% - 0%) par rapport à des affirmations préparées et lues à haute voix par le facilitateur.

La force de la méthode est de visualiser les positions et opinions de chacun. Rendre visibles les positions et désaccords est nécessaire dans la construction d'un diagnostic partagé.



**UNE AUTRE RÉUNION
EST POSSIBLE**

+ ?!



TOUR DU MONDE

Toguna, *un front bas pour une tête froide*

Au Mali, certains membres du peuple Dogon se réunissent dans une maison basse, où il est impossible de se tenir debout. Certains disent que c'est pour maintenir la fraîcheur, d'autres pour empêcher de s'emporter et se lever précipitamment.



**UNE AUTRE RÉUNION
EST POSSIBLE**

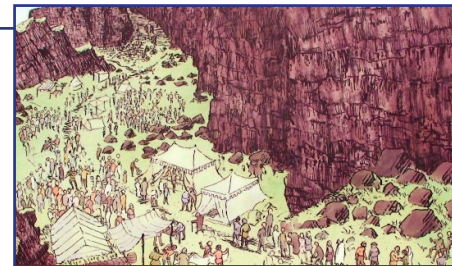
+ ?!



TOUR DU MONDE

L'Althing, *délibérer à ciel ouvert*

Le plus vieux parlement a été inventé en Islande. Une assemblée générale regroupant les propriétaires terriens, l'Althing, doit se réunir à partir de 920 une fois par an dans la vallée de la Thversá, en plein air au mois de juin pendant quinze jours. Les prises de décision et l'élection d'un président était aussi l'occasion d'une véritable fête populaire : jeux, danses, combats de chevaux (hestavíg), récitations de poèmes, lecture des sagas.





**UNE AUTRE RÉUNION
EST POSSIBLE**



TOUR DU MONDE

Le chef Kanak parle en dernier

L'individualité n'existe dans la société kanak que dans la place que lui confère son rang dans le groupe. Un individu pourra s'y exprimer vers son aîné qui résoudra la requête ou la transmettra vers son propre aîné ou en conseil à son propre groupe. Les décisions sont collectives et s'établissent autour de la décision de l'aîné ou du chef qui parle généralement en dernier après avoir écouté tout le groupe.



**UNE AUTRE RÉUNION
EST POSSIBLE**



MÉTHODE

Le cercle de Samoa

**6 règles pour un échange d'informations optimal
(à partir de 12 personnes et au-delà)**

- Chacun peut prendre la parole mais pour ce faire, doit venir à la table centrale et s'asseoir sur une des chaises.
- Une fois qu'on est assis(e) au centre, on peut continuer le même sujet ou en changer.
- La discussion est limitée aux quatre personnes assises au centre. On peut y rester aussi longtemps qu'on souhaite contribuer à la discussion.
- Si tous les sièges sont occupés, on peut se diriger vers le centre pour signifier qu'on souhaite entrer dans la discussion.
- Si on souhaite parler à une personne en particulier, on se place derrière sa chaise: ceci est le signal pour les autres qu'il faut céder un des trois autres sièges. On peut aussi demander à quelqu'un qui a quitté la table d'y revenir.
- Si on veut applaudir, huer ou produire tout autre son exprimant une opinion, on doit venir à la table et prendre un siège.



**UNE AUTRE RÉUNION
EST POSSIBLE**



MÉTHODE

À chaque jour sa réunion

Définissez l'objectif précis de la réunion et ne sortez pas du cadre, entre :

- les révisions (lister les mises à jour d'un projet...)
- les échanges (l'ambiance, l'équipe, la recherche créative...)
- la résolution de problème
- les prises de décisions



**UNE AUTRE RÉUNION
EST POSSIBLE**



ASTUCE

Le bâton de parole / le sablier

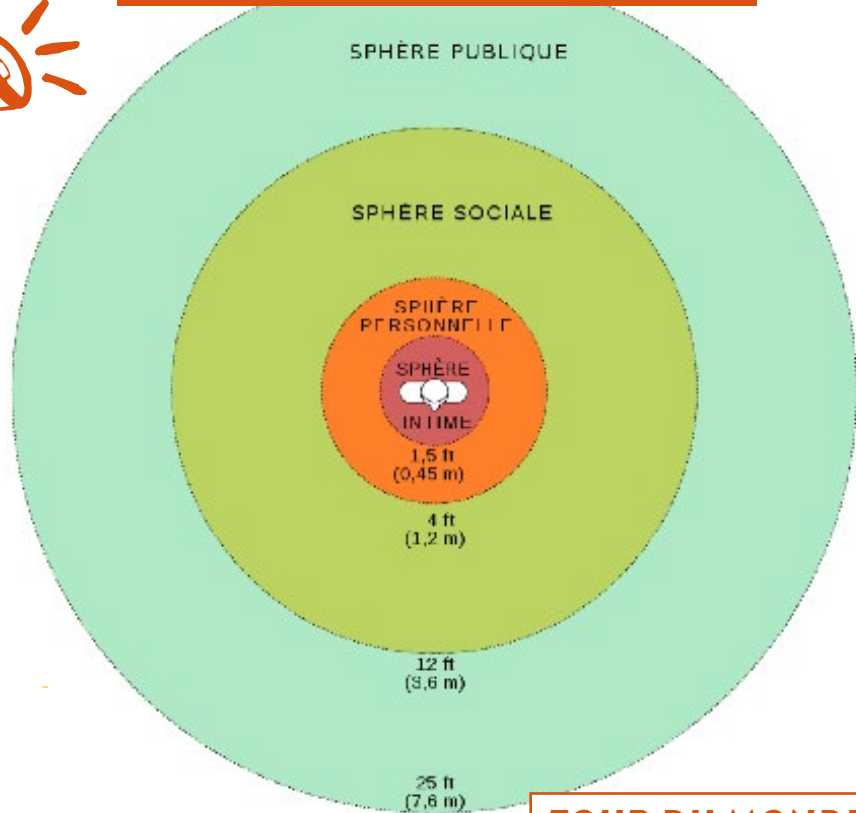
Pour cadrer les interventions et éviter qu'on ne monopolise la parole ou qu'on ne coupe quelqu'un trop souvent.

Le bâton de parole est un objet (n'importe quel stylo reconnaissable fait l'affaire) qui se passe lorsqu'on passe la parole. Celui qui le détient ne peut pas se faire couper la parole.

Le sablier sert à limiter les temps de paroles à quelques minutes afin que la discussion circule.

Ces deux outils fonctionnent mieux lorsqu'une des personnes prend la position de "facilitateur", c'est à dire qu'elle se met un peu en retrait sur le fond des échanges pour être le garant du respect des règles énoncées au départ. Ce rôle peut être tournant d'une réunion à l'autre et au bout de quelques rencontres, les règles peuvent être rappelées par tout à chacun.

ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNIQUANTES



TOUR DU MONDE

Distance corporelle

La proxémie est une approche du rapport à l'espace matériel introduite par l'anthropologue américain Edward T. Hall.

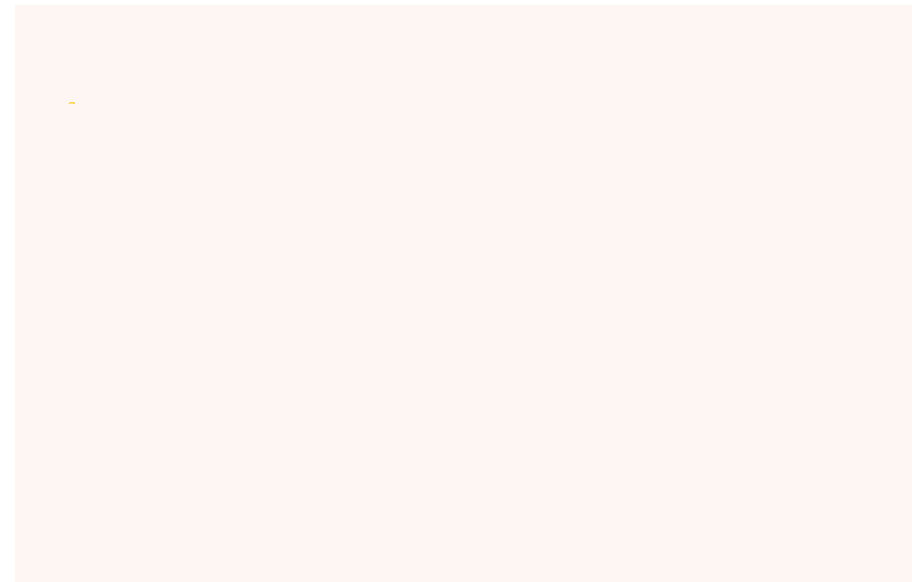
Même si une moyenne peut être observée, selon la culture cette distance peut significativement varier. 120 cm en Roumanie, Hongrie ou Arabie Saoudite, contre moins de 90 centimètres en Argentine, Pérou et Bulgarie entre autres exemples.

ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNIQUANTES



TOUR DU MONDE

Le chevauchement de fin de phrase

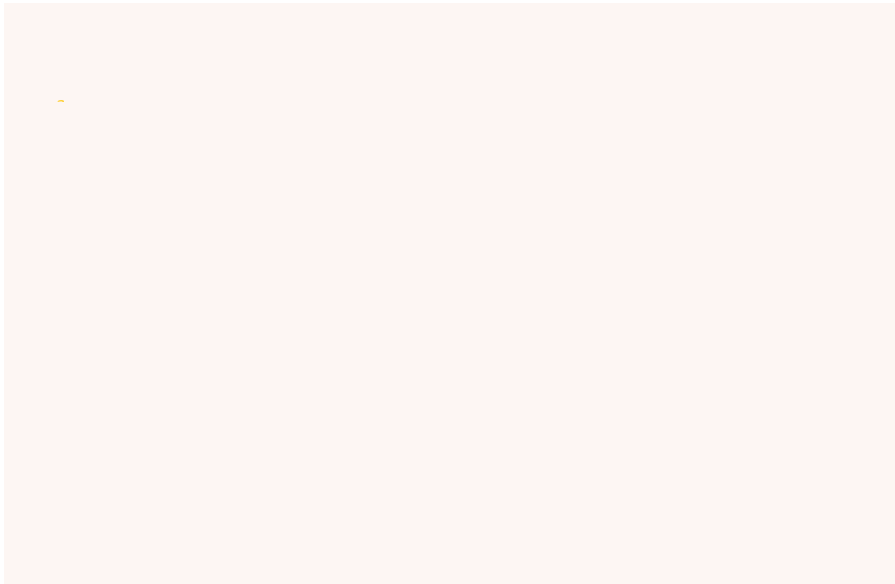


ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNICANTES



TOUR DU MONDE

Le contact oculaire



ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNICANTES



TOUR DU MONDE



Se saluer au Tibet

Au Tibet il est de bon ton de tirer légèrement la langue pour montrer qu'elle n'est pas noire.

En effet, il s'agit de prouver que vous n'êtes pas la réincarnation d'un terrible roi tibétain du IX^{ème} siècle qui avait la langue noire.



ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNIQUANTES



CONSEIL

Exercice de communication non verbale

Avec l'aide de collègues, essayez de deviner leur état d'esprit juste en inférant de leur posture.

- **l'attitude attentive** : le corps est incliné à l'avant, le cou tendu avec les bras et les pieds en avant. Nous avons ici une attitude d'action, traduisant une envie de.
- **l'attitude de rejet** : le corps se détourne d'autrui
- **l'attitude d'expansion** : la tête, le tronc et les épaules sont en expansion. Cette attitude traduit un sentiment d'orgueil et de dominance.
- **l'attitude de contraction** : la tête est fléchie sur le tronc et les épaules tombantes. Celle-ci traduit un sentiment de dépression et de soumission.

Variante : essayez de communiquer à vos collègues votre état d'esprit par votre posture. Ces derniers vous prennent en photo et vous montrent l'attitude que vous aviez. Discutez de ce que vous ressentez et ce que vous communiquez non-verbalement, consciemment ou pas.

ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNIQUANTES



NEUTRALITÉ
Faits, chiffres, informations
dénuées d'interprétations

ÉMOTIONS
Intuitions, sentiments,
impressions, pressentiments

CRÉATIVITÉ
Fertilité des idées, aucune censure,
idées farfelues, provocantes

PESSIMISME
Prudence, dangers, risques,
objections, inconvénients

OPTIMISME
Critique positive, rêves, espoir,
commentaires constructifs

ORGANISATION
Canalisation des idées, rigueur,
discipline, solution à retenir

CONSEIL

Exercice des 6 chapeaux de Bono

La clé d'une réflexion plus fructueuse et efficace est de ne faire qu'une chose à la fois. Le plus grand obstacle à la réflexion est la confusion car notre esprit veut trop en faire. **Chaque point de vue sera représenté par un chapeau de couleur.** Ils peuvent être remplacés par des étiquettes ou des jetons colorés.

Chapeau blanc : la neutralité. Énoncer les faits, citer des chiffres et des infos.

Chapeau rouge : la critique émotionnelle. Exprimer, sans se justifier, les sentiments, les informations relevant de l'émotion, les intuitions etc.

Chapeau noir : la critique négative. Exprimer les objections, les risques, les dangers...

Chapeau jaune : la critique positive. Exprimer l'optimisme, mettre en valeur les idées des autres, exprimer ses rêves et ses idées les plus folles.

Chapeau vert : la créativité. Trouver des solutions de rechange, des alternatives, prendre les chemins de traverse, innover, proposer, créer...

Chapeau bleu : l'organisation. Coordonner, mener, animer la réunion.

Chaque participant prendra, à tour de rôle, chacun des différents chapeaux, et donnera ainsi au problème abordé une interprétation correspondant à l'angle de vue que prévoit la couleur du chapeau. L'idée est que chacun se place au moins une fois dans une position autre que celle qu'il aurait adoptée spontanément et adopte plusieurs perspectives différentes face au même problème.

ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNIQUANTES

MÉTHODE

Les triangles équidistants

À partir de 15 personnes et plus.

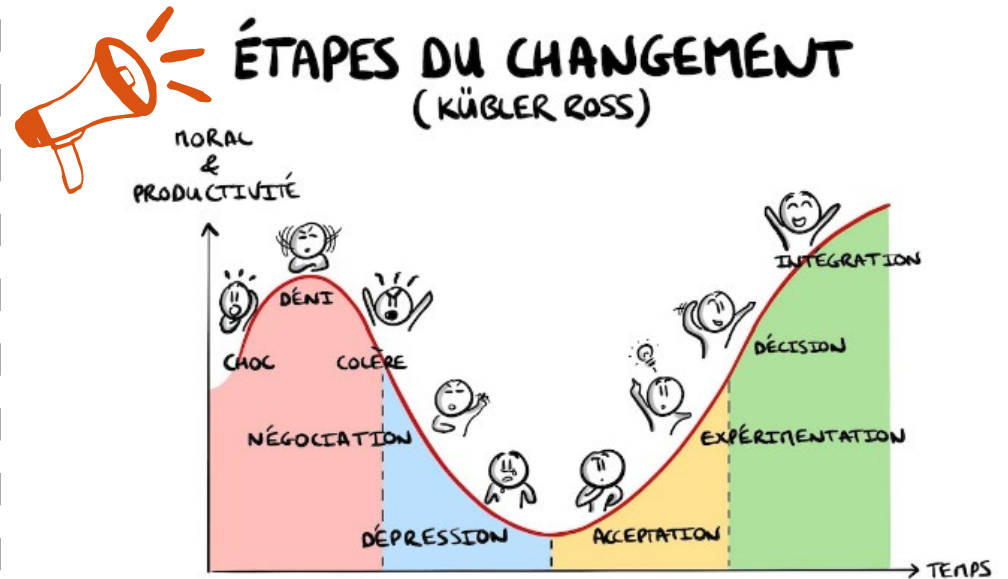
Demandez à chacun de choisir 2 personnes (le choix importe peu) et de se placer à équidistance. Une fois le groupe stable, déplacez une ou deux personnes, observez comment le groupe se réorganise.

DÉBRIEF :

- Sentiments (amusement, frustration, inconfort, impatience, agacement, fatigue, envie, plaisir...)
- Lorsqu'un élément bouge, tout bouge par un principe d'interdépendance.
- Le changement nous affecte tous, même si on n'est pas touché directement. Nous sommes plus ou moins impactés.
- Après un changement, le système retrouve son équilibre. Il est organisé pour sa survie, coûte que coûte, il se réorganise.
- Les places s'ajustent.
- Se positionner sans rien dire n'est pas forcément facile. Difficile de fonctionner sans se parler (dans la vraie vie, c'est important de se parler)
- Il y a plusieurs façons de se positionner selon les représentations de chacun sur la notion d'équidistance.
- Endurance à se repositionner tout le temps.
- Élargissement du cercle = ouverture options.
- Capacité à savoir lâcher l'équidistance « parfaite » pour faciliter le changement.- Toute personne, par sa posture, peut apporter un changement dans l'organisation, même minime, et cela permettra au système de bouger.

ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNIQUANTES

ÉTAPES DU CHANGEMENT (KÜBLER ROSS)



@BLOCULUS

CONSEIL

La courbe du changement

Savoir se placer sur cette courbe, ou tout simplement l'avoir à la vue de tous, aide chacun à garder espoir et assure une vision globale du projet.

ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNIQUANTES



ASTUCE

Appel à un héros

Un exercice amusant dans lequel de petits groupes vont imaginer comment pourrait être résolu leur problème, s'il était confié à un personnage connu, fictif ou bien réel.

- **Quels tests inattendus Dr House aurait-il demandé à ses équipes pour diagnostiquer la cause de votre problème ?**
- **Quelle idée révolutionnaire pourrait avoir Steve Jobs pour épater le monde entier lors de l'annonce de votre service ?**
- **Quelle technique controversée serait utilisée par Tony Stark / Iron Man pour rendre votre service indestructible ?**

Le but est de choisir une personnalité ou super-héros qui a, selon vous, les qualités requises pour aider au développement de votre projet selon vos idées, ou au contraire un personnage moins conventionnel, qui pourrait proposer des solutions que vous n'oseriez même pas imaginer.

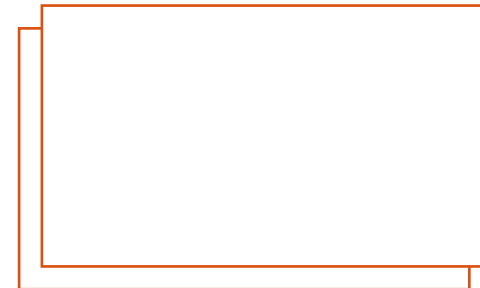
ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNIQUANTES



CONSEIL

Nemawashi, le dialogue avant la décision

“Nemawashi” désigne l’attitude japonaise de concertation individuelle de chaque personne impliquée par une décision, avant de prendre la dite décision. Prendre du temps pour des entretiens individuels pour des décisions d’ordre procédural peut apparaître comme une perte de temps, mais le procédé permet une application plus rapide de la décision rendue, car tout le monde peut voir qu’elle a pris en compte ses contraintes.



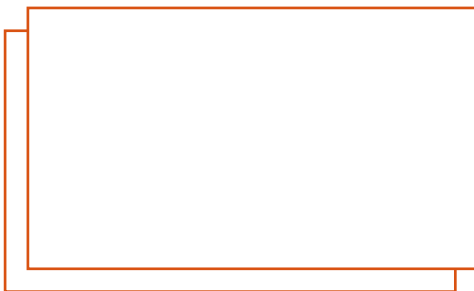
ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNIQUANTES



CONSEIL

Une demande ? ça attend le café

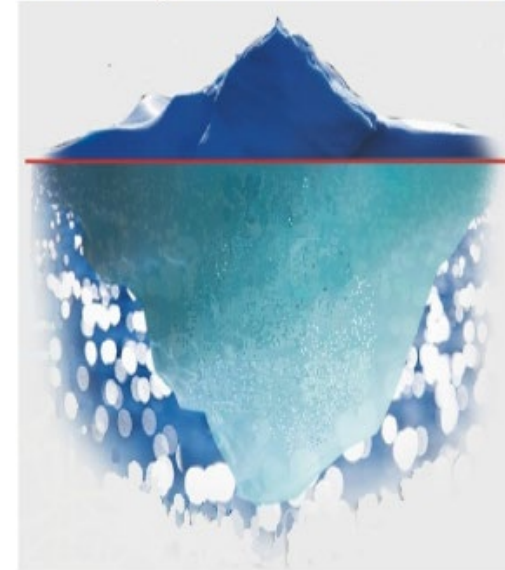
Plutôt que de solliciter ses collaborateurs dès qu'on doit leur formuler une demande, ou leur envoyer un mail, prenez en note votre demande et exprimez-là lors d'un temps dédié (par exemple le café d'équipe du matin). Concentrer toutes les demandes sur un temps dédié permet d'éviter d'interrompre ses collègues dans son travail.



ADOPTER DES POSTURES (ET OUTILS) COMMUNIQUANTES



Comportements



Savoirs Croyances Valeurs
Experiences

CONSEIL

Exercice de l'iceberg

Chaque participant décrit ce qu'il pense qu'on perçoit de lui (la partie émergée de l'iceberg) et ce qui n'est pas perçu mais constitutif de son identité (la partie immergée). Les participants comparent ensuite, pour voir ce qui les réunit et les distingue au-delà des apparences.



ORGANISATION, IDÉES, MODÈLES...



ORGANISATION, IDÉES, MODÈLES...



VOYAGER DANS L'ESPACE, DÉCOUVRIR DE NOUVELLES CONFIGURATIONS

INFORMATION

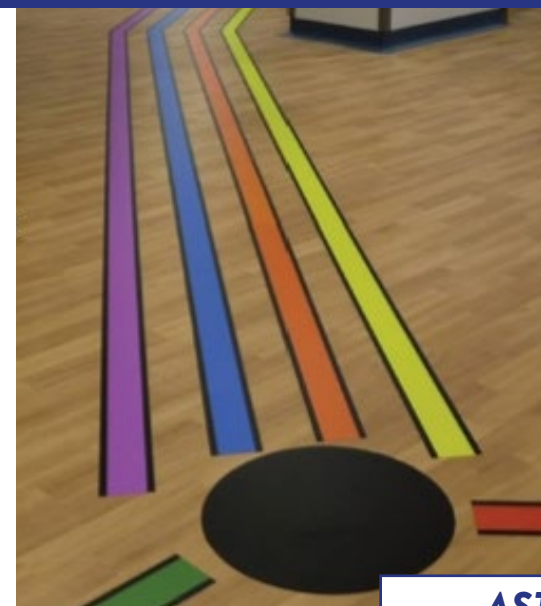
Tiers-lieu, kezako ?

Terme traduit de l'anglais (The Third Place), désignant le troisième lieu de sociabilité après le foyer et le travail. L'étalement urbain, l'utilisation des transports et maintenant les technologies numériques ont contribué à éroder l'utilisation de lieux de sociabilité comme les bars ou les places de village.

Certaines institutions ou administrations dont la vocation est d'accueillir du public ont ré-imaginé leurs espaces communs comme des lieux de vie. Mobilier, attitudes, services et signalétiques concordent pour faire de ces lieux un endroit agréable où se rencontrer, discuter, créer, imaginer des projets...



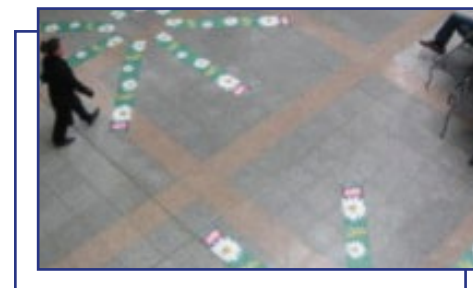
VOYAGER DANS L'ESPACE, DÉCOUVRIR DE NOUVELLES CONFIGURATIONS



ASTUCE

Fléchage au sol

Un fléchage au sol depuis plusieurs endroits emblématique pour mener à l'entrée d'un service.





VOYAGER DANS L'ESPACE, DÉCOUVRIR DE NOUVELLES CONFIGURATIONS



MÉTHODE

Cartographie sensible

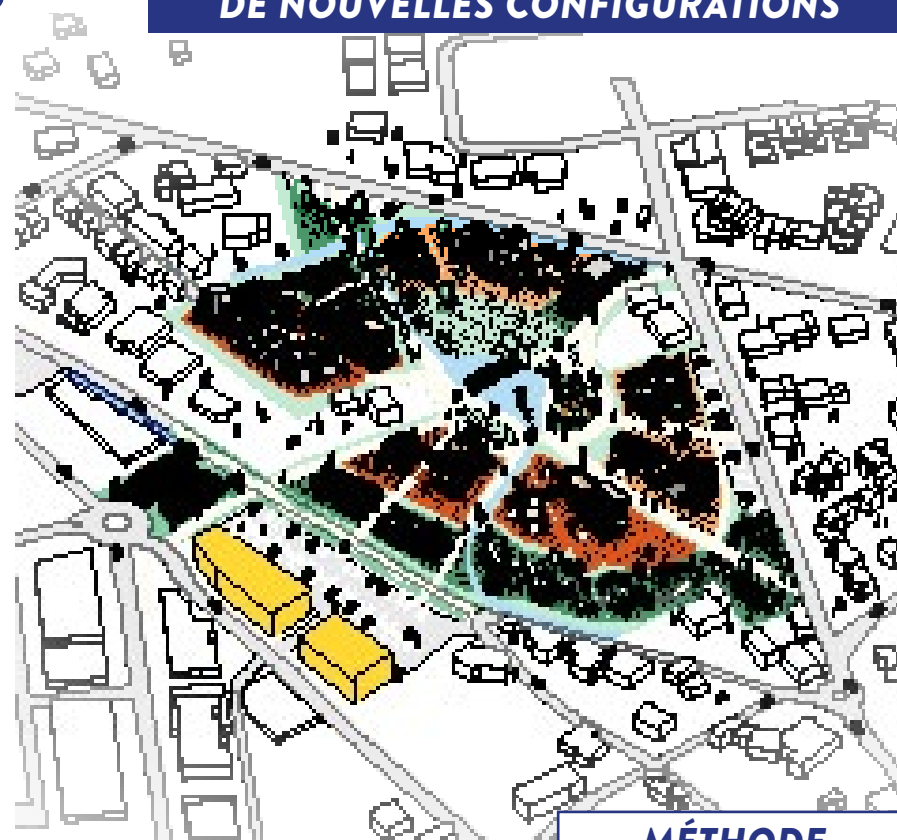
La cartographie sensible est un outil collaboratif et d'enquête qui permet de recueillir la manière dont un espace vécu (usages, émotions, situations).

La cartographie peut porter sur un espace urbain ou de service (guichet) et permet d'identifier, puis de qualifier les espaces vécus positivement, puis négativement.

La cartographie sensible peut également constituer un support d'idéation en invitant chacun à positionner des idées d'amélioration sur les "points noirs identifiés" (de gestion, d'aménagement, d'entretien).



VOYAGER DANS L'ESPACE, DÉCOUVRIR DE NOUVELLES CONFIGURATIONS



MÉTHODE

Projection idéale

Cet outil a pour fonction d'aider l'imaginaire à se projeter dans quelque chose qui n'est ni défini ni arrêté. Cette vision idéale découle des attentes précises des futurs usagers qui sont illustrées de manière à traduire leurs besoins sans les figer.

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



Concours

La possibilité de participer à un jeu compétitif où l'on peut se démarquer, la motivation d'un challenge, suffit parfois à mobiliser les personnes qu'on aimerait impliquer dans une recherche ou une démarche. La récompense ("qu'est ce qu'on gagne ?") est un plus mais pas une obligation.

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



Brainstorming : 3 règles

Le brainstorming est souvent évoqué à tort comme un moment totalement libre, où on se contente de dire tout ce qui nous passe par la tête.

Il y a trois règles à respecter afin qu'il soit productif :

- une personne est chargée de noter toutes les idées émises
- le temps est court, chronométré et convenu à l'avance (ex. 10mn)
- on ne peut pas couper quelqu'un ou critiquer son idée

Le résultat du brainstorming nécessite ensuite d'être relu et réorganisé, afin de voir si des tendances émergent. Il est bon de laisser reposer cette matière avant d'y revenir avec un oeil neuf, ce qui permet souvent de trouver "la" bonne idée, ou du moins celle qui convient le plus à ce qu'on recherche.

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER

MÉTHODE

Nommer par l'usage

Demander aux utilisateurs d'un service ce qui leur semblent "à quoi sert" le dit-service. Nommer le service d'après le terme qu'ils utilisent le plus souvent ou le plus clairement.



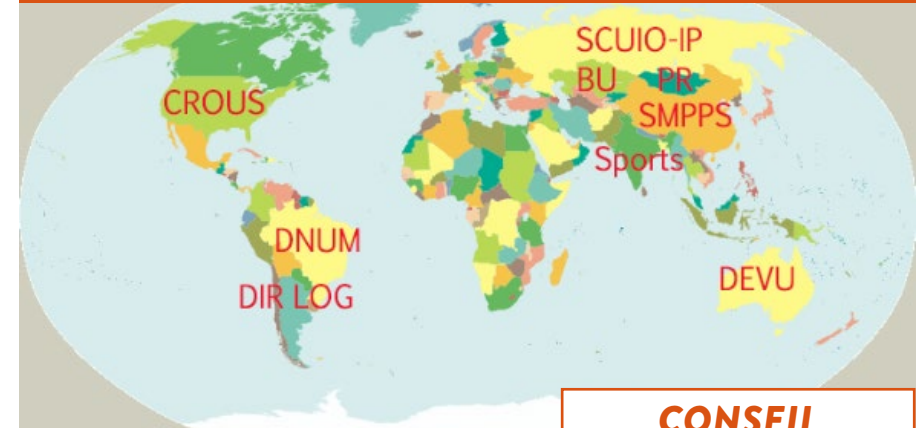
MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER

CONSEIL

Métaphore

Pour aider à orienter au sein d'une organisation complexe, la visualisation comme la conceptualisation de l'ensemble et des parties peut être plus facile lorsqu'on recourt à une métaphore.

À titre d'exemple, un organigramme peut être remplacé par un arbre (à la manière d'un arbre généalogique), tandis qu'un ensemble de services peut se répartir en "continents", comme autant de pays aux frontières communes ou éloignées.



MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



TOUR DU MONDE

La relation à plaisanterie

Dans certains peuples d'Afrique de l'Ouest (Mossi par exemple), il est de coutume de "se moquer" d'un parent éloigné à chaque fois qu'on le croise. L'échange de blagues permet de renforcer les liens et donne à la discussion un aspect informel. Cette relation peut aussi s'étendre à d'autres peuples, comme les Dogons et Bozos, ce qui permet du coup d'entretenir de bonnes relations.

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



CONSEIL

Journal des bonnes idées

Il est dommage que les bonnes idées ne donnent pas suite ou restent trop confidentielles. Une page A4 illustrée et éditorialisée, distribuée tous les mois au sein de l'organisation et auprès des usagers peut permettre qu'une idée soit reprise, qu'elle trouve des participants ou des contributeurs additionnels, etc. Pensez à laisser un contact pour ceux qui veulent commenter les idées ou en concrétiser une ou plusieurs.

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



POSTURE

Club de Lecture

Les usagers et les agents sont invités à partager un moment convivial autour d'un ouvrage qu'ils ont lu, ou qu'ils souhaitent présenter/conseiller au groupe.

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



POSTURE

“Qui a tué Pamela Rose ?” un jeu de pistes dans les services

Dans certains peuples d'Afrique de l'Ouest (Mossi par exemple), il est de coutume de “se moquer” d'un parent éloigné à chaque fois qu'on le croise. L'échange de blagues permet de renforcer les liens et donne à la discussion un aspect informel. Cette relation peut aussi s'étendre à d'autres peuples, comme les Dogons et Bozos, ce qui permet du coup d'entretenir de bonnes relations.

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



POSTURE

Petit-déjeuner / Goûter dans les services

À date régulière, un service accueille le public et les autres agents pour partager un moment convivial autour d'une boisson chaude et quelques sucreries. D'une fois à l'autre, le service change.



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS

POSTURE

Aller vers

Lorsqu'une difficulté émerge ou des problèmes s'accumulent, il est parfois intéressant de prendre du recul. Cette distanciation peut être amenée par des sondages faits auprès des utilisateurs ou habitants. Il est nécessaire de préparer un petit questionnaire et deux trois éléments de présentation avant "d'aller vers".

Les réponses peuvent être partagées de manière informelle (simple "débrief") ou faire l'objet d'une analyse plus poussée. (voir "tableau d'analyse des verbatims"). Dans ce dernier cas il est nécessaire de noter les propos de manière incarné ou de les enregistrer (audio ou vidéo).



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS

POSTURE

Un jour hors-les-murs

Une journée par mois, chaque agent ne peut pas faire de tâches à son bureau, il est invité à rendre visite aux autres services et à échanger avec les usagers dans l'espace public.



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS

Un exemple :

	Demande	Observation	Idées
Cafétéria	"Il faudrait un menu végétarien, ça manque."	"Oh c'est vraiment trop bruyant à midi, on saigne des oreilles"	"Et si on pouvait réserver son déjeuner par appli ?"
Couloirs	"On comprend pas comment circuler dans le bâtiment. On peut pas refaire la signalétique ?"	"Une fois j'ai vu un étudiant perdu... Il avait les larmes aux yeux."	"Faut juste un plan simple et interactif."
Etc.			

MÉTHODE

Tableau d'analyse des verbatims

Les propos entendus (collègues ou utilisateurs) sont reportés dans un tableau afin de classer les réponses thématiquement ou selon le degré de la demande.

Mis bout à bout, ces réponses permettent de saisir là où est l'urgence, les débuts de réponses, les demandes explicites et leur lien avec les observations (demandes parfois implicites) etc.



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS

MÉTHODE

Faire un guide d'entretiens

La décision “d’aller vers” les usagers ou collègues nécessite d’être cadrée via des questions initiales, dont la discussion peut ensuite dévier si l’intervieweur sent qu’il y a un intérêt pour l’étude (ouverture vers de nouveaux questionnements ou pistes d’idées inédites). Ces premières questions doivent découler d’un exercice de mise en situation. Par exemple :

Si le sujet est “l’orientation dans les bâtiments”, une première question pour initier la conversation peut être : “Vous êtes déjà vous perdu ?” ou “Comment faites vous pour vous orienter, qu’est ce que vous regardez, à quel niveau, etc. ?”

Il faut environ 5mn pour qu’une personne comprenne par les premières questions que :

- **elle est valorisée car elle a quelque chose à apporter**
- **elle peut donner librement son opinion**
- **elle fait confiance et précise peu à peu sa pensée**

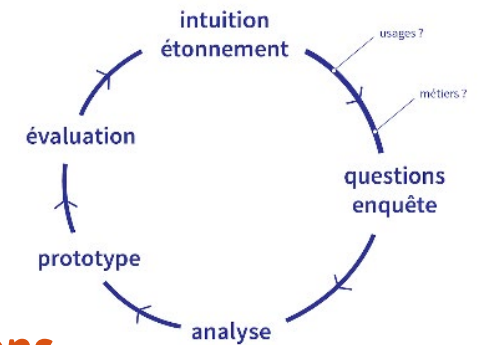
Les entretiens inférieurs à cette durée seront difficiles à valoriser, tandis qu’un entretien de 10 à 20mn permet déjà une pluralité de réponses intéressantes. Assurez-vous d’avoir préparé assez de questions pour tenir cette durée, même si vous n’êtes pas obligé de toutes les aborder.

MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS

MÉTHODE



Évaluation des actions et des expérimentations



Pour déterminer ce qui doit rester dans la durée, tester une idée ne suffit pas, il convient de savoir comment en évaluer l’impact.

PISTES :

- **temps courts** = enquêtes spontanées, retours des usagers etc.. Liens avec les structures, temps de débrief collectif, documenter les actions pour prendre du recul... etc
- **temps long** = évolution du nombre d’usagers, Statistiques de fréquentation, questionnaire & borne de satisfaction

L’ÉVALUATION PEUT PRENDRE EN COMPTE :

- **les retours des équipes mobilisées dans l’action testée**
- **la valorisation des actions (photos, vidéos, posts sur réseaux sociaux)**
- **des entretiens avec les responsables**

Avant de lancer un cycle d’expérimentations, il est important que l’équipe projet définisse en avant les critères qui constitueront l’évaluation. Quelles que soient les critères d’évaluation choisis, l’essentiel est que l’équipe constituée pour mener les actions s’en emparent et prennent comme hygiène d’en débriefer régulièrement dans l’année lors de temps collectifs créatifs et décisionnels.

Pour chaque action menée, son parcours de l’idée à son évaluation devrait s’efforcer de reprendre les étapes de ce schéma ci-dessus. De façon optimale, chaque étape peut être déclinée en temps collectif créatif ou décisionnel, afin d’être plus précis/créatif/efficace et de renforcer l’implication de tous.



KIT DE PROTOTYPE DU GUICHET UNIQUE

MÉTHODE

Plan des usages idéal

À partir des usages recensés, vous dessinez les flux des utilisateurs en créant le moins d'interfaces possibles.

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



Concours

La possibilité de participer à un jeu compétitif où l'on peut se démarquer, la motivation d'un challenge, suffit parfois à mobiliser les personnes qu'on aimerait impliquer dans une recherche ou une démarche. La récompense ("qu'est ce qu'on gagne ?") est un plus mais pas une obligation.

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



Brainstorming : 3 règles

Le brainstorming est souvent évoqué à tort comme un moment totalement libre, où on se contente de dire tout ce qui nous passe par la tête.

Il y a trois règles à respecter afin qu'il soit productif :

- une personne est chargée de noter toutes les idées émises
- le temps est court, chronométré et convenu à l'avance (ex. 10mn)
- on ne peut pas couper quelqu'un ou critiquer son idée

Le résultat du brainstorming nécessite ensuite d'être relu et réorganisé, afin de voir si des tendances émergent. Il est bon de laisser reposer cette matière avant d'y revenir avec un oeil neuf, ce qui permet souvent de trouver "la" bonne idée, ou du moins celle qui convient le plus à ce qu'on recherche.

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER

CONSEIL

L'écoute au cœur de la communication

Écouter c'est:

- Faire silence
- Être centré sur l'autre
- Être empathique:
- Entrer dans le cadre de référence de la personne
- Tout en gardant une distance objective et sans jugement
- Aider l'autre en lui posant des questions ouvertes
(plutôt que fermées)

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER

MÉTHODE

CQQCOQP

outil de questionnement et de clarification

Un questionnement ouvert permet de faire le tour de toute situation, tout projet, toute problématique. L'outil CQQCOQP est une base utile dans de nombreuses circonstances. C'est aussi une structure possible pour construire un message complet (ai-je parlé du Comment? Du Pourquoi...? Etc.)

C → Comment

Q → Quoi

Q → Qui

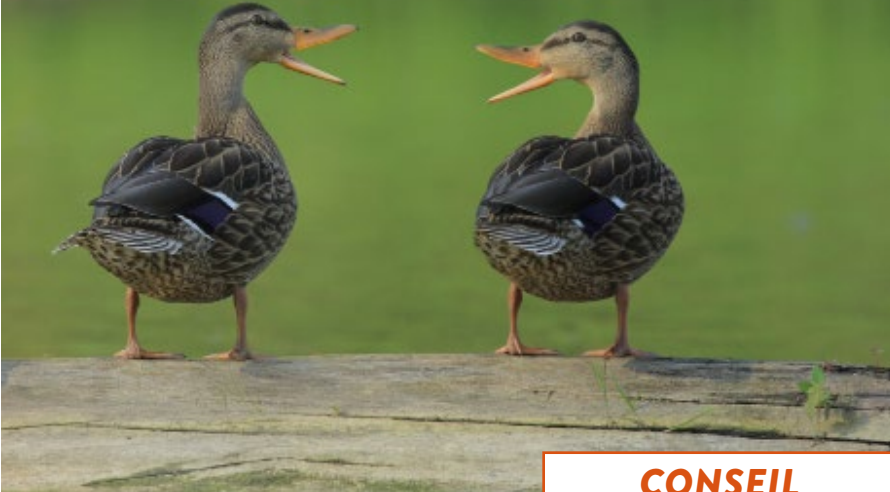
C → Combien

O → Où

Q → Quand

P → Pourquoi

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



CONSEIL

Recevoir

Posture pour recevoir une critique justifiée

- **Accueillir en silence**
- **Reformuler la critique**
- **Faire préciser la situation qui entraîne la critique et l'importance de chaque élément**
- **Reconnaître la critique**
- **Identifier une solution**

MÉTHODES CRÉATIVES POUR UNE COMMUNICATION CENTRÉE USAGER



MÉTHODE

OSBD

outil de communication non-violente

Cet outil vient de la communication non-violente (CNV), et a été conçu par Marshall Rosenberg. Il permet de s'exprimer pleinement, dans le respect de soi et le respect de l'autre.

- O** → **Observation : Les faits**
- S** → **Sentiment : Ce que je ressens**
- B** → **Besoin : Mon besoin**
- D** → **Demande : Ma demande**



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS



MÉTHODE

Focus groups

Le focus groupe est un outil d'enquête qui prend la forme d'un entretien semi-directif en groupe (max 8 personnes)

Le focus group se déroule sous forme d'une discussion en groupe, guidée en occurrence par un facilitateur.

Il permet de comprendre finement le rapport d'un public spécifique à un projet, un service, une politique publique.

Un focus group regroupe des individus qui ont au moins une caractéristique en commun : des jeunes de la même école, des femmes de 35 - 45 ans d'un quartier spécifique, des agents d'un même service ou niveau hiérarchique.



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS



MÉTHODE

Enquête questionnaire

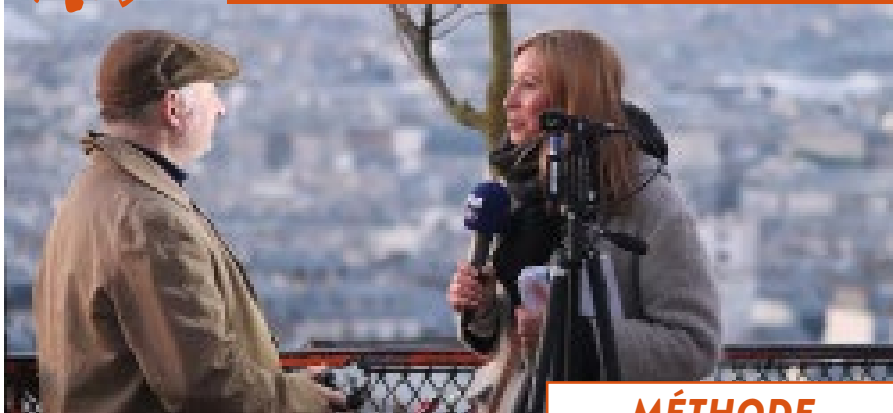
Interroger, questionner pour évaluer et mesurer attentes, satisfaction et insatisfactions, qualité et non qualité, ... et identifier les priorités :

- **Des bénéficiaires d'un service**
- **Des équipes, agents au sein d'une organisation**
- **Des partenaires**

Et aussi, indirectement, ... interroger questionner ses propres conceptions, perceptions.



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS



MÉTHODE

Micro-trottoir

Le micro-trottoir permet de :

- **Donner la parole aux habitants sur les grands projets urbains.**

Le micro-trottoir est un outil vivant déclinable sur de nombreuses problématiques.

- **Obtenir une meilleure compréhension des problématiques** en laissant la parole aux citoyens, usagers ou agents

Où et comment ?

- **Dans la rue ou directement dans les services** (lieux d'accueil du public...)

- **Une ou plusieurs questions-clés** préparées à l'avance facilitent la tâche

- **Une restitution sous forme de verbatim ou même radio** (podcast en ligne...)



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS



POSTURE

Observation

Observer pour :

- **Mieux comprendre l'organisation des activités**, la répartition des tâches, la prise en compte des contraintes et des aléas par une équipe.

- **Mieux appréhender les interactions entre personnes**, les modalités d'utilisation du matériel, des outils (techniques, informatiques, ...), pour évaluer leur degré d'adaptation aux besoins.

- **Identifier les bonnes pratiques, ... et les dysfonctionnements**



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS



MÉTHODE

Cartes interviewés

Une personne tire une carte avec une consigne de comportement (“Monsieur Yaquafauquon” par exemple) tandis que l’autre a des astuces pour détourner la contrainte. L’objet de l’entretien est assez simple pour conserver un aspect ludique (par exemple : c’est quoi un bon film au cinéma, etc.)



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS



MÉTHODE

Journée Top, Journée Flop

Cette action vise à recueillir auprès des étudiants les éléments qui font que la journée est “parfaite” ou pas en fonction des services (ex : fermeture d’un service à un moment inapproprié, conflit d’intérêt ou de temporalité). L’idée est de pouvoir recueillir des parcours étudiants idéaux et indésirables. Cet outil permettra également d’identifier rapidement les points à améliorer et ceux à affirmer.



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS



MÉTHODE

Défi Chrono

Cette action propose des actions à des étudiants qu'ils devront réaliser dans un temps imparti. Ils devront alors raconter le protocole qui leur a permis de valider ou non l'action. L'objectif ici est dans un premier temps d'appréhender les différentes manières d'aboutir à une demande grâce aux différentes solutions que vont nous raconter les participants. Dans un second temps, cela permettra de pointer les points de blocage ou les points accélérant l'accès au résultat. Cette action permettra de compléter le diagnostic par la mise en situation concrète et corporelle.



MÈNE TON ENQUÊTE POUR MIEUX COMPRENDRE LES USAGERS



MÉTHODE

Runtastic

La cartographie des traces permet de bien comprendre les flux et identifier les espaces de noeuds. A l'aide d'une application de traces comme pour les footing par exemple, les étudiants pourront dessiner leurs déplacements au quotidien au sein du campus. En multipliant l'exercice, nous pourrons identifier rapidement et de façon spatialisée les zones de flux. Ces temps de déambulation avec des étudiants pourra aussi être un temps d'échanges et d'entretiens sur leurs pratiques et leurs attentes en terme de services à l'étudiant. Il est aussi envisageable de suivre les étudiants avec une caméra gopro lors de leurs déplacements dans le campus. Couplée à la cartographie des traces, la vidéo «à la première personne» permettra de rendre compte visuellement des parcours des étudiants, de ce qu'ils croisent sur leurs trajets, les espaces d'attentes etc.