

Web-conférence design d'expérience

Semaine de l'innovation 2021

Imaginez des expériences touristique innovantes
grâce aux méthodes du design



Nexa

AGENCE RÉGIONALE DE DÉVELOPPEMENT
D'INVESTISSEMENT ET D'INNOVATION



Make It Brain

Introduction



Philippe JEAN-PIERRE
Président d'Innovons
La Réunion



Véronique STERN
Chargée de mission
innovation



Catherine DOSTES
Directrice des Projets
Transversaux



Géraldine HUET
Responsable
Développement de Projets



Thomas DUPEYRAT
Designer



Caroline PAIN
Responsable du service
développement de produits

QU'EST-CE QUE LE DESIGN D'EXPÉRIENCE ?

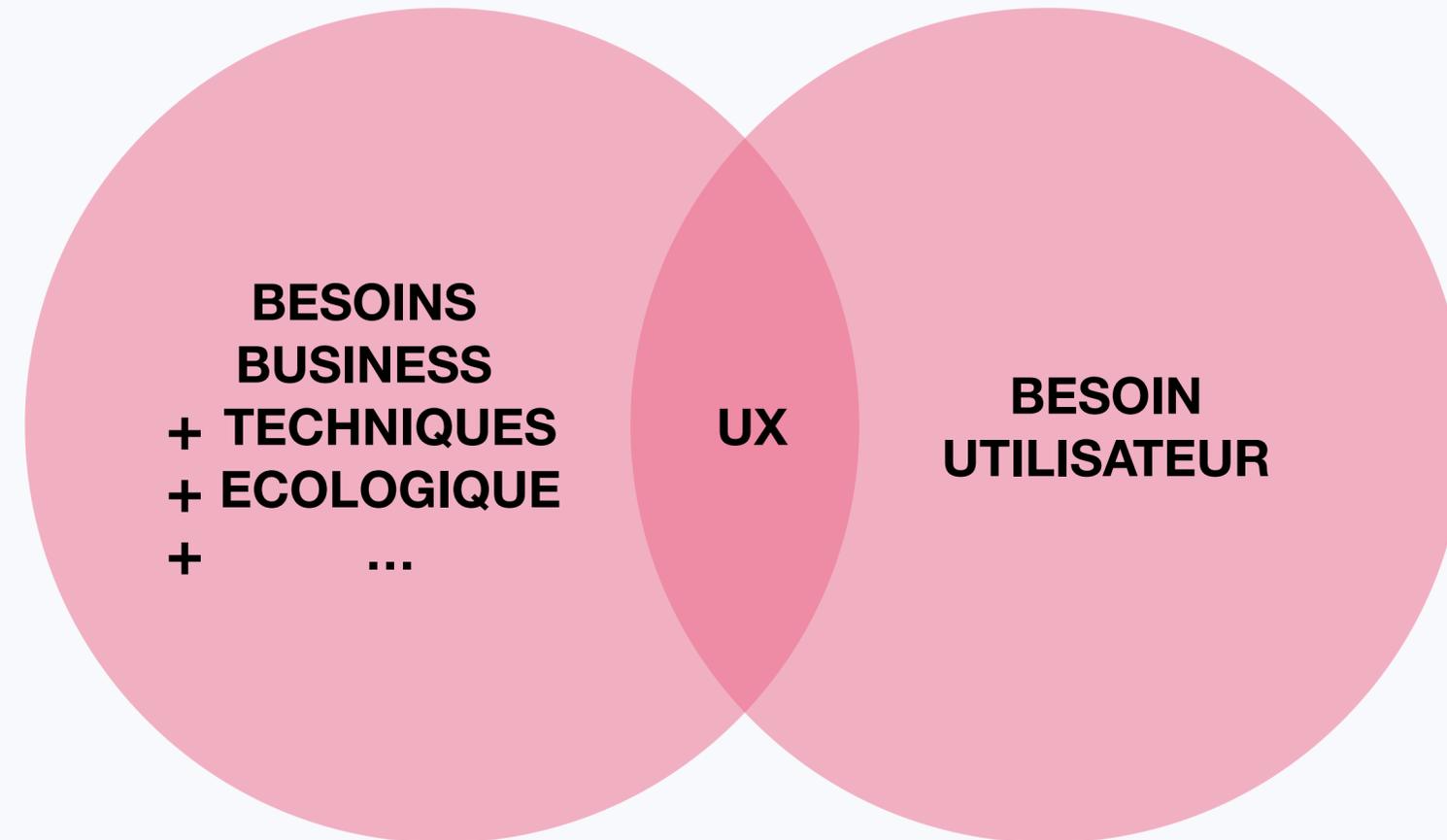


Horodateur

POURQUOI CES ABSURDITÉS ?



QU'EST CE QUE C'EST L'UX ?



QU'EST CE QUE C'EST L'UX ?

« Un client n'achète jamais vraiment l'offre d'une entreprise, il achète un moyen d'arriver à ses fins »

B. Joseph Pine
The Experience Economy 1999

L'EXPÉRIENCE AVANT L'OBJET



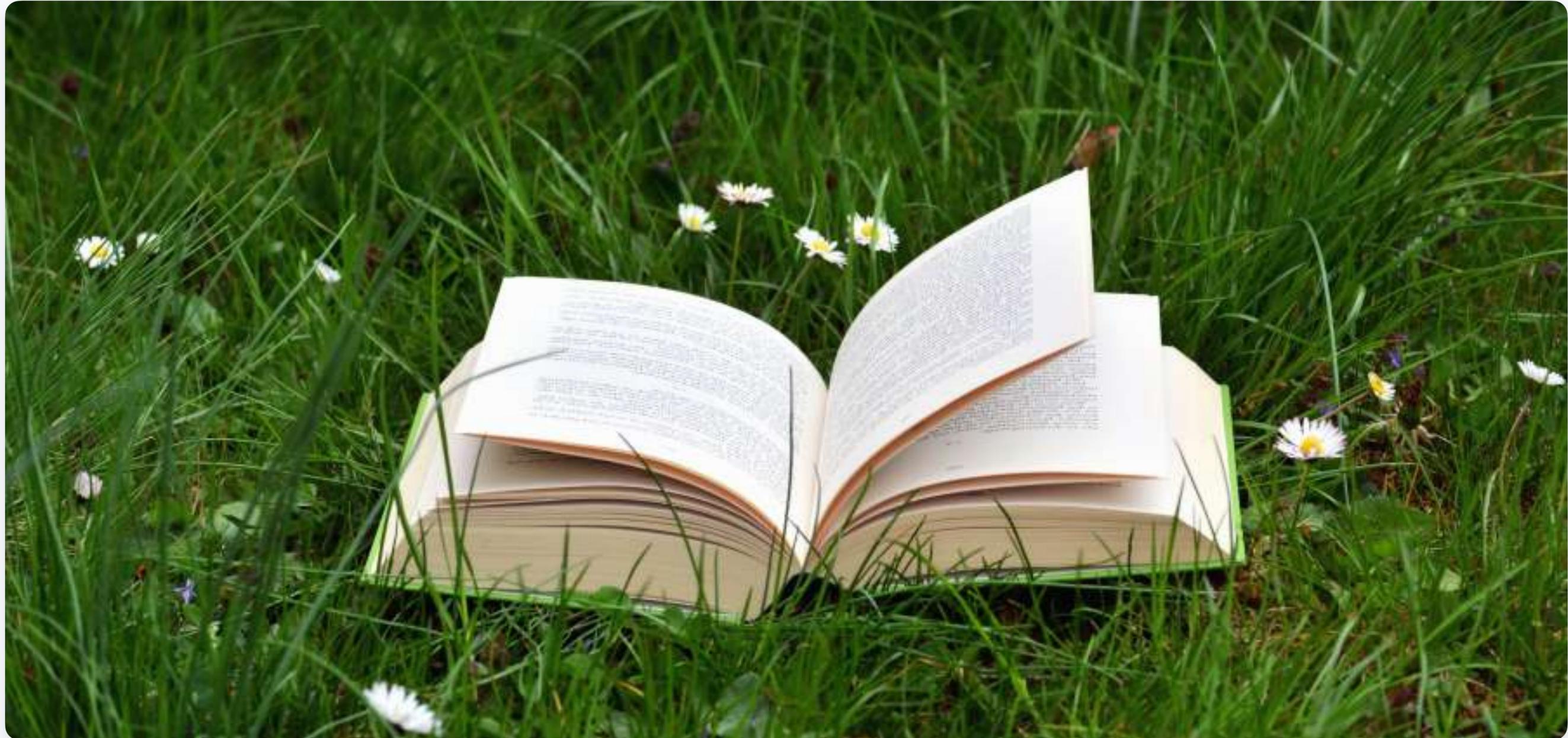
Réveil

L'EXPÉRIENCE AVANT L'OBJET



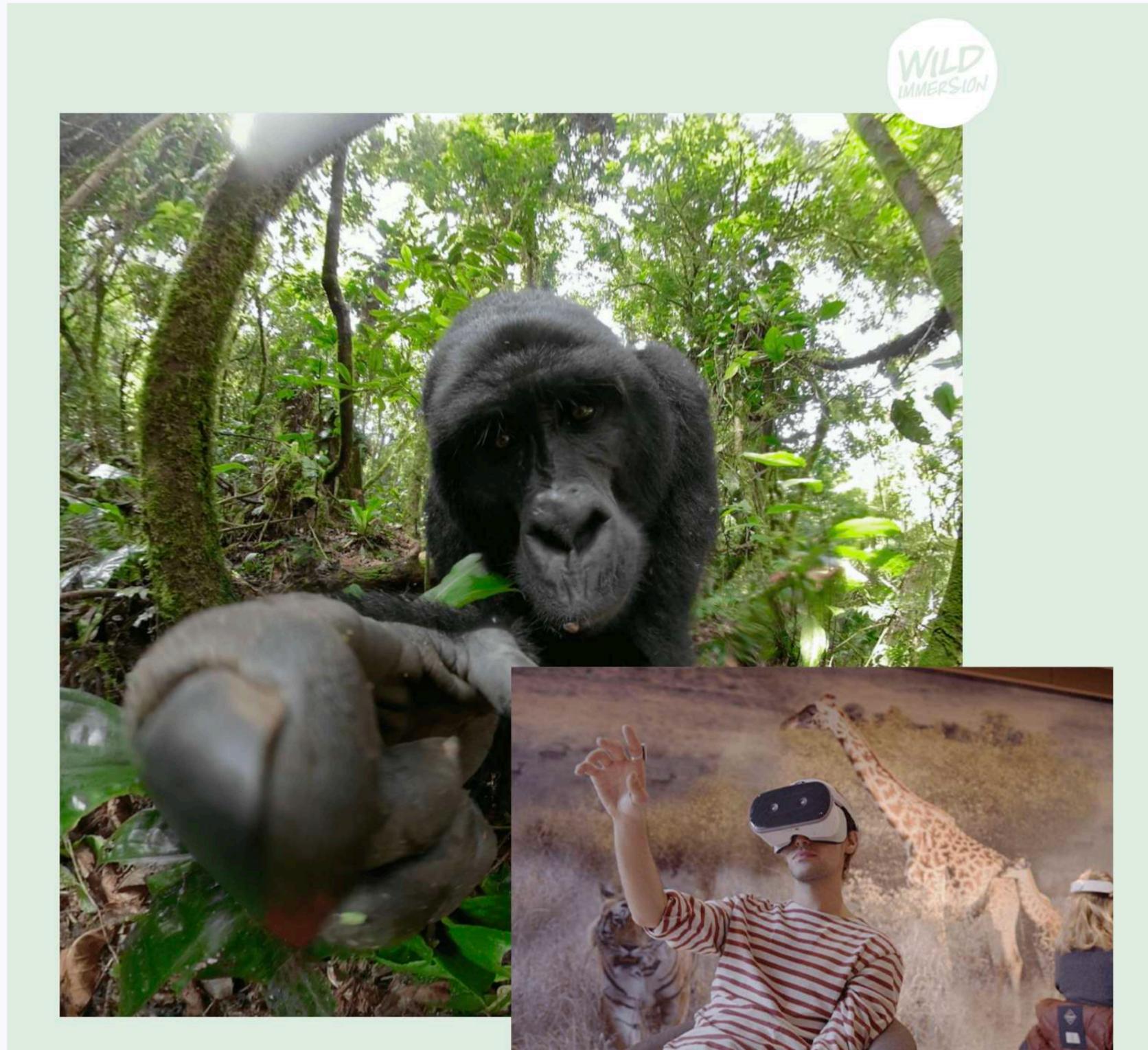
Réveil

L'EXPÉRIENCE AVANT L'OBJET

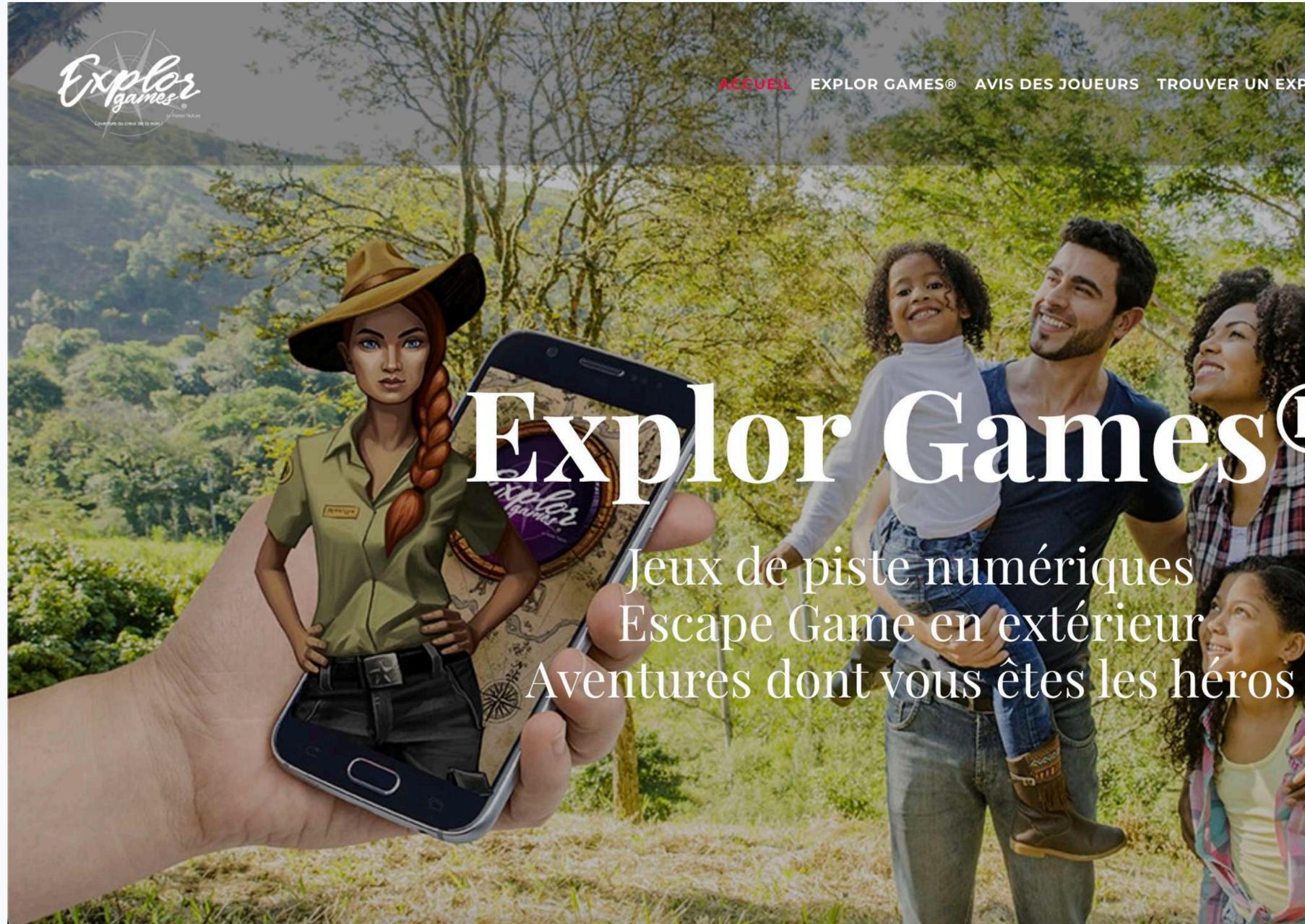


Le cadeau

L'EXPÉRIENCE AVANT L'OBJET



L'EXPÉRIENCE AVANT L'OBJET



ACCUEIL EXPLOR GAMES® AVIS DES JOUEURS TROUVER UN EXPLOR GAMES® ACTUALITÉS CONTACT

FOXIE JOUEZ COMMENT CA MARCHE ? ACTIVITÉS TELECHARGEZ L'APP

BALADE LUDIQUE À NANTES
NAONED
Réservez

Proposé par
Foxie

2 kms 45 minutes

Description
Au fil des siècles, Nantes s'est construite et affirmée : suivez les traces de ses commerçants et de ses habitants pour retrouver la Nantes passée, de l'ancienne capitale bretonne à la ville portuaire. A travers cette balade ludique à Nantes, énigmes et anecdotes s'entremêlent pour vous faire découvrir ou redécouvrir la ville.

Cette activité nécessite un smartphone.

L'EXPÉRIENCE AVANT L'OBJET



MÊME SI L'OBJET EST IMPORTANT



La randonnée

POURQUOI ?

L'EXPÉRIENCE NOUS REND PLUS HEUREUX

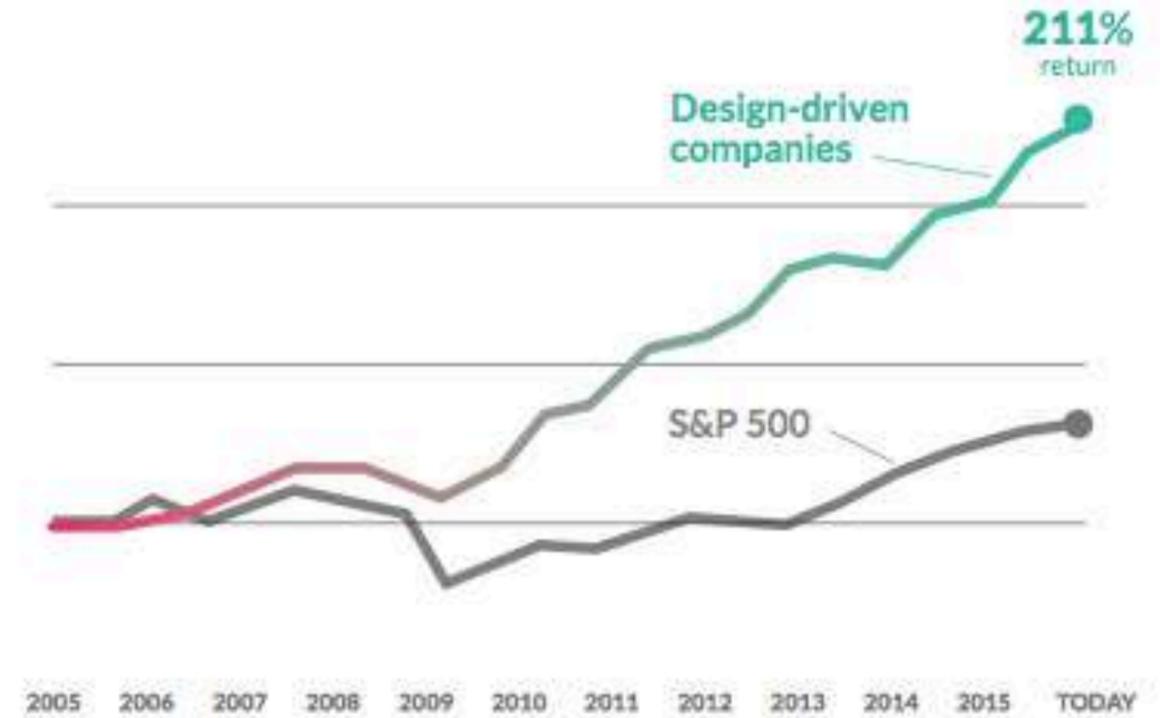
Selon l'étude de Van Boven & Gilovich (2003) sur la différence de ressenti
entre achats expérientiels et possessions matérielles

Les utilisateurs se sentent mieux
quand ils repensent aux achats
expérientiels qu'aux possessions
matérielles

PARCE QUE CA MARCHE

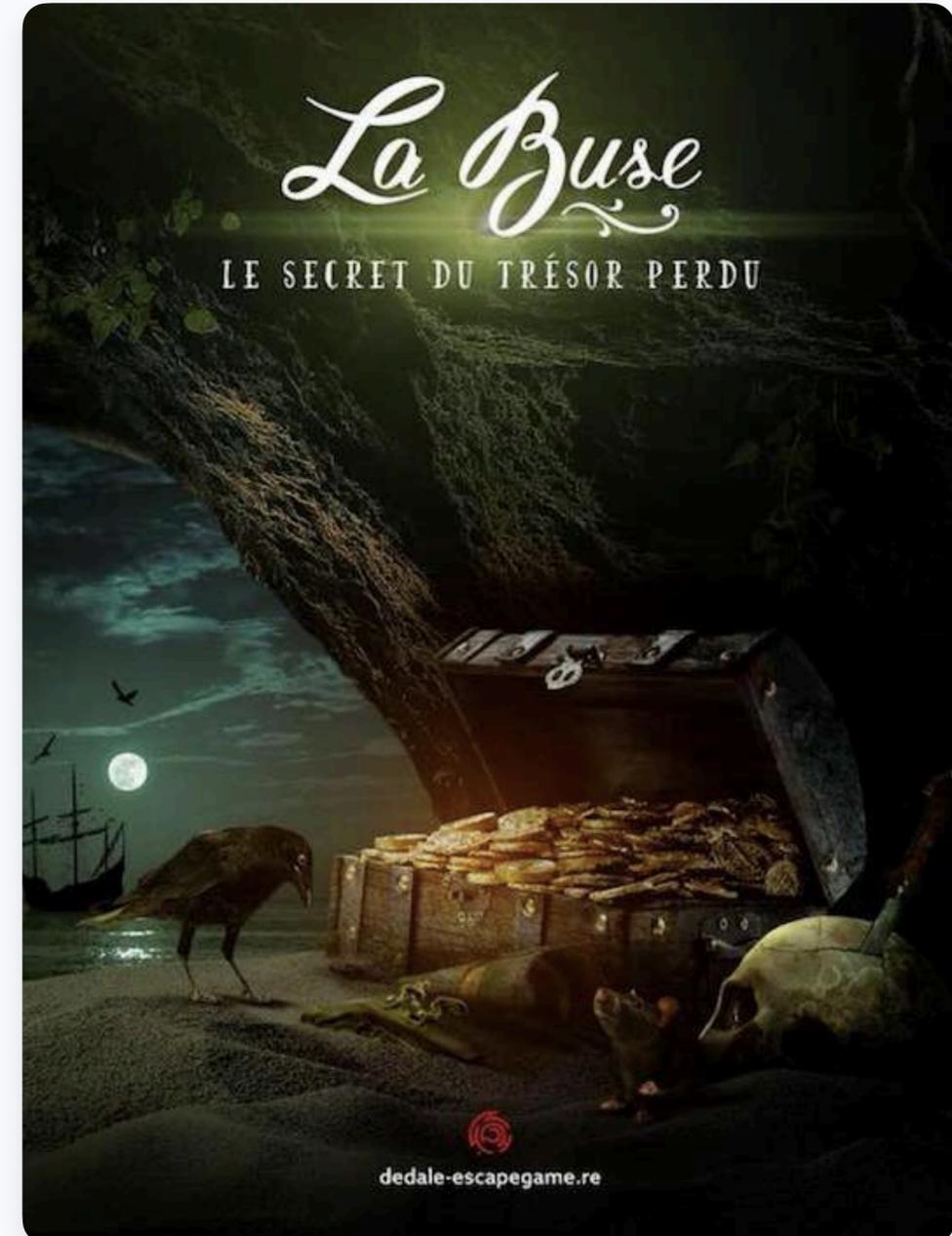


The average lifespan of S&P 500 companies has reduced from being listed for over 60 years in 1920, to 17 years today.



In the last 10 years, design-driven companies have outperformed the S&P 500 by 211%.

L'AVÈNEMENT D'UNE CULTURE POST-MATÉRIALISTE



COMMENT ?

POUR UNE BONNE UX



PLAISIR
STIMULATION



AUTONOMIE
INDÉPENDANCE



RELATIONNEL
APPARTENANCE



SÉCURITÉ
CONTRÔLE



**RÉALISATION
DE SOI**
SENS



COMPÉTENCE
EFFICACITÉ



INFLUENCE
POPULARITÉ

À QUEL BESOIN CELA RÉPOND ?



Lampe de chevet pour enfant

À QUEL BESOIN CELA RÉPOND ?



POUR QUI ?

LES ENFANTS

QUAND ?

LA NUIT

Lampe de chevet pour enfant

LA SÉCURITÉ



Lampe de chevet pour enfant

RELATIONNEL/APPARTENANCE - RÉALISATION DE SOI

DANS LES ANNÉES 80/90, NIKE C'EST ÇA



RELATIONNEL/APPARTENANCE - RÉALISATION DE SOI



RELATIONNEL/APPARTENANCE - RÉALISATION DE SOI



AUJOURD'HUI NIKE C'EST

34 RACES
371 KILOMETRES
395,500 RUNNERS

**WE RUN
2012**

The advertisement features a black and white photograph of a runner in motion, wearing a Nike athletic top. The background is a dark, textured surface. The text is overlaid in white and yellow. A small white Nike swoosh logo is visible in the top right corner of the ad frame.

PROCESSUS DESIGN

DU DESIGN « THINKING » ...

... AU DESIGN « DOING »

Comprendre les problématiques actuelles

Trouver les idées qui répondent aux problèmes

EXISTANT



OBSERVER
LE TERRAIN

EXISTANT



INTERVIEWER
LES USAGERS

EXISTANT



DÉFINIR
LES USAGES

SOLUTIONS



PRODUIRE
LES IDÉES

SOLUTIONS



PROTOTYPER
LES SOLUTIONS

SOLUTIONS



CONCRETISER
LE PROJET

L'IMMERSION

Processus d'innovation

Parcours usagers par les salariés

Constats et pistes d'améliorations



Joe Gebbia, co-fondateur d'Air Bob

LE PROTOTYPE RAPIDE + TESTS



ÉCHELLE D'ÉVALUATION

ATTRACTIVITÉ

Impression générale envers le produit. Les utilisateurs aiment-ils le produit ou service ?

EFFICACITÉ

Est-il possible d'utiliser le produit de manière rapide et efficace ?

CLARTÉ

Est-il facile de comprendre le fonctionnement du produit/de l'interface ?

FIABILITÉ

Est-on en contrôle de l'interaction ? Est-elle prévisible ? Stable ?

STIMULATION

L'usage du produit est-il intéressant et stimulant ? L'utilisateur est-il motivé à poursuivre l'usage ?

NOUVEAUTÉ

Le design du produit est-il innovant et créatif ? Le produit retient-il votre attention ?