

Le cadre

Le « Design Thinking » est une démarche de conception de produits et services où:

- **L'expertise des designers est essentielle**
- **Les designers ont une orientation résolument user/client-centric**
- **Les designers ont une méthode de conception globalisante**
- **Cette démarche se répand dans tous les secteurs de la vie économique où l'innovation se développe**

Les objectifs

- 1. Montrer que cette approche est riche et adaptée pour la conception de nouveaux produits et services dans le monde financier « retail »**
- 2. Montrer sur un cas d'espèce comment se passe le processus de conception assisté par le design thinking**

Le choix de la thématique

Contexte : *L'allongement de la vie conduit à des parcours beaucoup plus divers et aventureux que par le passé, les décisions et choix de vie se multiplient.*

En parallèle, la relation que chacun entretient avec les NTIC est devenue très proche en même temps que le rapport avec les institutions financières s'étiole, voir se dégrade.

Question: *Comment [re]créer un lien fort et naturel entre les institutions financières et moi qui me permettra de piloter chaque décision de ma vie impliquant un enjeu financier ?*

Variante : *Comment [re]créer un lien fort et naturel entre moi et les institutions financières qui me permettent de nouveaux choix de vie, quel que soit mon âge ?*

Critères des solutions :

- Générer de la confiance
- S'adresser à tous (technophiles ou non, variété générationnelle et socioculturelle)
- Créer une expérience entre l'utilisateur-le client et les institutions financières
- S'appliquer sur une réflexion de design produit, design service ou design d'espace
- Répondre aux besoins d'immédiateté de chacun de satisfaction de ses désirs et projets

Le déroulement

Phase 1: détermination d'un scénario cible autour de la thématique « allongement de la vie » en nous faisant accompagner par une des plus grandes autorités universitaires: Mme Borja de Mozota (Université de Nanterre) et par une école de design

Phase 2: construction d'un démonstrateur

Phase 3: réalisation d'un « making-of »

Phase 4: mise à disposition des membres

Business case

Etape	Objectifs/Livrables	Date	Moyens/Ressources	Quantité	Coûts	Total
Phase 1: détermination du scénario cible						
<i>Etape 1: identification des participants externes et de la méthode de projet</i>	formation de l'équipe pluridisciplinaire		membres (8p) participants externes (5p) Pr[i]me doctorant	gratuit gratuit 2 jh gratuit	0 0 10 0	10
<i>Etape 2: séminaire de démarrage</i> <i>idéation dirigée lors d'un séminaire hors-murs</i>	produire des pistes de travail		séminaire hors-murs membres (8p) participants externes (5p) étudiants (10p) Pr[i]me doctorant	hôtellerie 2j G G Forfait 4 jh Forfait	10 0 0 0 20 0	30
<i>Etape 3: étude et développement du design</i> <i>études dirigées avec un groupe d'étudiant pour développer les pistes</i>	propositions de pistes		Etudiants (10p) encadrement Prime doctorant	Forfait 6 jh 0	0 30 0	30
<i>Etape 4: séminaire de restitution de la phase étude et convergence vers un scénario cible</i>	choix d'un scénario cible		séminaire hors-murs membres (8p) participants externes (5p) étudiants (10p) Pr[i]me doctorant	hôtellerie 1j G G Forfait 2 jh Forfait	2 0 0 0 10 0	12
<i>Etape 5: définition du projet démonstrateur</i> <i>établissement du cahier des charges du démonstrateur et RFI</i>	cahier des charges du démonstrateur choix des réalisateurs		Pr[i]me Doctorant	6 jh Forfait	30 0	30
			doctorant		15	15
			Participation doctorant	2 k€/mois	8	8
TOTAL						135
Phase 2: réalisation du démonstrateur						
<i>réalisation</i>						
Phase 3: réalisation d'un making-off						
<i>réalisation</i>						25
Phase 4: livraison et communication du démonstrateur						
TOTAL						160
Hypothèses: Prime = direction de projet à 5k€/jh						