

Table des matières

Introduction	11
Chapitre 1. Veille et veille créative	17
1.1. Les fournitures de veille	17
1.2. Les fournitures informationnelles et la veille créative	25
1.3. La classe et la veille créative.	27
1.4. La veille créative, ses objectifs et ses moyens	29
Chapitre 2. Recherche et identification de tendances	33
2.1. Les signaux faibles, forts et de routines	33
2.1.1. La méthode puzzle	35
2.1.2. La méthode des hypothèses ARA	35
2.1.3. La recherche de signaux de routines	36
2.2. Les tendances interprétées graphiquement	37
2.3. Les sources d'information sur les tendances	42
2.4. L'algorithme de recherche de tendances	47
Chapitre 3. Mise en forme, analyse et inspiration à partir de tendances	51
3.1. Les nuages de mots	51
3.2. Les planches, les cartogrammes et les cahiers de tendances	54
3.3. Parenthèse sur la recherche d'images à propos d'une tendance	58
3.4. L'entonnoir de tendances et le cartogramme d'opportunités	61
3.5. Les planches de routines	65

Chapitre 4. Présentation et analyse de réseaux	67
4.1. Généralités	67
4.2. La mise en évidence de liens indirects	68
4.3. La mise en évidence de liens entre individus	70
4.4. La mise en forme de réseaux d'entités multivariées	73
4.4.1. Utilisation des glyphes en étoile	74
4.4.2. Utilisation des visages de Chernoff	74
4.5. Les échiquiers invisibles	77
4.6. L'analyse graphique et comparée des réseaux	79
Chapitre 5. Visualisation de problèmes.	81
5.1. Les grands classiques du questionnement de problème	81
5.2. Des cartes pour exprimer des questions et des idées	82
5.2.1. Les cartes mentales	82
5.2.2. Les cartes conceptuelles	83
5.2.3. Les cartes fleurs de lotus	86
5.2.4. Les diagrammes Ishikawa	87
5.2.5. L'arbre de décomposition des buts	90
5.3. Des outils de fenêtrage pour changer de perspective.	91
5.3.1. Le croisement d'écrans <i>multiscreen</i>	91
5.3.2. Le multifenêtrage hyperspective	92
5.3.3. Le corridor d'expérience du client	94
5.4. Des cas métiers et des récits d'utilisateurs.	96
5.4.1. Les diagrammes de cas métiers	96
5.4.2. Les récits d'utilisateurs.	98
5.5. Les cartes d'expérience des usagers	99
Chapitre 6. Exploration du passé et de l'actualité.	101
6.1. Les solutions existantes.	101
6.1.1. Aller voir ce qui se fait dans d'autres régions	102
6.1.2. Aller voir ce qui se fait dans d'autres secteurs	103
6.1.3. Aller voir ce qui existe dans la nature	105
6.2. La pensée latérale des technologies désuètes	107
6.3. La théorie C-K de la conception	110
6.4. La recherche d'océans bleus	113
6.4.1. Le canevas stratégique	114
6.4.2. Les clients oubliés	115
6.5. Le croisement de tendances actuelles	117

Chapitre 7. Inspiration à partir de la TRIZ	121
7.1. Quelques généralités à propos de la TRIZ.	121
7.2. Les principes d'innovation.	122
7.3. La matrice des contradictions techniques	123
7.4. Les principes de séparation	126
7.5. Les âges et lois de l'évolution des systèmes.	127
7.6. L'analyse du système technique.	130
7.7. Le résultat idéal final (RIF)	132
Chapitre 8. Raisonnement à l'aide d'opérateurs	135
8.1. Les opérateurs de recherche d'expressions de pistes d'innovation	135
8.2. Les opérateurs de choix faciles et leur négation	139
8.3. Les opérateurs verbaux	141
8.3.1. SCAMPER.	141
8.3.2. Les opérateurs mathématiques (les plus basiques).	142
8.3.3. Les opérateurs DTC	142
8.3.4. Les opérateurs FRED ASTAIRE	143
8.4. Les opérateurs d'appel aux imaginaires	144
8.4.1. L'opérateur d'appel aux superpuissants (ASP).	144
8.4.2. L'opérateur d'inspiration par la science-fiction (ISF).	145
8.5. Les techniques combinées	148
8.5.1. L'utilisation du séquenceur	148
8.5.2. Croisement des fenêtres et des opérateurs	149
8.6. Les opérateurs d'analogies	152
8.6.1. Usage simple d'une matrice d'analogies	153
8.6.2. Appel à la synectique.	155
Chapitre 9. Utilisation du jeu à des fins sérieuses	157
9.1. Quelques formes de jeux	157
9.1.1. Le jeu en tant qu'attitude ou support.	158
9.1.2. Le jeu en tant qu'objectif de conception	159
9.2. Le jeu à des fins sérieuses	162
9.3. Le <i>bingo d'information</i> pour veiller sur les discours	164
9.4. Le <i>semantic brain-ball</i> pour trouver des idées	166
9.5. La <i>bataille navale de mots clés</i>	169

Chapitre 10. Détournements de jeux de rôle	173
10.1. Les jeux de rôle.	173
10.2. L'acquisition de connaissances par le jeu de rôle.	174
10.3. Les <i>personas</i>	174
10.4. Le jeu du <i>tribunal des idées</i>	178
10.5. Les 7 familles créatives	181
10.6. Les arbres d'investigation	182
10.7. La cartographie des parcours complexes	183
10.8. L'investigation des futurs possibles.	185
Chapitre 11. Réflexion tactique ou stratégique et jeux de guerre	187
11.1. Le raisonnement par analogies militaires	187
11.2. Les <i>free business wargames</i>	191
11.3. Les cartes d'affrontement de produits	193
11.3.1. Choix et collecte préalables de données, élaboration des questionnaires	194
11.3.2. Dessin du fond de la carte/du terrain	197
11.3.3. Placement des pions et estimation des mouvements : version simplifiée.	197
11.3.4. Placement des pions et estimation des mouvements : version détaillée.	198
11.3.5. Raisonnement à partir des cartes d'affrontement de produits	200
11.4. Le goban stratégique.	201
Chapitre 12. Emploi de jeux à objectifs	207
12.1. Un petit point sur les jeux à objectifs	207
12.2. Le <i>shoot</i> stratégique et créatif (SSC)	208
12.2.1. SSC, partie stratégique	208
12.2.2. SSC, partie créative	211
12.2.3. SSC, partie contre-attaque ou second niveau	212
12.3. Le rami d'attributs	214
12.4. Le <i>défi des petits chevaux</i>	217
12.5. Le <i>centipède informationnel et créatif</i>	220
Chapitre 13. Veille créative et territoriale	225
13.1. Le territoire en question.	225
13.2. Les problématiques de veille créative et territoriale	227

13.3. L'approche géostratégique	230
13.4. L'approche du risque avec le <i>Cluedo Storming</i>	232
Conclusion	239
Bibliographie	243
Index	251