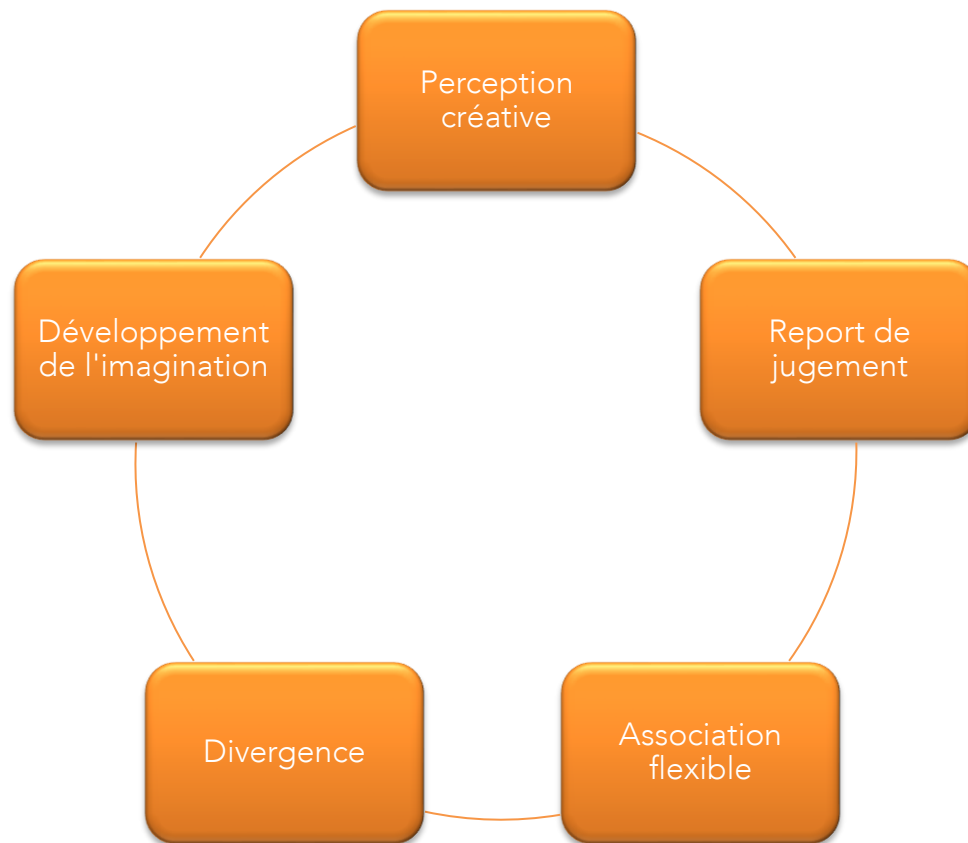


Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

Techniques – Créativité

Compétences de base pour la créativité



Vous avez besoin des cinq compétences mentionnées ci-dessus si vous voulez régulièrement faire appel à votre créativité. Parcourons-les ensemble :

- Perception créative

Member of the Cameleon Group

Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

Apprenez à regarder différemment le monde autour de vous. Une chaise peut être une chaise, mais également une table, parce que nous pouvons y déposer quelque chose. C'est parfois également une échelle, parce que nous pouvons grimper dessus. Et lorsque vous étiez enfant vous vous asseyiez sous la chaise, c'était également un camp. En interprétant ce que vous voyez (ou entendez ou ressentez) de plus d'une façon, vous faites déjà un grand pas en avant.

6 Report de jugement

Lorsque vous émettez un jugement sur quelque chose ou quelqu'un, vous arrêtez d'explorer. C'est comme ça et cela ne changera pas. Essayez de reporter ce jugement et apprenez à étudier un problème depuis le plus de points de vue possible. Exemple : écrivez cinq préjugés que les chrétiens ont sur les musulmans. Et écrivez cinq préjugés que les musulmans ont sur les chrétiens. Ou prenez votre objet préféré dans la pièce et écrivez-en cinq inconvénients. Il s'agit d'un excellent exercice à réaliser dans le cadre d'un développement de produit !

6 Association flexible

L'association est une technique qui consiste à invoquer des mots les uns après les autres, parfois sans logique. C'est précisément ce dont vous avez besoin pour une bonne séance de brainstorming. À l'instar d'un athlète qui s'échauffe et qui détend ses muscles, nous effectuons souvent des exercices d'association dans le cadre d'une séance de brainstorming afin de déconnecter notre cerveau. Il y a différentes sous-techniques :

- Simple association, mais toujours plus vite et toujours plus
- Retournement : changer de contexte en chemin, par exemple fruit – pomme – New York
- Association de référence : par exemple, commencer avec le Japon et terminer par des champignons
- Lien : quel est le point commun entre un tournesol et un œuf sur le plat ?

Member of the Cameleon Group



Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

Un exercice habituel consiste par exemple à nommer les cinq premières marques auxquelles vous pensez. Quelles associations avez-vous avec chaque marque ?

Au début, le principe d'association peut sembler difficile à certains, mais vous remarquerez que vous vous améliorerez au fur et à mesure des exercices.

6 Divergence

Oser penser plus loin et réfléchir aux conséquences. Souvent, nous nous satisfaisons de la réponse la plus facile. La richesse se trouve pourtant dans la réponse à la question : « Oui et quoi d'autre ? » Par exemple, quel est l'intrus dans cette série de lettres et pourquoi ? **A E I F U** ?

6 Développement de l'imagination

Le mot clé ici est « **image** ». Les images sont très puissantes, évoquent beaucoup et restent dans notre mémoire. Essayez de visualiser tout ce que vous pensez. Voyez-les se réaliser. Vous ne devez pas seulement « voir », mais vous pouvez également stimuler vos autres sens. Essayez : pensez à votre film préféré et nous vous garantissons qu'une image apparaîtra devant vos yeux. En vous concentrant sur cette image, vous verrez petit à petit tous les détails apparaître. Vous pourrez également faire des associations plus faciles à partir de cette image forte.

Le brainstorming n'est pas un exercice facile.

Une séance de brainstorming est un processus en plusieurs phases, avec plusieurs règles claires (le report de jugement est crucial) et une boîte à outils pleine de

Member of the Cameleon Group

Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

techniques créatives. Si vous souhaitez mener une séance de brainstorming, il est conseillé de maîtriser le sujet et de le faire appliquer par les participants.

Optez plutôt pour un groupe de spécialistes, de généralistes et d'« oies sauvages » comme participants. Cette dernière catégorie regroupe des participants qui ne connaissent pas ou très peu le sujet. Souvent, ce sont eux qui sont les plus créatifs, qui trouvent des idées originales.

Questions pour la séance de brainstorming

Sentir, penser et vouloir :

- Comment vous sentez-vous face au sujet et qu'en faites-vous ?
- Que pensez-vous du sujet, en savez-vous suffisamment sur ce thème ?
- Savez-vous ce que vous voulez et est-ce que vous le voulez vraiment ?

Comment formuler la question de départ ? Cette dernière doit être évidente, claire et en même temps intéressante. Comparez :

- Comment pouvez-vous accroître la satisfaction de vos clients ?
- Ou
- Comment pouvez-vous vous assurer que les clients vous donnent une personne de référence que vous pouvez appeler en leur nom ?

La phase divergente

C'est la phase durant laquelle le plus grand nombre d'idées possible est trouvé. Chaque idée est valable, même si elle s'appuie sur une autre idée.

Member of the Cameleon Group



Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

Dans ce cas-ci également, il y a de nombreuses techniques que vous pouvez utiliser. L'exercice d'association vous aidera certainement, mais vous pouvez également :

- ⑥ Chercher des hypothèses sur le sujet. Et ensuite les réfuter !
- ⑥ Chercher les similitudes entre le sujet et un « analogue ». Vous choisissez alors un objet qui est très éloigné du sujet. C'est comme un... (éléphant, chinois, au Pôle Nord, un tourne-vis, etc.) Trouvez les similitudes et les différences.
- ⑥ Que ferait votre super héros préféré ?
- ⑥ Si j'étais le sujet, je...
- ⑥ Le coup de chance : choisissez un mot au hasard dans un livre ou un magazine. Faites des associations sur la base de ce mot avec votre sujet.

La phase de convergence

Une fois que nous avons rassemblé le plus d'idées possible, nous revenons à la partie « sérieuse » de la mission : comment faire un choix à partir des nombreuses possibilités ? Mais aussi ici, il existe des techniques qui peuvent vous aider.

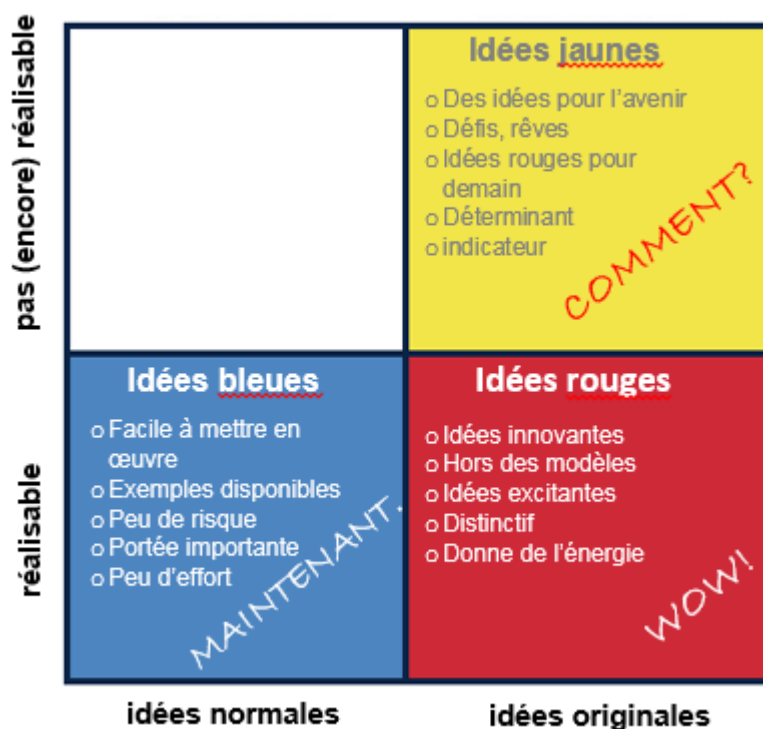
Un piège fréquent lors de cette phase est le créadox, le paradoxe de la créativité. Après avoir trouvé autant de nouvelles idées, nous sommes effrayés et nous revenons à l'ancienne idée familière, et pour finir nous ne changeons rien ou presque.

Une bonne méthodologie est la matrice How-Now-Wow (Comment-Maintenant-Wow), dans laquelle les idées plus populaires peuvent être classées :

Member of the Cameleon Group



Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !



Conclusion : les idées bleues sont des idées « quick-wins » que vous pouvez immédiatement mettre en œuvre. Les idées rouges valent la peine, elles font la différence et nous allons immédiatement nous y attaquer. Les idées jaunes sont intéressantes, mais pas immédiatement réalisables ; mais elles s'intègrent dans le planning !

Après le choix

L'approche est choisie ? Alors, nous pouvons presque commencer la mise en œuvre, mais nous devons d'abord vendre et faire accepter notre idée. Ce processus sera plus facile si nous développons et activons notre idée à l'avance.

Vous pouvez développer en :

Member of the Cameleon Group

Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

- ⑥ continuant de donner forme à l'idée. Ce qui est maintenant un slogan doit devenir une version bêta. L'idée doit devenir tangible et plus concrète, autrement elle peut devenir trop sensible aux critiques. Vous pouvez travailler avec des formulaires à idées, créer un moodboard, évaluer vos idées auprès de tiers, etc. ;
- ⑥ enrichissant l'idée. Ce faisant, nous donnons plus de valeur à l'idée et nous la rendons plus attirante. Il existe également plusieurs techniques à cet égard. Essayez d'impliquer tous vos sens et faites-en une expérience complète. Ou utilisez « SCAMPER » :

S	Substituer
C	Combiner
A	Adapter
M	Modifier
P	Proportionner
E	Éliminer
R	Renverser

Vous pouvez l'activer grâce à un MAPA :

- ⑥ Motiver : motivez-vous pour lancer l'idée, assurez-vous que vous avez vraiment « envie ».
- ⑥ Les Autres : préparez-vous à ce que diront les autres. Vous pouvez ainsi déjà anticiper les objections.
- ⑥ Plan d'Action : élaborer les étapes qui doivent être mises en place maintenant. Plus le chemin est clair, plus les progrès seront clairs.

Vous êtes maintenant prêt à laisser libre cours à votre créativité. Bonne chance !

Member of the Cameleon Group

Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

Vision – Créativité

Notre esprit est parfois notre pire ennemi. Notre cerveau n'aime que trop la routine. Toute notre vie, il apprend des modèles et les enregistre pour une utilisation future.

Bien entendu, c'est pratique, car, dans le cas contraire, nous devrions chaque fois à nouveau tout inventer, mais cela nous renvoie trop souvent dans une attitude conservatrice et à des idées routinières.

Alors que de plus en plus d'entreprises encouragent leurs collaborateurs à sortir des sentiers battus ! Le monde évolue de plus en plus vite et les organisations qui s'en tiennent aux anciens modèles se retrouvent désespérément à la traîne. Les plus grandes entreprises ont vu le jour sur la base d'une idée créative. Et souvent, cette idée est tellement simple que vous pensez : « J'aurais également pu y penser ».

Mais est-ce possible d'apprendre cette créativité ? La réponse à cette question est « oui » ! Tant que vous ne confondez pas créativité et art, car c'est autre chose. Cependant, si vous voyez la créativité comme une façon intelligente et ingénieuse de résoudre les problèmes, de manière non traditionnelle, alors vous pouvez exercer votre cerveau. Tout comme un athlète qui entraîne ses muscles, vous renforcez votre créativité en appliquant les bonnes techniques. Envie de partir à la découverte ?

Member of the Cameleon Group