

CINQ MÉTHODES NON CONVENTIONNELLES DE REMUE-MÉNINGES

Il fallait y penser

Le « brainstorming » est une technique particulière. Alain Leduc, coach en créativité, combine diverses méthodes, personnelles ou non, pour produire 200 idées en deux heures.

HANS HERMANS

L'erreur classique à ne pas commettre lors d'une séance de *brainstorming*? Chercher immédiatement une solution au problème sur la table. « C'est la meilleure façon de s'embourber dans une seule piste. Il vaut mieux rassembler le plus possible d'idées et de propositions brutes, même irréalistes. Ce n'est qu'après qu'ont lieu la sélection et la traduction en solutions réelles. » Alain Leduc décrit cinq méthodes susceptibles de produire un maximum d'idées.

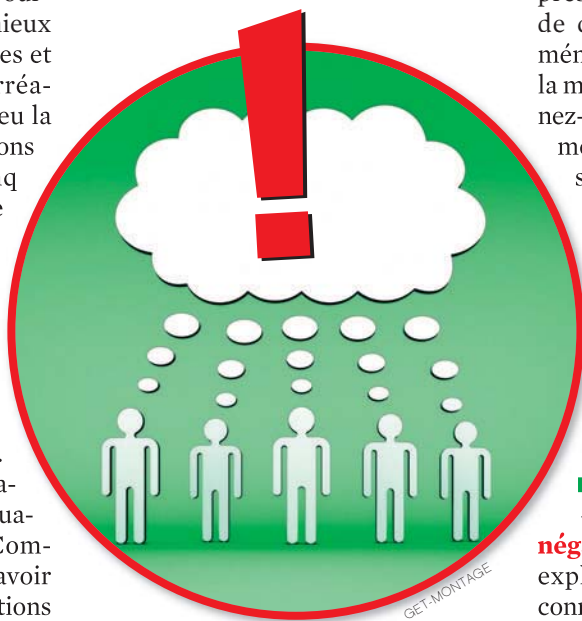
Répondez à des centaines de questions

La **boîte aux questions** contient une liste de catégories de questions qui éclairent un problème à partir d'angles différents. Par exemple, les questions contradictoires (comment améliorer la qualité tout en diminuant le prix? Comment augmenter le volume sans avoir besoin de plus de place?), les questions désagréables (comment augmenter notre prix sans rien changer au produit ou au service?) ou encore les questions provocantes (comment demander à notre concurrent de travailler pour nous?).

Faites de votre projet un film

La **technique du cinéma** appréhende le projet comme un film. Les scénarios doivent être écrits, les acteurs et les décors recherchés, les lieux réguliè-

ment changés, etc. L'Ephec, une école supérieure de Louvain-la-Neuve, a utilisé cette méthode pour mieux harmoniser les cours de 26 professeurs. Les profs, les étudiants et les experts se sont



vu attribuer un rôle déterminé. Des changements de décor réguliers ont été prévus, certains cours se donnant dans des magasins, le métro ou le jardin. L'exercice a donné lieu à une organisation plus cohérente et logique des cours.

Cogitez sur le parcours de célébrités

Cette troisième technique consiste à citer des **personnages célèbres** de

tous bords, qui sont incarnés par les participants. Ceux-ci doivent cerner leur personnalité, leur tempérament, leur univers, leurs grandes réalisations, leurs échecs... Ce contexte débouche à tous les coups sur des pistes et révèle des liens insoupçonnés avec le problème. Pensiez-vous, par exemple, à organiser une fête d'entreprise à Waterloo sur le thème de Napoléon?

Mettez la main sur un journal

La **méthode du lien forcé** révèle que presque tout peut constituer le point de départ d'une séance de remue-méninges. Ouvrez un journal et placez la main sur une page au hasard. Dessinez-en les contours et sélectionnez trois mots apparaissant à l'intérieur de la silhouette. Cherchez à établir le plus possible de liens entre ces mots. Ainsi, les mots « vitesse », « dosage » et « liquide » peuvent déboucher sur l'organisation d'un concours de vitesse en mer pour une marque qui veut se profiler sur le segment du bien-être.

Le « brainstorming » négatif

« La technique du **brainstorming négatif** est idéale en cas de blocage », explique Alain Leduc. Partez de faits connus au sujet de votre marché, entreprise ou produit et imaginez la situation totalement inverse. Ainsi, Häagen-Dazs est allée à contrecourant de toutes les études sur le marché américain de la crème glacée qui prétendaient que seuls les vendeurs ambulants de glace à la vanille, au chocolat, à la fraise et au mokka survivraient. Häagen-Dazs a ouvert des salons de dégustation luxueux offrant un vaste choix de parfums nouveaux à des prix élevés. Avec le succès que l'on connaît! ©