

LE KIT D'OUTILS

Des Yign



Auteurs: Arielle Tye, ProMo-Cymru in collaboration with the DesYIgn consortium
Concepteur graphique: Auguste Poskaite, ProMo-Cymru

Cette publication est le résultat du projet «DesYIgn», financé par le programme Erasmus+ de l'Union Européenne.



European Youth Information
and Counselling Agency

Agence européenne pour l'information et le conseil des jeunes (Luxembourg)



Youth Work Ireland

Youth Work Ireland (Irlande)



Koordinaatti (Finlande)



Agence Nationale pour l'information des Jeunes (Luxembourg)



Dirección General de Juventud. Comunidad de Madrid (Espagne)



ProMo-Cymru (Pays de Galles)



Aġenzija Żgħażaġh (Malte)



Institut Valencià de la Joventut (Espagne)



Åbo Akademi University (Finlande)

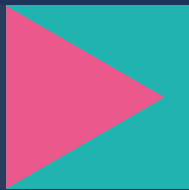


Erasmus+

Cette publication a été réalisée avec le soutien du programme Erasmus+ de l'Union Européenne. Le soutien apporté par la Commission Européenne à la réalisation de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui n'engage que ses auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'elle contient.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	4
Le processus DesYIgn	6
La phase ‘Découvrir’	7
■ Description de la phase et liste des outils	
■ Conseils de conception	
■ Étude de cas : Phase 1	
La phase ‘Définir’	12
■ Description de la phase et liste des outils	
■ Conseils de conception	
■ Étude de cas : Phase 2	
La phase ‘Développer’	16
■ Description de la phase et liste des outils	
■ Conseils de conception	
■ Étude de cas : Phase 3	
La phase ‘Mettre en oeuvre’	21
■ Description de la phase et liste des outils	
■ Conseils de conception	
■ Étude de cas : Phase 4	
Section Ressources	
Références et ressources supplémentaires	



INTRODUCTION

Qu'est-ce que le kit d'outils DesYIgn ?

Ce kit d'outils fournit des informations et des ressources pratiques pour aider les travailleurs de la jeunesse et les travailleurs de l'information jeunesse à concevoir des services avec des jeunes personnes. Il s'agit d'une introduction à la conception de services.

Il a été conçu pour accompagner le cours en ligne DesYIgn et a été créé par un partenariat de praticiens du travail avec la jeunesse à travers l'Europe. Tous les éléments de ce

kit d'outils ont été testés dans des environnements de travail avec la jeunesse.

Ces ressources initieront les travailleurs dans le secteur jeunesse à cette méthodologie, dans le but de les aider à faire évoluer et à améliorer en permanence les services d'information de la jeunesse en fonction de l'évolution constante des comportements de jeunes gens en matière de leur recherche d'informations.

Qu'est-ce que la méthodologie de conception de services ?

La méthodologie de conception de services ou de réflexion conceptuelle est une approche des meilleures pratiques pour la conception de services numériques.

Elle est largement utilisée à travers le monde par les entreprises technologiques et est de plus en plus adoptée par les gouvernements et les organisations non gouvernementales comme processus de conception de services et de produits qui répondent mieux aux besoins des citoyens.

«Il s'agit d'un processus qui

commence avec les personnes pour lesquelles vous concevez et qui se termine par de nouvelles solutions adaptées à leurs besoins.» (IDEO.org, consulté en 2019)

Le principe central est de se concentrer sur les besoins des gens. Cela correspond particulièrement bien au travail de jeunesse, qui est un engagement constant à vouloir répondre aux besoins des jeunes.

La méthodologie fonctionne pour la conception de solutions numériques et analogiques.

Pourquoi la conception de services dans le travail d'information des jeunes ?

Le processus de conception de services est un outil puissant qui peut être utilisé pour aider les travailleurs dans le secteur jeunesse à innover de nouveaux services ou produits, ou à repenser et renforcer les services existants.

L'évolution constante des nouvelles technologies et les changements dans la façon dont les jeunes personnes s'engagent et interagissent avec le monde qui les entoure signifient que les services risquent en permanence de devenir obsolètes, non pertinents, inaccessibles ou inutiles. En outre, les solutions technologiques sont souvent développées ou adoptées de manière inefficace, ce qui signifie que des ressources précieuses sont gaspillées pour développer des choses qui ne sont pas adaptées à l'objectif.

L'adoption de cette approche vous aidera à tirer parti des succès passés et à garantir la pérennité des services à l'avenir en impliquant activement les jeunes personnes et les parties prenantes à toutes les étapes du développement des services, tout en enrichissant vos compétences professionnelles.

Cette approche a un haut niveau d'émancipation pour les jeunes personnes, car tout au long du processus, elles acquièrent de nouvelles compétences et connaissances et participent également à la prise de décision.

Il vous aidera à garantir que votre travail d'information jeunesse respecte les principes de la Charte européenne de l'information jeunesse, en particulier les points 4.1 et 9.1 .

4.1 Les services d'information jeunesse sont basés sur les besoins des jeunes personnes.
9.1 Les services d'information jeunesse sont innovants dans leur choix de stratégies, de méthodes et d'outils pour atteindre des jeunes personnes.

Comment puis-je utiliser ce kit d'outils ?

Ce kit d'outils a été conçu pour être utilisé en parallèle avec le cours de formation en ligne DesYIgn et le rapport DesYIgn issu de groupes de discussion.

Si vous êtes novice en matière de conception de services, il est recommandé de suivre le cours afin d'approfondir votre compréhension des activités, de la théorie et des concepts.

Toutefois, si vous utilisez déjà la conception de services dans votre travail, ce kit d'outils pourra vous fournir des ressources testées et approuvées.

Une définition Information jeunesse et conseil

Les services d'information et de conseil aux jeunes personnes englobent une grande variété de méthodes et de techniques différentes, et peuvent être fournis dans différents services, variant d'un pays à l'autre. Ce qui compte, c'est que la personne qui fournit l'information soit dotée d'aptitudes et de compétences spécifiques, et qu'elle respecte un code de pratique afin de fournir une information de qualité. La Charte européenne de l'information jeunesse peut être utilisée comme un tel code. Elle constitue la référence en matière de principes professionnels et de lignes directrices pour le travail d'information et de conseil des jeunes à travers l'Europe.

LE PROCESSUS **DesYign**



DÉCOUVRIR

DÉFINIR

DÉVELOPPER

METTRE EN ŒUVRE

1 DÉCOUVRIR

Comme son nom l'indique, pendant cette phase, vous devenez un «détective». Vous effectuerez une recherche avec comme objectif de comprendre les besoins, comportements et expériences des jeunes personnes, pour lesquelles vous concevez les services. Vous allez vous immerger dans la vie des jeunes personnes. Parlez-leur, observez-les, écoutez-les, apprenez et combinez tout cela avec une étude de bureau.

2 DÉFINIR

Au cours de cette phase, vous passerez du temps à analyser et à examiner de près les informations, les données et les preuves que vous avez recueillies afin de décider sur quoi il est le plus important de se concentrer.

3 DÉVELOPPER

Il est maintenant temps de développer et de tester les solutions potentielles! Au cours de cette phase, vous créerez des prototypes (ou mini-pilotes), développerez des résultats et des indicateurs, et vous allez les tester auprès des jeunes personnes. Vous allez recueillir des données et apprendrez ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.

4 METTRE EN ŒUVRE

Au cours de cette phase, vous lancerez votre service, votre plate-forme ou votre produit, nouveau ou en version améliorée. Mais cela ne s'arrête pas là. Vous allez continuellement améliorer et adapter votre produit et votre service en fonction du retour d'information et de l'efficacité, afin de vous assurer qu'il continue à satisfaire aux besoins des jeunes personnes.



DÉCOUVRIR

Les phases 'Découvrir' et 'Définir' sont les phases les plus importantes du processus de conception et prennent une grande partie du temps. Au cours de la phase de découverte, vous cherchez à comprendre le problème en profondeur, à voir le monde à travers les yeux de jeunes personnes et à découvrir les véritables défis et obstacles auxquels elles sont confrontées.

Imaginez cette phase comme étant un travail de recherche. L'accent est mis sur l'apprentissage des besoins, des comportements, des expériences et des défis des jeunes personnes avant de pouvoir proposer des solutions. Il s'agit notamment de tirer des enseignements de ce qui existe déjà et de se renseigner sur le contexte général.

Vous vous servirez d'une combinaison de méthodes telles que des entretiens personnels, des groupes de discussion et l'implication des jeunes personnes en tant que partenaires pour créer des 'personnages' des jeunes personnes, dans le but de développer une compréhension exhaustive de leurs besoins.

L'objectif est de travailler avec un groupe diversifié de jeunes personnes, afin de vous assurer que vous comprenez le défi sous différents angles.

OUTILS ET MÉTHODES

À UTILISER DANS CETTE ÉTAPE

- ÉTUDES DE BUREAU
- INTERVIEWS ET GROUPES DE DISCUSSION AVEC DES JEUNES PERSONNES (et d'autres parties prenantes pertinentes)
- PERSONNAGES DE JEUNES
- ÉLABORATION DE SCÉNARIOS
- CARTOGRAPHIE DU PARCOURS DES UTILISATEURS
- QUESTIONNAIRES

RECHERCHE

À UTILISER DANS CETTE ÉTAPE

RAPPORT D'ENTRETIEN AVEC LE GROUPE DE DISCUSSION DESIGN

(UNE ÉTUDE SUR LES BESOINS ET LES COMPORTEMENTS DES JEUNES PERSONNES EN MATIÈRE DE RECHERCHE D'INFORMATIONS)

CONSEILS POUR LA PHASE 'DÉCOUVRIR' :

1 POSER LES BONNES QUESTIONS

LES INTERVIEWS ET LES GROUPES DE DISCUSSION N'ONT PAS POUR BUT DE CONNAÎTRE LES OPINIONS INDIVIDUELLES, NI DE DEMANDER AUX JEUNES PERSONNES DE PROPOSER DES SOLUTIONS, MAIS DE COMPRENDRE LE DÉFI DE LEUR POINT DE VUE.

Par exemple, si vous essayez d'en savoir plus sur les défis auxquels une jeune personne est confrontée dans une situation donnée, vous pouvez lui demander :

- À quoi ressemble une journée typique pour vous ?
- Quelle est la chose la plus importante que vous devez accomplir pendant la journée ?
- Qu'est-ce qui, dans votre vie, vous met le plus au défi en ce moment ?

Au lieu de demander des solutions directement, vous pouvez vous faire une idée de l'opinion de la jeune personne en lui posant des questions sur ce qui a fonctionné ou non dans le passé, comme par exemple :

■ Quelle aide avez-vous reçue dans le passé en matière de soutien de votre santé mentale, qui était bonne ?

■ Qu'est-ce qu'elle avait de bien ?

■ Comment avez-vous eu connaissance de cette aide ?

■ Comment y avez-vous accédé ?

■ Pouvez-vous penser à une situation où vous n'avez pas pu trouver l'aide dont vous aviez besoin ?

■ Si vous avez eu une mauvaise expérience avec un service, qu'est-ce qui n'était pas bon ?

2 UTILISER DES MÉTHODES QUI VOUS PERMETTENT D'OBSERVER LE COMPORTEMENT DES JEUNES PERSONNES

CE QUE LES GENS DISENT DE FAIRE ET CE QU'ILS FONT RÉELLEMENT SONT DEUX CHOSES DIFFÉRENTES.

En gardant ceci à l'esprit, il est important que vous choisissiez des méthodes qui vous aident à observer et à comprendre le comportement des jeunes personnes dans la vie réelle. Les scripts peuvent s'avérer être un outil utile pour observer les étapes que les jeunes personnes suivront dans un scénario donné.

Vous pouvez, par exemple, demander aux jeunes personnes de décrire les mesures qu'elles prennent lorsqu'elles craignent que quelque chose ne soit pas juste.

“Vous êtes inquiet d'avoir une maladie sexuellement transmissible. Que faites-vous par la suite ?”

3 UTILISER LE RAPPORT DU GROUPE DE DISCUSSION DESYIGN

(Une étude sur les besoins et les comportements des jeunes personnes en matière de recherche d'informations)

LE RAPPORT DU GROUPE DE DISCUSSION CONSTITUE UN ÉLÉMENT-CLÉ DE LA RECHERCHE, DONT VOUS POUVEZ VOUS SERVIR DANS LE CADRE DE LA PHASE DE DÉCOUVERTE. IL A SPÉCIALEMENT ÉTÉ RÉALISÉ PAR L'UNIVERSITÉ « ABO AKADEMI » POUR ÊTRE UTILISÉ EN COMPLÉMENT DE CE KIT D'OUTILS.

En 2019, huit entretiens avec des groupes de discussion ont été menés dans les quatre pays différents suivants : Royaume-Uni (Pays de Galles), Espagne (Valence et Madrid), Malte et Luxembourg. Un total de 37 jeunes personnes, âgées entre 15 et 29 ans et d'une moyenne d'âge de 19 ans, ont participé à la discussion approfondie, au cours de laquelle elles ont décrit leurs pratiques quotidiennes en matière de recherche d'informations, leur niveau de connaissance des services, leurs

difficultés d'accès aux services et la manière dont elles préféreraient utiliser les services d'information. Il s'agit là d'une ressource intégrale et perspicace à laquelle se référer dans le cadre de la phase 'Découvrir'.

Consultez la section des ressources pour obtenir un lien vers le rapport et des conseils supplémentaires sur la manière d'utiliser les groupes de discussion, les entretiens et les scénarios pendant la phase 'Découvrir'.

LA CONCEPTION DE SERVICES EN ACTION :

DÉVELOPPER UN OUTIL DE SANTE SEXUELLE POUR LES JEUNES GENS

Pour montrer la façon dont la conception de services fonctionne en action, nous avons créé cette étude de cas, qui examine les quatre phases de la conception de services dans le contexte d'un projet réel. ProMo-Cymru a travaillé en partenariat avec Public Health Wales (Santé publique du Pays de Galles) pour développer un nouvel outil numérique de santé sexuelle pour les jeunes gens.

Étude de cas : PHASE 1

PARLER À DES JEUNES PERSONNES

De nombreuses jeunes personnes trouvent qu'il est difficile de parler de la santé sexuelle. Public Health Wales et ProMo-Cymru souhaitaient que les informations en ligne sur la santé sexuelle soient plus accessibles et plus appropriées pour les jeunes. Les organisations ont travaillé ensemble pour relever ce défi de conception.

La première phase du défi consistait à acquérir une compréhension globale des informations actuellement disponibles, de la facilité avec laquelle les jeunes personnes pouvaient trouver ces informations ainsi que de leur utilité et accessibilité. Cette phase s'est déroulée en trois étapes : conduite d'entretiens avec des jeunes personnes, conduite d'entretiens avec des professionnels et recherche de bureau.

Des groupes de discussion comprenant un large éventail de jeunes personnes ont été mis en place, incluant notamment des jeunes malvoyants et sourds.

Parmi les questions posées, on retrouve les suivantes :

- Lorsque vous avez besoin d'informations concernant votre santé sexuelle, où allez-vous et que faites-vous ?
- Est-il facile ou difficile de trouver les informations dont vous avez besoin ? Expliquez pourquoi.
- Quelles sont les informations qui vous ont été les plus/les moins utiles ?

Après avoir effectué des recherches approfondies sur les besoins en information de jeunes personnes, l'équipe de conception a tenu à observer comment les jeunes se comportent dans un certain scénario. On leur a donné un script et on leur a présenté le scénario suivant :

'Vous (ou un ami) avez eu des rapports sexuels non protégés samedi soir. Lorsque vous arrivez à l'école la semaine suivante, vous entendez une rumeur selon laquelle la personne avec laquelle vous avez couché a la chlamydia. Quels sont vos prochains pas ?'

Les membres du groupe de discussion ont discuté entre eux et ont utilisé leur téléphone pour rechercher des sites Internet en notant chaque étape qu'ils ont franchie, ce qu'ils ont recherché et les sites sur lesquels ils ont atterri. Ils ont pris des notes sur les informations qu'ils ont trouvées et sur les prochaines étapes à suivre.

PARLER AUX PROFESSIONNELLS :

L'équipe de conception s'est également entretenue avec les professionnels de la santé qui travaillent dans les cliniques de santé sexuelle. Ces derniers ont été en mesure d'offrir une perspective unique sur les conseils et les informations les plus courantes que les jeunes personnes recherchent quand elles se rendent dans les cliniques.

ÉTUDES DE BUREAU :

La dernière partie de la phase de découverte consistait à effectuer des recherches documentaires sur les meilleures pratiques en matière d'information sur la santé sexuelle des jeunes personnes, ainsi que sur les informations générales. L'objectif était d'apprendre le plus largement possible.





DÉFINIR

Vous avez recueilli de nombreuses informations et il est maintenant temps de leur donner un sens. Vous avez probablement recueilli une grande quantité d'informations et cette phase consiste à réduire ces informations en thèmes et idées claires. Vous recherchez les éléments-clés qui se démarquent et sont pertinents. Ces perspectives vous permettront d'élaborer vos solutions.

QU'EST-CE QUI SE DÉMARQUE ? QUELLES SONT LES CHOSES QUI COMPTENT LE PLUS AUX YEUX DES JEUNES GENS ?

Il est essentiel que vous vous serviez de cette phase pour définir la direction que prendra votre projet de conception. Au cours de la phase suivante, vous allez trouver des solutions à votre défi, il est donc très important que vous passiez du temps à vous assurer que vous êtes allé jusqu'au bout des véritables problèmes.

Le résultat de la phase 'Définir' est de comprendre clairement votre défi du point de vue des utilisateurs cibles et de disposer d'un ensemble d'idées qui forment la base de la conception et inspireront les solutions.

Les phases 'Découvrir' et 'Définir' sont liées et se recourent. Ne vous inquiétez pas trop si la phase de conception et de découverte se

confondent. Concentrez-vous sur le fait de voir le défi du point de vue de la jeune personne et d'apprendre ce qui est le plus important.

OUTILS ET MÉTHODES

À UTILISER DANS LE CADRE DE CETTE ÉTAPE

- STYLO, PAPIER ET NOTES ADHÉSIVES
- THÈMES, IDÉES ET ÉNONCÉS DE TYPE «QUE POURRIONS-NOUS FAIRE POUR»
- ÉNONCÉS DES BESOINS DES UTILISATEURS
- PERSONNAGES
- CARTOGRAPHIE DU PARCOURS D'UTILISATEURS

CONSEILS POUR LA PHASE 'DÉFINIR' :

1

COMMENCEZ PAR VOIR LE DÉFI DU POINT DE VUE DE LA JEUNE PERSONNE.

LA CONCEPTION DE SERVICES EST UNE APPROCHE AXÉE SUR L'UTILISATEUR. UN OUTIL UTILE POUR VOUS AIDER À RESTER CENTRÉ SUR L'UTILISATEUR EST DE CRÉER UN ÉNONCÉ DES BESOINS DE L'UTILISATEUR. IL S'AGIT D'UN ÉNONCÉ QUI VOUS AIDE À VOIR LE DÉFI DU POINT DE VUE DE L'UTILISATEUR.

Par exemple, jetez un coup d'œil à ce problème :

Des jeunes soignants d'une école locale ont du mal à trouver le temps et l'espace nécessaires pour faire leurs devoirs.

Maintenant, si vous reformulez cette phrase du point de vue d'une jeune personne, l'énoncé est le suivant :

“

En tant que jeune personne qui s'inquiète de sa mère:
"Quand je dois faire mes devoirs, j'ai besoin d'un espace calme et d'un temps dédié pour pouvoir faire mes devoirs au mieux de mes capacités".

Ce qui est bien dans cet énoncé, c'est qu'il est très spécifique et ne présente aucune solution. Il se concentre sur les besoins de la jeune personne. C'est ce qu'on appelle un énoncé des besoins de l'utilisateur.

Il est très tentant de proposer des solutions avant que le défi ne soit pleinement compris.

Voici un mauvais exemple d'énoncé des besoins de l'utilisateur :

“

En tant que jeune personne qui s'inquiète de sa mère:
“Quand je dois faire mes devoirs, j'ai besoin d'un club de devoirs parascolaire pour pouvoir faire mes devoirs au mieux de mes capacités”.

Le problème avec cet énoncé est que la solution a déjà été décidée.

Toutefois, si vous maintenez l'énoncé centré sur les besoins, cela permet d'explorer toute une gamme de solutions potentielles.

Étude de cas : PHASE 2

APRES AVOIR RECUEILLI TOUTES LES INFORMATIONS ET LES IDEES DE LA PHASE 'DECOUVRIR', L'EQUIPE CHARGEE DE LA CONCEPTION LES A EXAMINEES AFIN DE LEUR DONNER UN SENS ET A CHOISI QUELQUES THEMES PRINCIPAUX SUR LESQUELS TRAVAILLER. TROIS DEFIS FONDAMENTAUX EN SONT RESSORTIS :

- Les informations numériques officielles existantes sur la santé sexuelle n'étaient pas présentées dans un format que les jeunes pouvaient traiter avec précision et sur lequel ils pouvaient agir. Les résultats de l'exercice du scénario ont montré que **chaque jeune personne a mal interprété les informations officielles en ligne et s'est rendue à l'hôpital au mauvais moment**⁽¹⁾. Ceci s'est révélé être un résultat significatif et inattendu.
- Les informations sur la santé sexuelle n'étaient pas toujours accessibles aux jeunes personnes souffrant de déficiences visuelles. Les détails concernant l'accès à certains hôpitaux étaient présentés dans des formats qui n'étaient pas lisibles par machine, tels que des PDF et des images scannées de cartes. Les jeunes personnes malvoyantes ont exprimé une nette préférence pour des informations disponibles dans un format vidéo accessible. Ce résultat va à l'encontre de l'hypothèse précédente selon laquelle la vidéo ne serait pas appropriée pour ce groupe d'utilisateurs.
- Les informations étaient très chargées en texte, avec peu de recours à la vidéo ou à d'autres formats pour rendre les concepts plus faciles à comprendre.



L'équipe a utilisé les informations ci-dessus pour créer un énoncé des besoins des utilisateurs :

“

“En tant que jeune personne, lorsque je cherche de l'aide concernant ma santé sexuelle, je dois pouvoir trouver facilement des informations pertinentes, accessibles et spécifiques à ma situation, afin de me permettre de faire des choix éclairés.”

Les énoncés de type «**Que pourrions-nous faire pour**» ont été créés à partir des informations recueillies, qui ont permis d'examiner comment améliorer l'information pour les jeunes personnes. Ces énoncés définissent l'orientation du défi de conception.

- **Que pourrions-nous faire pour que les jeunes personnes soient capables de comprendre et de traiter avec précision les informations sur la santé sexuelle disponible en ligne ?**
- **Que pourrions-nous faire pour nous assurer que les informations fournies soient accessibles aux jeunes personnes malvoyantes ?**
- **Que pourrions-nous faire pour rendre les concepts plus faciles à comprendre ?**
- **Que pourrions-nous faire pour éviter les mauvaises interprétations en amenant la jeune personne aux informations pertinentes pour elle ?**



DÉVELOPPER

Cette phase est celle où vous développez des idées et testez des solutions. Vous proposerez une série d'idées, allez discuter et débattre des avantages et inconvénients de chacune d'entre elles et déciderez des meilleures à piloter. L'objectif est de faire preuve de créativité et de trouver des idées que vous n'aviez peut-être pas envisagées auparavant. Une fois que vous aurez formulé vos idées, vous construirez des prototypes et commencerez à les tester avec des jeunes personnes pour recueillir leurs réactions.

L'objectif est de trouver un moyen peu coûteux et à très petite échelle pour tester votre idée ou votre ensemble d'idées. C'est ce qu'on appelle un service minimal viable.

QUELLE EST LE MINIMUM QUE VOUS POUVEZ FAIRE POUR TESTER VOTRE IDÉE?

Vous allez recueillir des données et des informations à partir de vos essais, vous apprendrez de vos erreurs et vous renouvelerez vos idées. L'itération est un processus qui consiste à apporter de petites modifications, puis à répéter l'essai. Dans la conception de services, vous passerez par de nombreuses itérations, au fur et à mesure que vous vous rapprocherez de la solution. Il est tout aussi important d'apprendre de ce qui ne fonctionne pas et de ce qui fonctionne.

OUTILS ET MÉTHODES

À UTILISER DANS LE CADRE DE CETTE ÉTAPE

■ STYLO, PAPIER ET NOTES ADHÉSIVES

■ HUIT RAPIDES

■ CARTOGRAPHIE DU PARCOURS
D'UTILISATEURS

■ ÉLABORATION DE PROTOTYPES

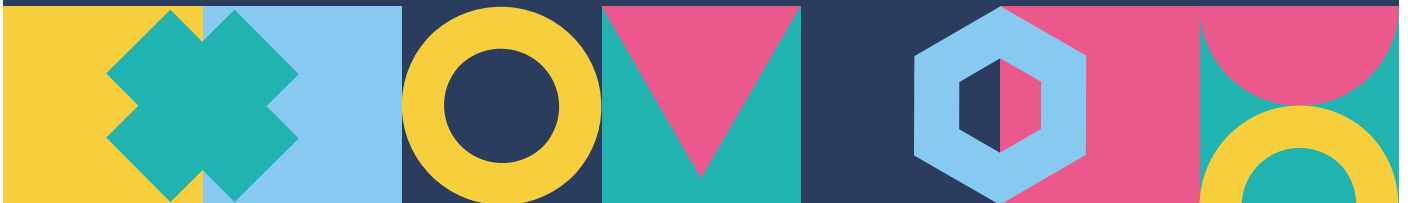
■ OUTILS NUMÉRIQUES À FRAIS
RÉDUITS OU GRATUITS

CONSEILS POUR LA PHASE 'DÉVELOPPER' :

1 UTILISER DES MÉTHODES CRÉATIVES POUR FORMULER DES IDÉES

L'idéation est le processus qui consiste à trouver des idées et il existe de nombreuses façons d'organiser des sessions d'idéation. L'objectif est de faire preuve de créativité et d'aller au-delà des solutions évidentes. Une bonne façon d'encourager un éventail d'idées est de jouer au jeu des huit rapides. Chaque personne est chargée de trouver huit idées en six minutes.

Lorsque vous développez vos idées, vous pouvez les esquisser et utiliser une technique appelée élaboration de prototypes sur papier. L'élaboration de prototypes sur papier est largement utilisée comme moyen de visualiser et de tester l'aspect, ainsi que le fonctionnement d'une solution dans les premiers stades du développement.



2 COMMENCER PETIT ET TESTER

L'UN DES PRINCIPES FONDAMENTAUX DE LA CONCEPTION DE SERVICES EST DE COMMENCER PETIT. L'OBJECTIF EST DE TROUVER UN MOYEN SIMPLE DE TESTER VOTRE IDÉE POUR VOIR SI ELLE FONCTIONNE.

Par exemple, imaginez que votre défi consiste à inciter les jeunes personnes à venir aux événements organisés dans votre club des jeunes. Au cours de votre phase 'Découvrir', vous avez découvert que, malgré la diffusion de messages sur les réseaux sociaux, de nombreuses jeunes personnes disent qu'elles ratent des événements parce qu'elles ne savent pas qu'ils ont lieu. Vous découvrez également que la grande majorité des jeunes personnes qui fréquentent votre club de jeunes ont un téléphone portable et sont

heureux de recevoir des communications par SMS. Avant d'investir dans un service d'envoi de SMS ou dans une grande campagne de marketing, un test simple consisterait à passer une semaine à envoyer des SMS aux jeunes personnes pour leur rappeler les événements organisés par le club des jeunes. Contrôlez le nombre de jeunes personnes présentes cette semaine à celui d'une semaine où vous n'avez pas envoyé de SMS. Si les chiffres ont augmenté, vous saurez que votre idée fonctionne.

3 DES PROTOTYPES AVEC DES OUTILS EN LIGNE PEU COÛTEUX OU GRATUITS

Il existe une large gamme d'outils auxquels vous pouvez avoir recours au cours de cette étape. Vous pouvez construire des sites web et des bases de données exemplaires à l'aide de 'Notion', vous pouvez créer des groupes et des forums en ligne à l'aide de 'Facebook' et 'Google Groups', vous pouvez construire un CRM dans 'airtable', vous pouvez envoyer des SMS aux jeunes personnes à l'aide de 'Twilio'. Les possibilités sont infinies.

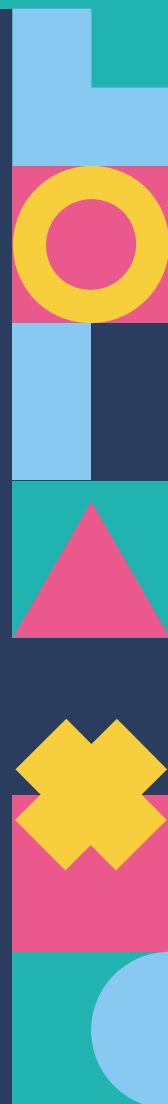
Une bonne question que vous pouvez vous poser à ce stade est la suivante :

«Y a-t-il déjà une solution pour cela?»

Au lieu de réinventer la roue, il existe peut-être déjà une solution prête à l'emploi que vous pouvez utiliser pour tester votre idée.

Il y a de nombreux exemples d'organisations qui testent un nouveau service à l'aide d'un outil en ligne peu coûteux qui se révèlent une solution peu coûteuse et si efficace qu'il n'est pas nécessaire pour elles de construire leur propre plateforme dédiée. La construction d'une nouvelle plateforme numérique est très coûteuse et risquée.

Vous trouverez une liste d'outils numériques à bas prix dans la section Ressources.



Étude de cas : PHASE 3

SESSION D'IDÉATION

L'équipe de conception s'est engagée avec un groupe de jeunes et a organisé une session d'idéation en utilisant l'exercice des huit rapides. Les jeunes ont reçu les énoncés de type «Que pourrions-nous faire pour» et ont disposé de 6 minutes par énoncé pour trouver autant d'idées que possible pour chacun d'eux.

L'équipe de conception a examiné les avantages et les inconvénients de chaque idée, a discuté de celles qui étaient susceptibles d'avoir le plus grand impact et de celles qui étaient possibles et réalistes sous prise en compte des contraintes en matière de temps et de budget du projet. Elle a réduit la liste et en a choisi deux pour en créer des prototypes.

La première consistait à créer un outil de santé numérique qui pose une série de questions et dirige les jeunes personnes vers les informations précises dont elles ont besoin. La seconde consistait à créer une base de vidéos d'études de cas afin de fournir des informations aux jeunes personnes de façon accessible et adaptée. Les deux prototypes seraient connectés, étant donné que l'outil pourrait être lié à des vidéos d'études de cas spécifiques adaptées aux différents besoins d'une jeune personne.

L'HYPOTHÈSE

OUTIL DE SANTÉ

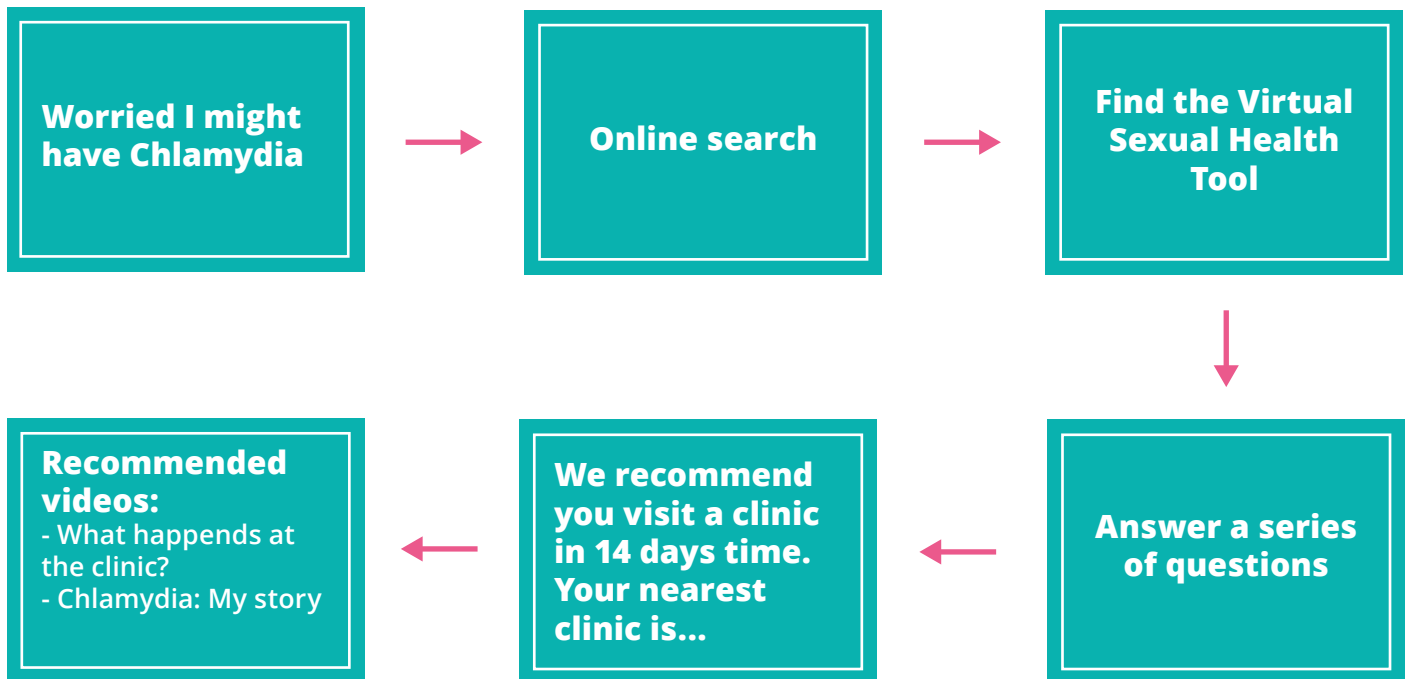
NUMÉRIQUE: Nous pensons que la création d'un outil permettant aux jeunes d'accéder à des informations adaptées à leurs besoins leur permettra de traiter les informations de manière précise et de faire des choix éclairés

VIDÉOS D'ÉTUDES DE CAS:

Nous pensons que le fait de fournir une base de vidéos d'études de cas sur un éventail de sujets rendra les concepts plus faciles à comprendre. Cela sera plus accessible pour les jeunes personnes (y compris les jeunes personnes malvoyantes).



DES PROTOTYPES EN PAPIER ONT ÉTÉ UTILISÉS DANS UN PREMIER TEMPS POUR MONTRER LE PARCOURS DU JEUNE DANS LE NOUVEAU CONCEPT DE SERVICE. POUR CE FAIRE, NOUS AVONS UTILISÉ DES NOTES ADHÉSIVES SUR DU PAPIER BRUN.



Ce parcours, ainsi que quelques exemples de scénarios de vidéos, ont été testés avec des jeunes personnes et adaptés en fonction de leurs réactions.

Un prototype a ensuite été construit à l'aide d'outils numériques peu coûteux. En ayant recours à Typeform, ils ont pu construire l'étude logique sur la santé sexuelle et la tester auprès de jeunes personnes et de professionnels de la santé.

1 → Are you looking for information on *

A Sexually Transmitted Infections

B Contraception

C Pregnancy

Un prototype d'une vidéo a été créé à l'aide de l'outil VideoScribe. Regardez-la sous le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=ajgewMTXe4A>



METTRE EN ŒUVRE

Pour passer à cette phase, vous devez avoir obtenu des résultats concluants lors de la phase 'Développer'.

Au cours de la phase **METTRE EN ŒUVRE**, vous implémenterez et lancerez entièrement votre solution. Il s'agira probablement de la mise à l'échelle de votre idée, pour la faire passer du stade du prototype à celui de la livraison.

Pour ce faire, vous devrez allouer des ressources et établir une procédure de suivi et d'évaluation.

La phase **METTRE EN ŒUVRE** est un processus continu.

Vous allez continuellement apprendre, développer et adapter votre projet, afin de vous assurer qu'il continue à répondre aux besoins des jeunes personnes.

Étude de cas : PHASE 4

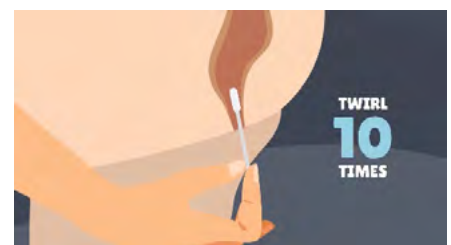
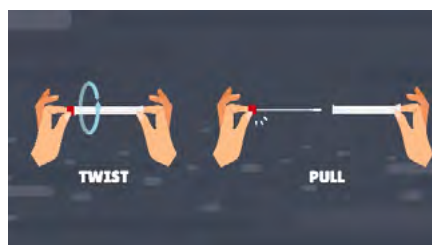
L'outil a été lancé et hébergé sur le site FriskyWales, le site Web de santé sexuelle pour les jeunes personnes, créé par Public Health Wales (Santé publique du Pays de Galles). Afin de fournir des informations aux jeunes gens dans un format accessible, une banque de données d'animations a été commandée pour accompagner l'outil.

Le projet est arrivé à son terme, mais suite au lancement du prototype, d'autres recommandations ont été faites pour développer l'outil encore davantage, afin de répondre aux besoins de jeunes personnes. Cela démontre la nécessité d'améliorer, de développer, d'adapter et de promouvoir continuellement des solutions.

Les recommandations futures sont :

- La possibilité de prendre des rendez-vous en clinique directement via l'outil
- La réception de rappels par SMS
- Le suivi et la collecte d'analyses sur la manière dont des jeunes gens trouvent et se servent de l'outil
- Un marketing efficace par le biais du marketing en ligne et par 'Google Ad words' pour en accroître l'utilité et la durabilité.

Certaines de ces caractéristiques et fonctions n'étaient pas possibles en raison des contraintes du projet et de l'infrastructure numérique actuelle des services de santé sexuelle au Pays de Galles.





SECTION **RESSOURCES**

UNE RECHERCHE SUR LES BESOINS ET LES COMPORTEMENTS DE JEUNES PERSONNES

Une recherche sur les besoins et les comportements de jeunes personnes envers l'information a été menée par ERYICA, le consortium du projet DesYign et l'université 'Abo Akademi' en 2019. Les connaissances résultant de cette étude peuvent être utilisées pour améliorer la conception des services et les activités de communication des services d'information et de conseil pour jeunes, en veillant à ce qu'ils soient centrés sur les utilisateurs et innovants.

Huit entretiens avec des groupes de discussion ont été menés dans les quatre pays différents suivants : Royaume-Uni (Pays de Galles), Espagne (Valence et Madrid), Malte et Luxembourg. Un total de 37 jeunes personnes, âgées entre 15 et 29 ans et d'une moyenne d'âge de 19 ans, ont participé à la discussion approfondie, au cours de laquelle elles ont décrit leurs pratiques quotidiennes en matière de recherche d'informations, leur niveau de connaissance des services, leurs difficultés d'accès aux services et la manière dont elles préféreraient utiliser de tels services d'information.

Il s'agit là d'une ressource intégrale et perspicace à laquelle se référer dans le cadre de la phase 'Découvrir'.

Vous pouvez y accéder ici : https://static1.squarespace.com/static/59ab1130ff7c50083fc9736c/t/5e6f80fd7f317b25bef3e59f/1584365830423/brochure_v8_ISBN.pdf

CONSEILS SUR LA CONDUITE DE GROUPES DE DISCUSSION ET D'ENTRETIENS :

- Travailler en équipe en vue de créer une série de questions vous aidera à mieux comprendre les besoins de jeunes personnes et leur comportement.
 - Déterminez les personnes les plus appropriées à qui vous devez vous adresser. Qui vous fournira les informations dont vous avez besoin ? Parlez aux utilisateurs actuels de votre service, mais aussi à des jeunes personnes avec lesquelles vous souhaitez vous engager à l'avenir.
 - Évitez de poser des questions sur ce que des jeunes personnes veulent.
- ✗ *Comment voulez-vous recevoir des informations sur la santé sexuelle ?***
- ✓ *Lorsque vous avez besoin d'informations sur la santé sexuelle, où allez-vous, que faites-vous ?***
- Posez des questions ouvertes, non suggestives.
 - Écoutez avec curiosité et approfondissez si les réponses initiales ne vous apportent pas les informations dont vous avez besoin.
 - Évitez de diriger les participants en donnant des indices verbaux ou non verbaux sur ce que vous aimez ou n'aimez pas.
 - Réfléchissez à la manière de rendre les groupes de discussion attrayants en proposant une variété de méthodes et différentes façons aux jeunes de donner leur avis. Essayez d'utiliser des outils numériques tels que 'Kahoot' ou 'Mentimeter'. Essayez d'entendre tous les membres du groupe.
 - Utilisez une combinaison de groupes de discussion et d'entretiens. Les entretiens vous donneront l'occasion d'approfondir la question.
 - Sachez quand vous arrêter! Il s'agit davantage de la qualité des informations et des idées que vous obtenez que de la quantité de personnes auxquelles vous vous adressez.

EXEMPLES DE QUESTIONS POUR DES ENTRETIENS ET DES GROUPES DE DISCUSSION

- Quand vous avez besoin d'informations sur les activités sportives locales, que faites-vous? Comment est-ce que vous les trouvez?
- Pensez à des moments où vous avez eu besoin d'aide ou d'informations sur votre santé mentale. Parlez-moi des étapes que vous avez suivies pour obtenir l'aide dont vous aviez besoin.
- Est-ce que ça a été facile ou difficile de trouver l'aide dont vous avez besoin et pourquoi?
- Qu'est-ce qu'il y avait de positif dans votre expérience?
- Qu'est-ce qu'il y avait de négatif dans votre expérience?
- Comment avez-vous découvert votre service local d'information jeunesse?
- Qu'est-ce qui vous a motivé à utiliser le service la première fois?
- Qu'est-ce qui vous a motivé à revenir/à continuer à utiliser le service?
- Qu'est-ce qu'il y a de positif dans le service d'information jeunesse?
- Qu'est-ce qui n'est pas si positif?
- Comment est-ce que vous vous renseignez sur ce qui se passe dans votre centre de jeunesse local? Est-ce que vous vous sentez bien informé(e) sur les activités et les services (ou êtes-vous souvent incertain de ce qui se passe et de ce qui est disponible pour vous)?
- Quelles sont les plateformes en ligne que vous utilisez et à quoi vous servent-elles?
- Quelles sont les plateformes qui conviennent le mieux pour communiquer avec un travailleur de jeunesse? (Zoom, Whatsapp, Facebook, Instagram, autres)

CONSEILS POUR LA RÉALISATION DE QUESTIONNAIRES

Avant de vous lancer dans la rédaction de votre questionnaire, vous devez prendre en compte ces quelques étapes avant de le diffuser :

- Quelles sont les informations que vous essayez de recueillir? Êtes-vous à la recherche de données numériques, quantifiables, ou essayez-vous d'obtenir des descriptions approfondies pour aider à constituer des données qualitatives?
- Les questions doivent être aussi courtes et concises que possible. Vous devez uniquement poser des questions en rapport avec les données que vous souhaitez collecter.
- Faites en sorte que les questions soient basiques. Elles doivent être faciles à comprendre pour toute personne qui consulte votre questionnaire.
- Incluez de la logique et le séquençement. Cela signifie que l'ordre de vos questions doit suivre un ordre qui évolue progressivement, de questions d'ordre général aux questions plus spécifiques.
- Tenez compte de la longueur de la question. Combien de temps a-t-on besoin pour y répondre? Essayez d'être aussi bref que possible. Un bon moyen d'y parvenir est le recours à des questions à choix multiples, quand cela est possible.
- Évitez les questions suggestives.
- Incluez de la continuité dans le questionnaire. Par exemple, toutes les questions qui requièrent une notation doivent être les mêmes.
1 - 10 (1 étant la plus basse & 10 étant toujours la plus haute)
- Avant d'envoyer votre questionnaire, donnez-le à lire à quelques personnes. Était-il facile à comprendre? Était-ce trop long?

Une fois que vous avez franchi ces étapes, vous pouvez distribuer votre questionnaire en masse. Assurez-vous d'envoyer votre questionnaire au public cible prévu, afin d'obtenir des résultats fiables et dignes de confiance.

Exemple:

Sur une échelle de 1 à 10 (1 étant le pire et 10 le meilleur), comment était le service aujourd'hui ?



Si vous avez des plaintes à formuler sur notre service, veuillez les écrire ci-dessous.

PERSONNAGES DE JEUNES

Les personnages sont basés sur des jeunes personnes réelles et visent à représenter un groupe de jeunes dans la société. Elles se concentrent sur les besoins et les caractéristiques pertinents des principaux utilisateurs cibles. Par exemple, vous pouvez créer un personnage pour une jeune personne qui a des responsabilités familiales, car cela affecte considérablement sa disponibilité. Il est également important de prendre en compte la culture, la situation socio-économique, l'identité ethnique, le sexe et le handicap.

Il s'agit là d'une excellente activité à réaliser avec des jeunes personnes. Demandez à des jeunes de créer différentes personnalités en fonction de leurs ami(e)s et de leurs communautés. Profitez de l'occasion pour discuter au sujet de l'égalité et de l'accessibilité. Par exemple : De quelle façon de jeunes personnes transgenre pourrait-elle interagir avec ce service? Quels sont les différents besoins qu'elles peuvent avoir?

Nom :

Âge :

Identité de genre :

Circonstances de travail/
d'éducation :

Caractéristiques pertinentes :

Décrivez leur vie quotidienne :

Besoins et priorités :

(De quoi ont-elles besoin du service? Quelles sont leurs priorités?)

CARTOGRAPHIE DU PARCOURS D'UTILISATEUR

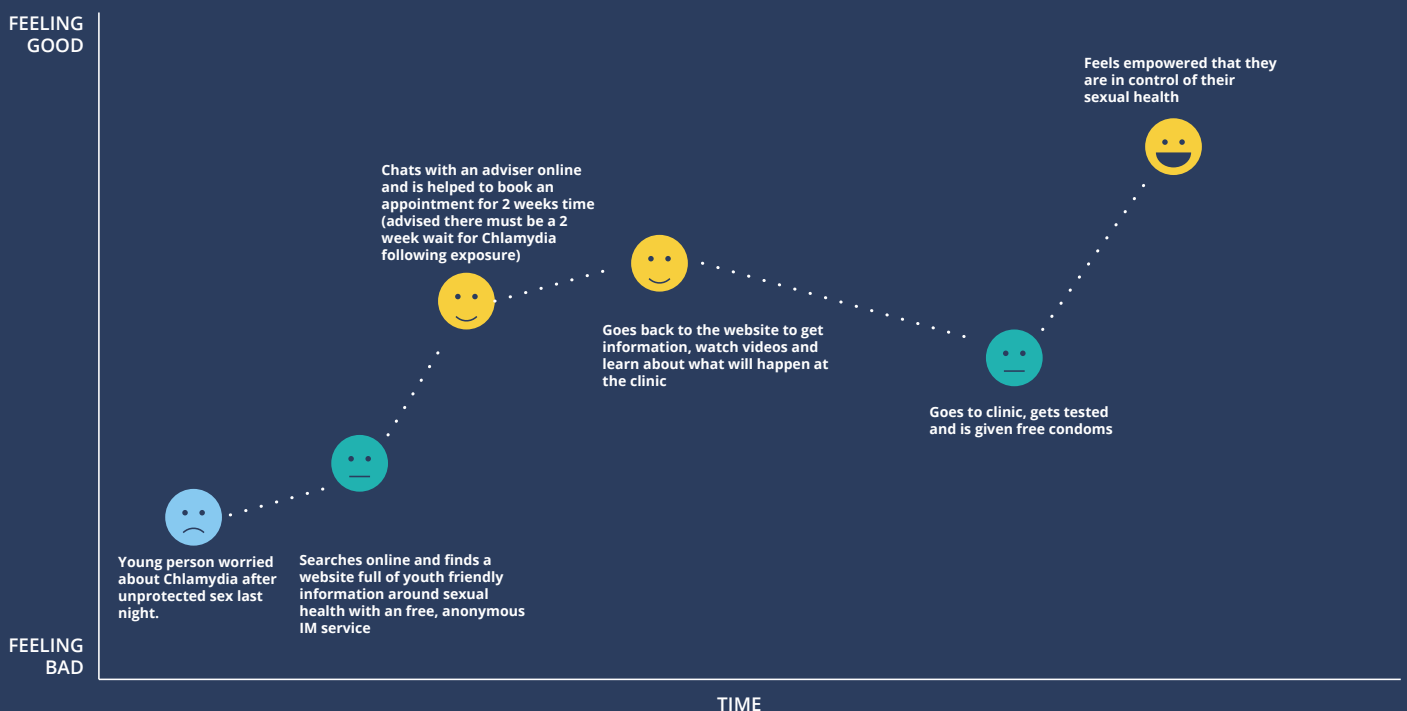
La cartographie du parcours d'utilisateur peut être utilisée dans les phases 'Découvrir' et 'Définir', ainsi que dans la phase de 'Développer'.

Utilisée dans les premiers stades de la conception, la carte du parcours permet de montrer le parcours actuel de l'utilisateur. Dans les phases ultérieures, elle est utilisée pour montrer le parcours idéal de l'utilisateur à travers votre nouveau service ou service amélioré.

Travaillez avec des jeunes personnes pour tracer leur parcours actuel dans votre service ou créez un parcours à partir des données que vous avez recueillies pendant la phase 'Découvrir'. **Exemple :**



Une fois dans la phase de développement, cartographiez à quoi ressemblera le service idéal :



CRÉER DES ÉNONCÉS DES BESOINS DES UTILISATEURS

Vous pouvez créer des énoncés des besoins d'utilisateurs au début de votre projet. Ces énoncés définissent l'orientation de votre défi. Vous devrez peut-être effectuer des recherches initiales avant d'être prêt à créer un énoncé des besoins d'utilisateurs.

EXEMPLE D'UN ÉNONCÉ DES BESOINS D'UTILISATEURS:

En tant que jeune personne qui s'inquiète de sa mère: "Quand je dois faire mes devoirs, j'ai besoin d'un espace calme et d'un temps dédié pour pouvoir faire mes devoirs au mieux de mes capacités."

COMMENT CRÉER UN ÉNONCÉ DES BESOINS D'UTILISATEURS :

Demandez à chaque membre de votre équipe d'essayer d'écrire un énoncé en utilisant cette formule :

En tant que ----- [jeune personne affectée par ce problème]

Quand je ----- [la situation, dans laquelle le problème survient]

J'ai besoin de -----

De façon à ce que ----- [Résultat dont j'ai besoin]

BON EXEMPLE :

En tant que jeune personne qui s'inquiète de sa mère: "Quand je dois faire mes devoirs, j'ai besoin d'un espace calme et d'un temps dédié pour pouvoir faire mes devoirs au mieux de mes capacités."

Ce qui est bien dans cet énoncé, c'est qu'il est très spécifique et ne présente aucune solution. Il se concentre sur les besoins de la jeune personne.

MAUVAIS EXEMPLE :

En tant que jeune personne qui s'occupe de sa mère: "Quand je dois faire mes devoirs, j'ai besoin d'un club de devoirs parascolaire pour pouvoir faire mes devoirs au mieux de mes capacités."

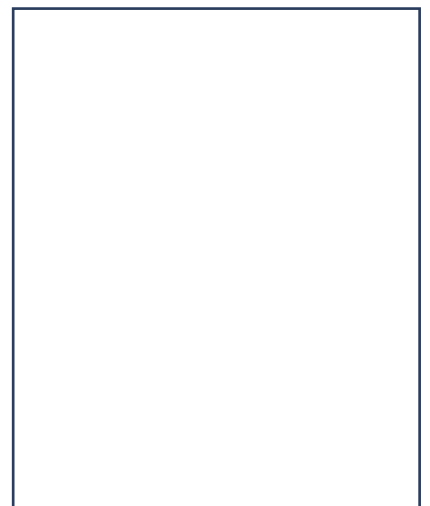
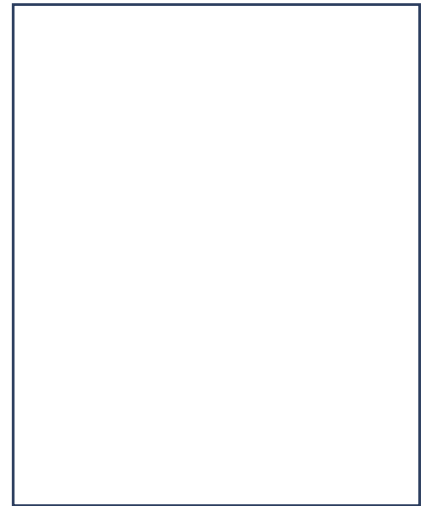
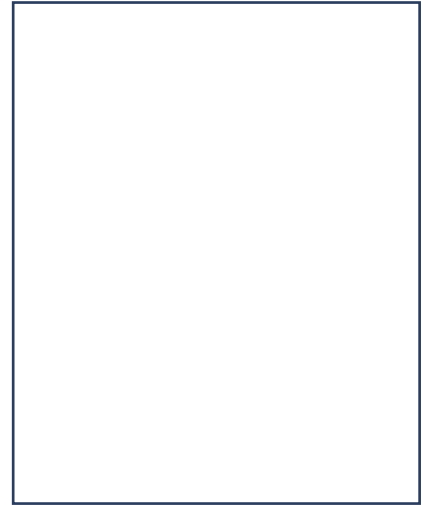
Le problème avec cet énoncé est que la solution a déjà été décidée.

Merci à 'CAST', 'Centre for Accelerated Social Technology' (centre de technologie sociale avancée) pour cet exercice.



SCRIPT

Ce modèle peut être utilisé pour demander à une jeune personne d'esquisser les étapes qu'elle suivrait dans un scénario donné. Vous pouvez également utiliser un script pour ébaucher le contenu d'une vidéo.

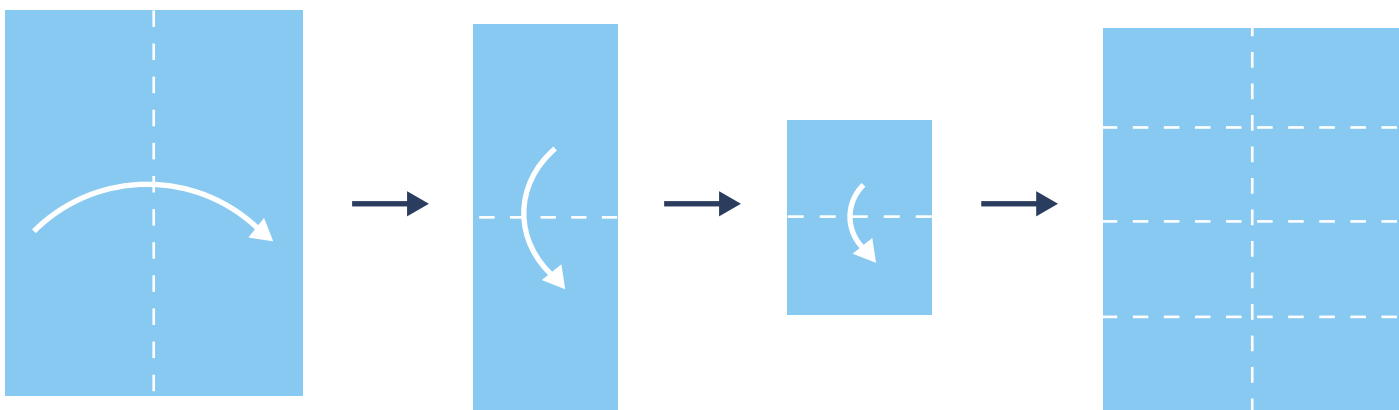


HUIT RAPIDES

La méthode des 'huit rapides' est un moyen rapide de trouver toute une série d'idées et il s'agit d'une activité amusante à réaliser avec des jeunes personnes. L'objectif est d'encourager la créativité en allant au-delà des solutions évidentes.

Tout ce dont vous avez besoin sont des feuilles de papier en format A3 ou A4 et des stylos.

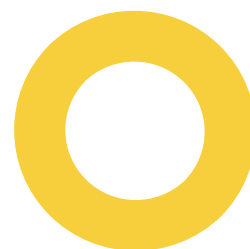
1 Demandez à chacun(e) de plier son papier en deux, puis de nouveau en deux.



2 Ouvrez le papier et vous devriez avoir huit sections de taille égale.

3 Réglez un minuteur sur six minutes et demandez à chacun(e) d'esquisser huit idées.

4 Une fois que tout le monde a terminé, demandez à chaque personne de faire part au groupe de ses meilleures idées et de discuter des idées les plus prometteuses.



THÈMES, IDÉES ET ENONCES DE TYPE « QUE POURRIONS-NOUS FAIRE POUR »

Tous les membres de l'équipe n'auront pas assisté à tous les entretiens avec les utilisateurs, mais il est vraiment important que chaque membre de l'équipe comprenne les principaux enseignements issus de toutes les recherches sur les utilisateurs. Un bon moyen d'y parvenir est d'organiser un certain nombre d'ateliers pour la recherche du sens. Il est préférable de les tenir au fur et à mesure, pendant que la recherche sur les utilisateurs est encore fraîche. Vous aurez besoin de stylos, de notes adhésives et d'un mur libre ou d'un tableau blanc numérique.

1 Réunissez l'équipe au complet et désignez un médiateur.

2 Demandez à chaque personne qui a participé à la recherche sur les utilisateurs de se référer à ses données et de partager ce qu'elle a appris avec le reste du groupe. Qui ont-elles rencontré, qu'ont-elles appris, quelles ont été les principales conclusions ? Saisissez ces points à l'aide des notes adhésives.

3 Une fois que tout le monde a eu l'occasion de revenir sur ce qui a été appris, vous pouvez commencer à réorganiser les notes adhésives en thèmes. Réfléchissez, quels sont les thèmes récurrents ? Quelles sont les informations qui ressortent comme étant significatives et pertinentes pour votre défi de conception ?

ÉNONCES DE TYPE «QUE POURRIONS-NOUS FAIRE POUR» :

Une fois que vous avez un résumé des principaux thèmes et des principales observations, vous pouvez les formuler en énoncés de type «Que pourrions-nous faire pour».

Par exemple :

1 De nombreuses jeunes mamans ont exprimé un sentiment d'isolement.

ENONCÉ :

Que pourrions-nous faire pour aider les jeunes mamans à se sentir moins isolées ?

2 Les jeunes mamans ont vraiment apprécié la possibilité de parler à d'autres jeunes mères et de partager leurs expériences.

ENONCÉ :

Que pourrions-nous faire pour créer des opportunités pour les jeunes mamans de se mettre en réseau et de communiquer entre elles de manière sûre et accessible ?

Vous aurez probablement 5 à 8 énoncés de type «Que pourrions-nous faire pour». Ces énoncés sont utilisés pendant la phase 'Développer' pour trouver des solutions.

ÉLABORATION DE PROTOTYPES

L'élaboration de prototypes est utilisée pour donner vie à vos idées. Cette méthode permet de rendre vos idées plus tangibles et de les tester auprès de jeunes personnes. Elle fera ressortir les points positifs et négatifs de votre conception.

ÉTAPE 1 :

ÉLABORATION DE PROTOTYPES À PETITE ÉCHELLE

Vos prototypes initiaux doivent être «à petite échelle», c'est-à-dire vastes & prêts. Ils peuvent être dessinés sur papier pour créer des maquettes de la conception. Par exemple, pour tester une vidéo, vous pouvez utiliser un scénario et un script pour montrer le contenu de la vidéo. Pour une application, vous pouvez dessiner chaque écran de l'application et le parcours d'utilisateurs à travers l'application.

Vous testez ensuite ces prototypes «à petite échelle» avec des jeunes personnes et vous dirigez les conceptions en fonction de leurs réactions.

ÉTAPE 2 :

RÉALISER UN PROTOTYPE «À ÉCHELLE SUPÉRIEURE»

La phase suivante consiste à créer un prototype plus élaboré. Ceux-ci peuvent être créés à l'aide d'outils numériques à faibles coûts. Vous pouvez créer des exemples de sites Internet et de bases de données en utilisant 'Notion', vous pouvez créer des groupes et des forums en ligne à l'aide de 'Facebook' et 'Google Groups', vous pouvez envoyer des SMS aux jeunes personnes à l'aide de 'Twilio'. Les possibilités sont infinies!

Veillez à prendre des photos de chaque itération de concept afin de pouvoir documenter les idées réussies par la suite.



OUTILS NUMÉRIQUES À FRAIS RÉDUITS OU GRATUITS

Il existe toute une série d'outils numériques qui peuvent être utilisés pour réaliser votre projet de conception de services avec des jeunes personnes.

En voici quelques-uns que nous recommandons :

GOOGLE JAMBOARD

Tableau blanc numérique. Peut être utilisé pour des groupes de discussion et des ateliers.

TWILIO

Vous permet d'envoyer et de recevoir des messages texte tels que des rappels de rendez-vous aux utilisateurs du service.

TYPEFORM

Créez des formulaires interactifs et attrayants ainsi que des études logiques.

SLACK

Créez une communauté en ligne, organisez des discussions et des conversations.

VideoAsk (by typeform)

Vous permet de mener des conversations vidéo. Il peut être utilisé comme un moyen innovant de s'engager auprès de jeunes personnes et de leur fournir des informations.

CANVA

Créez du contenu attrayant pour des messages sur les réseaux sociaux ou des affiches et des dépliants.

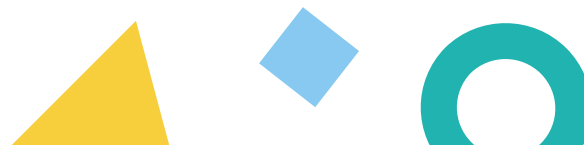
Notion

Notion est un outil incroyablement polyvalent. Il peut être utilisé comme base de données, site Internet et peut être employé pour la gestion de projets. Il existe des versions gratuites pour les organisations à but non lucratif.

LOOM

Créez facilement des vidéos explicatives. Avec 'Loom', vous pouvez enregistrer simultanément votre caméra, votre microphone et votre bureau.

Vous pouvez trouver un outil numérique ou une ressource approprié(e) pour vous dans le catalogue de charité : <https://charitycatalogue.com/>



RÉFÉRENCES ET AUTRES RESSOURCES



RÉFÉRENCES

Ce kit d'outils a été inspiré par :

Design Council's Framework for innovation (double diamond)

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

CAST Design Hops

<https://www.wearecast.org.uk/programmes/design-hops>

IDEO Design Kit

<https://www.designkit.org/>

Service Design Toolkit

<https://servicedesigntoolkit.org/>

RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

Charity Catalogue

<https://charitycatalogue.com/>

'Catalyst Resources' et recettes pour le travail numérique

<https://www.thecatalyst.org.uk/resources#>