

Conseils, idées et tactiques

Le remue-méninges, étape par étape



Le remue-méninges est une activité ouverte, où tout est permis.

Même un processus libre gagne cependant à incorporer un peu de structure et de stratégie. Essayez notre processus étape par étape pour obtenir les meilleurs résultats en tirant profit à la fois des efforts individuels et des efforts collectifs.

1. Préparez-vous

Définissez l'objectif ou le but de la séance de remue-méninges. Quel est le problème que vous cherchez à résoudre? Formulez l'objectif du point de vue de l'impact sur les clients plutôt que du résultat interne pour l'organisation.

2. Sélectionnez l'équipe

L'équipe idéale pour un remue-méninges compte entre trois et sept personnes. Adaptez le nombre de participants à l'envergure du défi. Sélectionnez les membres de l'équipe en visant un équilibre entre l'expertise et la diversité des points de vue.

3. Réunissez-vous en début de journée

Si possible, programmez la séance de remue-méninges le matin. La plupart des gens sont plus créatifs lorsqu'ils sont frais et dispos.

4. Envoyez la communication initiale

Invitez l'équipe à participer par courriel, en personne ou en envoyant une demande de réunion. Prenez le temps de communiquer clairement l'objectif du remue-méninges. Fournissez toute la documentation nécessaire à l'avance.



Générez des idées

Les bonnes idées peuvent venir de partout. Voici quelques suggestions pour vous aider à les susciter :

Clients : Demandez aux clients ce qu'ils veulent. Indiquez avec précision le domaine visé par votre exercice de remue-méninges. Quels aspects de la situation actuelle plaisent ou déplaisent aux clients.

Tendances : Constatez les mesures que prennent vos concurrents, vos partenaires et d'autres entreprises en relation avec votre défi.

Événements : Les salons, congrès et événements commerciaux offrent d'excellentes occasions pour rassembler rapidement des idées. Observez, recueillez des informations et parlez aux participants et au personnel des kiosques afin de vous faire rapidement une idée de l'industrie.

Magazines : Feuilletez les magazines qui contiennent beaucoup d'éléments visuels et de publicités tout en gardant en tête l'objectif de votre exercice de remue-méninges.

Jeu de rôles : Peu importe que votre jeu de rôles se déroule avec un collègue ou en pensée uniquement, mettez-vous à la place de votre client. Essayez d'imaginer votre exercice de remue-méninges de son point de vue.

Notez vos idées : Les meilleures idées viennent souvent du subconscient. Soyez prêt en cas d'inspiration soudaine. Munissez-vous d'un carnet ou d'un autre instrument pour noter les idées qui vous viennent à l'esprit. Si vous ne les consignez pas rapidement, il est très probable qu'il vous sera difficile ou impossible de vous en rappeler plus tard.

Changez de contexte : La meilleure façon d'exploiter le subconscient consiste peut-être à favoriser la détente de l'esprit conscient. Partez en promenade, décontractez-vous, ne pensez plus au bureau. Laissez votre esprit vagabonder. Un léger rappel, de temps à autre, du défi devant lequel vous vous trouvez suffira alors peut-être pour susciter une idée de génie.

Faites appel à vos sens : Concentrez votre attention sur les cinq sens, un à la fois. La solution à votre problème ressemblerait à quoi, sonnerait comment et ainsi de suite.

Accordez-vous du temps : À certains égards, nous travaillons tous mieux lorsque nous avons des délais à respecter. Nous sommes alors obligés de nous concentrer. Le stress et la pression ne sont toutefois pas toujours propices au remue-méninges. Si possible, donnez-vous du temps pour digérer l'information et « mijoter » des idées. Les meilleures idées surviennent parfois sous la douche ou au moment de s'endormir..

Conseils, idées et tactiques

Le remue-méninges, étape par étape

5. Commencez individuellement

Demandez aux membres de l'équipe de dresser une liste de toutes leurs idées individuelles. Fixez une date limite. Transmettez chaque liste par courriel à tous les membres de l'équipe et invitez-les à examiner les listes et à y ajouter leurs commentaires individuels.

6. Favorisez la réussite

Lors de la réunion, créez un climat amical et accueillant, qui favorise la participation de tous. Prévoyez un goûter léger ou des boissons chaudes pour aider à créer un cadre décontracté qui mettra tout le monde à l'aise. Guidez la conversation en douceur. Rappelez à l'équipe que son travail consiste à utiliser chacune des idées comme point de départ. Une idée qui peut sembler saugrenue au départ peut donner lieu à une suite d'idées secondaires qui aboutiront à une percée décisive.

7. Numérotez les idées

Demandez à chacun des participants de dresser la liste des idées qui leur plaisent le plus dans les listes individuelles. Transcrivez-les sur un tableau blanc ou un bloc de conférence. Numérotez-les pour pouvoir vous y reporter plus facilement lors de la discussion. Cochez chaque idée signalée plusieurs fois parmi les préférées.

8. Invitez d'autres idées

Une fois que tous les participants ont indiqué leurs idées préférées, demandez s'ils ont de nouvelles idées à proposer. Stimulez la discussion en posant des questions comme : « Quels sont les avantages pour les clients? » ou « Pourquoi les clients se préoccuperaient-ils de cet aspect? »

9. Résumez

Terminez la réunion en résumant les trois meilleures idées à affiner et les étapes subséquentes. N'oubliez pas de remercier tout le monde d'avoir participé.

10. Analysez

À la fin du projet, organisez une réunion de suivi pour discuter des aspects qui ont bien fonctionné et des aspects qui gagneraient à être améliorés. N'oubliez pas d'inclure le processus de remue-méninges.



La couleur Xerox

Rien n'est plus efficace quand vos documents essentiels doivent absolument produire une première impression convaincante, et dans le climat des affaires ultra-concurrentiel qui prévaut aujourd'hui, la première impression est capitale.

- La couleur augmente le champ d'attention et la mémorisation des messages de 82 %.
- La couleur fait grimper la reconnaissance de la marque jusqu'à 80 %.
- La couleur améliore l'apprentissage et la rétention de 78 %.

Utilisez la couleur pour rehausser l'impact et l'efficacité de vos travaux. Qu'il s'agisse de matériel de marketing ou de documents à distribuer lors d'une réunion, la couleur est une idée brillante.

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet des imprimantes et imprimantes multifonctions couleur de Xerox, rendez-vous à xerox.ca/bureau

Pour plus d'information sur la gamme primée des produits et solutions Xerox, composez 1-800-275-9376 ou visitez xerox.ca/bureau

Études sur la couleur : Loyola College, Maryland, États-Unis, par Ellen Hoadley, Ph. D., Laurette Simmons, Ph. D. et Faith Gilroy, Ph. D., Case & Company, Management Consultants, Bureau of Advertising, Color in Newspaper Advertising, Maritz. Articles publiés sur la couleur : The Persuasive Properties of Colour, Marketing Communications; What's Working in Direct Marketing, How to Use Color to Sell, Cahners Publishing Company, Grasp Facts Fast with Color Copying, Modern Office Procedures.

©Xerox Corporation, 2012. Tous droits réservés. Xerox®, et Xerox et le Dessin® sont des marques de commerce de Xerox Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays, pour lesquelles Xerox Canada détient des permis d'utilisation. BR3181 XOAF1-13QA

