

ACCOMPAGNEMENT EN DESIGN THINKING

« Quelle 2^{ème} vie pour les jouets du Happy Meal? »

Un brief initial très ouvert

- Il s'agissait ici pour Mc Donald's France **d'explorer sans contrainte un projet à potentiel pour en concrétiser des pistes d'action !**
- Une **question de départ très amont** qui dépassait le cadre d'une étude exploratoire (comprendre), et n'était pas à ce stade de l'évaluation de concepts (tester).

Un challenge :

- « **Quelle 2ème vie pour les jouets du Happy Meal ?** » : explorer, imaginer et co-créer le champs des possibles.

Un enjeu interne :

- Réunir et engager autour d'un projet commun des entités éclatées : Corporate / Développement durable/RSE / Marketing / R&D...

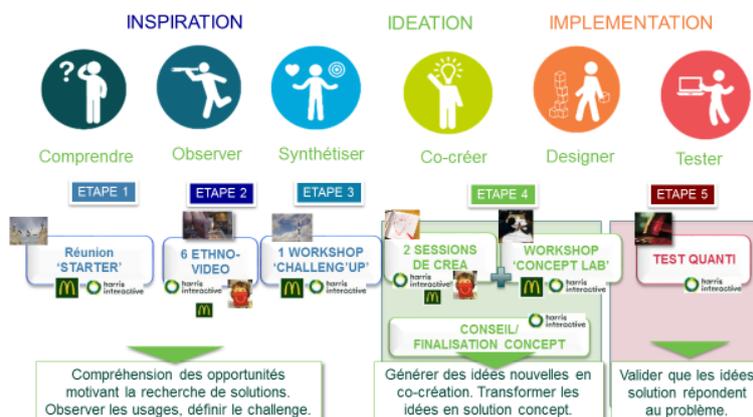


Pourquoi une approche en Design Thinking ?

- Il s'agissait bien **d'explorer un champ des possibles** à la fois tangible, pertinent, réalisable et tout cela de façon agile (rapide, efficace et raisonnée en termes de budget)
- **Une approche concrète, positive et centrée sur le consommateur !!!**
Tout restait donc à construire, tester et à concrétiser, d'où notre **proposition de Design thinking**, méthode déjà largement éprouvée par Harris Interactive dans des processus globaux : **exploration, co-création, test quanti et quali, puis retravail.**

Overview du process de Design Thinking

- Le détail de l'accompagnement global, itératif, multi-disciplinaire et concret, en learning by doing !
- Equipe Mc Donald's, équipe Harris Interactive, Designer, et vidéaste !



Une innovation dans l'approche méthodologique (techniques et outils, design à chaud, centré consommateur), dans la réalisation de l'étude (co-crédation client multidisciplinaire et conso) et innovation dans les synergies entre équipes (en mode test and learn).

Découvrez le projet en vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=28mYT560YQg>



Contact : Laurence Berteau-Granet : lberteau@harrisinteractive.fr