

LE CONCASSAGE

Principe

UTILISER une liste de «verbes d'action» libérant l'esprit par rapport au produit ou au service que l'on choisit d'étudier.

IMAGINER des transformations, simplifications, sophistications, enrichissements permettant :

- ✓ d'apporter une amélioration sensible (innovation incrémentale) ou une «différenciation originale» à ce produit ou ce service ;
- ✓ de concevoir un produit ou un service nouveau.



Fonctionnement

- ✓ **SÉLECTIONNER** un produit ou un service existant par rapport à ses goûts, ses centres d'intérêts, ses moyens, son vécu quotidien (professionnel ou autre), ses connaissances ou aptitudes, etc.
- ✓ **DÉCRIRE** précisément ce produit ou ce service (en particulier s'il s'agit d'une prestation).
- ✓ **UTILISER** le tableau de concassage ci-dessous.
- ✓ **RECHERCHER** à partir des verbes : *augmenter / diminuer / combiner / inverser / modifier / sensualiser* en confrontant les diverses significations de ces verbes avec ce que pourrait devenir alors le produit ou le service.
- ✓ **PRENDRE** un temps suffisamment long pour « creuser » profondément la réflexion sur chaque signification de verbe proposée.
NB : la recherche peut se réaliser par la réflexion solitaire ou la pratique du remue-méninges si l'on peut réunir au moins 4 personnes avec soi.

GRILLE d'analyse



- ✓ Le tableau proposée n'est qu'un CANEVAS GÉNÉRAL de réflexion.
- ✓ En fonction du cas d'espèce, des critères supplémentaires pourraient être envisagés pour parfaire la critique systématique.
- ✓ A chacun de les repérer afin de pouvoir passer au crible le plus strict le sujet étudié.

DESCRIPTION DU *produit* OU DU *service*

CARACTÉRISTIQUES :

Il faut recenser les éléments qui caractérisent particulièrement bien le produit/service.

Par exemple : volumineux, pacotille, cher, fiable, tape à l'œil, accessoire, saisonnier, etc.

BESOIN(S) :

Il peut y avoir plusieurs besoins satisfaits, certains pas toujours ouvertement exprimés (*image de soi, prestige, etc.*)

MODE D'UTILISATION :

Comment ça fonctionne, comment on s'en sert, etc.

ACCESSIBILITÉ:

Mode d'accès et facilité pour se procurer le produit ou le service.

Par exemple : achat réservé aux membres d'un club ; gros conditionnement ; etc.

✓ CARACTÉRISTIQUES ? _____

✓ BESOIN(S) SATISFAIT(S) ? _____

✓ MODE D'UTILISATION ? _____

✓ ACCESSIBILITÉ ? _____

AUGMENTER



EXEMPLES :

- ✓ *QUAD*
(moto + 2 roues supplémentaires)
- ✓ *Pressing + retrait et livraison à domicile du linge*

- ✓ AUGMENTER LE POIDS, LE VOLUME, LES DIMENSIONS : _____
- ✓ AUGMENTER LA DURÉE D'USAGE : _____
- ✓ RENDRE L'EMPLOI PLUS FRÉQUENT : _____
- ✓ ELARGIR L'USAGE, LE GÉNÉRALISER : _____
- ✓ ETOFFER LA SIGNIFICATION, LA PORTÉE SOCIALE : _____
- ✓ AJOUTER DES FONCTIONS, DES ACCESSOIRES : _____
- ✓ PERFECTIONNER, HABILLER, DÉCORER : _____
- ✓ AJOUTER UN NOM, UNE HISTOIRE : _____
- ✓ RENFORCER LES QUALITÉS, LA FIABILITÉ, LA BEAUTÉ, LA COMMODITÉ : _____
- ✓ ENRICHIR LE SERVICE D'AUTRES FACILITÉS : _____

DIMINUER



EXEMPLES :

- ✓ *Miniaturisation d'appareils*
- ✓ *Service réduit à l'essentiel « low cost »*

- ✓ DIMINUER LE POIDS, LE VOLUME, LES DIMENSIONS : _____
- ✓ DIMINUER LA DURÉE D'USAGE : _____
- ✓ RENDRE L'EMPLOI MOINS FRÉQUENT : _____
- ✓ RESTREINDRE L'USAGE : _____
- ✓ DIMINUER LA SIGNIFICATION, LA PORTÉE SOCIALE : _____
- ✓ SUPPRIMER DES FONCTIONS, DES ACCESSOIRES : _____
- ✓ SIMPLIFIER, ÉPURER : _____
- ✓ SOUSTRAIRE UN NOM, UNE HISTOIRE : _____
- ✓ DIMINUER LES QUALITÉS, LA FIABILITÉ, LA BEAUTÉ, LA COMMODITÉ : _____
- ✓ APPAUVRIR LE SERVICE DE FACILITÉS : _____

COMBINER



- ✓ AVEC UN OBJET REMPLISSANT UNE FONCTION EN AMONT : _____
- ✓ AVEC UN OBJET REMPLISSANT UNE FONCTION EN AVAL : _____
- ✓ AVEC UN OBJET D'UN "VOISINAGE" HABITUEL : _____
- ✓ AVEC UN OBJET QUI N'A AUCUNE RELATION AVEC CELUI ÉTUDIÉ : _____

EXEMPLES :

- ✓ Clé USB multifonctions
- ✓ Montre-téléphone LG
- ✓ « Bimi » nouveau légume hybride (croisement entre brocoli et chou frisé chinois)

INVERSER



- ✓ RENSER, METTRE LE BAS EN HAUT : _____
- ✓ INVERSER LA STRUCTURE : _____
- ✓ INVERSER LA HIÉRARCHIE DES FONCTIONS : _____
- ✓ INVERSER L'USAGE ; INVERSER LES FONCTIONS : _____
- ✓ INVERSER LE NIVEAU DE PRIX OU LA HAUTEUR DE GAMME : _____
- ✓ PRENDRE LA CHRONOLOGIE À REBOURS : _____
- ✓ RÉALISER LE CONTRAIRE ("L'ANTI-OBJET") : _____

EXEMPLES :

- ✓ Modèle design de lunettes dont la monture est inversée (en bas par rapport aux verres)
- ✓ Dévisseuse électrique (à l'origine fonction accessoire d'une perceuse)
- ✓ Salon de coiffure mobile (www.hairpod.net)

MODIFIER



- ✓ CHANGER LES MOMENTS ET/OU LES LIEUX DE L'USAGE : _____
- ✓ CHANGER L'EMPLOI : _____
- ✓ CHANGER L'UTILISATION : _____
- ✓ TROUVER UN AUTRE PRINCIPE DE SOLUTION : _____
- ✓ CHANGER LES MATIÈRES, LES FORMES, LES COULEURS : _____
- ✓ FAIRE RESSEMBLER LE PRODUIT À AUTRE CHOSE : _____
- ✓ SE SERVIR D'AUTRE CHOSE POUR LE MÊME USAGE : _____
- ✓ EMPLOYER UNE AUTRE SOURCE D'ÉNERGIE : _____
- ✓ MODIFIER CHACUN DES COMPOSANTS : _____

EXEMPLES :

- ✓ Cuillère à café qui se mange (« Chef Laurent »)
- ✓ Nouveaux appareils à énergie solaire (ex : barbecue)

SENSUALISER



...ou au contraire rendre plus AUSTÈRE.

- ✓ RENDRE PLUS EXCITANT POUR L'ŒIL (VUE) : _____
- ✓ RENDRE PLUS EXCITANT POUR L'OREILLE (OÛÏE) : _____
- ✓ RENDRE PLUS EXCITANT POUR LE NEZ (ODORAT) : _____
- ✓ RENDRE PLUS EXCITANT POUR LA MAIN (TOUCHER) : _____
- ✓ SUPPRIMER LE SUPERFLU, LE GÂCHIS : _____
- ✓ REVENIR À LA SOBRIÉTÉ, À L'AUTHENTIQUE : _____

EXEMPLES :

- ✓ Lave-linge VEDETTE capitonné en soie rose (modèle « Dessus Dessous » créé par Chantal THOMASS)
- ✓ Pratiques du marketing sensoriel