



Le Design Thinking, *au coeur des projets intrapreneuriaux*

Sommaire

Le design thinking, de quoi parle t-on ?	04
La démarche	05
Plus qu'une méthode un état d'esprit	07
Les origines du Design Thinking	07
Les bénéfices de cette méthode	08
Les champs d'application	08
 L'intrapreneuriat	 11
L'évolution de cette démarche	11
Les conditions de réussite pour un programme d'intrapreneuriat	12
Les bénéfices des cellules innovations	12
Le retour sur investissement	13
 Le Design Thinking pour les projets intrapreneunariaux	 14
La méthode exoflow	15
Cas client - Groupama RAA	16
Cas client - Nexity	17
Cas client - EDF	18
 A propos d'exoflow	 19



Pourquoi ce livre blanc ?

L'intrapreneuriat connaît un réel essor depuis ces dernières années en France. Cette forme d'entrepreneuriat est liée aux évolutions du monde travail. Et si les collaborateurs en quête de développement de projet innovant si retrouve en concilient avantages de l'entrepreneuriat et salariat, les entreprises si retrouve également en boostant la compétitivité de l'entreprise.

Bien que la mise en place d'une stratégie intrapreneuriale soit sources de bénéfices pour les organisations, les collaborateurs mais aussi les clients, sa mise en place de ne s'improvise pas. Il est nécessaire de bien préparer et anticiper la mise en place de l'intrapreneuriat au sein d'une entreprise et de proposer un accompagnement des intrapreneurs.

Avec ce boom, tout un écosystème s'est créé. De nouveaux outils se créer et des méthodes évoluent pour favoriser le développement de projets intrapreneuriaux. Chez exoflow, nous utilisons le Design Thinking pour accompagner les porteurs de projet et avons développé un processus d'accompagnement en 3 phases que vous découvrirez au cours de ce livre blanc.

Ce livre blanc s'adresse à toutes les personnes qui souhaitent en savoir plus sur la méthode du Design Thinking et son application dans les projets intrapreneuriaux. Vous pourrez également découvrir comment mettre en place une démarche intrapreneuriale et ses bénéfices.

Le Design Thinking, de quoi parle-t-on ?

Le design thinking est une méthode d'innovation dont la spécificité est de mettre l'utilisateur final au centre de la démarche projet en invitant l'équipe à s'immerger sur le terrain et à confronter rapidement ses idées à la réalité.

A noter qu'il s'agit d'une démarche collaborative dans laquelle sont impliquées différentes parties prenantes, peu importe leur domaine de compétences.

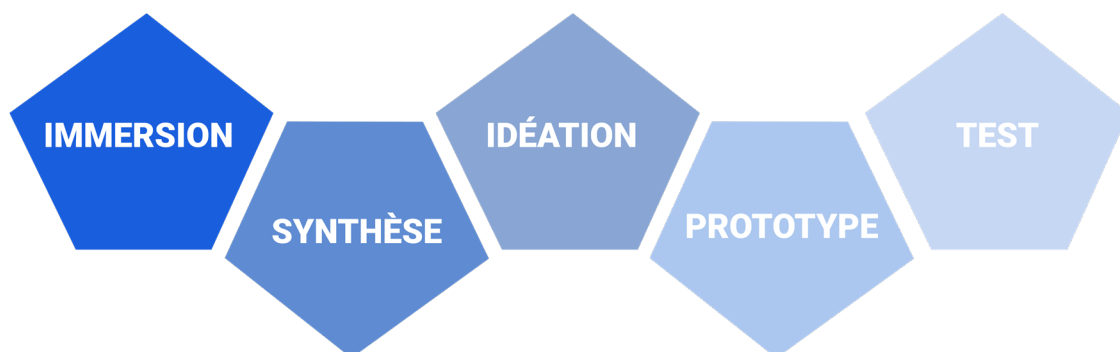
Afin d'éviter les répétitions, nous utiliserons l'abréviation DT pour définir le Design Thinking.



Définition du DT par Tim Brown :

"une discipline qui utilise la sensibilité, les outils et les méthodes des designers pour permettre à des équipes multidisciplinaires d'innover en mettant en correspondance attentes des utilisateurs, faisabilité et viabilité économique."

Le design thinking est composé de 5 étapes :



La démarche

01. Immersion

La première étape du DT consiste à s'immerger sur le terrain, autrement dit, développer de l'empathie envers ses utilisateurs afin de comprendre quelles sont leurs habitudes, leurs besoins et les problèmes qu'ils peuvent rencontrer. Plus généralement, il faut chercher à comprendre l'expérience vécue par l'utilisateur/le client.

Il s'agit donc d'une phase de collecte d'informations ou l'on cherchera à savoir ce que l'utilisateur dit, ce qu'il fait, ce qu'il pense et ce qu'il ressent.

Méthode et outils :

partage d'expérience, customer journey mapping, entretien approfondi...

02. Définition

Cette étape consiste à définir la problématique à laquelle il faut répondre, pour ce faire, on utilise les éléments recueillis lors de la phase d'immersion. Les données synthétisées et analysées permettront de mettre en évidence le(s) problème(s) majeur(s). Il est nécessaire de définir une problématique précise afin que l'ensemble des parties prenantes impliquées dans le projet soient en accord.

Méthode et outils :

matrice, persona, analyse des données terrain, parcours utilisateur...

03. Idéation

Ouverture d'esprit et créativité, c'est ce qui rythme cette troisième étape. Au cours de l'idéation, l'objectif est de trouver la solution qui répondra à votre problématique et aux besoins des utilisateurs/clients. Il faut laisser aux participants une liberté totale et leur permettre de développer leur créativité.

Vous pouvez vous retrouver face à une multitude d'idées, reste à savoir, comment sélectionner les plus pertinentes ? Pour ce faire, vous pouvez procéder à un vote ou encore utiliser une matrice (rapport innovation/facilité de mise en place).

Méthode et outils :
le brainstorming, mood board, mind mapping, jeu de rôle...

04. Prototype

Une fois vos idées sélectionnées, il est temps de les prototyper ! Cette étape permet d'expérimenter plusieurs solutions et d'analyser celle qui sera la plus apte à répondre à la problématique.

Il est primordial de réaliser plusieurs versions de prototypes, l'idée n'est pas de concevoir un prototype parfait dès le premier essai mais plutôt de tester plusieurs solutions pour se rapprocher le plus possible de la solution finale, celle qui répondra au mieux aux besoins de vos utilisateurs.

Méthode et outils :

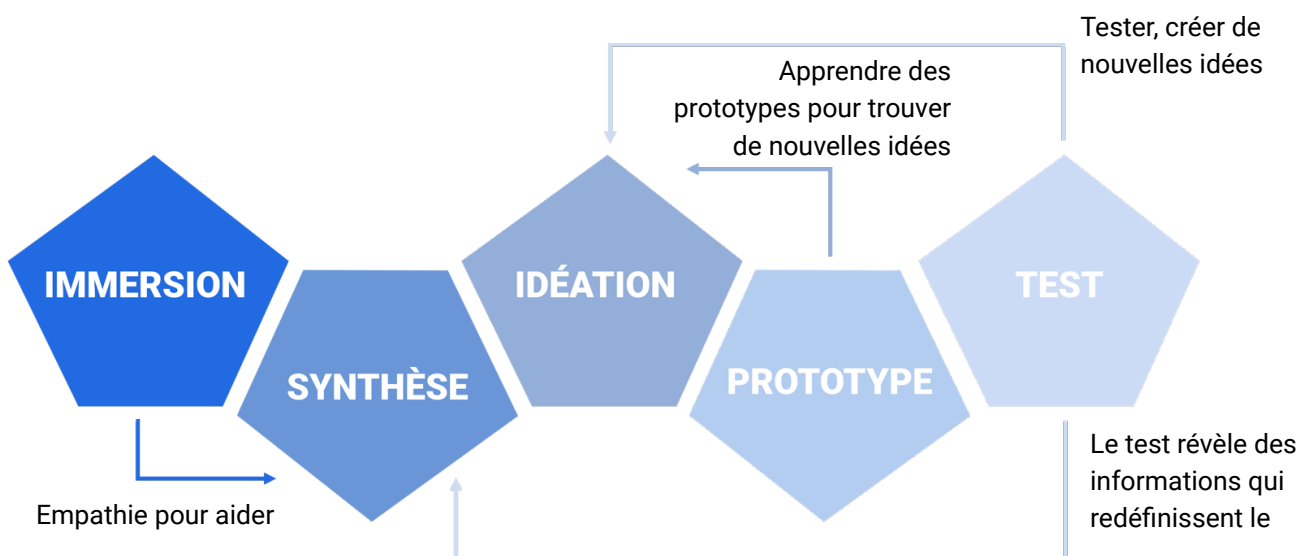
le dessin (un incontournable dans cette étape), pâte à modeler, lego, modélisation 3D, maquette digitale...

05. Test

Une fois votre prototype finalisé, il ne reste plus qu'à le tester avec votre échantillon de personnes. L'objectif de ce test est de recueillir un maximum de feedback afin de réajuster son prototype en fonction des retours utilisateurs/clients afin de fournir la solution la plus adaptée à leur besoin. Cette étape permettra de mettre en évidence certaines problématiques qui n'auront pas été décelées auparavant et de s'assurer de la bonne compréhension de l'utilisateur.

A la fin de cette dernière étape, vous ressortez avec **un livrable** (Minimum Viable Product / Produit Minimum Viable) qui vous permettra de faire avancer votre projet.

Vous l'aurez donc compris, le DT est composé de cinq étapes, néanmoins **ce processus ne se fait pas de manière linéaire** ! Il est parfois nécessaire de revenir sur certaines phases afin de réajuster son contenu pour proposer la solution la plus optimale. Résumons la démarche :





Plus qu'une méthode, un état d'esprit

La design thinking ne se réduit pas à une simple méthode, il représente également un état d'esprit caractérisé par des attitudes et valeurs. Nous citerons par exemple :

- **L'empathie**, en imaginant le monde du point de vue d'autrui.
- **La pensée intégrative**, créer des solutions qui surpassent un problème donné.
- **L'esprit d'expérimentation**, explorer des contraintes de façon créative.
- **L'optimisme**, percevoir les contraintes comme de nouvelles opportunités.
- **La collaboration**, utiliser l'intelligence collective et bénéficier des expertises venues des

Les origines du Design Thinking

Les origines du Design Thinking se trouvent aux Etats-Unis et remontent aux années 1960/1970 où une première génération de chercheurs qui ont tenté de décrire l'activité des designers et ont axé leurs recherches sur le design. Herbert Simon, chercheur en sciences cognitives et prix Nobel d'économie en 1978 décrit le design comme une mode de pensée ("a way of thinking") dans son ouvrage "The science of the artificial", MIT Press, 1969.

Ce n'est qu'en 1987 que le terme Design Thinking émerge. Peter Row utilise ce terme pour la première fois dans son ouvrage Design Thinking dans lequel on retrouve les méthodes utilisées par les architectes et urbanistes.

C'est à partir des années 1990 que le design thinking est reconnu comme un concept qui peut s'appliquer à tous les domaines. Stanford University et l'agence de design IDEO formalisent le design thinking comme un processus d'innovation dans lequel sont intégrées différentes étapes, outils spécifiques et méthodologie. C'est ainsi qu'est apparue cette approche de l'innovation, qui ne se cantonne plus à la sphère des designers mais bien à tous les secteurs d'activités.

Au fil des années Tim Brown (designer) et David M. Kelley (ingénieur), tous deux fondateurs de IDEO, deviendront les représentants les plus connus du Design Thinking.



Les champs d'application

Le DT, pour qui ? La réponse est simple : pour toutes les entreprises !

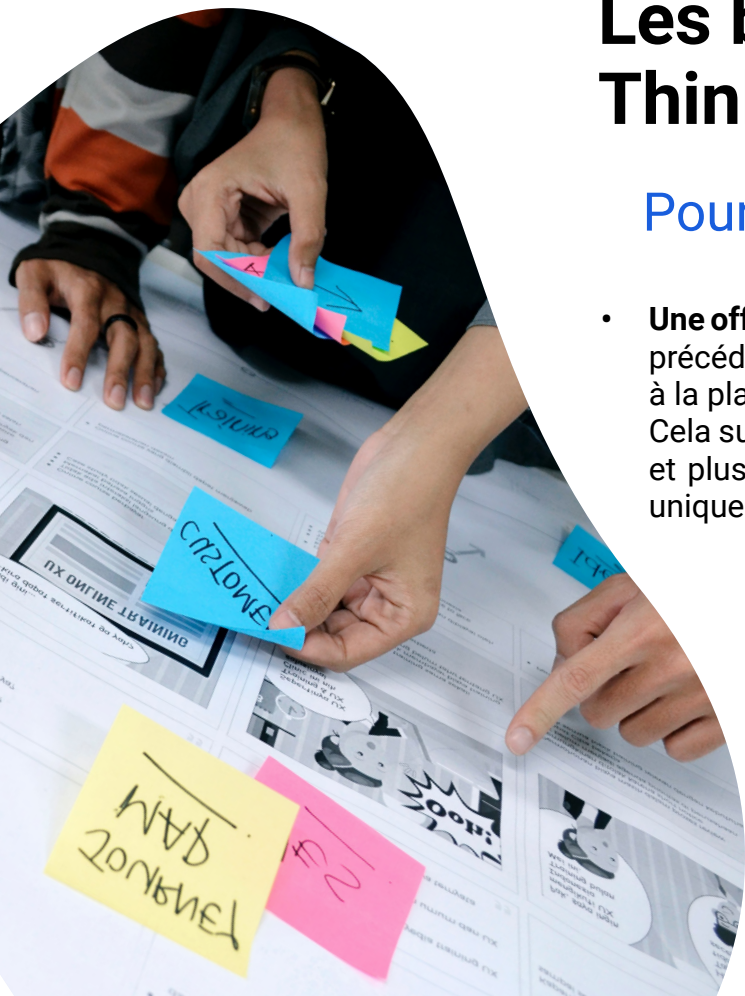
En effet cette méthode peut s'appliquer à chaque entreprise, qu'importe son secteur d'activité et la taille de l'entité. Start-up, PME, PMI, ou grands groupes, chacun peut adopter le DT. Et cassons le mythe, le DT n'est pas uniquement adapté au service de Recherche & Développement. En effet, cette méthode mobilise diverses compétences et l'objectif est de constituer une équipe pluridisciplinaire afin de ne pas rester enfermé sur ses idées et faire appel aux différentes compétences internes. Chaque entreprise ayant la volonté de mettre l'innovation au centre de leur

stratégie de croissance est donc à même d'utiliser cette méthode. C'est ici que rentre en jeu l'intrapreneuriat, en effet, on observe depuis plusieurs années une augmentation de la création de cellule d'innovation au sein des entreprises. C'est pourquoi, nous allons nous intéresser de plus près à ces évolutions et sur l'utilité du design thinking pour les intrapreneurs. Car oui, eux aussi ont tout intérêt à avoir recours à cette méthode !

Les bénéfices du Design Thinking

Pour les utilisateurs

- **Une offre désirée :** Comme nous avons pu le mentionner précédemment, utiliser le design thinking c'est se mettre à la place de l'utilisateur pour comprendre ses besoins. Cela suppose proposer une solution qui lui soit adaptée et plus encore, lui proposer une expérience utilisateur unique.



Pour les collaborateurs

- **Implication et motivation** : le DT permet d'apporter des solutions concrètes et rapides qui sont soutenues par l'équipe et les parties prenantes. Cette motivation se fera ressentir lors de la mise en œuvre et le déploiement de l'offre.
- **Dynamiser les équipes** : les collaborateurs sortent de leur contexte de travail habituel ce qui vient casser une routine qui peut s'installer. A travers les ateliers du DT vous dynamisez vos équipes et impulsez un climat de travail positif.
- **L'effet team-building** : on l'a vu, le DT est une méthode collaborative qui fait appel aux compétences des différents profils qui composent l'équipe. Mobiliser des personnes issues de différents services permet de faire tomber les silos entre collaborateurs et favorise l'envie de travailler ensemble.

Pour l'entreprise

- **Développer une culture d'innovation** : cette méthode collaborative permet à travers les employés de créer une véritable culture de l'innovation au sein de l'entreprise.
- **Renforcer le sentiment d'appartenance** : les collaborateurs se sentent davantage impliqués dans les projets lorsqu'ils ont recours à cette méthode. Le climat positif qui sera instauré augmentera la productivité et l'efficacité de vos équipes.
- **Rentabilité** : le DT a pour but de minimiser les risques liés au lancement d'une nouvelle offre. Tester le potentiel d'un produit à l'aide d'un prototype permet de réduire les coûts d'investissement et maximiser le retour sur investissement. La solution apportée à l'issue est de ce fait économiquement viable.

Pour l'intrapreneur

- **Capacité à prendre des décisions** : Le DT fournit à l'intrapreneur une aide lors de la prise de décisions qui limitera considérablement l'incertitude du projet auprès de ses managers et représentants de l'entreprise.
- **Créer des projets qui ont du sens** : Les intrapreneurs se confrontent au terrain et ont l'occasion d'identifier et de prioriser eux mêmes les besoins utilisateurs.
- **Montée en compétences sur la gestion de projet agile et sur la maîtrise du design** : Ces compétences sont de plus en plus demandées par les entreprises et rendent les collaborateurs plus empathiques et proactifs.

Etude de cas

Uber eats et le design thinking

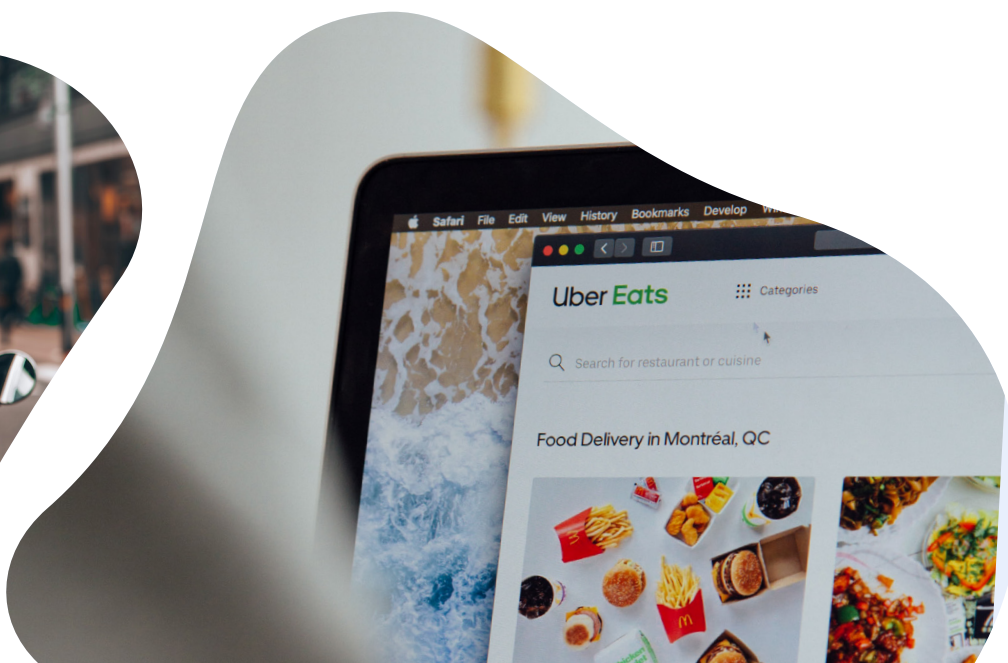
Plus concrètement, prenons l'exemple d'Uber eats pour comprendre les bénéfices du design thinking. Ce service de livraison de plats cuisinés lancé en 2015 a eu recours au DT afin de développer leur service. Ils placent **l'empathie au cœur de leur démarche** pour comprendre les différents marchés sur lesquels ils sont implantés en **s'immergeant** dans les villes.

Grâce à leur programme Walkabout qui représente leurs initiatives d'immersion, Ubereats a pu étudier la culture culinaire dans les villes d'implantation, les infrastructures de transport et logistiques afin de savoir si leurs produits s'intègrent aux conditions physiques de chaque ville.

L'observation au sein des établissements de la restauration et chez leurs clients, leur a permis de mieux **comprendre les besoins** afin d'adapter leur conception et répondre

aux attentes clients. Afin de compléter cette approche terrain, Ubereats invite partenaires de livraison, restaurateurs et consommateurs dans leurs bureaux afin d'**échanger sur leurs expériences**. Cette méthode permet de combler certaines lacunes liées à la phase d'immersion et d'avoir une approche globale du marché.

De cette manière, le design thinking a aidé Ubereats à comprendre comment leurs clients vivent, travaillent, mangent, et plus globalement, d'appréhender l'expérience utilisateur. Grâce à une itération rapide de leur concept sur le marché, l'identification d'opportunités et l'amélioration continue de la conception, Ubereats a su grâce au Design Thinking s'imposer comme leader du marché dans le domaine de livraison de repas.



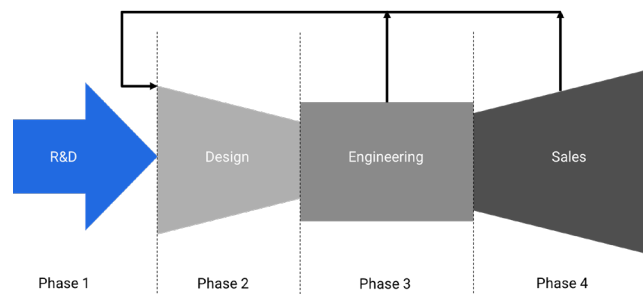
L'intrapreneuriat

L'intrapreneuriat concerne encore peu de sociétés en France, en 2019 on recensait environ 52 entreprises engagées dans une démarche intrapreneuriale (source : étude Deloitte, 2017). Néanmoins, celle-ci est de plus en plus plébiscitée par les entreprises de par les opportunités que cela représente.

L'évolution de cette démarche

La gestion de projet traditionnelle en silos a permis aux entreprises, en se spécialisant, d'accélérer la mise sur le marché de leurs nouveaux projets. Un expert de chaque partie du projet y contribue à la suite.

Cette approche a commencé à montrer des limites dès lors que le regard de l'expert ne suffisait plus à anticiper les besoins et les frustrations des utilisateurs. Cette rupture est arrivée en particulier sur les produits digitaux, les services et de façon générale les innovations d'usage où l'approche consistant à ajouter plus de technologies ou de fonctionnalités peut se montrer délétère à la bonne adoption d'une innovation.



En parallèle de ce constat, de jeunes entreprises, peu structurées se développent vite, grâce à la vision de femmes et d'hommes de terrain qui savent s'entourer de personnes talentueuses afin de gérer leur projets en allant au plus près du terrain : ce sont les startups. Les entrepreneurs, libre d'innover et créant avec des équipes réduites des innovations à succès inspirent les entreprises bien établies et leur donnent l'envie de créer les mêmes conditions pour les porteurs de projets, elles leur donnent, *selon les cas* :

- Une grande autonomie pour solliciter utilisateurs et experts à tous les moments du projet.
- La possibilité d'échouer, de recommencer et de faire évoluer le projet.
- Un droit à la propriété ou un intéressement dans le projet (BSPCE en cas de spin-off, prime aux résultats, ...).

Les collaborateurs sont également de plus en plus demandeurs du développement de cellules d'innovation :

74%

Les conditions de réussite pour un programme d'intrapreneuriat

Cette approche est possible si les bonnes conditions de gestion de projets sont réunies pour les intrapreneurs :

- Un recrutement des intrapreneurs sur la base de leur motivation, de leur compétence et de leur capacité à FAIRE : à produire du contenu et faire avancer le projet.
- Une formation continue de ces nouveaux champions de l'innovation.
- Un cadre qui permet d'expérimenter et donc parfois, d'échouer, de faire évoluer le projet ou de l'arrêter si les retours des utilisateurs ne sont pas favorables.
- Un cadre pour continuer les projets après la phase d'exploration du sujet et de définition de la solution. Ce cadre peut être un programme d'accélération ou d'incubation du projet, une sortie en Spin-Off du projet avec une prise de participation de l'entreprise et un intéressement pour l'intrapreneur.
- Une méthode mise en place dans le projet qui facilite la médiation entre l'intrapreneur et les décideurs pour que le projet puisse être soutenu, arrêté ou recentré au bon moment.

Bénéfices des cellules innovations pour les entreprises

Les départements innovation sont depuis quelques années les successeurs des départements R&D, SI et de veille. Si leur rôle peut être complémentaire de ces services de l'entreprise, les cellules innovation ont pour objectif de structurer l'innovation et de l'accompagner partout où elle émerge.

Pour cela on peut identifier **4 grands rôles** pour ces acteurs :



Transformer l'organisation : En s'inspirant des startups et de l'état de l'art des méthodes de travail, les cellules innovation peuvent participer à digitaliser et à faire évoluer les approches de collaboration.



Acculturer et former les collaborateurs : Ce rôle permet à la cellule d'identifier des talents, de décentraliser l'innovation et de faire remonter des problématiques d'innovation.



Structurer l'innovation : Pour accompagner les collaborateurs et l'innovation, les départements innovation peuvent aider les innovateurs à trouver de ressources, des partenaires pour accéder à de la veille. Cela peut notamment passer par la structuration de programme d'open innovation ou de collaboration.



Incuber des projets : selon les ressources et les besoins, les départements innovation peuvent être amené à avoir comme rôle principal de porter ou d'accompagner les porteurs de projets au quotidien.

Le retour sur investissement

Les organisations prennent ainsi conscience de la multitude d'opportunités que représente l'intrapreneuriat pour leur structure tels que :

Le développement de l'innovation : l'intrapreneuriat stimule la créativité des collaborateurs et offre la possibilité de faire émerger de nouvelles idées sources de business pour l'entité.

L'engagement des collaborateurs : source de motivation tant professionnelle que personnelle, l'intrapreneuriat, permet de lier les membres d'une équipe autour d'un même projet. Les collaborateurs se sentent davantage impliqués dans un projet qu'ils portent.

Garantir l'image de marque : la mise en place d'une cellule innovation permet aux entreprises d'identifier les talents internes mais également attirer de nouveaux talents. Ces cellules permettent de cette manière à contribuer au bon fonctionnement de l'entreprise, renforcer son attractivité auprès des candidats, ainsi que développer l'image de marque employeur.

Bien que cette démarche présente plusieurs avantages tant pour l'entreprise que pour les collaborateurs, l'étude menée par Deloitte, vidao et cadremploi met en évidence plusieurs freins à l'intrapreneuriat :

25%

risques financier

23%

manque de temps

15%

peur de l'échec

Afin de pallier ces difficultés, exoflow a développé une méthode d'accompagnement dédiée aux intrapreneurs basée sur le design thinking...

Le Design Thinking pour les projets intraprenariaux

Le design thinking est une approche qui permet de donner un cadre aux intrapreneurs tout en leur donnant **des outils pertinents** pour créer des innovations. L'intégration du design thinking dans les projets intrapreneuriaux permet de :

Créer ou co-créer des solutions avec les utilisateurs. Cet investissement de la part des utilisateurs peut être variable, à différentes échelles et à différent degré d'implication. Cette relation est à définir en fonction de votre organisation, de vos moyens et de la nature de vos innovations. Il va renforcer ou confirmer la connaissance client de l'intrapreneur et lui permettre de valider ses hypothèses ailleurs que devant le CODIR.

Créer des concepts, produits, services qui sont intégrés à leur environnement et utiles pour leur utilisateurs.

Faire face à l'incertitude de notre monde numérisé, interconnecté et globalisé. En restant connecté au terrain et aux utilisateurs le projet se dote d'un critère de vérité externe à l'équipe projet ou l'organisation et qui peut guider ses décisions.

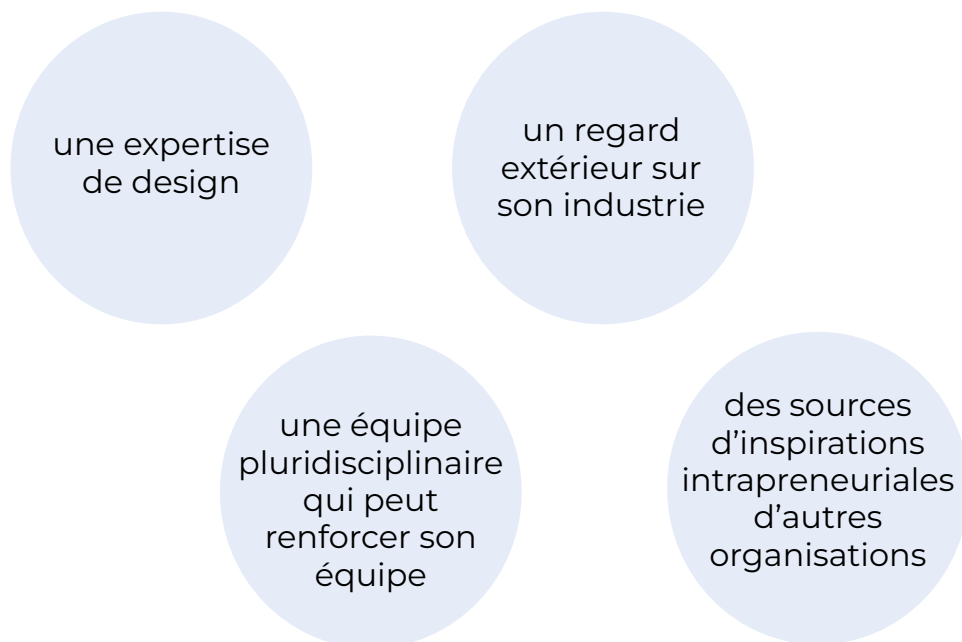


La méthode exoflow

Avant de lancer une démarche intrapreneuriale nous réalisons un diagnostic des enjeux, des rôles de chaque intrapreneur et des objectifs opérationnels. Afin de valider la meilleure mise en place des projets au niveau des départements innovation nous mettons en place des formations pour diffuser les bonnes pratiques de collaboration et la méthodologie du design thinking.

Si l'organisation a déjà identifié des intrapreneurs du fait de leur posture professionnelle ou leur expertise nous mettons souvent en place une formation par la pratique de nos méthodes. Cela permet de partir sur un terreau commun et basé sur l'écoute des besoins des utilisateurs et le design.

Une fois ces étapes réalisées nous pouvons selon les besoins mettre en place des sprints d'avancement durant lesquels nous co-créons les projets avec nos clients ou des ateliers en fonctions des besoins de l'intrapreneur afin de lui apporter :



Selon nos clients nous avons mis en place **des carnets de tickets donnant accès à des ateliers et à l'ensemble de nos prestations**. Ils permettent de rythmer le développement du projet aux moments clés et une certaine flexibilité sur l'accompagnement. En effet, en restant en toute transparence avec les départements, les intrapreneurs peuvent nous solliciter et gérer eux mêmes les ressources du projet au bon moment.

Cet accompagnement en design ou en méthodologie est complété de nos outils pour permettre aux intrapreneurs de matérialiser au mieux leurs objectifs et leur avancement.

Cette panoplie d'outils inspirés de ceux des designers et de leur approche a pour but **d'apporter un cadre adaptable aux équipes projets** qui doivent développer ou faire évoluer leur solution en accord avec les besoins de leur clients et du marché. Parmi nos clients l'intégration de cette méthode se fait à différents degrés que vous pouvez découvrir sur nos cas clients !

Cas client

Groupama - cellule innovation

Le design thinking et l'effectuation ont été structurés dans des programmes de lancement et d'incubation de projet d'innovation. La cellule a aussi pour but de diffuser cette approche et d'acculturer l'organisation en donnant des exemples et des masterclass, des sprints, ou en participant en tant que facilitateurs au sein de l'organisation. Un lieu dédié à même été créé en 2017 pour accompagner les projets dans un cadre favorisant la collaboration et l'ouverture : **le CREALAB**

CREA
LAB

- 7** intrapreneurs accompagnés
- 1** accompagnement de sortie en spin-off
- 1** espace dédié à l'innovation

Focus sur l'un des projets :

Accompagnement d'un projet drone sur la modulation des intrants et l'aide à la décision agricole. Projet permettant aussi de rendre des expertises sinistres climatiques agricole pour les grands comptes Groupama.

Nos réalisations :

- Réalisation des immersions terrains
- Définition des offres suite au pivot
- Accompagnement sur le design des offres et leur réalisation
- Design des prototypes avec l'équipe technique notamment des supports digitaux

10%

D'économies possibles
sur les apports polluants
d'azote

Les +

Un projet déjà reconnu par
les acteurs du drone

exo.expert



Groupama





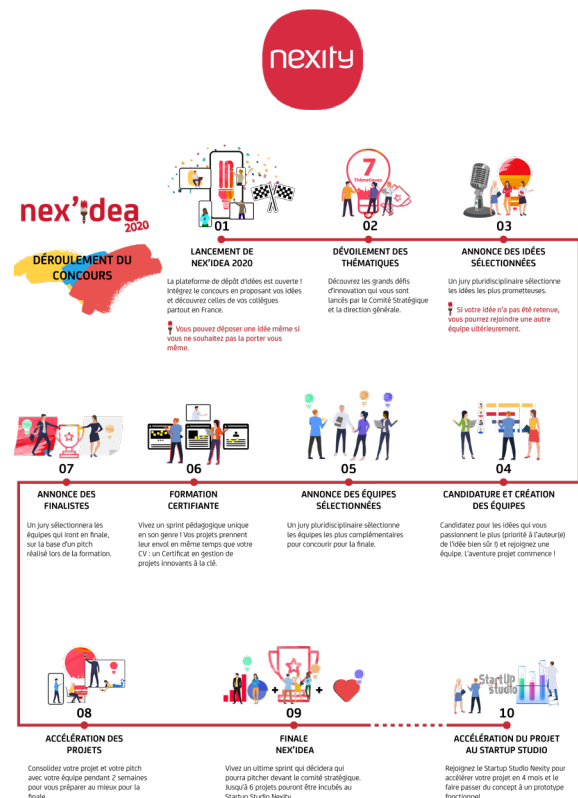
Cas client

Nexity - Startup studio

Dans l'optique de créer en interne des startups et projets d'innovation Nexity a fait du design thinking et de l'UX les méthodes de base pour accompagner les intrapreneurs dans le développement de leur idée. Les outils du design représentent des livrables pour le CODIR de l'entreprise qui, basé sur ces documents, leur permettent de prendre des décisions éclairées.

Afin d'identifier et de sélectionner les meilleurs porteurs / idées, un appel à projet sous la forme d'un concours d'innovation récompense et accompagne cette sélection et permet de mettre à l'épreuve tout en acculturant et formant les collaborateurs. Une grande quantité de contenus sur mesure a été créé pour dynamiser la démarche.

Les intrapreneurs de la promotion de 2020 ont été accompagnés au cas par cas suite à l'appel à projet afin d'être challengés sur leur cible, leur modèle d'affaire et les intérêts de leur solution pour l'entreprise.



113

idées récoltées au lancement du concours

20

collaborateurs sélectionnés pour intégrer l'incubateur

5

idées transformées en projet concret

”

L'accompagnement d'Exoflow a été pragmatique et force de propositions puisque la crise sanitaire nous a contraint à digitaliser l'intégralité des étapes et des formats à mi-parcours. Les objectifs fixés dès l'appel d'offre ont malgré ce contexte particulier tous été atteints.

Timothée Monod, Program Manager du Startup Studio Nexity, Nexity

Cas client

EDF - Lab AURA

Nous intervenons au sein du lab AURA sur l'accompagnement opérationnel des intrapreneurs, sur leur formation continue et sur l'organisation d'ateliers.

Les intrapreneurs sont sélectionnés par des concours d'innovation interne, par thématiques, via des programmes d'innovation spécifiques et sont accompagnés par les référents du lab et leurs prestataires.

Les projets peuvent être portés régionalement ou remonter au national via un programme d'accélération.

Ce sprint s'est déroulé sur deux jours consécutifs :

Jour 1

Constitution d'une équipe projet,
Formalisation du constat,
Rédaction de la problématique
Création des proto personas
Création des proto parcours utilisateur
Design du protocole d'enquête terrain

Les intrapreneurs d'origines retournent souvent à leur poste suite à la passation du projet.

Exoflow a animé le sprint EDF Pulse afin de :

- Créer un moment convivial et engageant pour constituer des équipes projets.
- Intégrer l'approche utilisateur aux projets.
- Créer des avant-projets viables, basés sur un besoin client spécifique.

Jour 2

Rapport d'étonnement
Analyse des données recueillies
Persona
Parcours utilisateur
GO/ No GO des hypothèses vérifiées sur le terrain
Etude de la concurrence
Etude du marché
Réflexion sur le business model canvas
Entraînement Pitch



12

projets accompagnés

1

espace dédié à l'innovation



A propos d'exoflow

Une équipe spécialiste du Design Thinking

Exoflow est un cabinet de conseil en innovation qui propose des ateliers d'accompagnement pour développer vos projets.

Nos ateliers sont fondés sur une méthode agile et de co-construction. Afin d'être réactif et efficace nous mettons l'humain au centre de nos démarches tant à travers l'analyse de vos clients qu'à travers la collaboration avec les membres de votre organisation.

Spécialiste du design thinking, nous avons adapté cette méthode aux projets intrapreneuriaux afin de proposer un **accompagnement sur mesure** pour chacune des phases du projet.



Romain Lyonnet
CEO et consultant

[Contacter un expert](#)

Notre méthode



Lab

Transformer l'idée en projet
en 6 semaines



Boost

Transformer le Proof of
concept en Minimum viable
product
en 8 semaines



Launch

Attaquer le marché du
Minimum Viable Product à
l'industrialisation
en 12 semaines



exoflow



exoflow

www.exoflow.fr

