

## Cours Techniques de communication\*

Niveau : 3<sup>ème</sup> année licence SIC

(Sections 1 et 2)

Chargée de cours : Mme. IHDENE

### Les phases d'un brainstorming (suite)

Nous avons évoqué dans le précédent support pédagogique le rôle de l'animateur d'un brainstorming, le rôle du secrétaire et le rôle des participants. Dans ce support nous allons expliquer les étapes à suivre pour organiser une session de brainstorming.

#### Première étape : constitution du groupe

Le groupe ne doit pas être trop grand (12 personnes maximum, ni trop petit, idéalement 6 à 8 personnes.

Choisir une « Bonne équipe » : des personnes 1. Ouvertes à l'échange d'idées 2. Complémentaires – spécialités différentes 3. Qui se connaissent + quelques nouveaux venus.

Problèmes possibles dans le groupe : Incompatibilités entre participants, présence d'un « chef » « responsable » risque d'intimider les participants.

Une fois le groupe est constitué, il reste à arriver à rassembler ces personnes, au bon moment, dans un endroit calme, muni d'outils de travail adaptés.

#### Deuxième étape : cadrage et définition de la question de départ

Lors de la réunion, après avoir « brisé la glace »\*\*, l'animateur doit cadrer le sujet : c'est-à-dire définir clairement le sujet ou le problème posé.

Le sujet doit être : **Claire** : comprise par les participants, **Utile** : intérêt d'y passer du temps, **Réaliste** : par rapport aux moyens (temps, compétences...)

---

\* La bibliographie vous a été communiquée lors de notre première séance.

\*\* **brisé la glace** : faire le premier pas, rompre sa timidité naturelle et parler le premier à une personne, à un groupe ; cela permettra des conversations plus productives et plus agréables.

Apporter de la documentation, des photos, des échantillons...

N.B : dans cette étape l'animateur doit se mettre d'accord avec le participants sur le temps à consacrer pour chaque phase du brainstorming.

Ex. : 3h au total dont : démarrage 30 minutes, collecte d'idées 1h min, tri/sélection 1h30 min.

Exemple d'un problème de brainstorming : comment peut-on faire connaitre notre produit ?

Mieux le thème est cadré, plus la collecte d'idée sera efficace...

### **Troisième étape : collecte des idées**

Cette étape est d'une grande importance, elle consiste à susciter le plus grand nombre possible d'idées, pour ce faire le groupe de travail doit respecter les règles du brainstorming :

- Il est interdit de critiquer (suspension du jugement).
- Le jugement des idées se fait à la phase suivante (principe du jugement différé).
- Toutes les idées s'acceptent.
- Ici on appuie l'originalité, principalement des idées plus extravagantes.
- Pas de limite à l'imagination.
- Quantité sur Qualité (le maximum d'idées).
- Idées et situations reproduisent plus d'idées et situations, produisent une quantité majeure de matériel pour travailler (fertilisation croisée-le rebond systématique sur les idées des autre).
- Chaque idée doit être écrite avec les mots de l'auteur, l'enregistrement doit rester visible à tous.

### **Le rôle de l'animateur dans cette étape :**

**Facilitateur**, il s'assure que le processus se déroule de manière optimale.

L'animateur peut intervenir : pour relancer si le processus ralentit (procédés de créativité) pour éviter que des personnes fassent des apartés. Il recadre si on s'éloigne trop de la question de départ.

## Facteurs-clés de succès

1. Il faut que les participants prennent leur rôle au sérieux : spontanéité ≠ anarchie
2. Le groupe ne doit pas être dominé par quelques personnes (méthode du tour de table).

## Quatrième étape : sélection de solution(s) applicable(s)

Lorsque le processus de collecte est terminé (plus de nouvelles idées ou plus de temps...), le groupe de travail va passer au classement des idées : selon leur pertinence ? Valeur relative ?

Deux points sont à fixer : 1) **Des critères de sélection** (qu'est-ce qu'une bonne idée ?) 2) **La méthode de sélection** (comment procède-t-on?).

### 1. Critères de sélection :

**a. Critères de qualification** : revenir à la question de départ et éliminer ce qui est « hors de propos ».

**b. Critères de qualité** : ils permettent de départager les idées qui restent en fonction de critères **Génériques** : courants : rapidité/facilité de mise en place, efficacité, coût/efficacité ... **Spécifiques** = stratégie : idées liées à la stratégie de l'entreprise.

### 2. Méthode de sélection :

Quelques démarches possibles : 1. **Voter** (chacun le même nombre de voix/points) 2. **Consensus** (Discuter) 3. **Verrou** (une seule personne s'oppose = idée bloquée) 4. **Méthodes à deux stades** (présélection, shortlist).