

Les méthodes créatives

Les méthodes créatives

La créativité n'est pas un don ! Tout le monde peut être créatif. Il suffit de savoir : écouter, associer, ne pas juger et être spontané. De ce fait, il est possible de mettre en place des techniques managériales qui développent l'initiative et favorisent l'apparition de porteurs de projets.

Dans cette partie nous mettons à votre disposition un ensemble de méthodes qui nous ont paru pertinentes pour susciter la créativité mais il existe aussi d'autres méthodes qui méritent sûrement qu'on s'y attarde davantage. De plus, toutes ces méthodes ne sont pas à prendre séparément. Il est fortement recommandé de coupler une méthode avec une ou plusieurs autres.

Avant de présenter les différentes méthodes, il convient de revenir sur l'**échauffement** à faire avant une séance de créativité. L'échauffement est important car il permet de mettre à l'aise les participants et de mobiliser l'énergie nécessaire à la créativité. Ainsi, on peut dire qu'un échauffement est un exercice vital à toute séance de créativité.

Les principaux moteurs de l'innovation :

- Avoir une volonté sincère
- Cultiver la transversalité, décloisonner les fonctions et échanger
- Suspendre le jugement
- Viser la qualité par la quantité
- Oser chercher les idées inédites, surprenantes
- Combiner, associer les idées entre elles, être spécifique
- Pratiquer la culture de la diversité
- Sensibiliser le plus grand nombre
- Motiver les personnes pour mieux développer les effets de synergie
- Communiquer, montrer l'exemple
- Dédier des lieux différents aux réunions de recherche d'idées
- Former les personnes motivées, quelque soit leur niveau hiérarchique
- S'inspirer et faire circuler l'inspiration
- Développer les réseaux
- Etablir un point d'ancrage ? un individu qui attisera de nouvelles idées et qui s'en occupera
- Interroger ses clients
- Observer ses clients utiliser (ou mal utiliser) son produit
- Etudier les dossiers de brevets et le journal officiel de manière régulière
- Rendre visite à des chercheurs et à des universités clés. Songer à réserver à l'avance les services de plusieurs chercheurs universitaires
- Instaurer un mécanisme de suggestion de nouveaux produits au sein de son entreprise
- Tout noter
- Passer à l'action avec ces idées ? ne pas les laisser dormir dans un coin

A noter que pour optimiser la démarche créative, il est vivement conseillé d'intégrer les clients (surtout eux), usagers et fournisseurs à la démarche. On peut aussi communiquer avec des détaillants et distributeurs éventuels.

En savoir plus :

- Intégrer la créativité au sein de l'entreprise : www.perspectives.qc.ca
- La sérendipité est, en entreprise, l'exploitation d'une créativité accidentelle causée par les circonstances, la chance, une maladresse, une erreur. Il faut un esprit préparé et une capacité d'exploitation : www.intelligence-creative.com
- Le cahier de laboratoire : erwan.neau.free.fr
- La créativité collective, pour trouver des idées et des solutions inhabituelles : www.perspectives.qc.ca
- Dix idées pour innover : erwan.neau.free.fr
- Capturer les idées : www.petillant.com
- Les cercles de qualité : www.iaat.org
- Et si l'entreprise suscitait la créativité des salariés ? www.anact.fr