

Astuce de MD

Comment évaluer les nouvelles idées – avec la méthode Disney!



Nous connaissons tous ces phrases-massues qui étouffent dans l'œuf toute nouvelle idée: «C'est beaucoup trop cher», «Ce n'est pas réalisable» ou encore «Nous n'avons encore jamais agi de la sorte». Comment abandonner ces états d'esprit, éviter les phrases qui tuent et évaluer les idées avec neutralité? Walt Disney utilisait pour cela une méthode de jeux de rôles reposant sur trois points de vue: ceux du «rêveur», du «réaliste» et du «critique».

Des idées plus futées, voilà l'élixir de vie

Dans beaucoup d'entreprises, les réunions d'idées se passent toujours de la même manière. Aucune nouvelle perspective sur les problèmes, aucun courage de s'aventurer sur de nouvelles voies. Et si nouvelle idée il y a, elle est immédiatement écartée, soit parce qu'elle ne vient pas des «bonnes» personnes, soit parce que l'on redoute la surcharge de travail qu'implique toute nouveauté. Conclusion: les choses restent telles qu'elles sont, bien que la pression à atteindre le succès soit grande et qu'il est dangereux de se reposer sur ses lauriers. Or, ce n'est qu'en évoluant que l'on peut exister à long terme sur le marché. Ou, comme le disait Henry Ford: «A faire toujours la même chose, on obtient toujours la même chose».

Les trois «chaises de réflexion» de la «méthode Disney»

Lorsque le père de Mickey était arrivé au bout de ses idées, il faisait appel à un système éprouvé. Il plaçait trois chaises l'une à côté de l'autre, qui lui fournissait chacune une perspective différente. La chaise n° 1 était pour le rêveur, la n° 2 pour le réaliste et la n°3 pour le critique qui étaient en lui. Walt Disney répartissait l'évaluation des idées sur plusieurs phases, chacune strictement distincte des autres. Par exemple, le rêveur a toujours des pensées positives. Le réaliste, lui, se concentre sur les questions qui doivent être éclaircies: combien coûterait la réalisation de l'idée? Quelles sont les étapes nécessaires? Puis vient le critique, qui vérifie si l'idée comporte des dangers. Attention: il ne s'agit pas ici de «démonter» l'idée, mais uniquement d'en identifier les risques. En passant d'une chaise à l'autre, Walt Disney abandonnait de manière tout à fait consciente son point de vue précédent.

Des chances équitables pour chaque idée

Etant donné que ces trois points de vue sont parfaitement isolés, toute objection inconsciente et perturbante est évitée. Combien de fois les propositions judicieuses se brisent sur des sentiments souterrains comme la fierté, l'envie ou une opinion personnelle? La méthode Disney permet de surmonter ces obstacles. Il n'y a pas ici celui qui présente l'idée et celui qui la critique: tous cherchent ensemble à en faire ressortir les avantages. A la fin, on procède à un changement de perspective ciblé, et toute l'équipe essaie d'isoler les points faibles de l'idée. Chaque idée a ainsi une chance équitable de passer. Le résultat obtenu est neutre, car fruit d'une réflexion collégiale.

Un exemple pratique

Un fournisseur d'énergie souhaite faire évaluer l'idée d'un manuel gratuit d'économie d'énergie qu'il compte proposer sur sa page d'accueil et annoncer via Newsletters. Les participants à la cellule de réflexion se placent d'abord sur la chaise du rêveur. Voici leurs arguments:

- «Cette idée attire un grand nombre de nouveaux clients.»
- «Les clients sont séduits par le sérieux du conseil et la plus-value proposée.»
- «Nous acquérons beaucoup de nouvelles adresses.»
- «Le client parle des conseils que contient le manuel, ce qui engendre un bouche-à-oreille favorable.»

Tous les avantages possibles sont mentionnés et notés. Lorsqu'il est impossible d'en trouver d'autres, les participants se placent sur la chaise du réaliste, dont voici les questions et arguments:

- «Combien ça coûte?»
- «Qui va se charger de la rédaction du manuel?»
- «Quel sera le tirage de ce manuel d'économie d'énergie gratuit?»

A ce stade, tout le monde cherche les informations manquantes et établit une liste des choses à faire au cas où l'on en viendrait à la réalisation. Enfin, l'équipe entière s'assied sur la chaise du critique. Cette fois, il ne s'agit pas de trouver des arguments; on ne parle que des dangers réels, sans s'occuper du reste.

Conclusion

Ce net changement de perspective permet de vérifier systématiquement les avantages et inconvénients de chaque idée, sans affrontement d'opinions qui empêcherait de trouver une solution. Chaque collaborateur s'assied sur chaque chaise et évalue l'idée avec objectivité et réalisme. Comme tout le monde joue un rôle, cela rend la discussion plus ouverte que si chacun restait «lui-même ou elle-même». A la fin, le groupe décide, soit de poursuivre l'idée, soit d'en examiner une nouvelle.

Source: www.textakademie.de, auteure: Claudia Bayerl

Pour plus d'informations: www.poste.ch/directpoint.

La Poste Suisse
PostMail
Marketing direct
Viktoriastrasse 21
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.poste.ch/directpoint