

GLOSSAIRE

ART DIRECTION

La direction artistique consiste à créer une vision et à assurer la cohérence de l'ensemble des éléments de communication destinés au public. Le directeur artistique donne des indications aux différents intervenants (designers graphiques, photographes, vidéastes, etc.) pour traduire la vision en idées, concepts, messages et images. Cette compétence est généralement déployée dans le domaine de la communication visuelle.

BRANDING

Le branding est l'activité qui consiste à gérer l'image des marques d'une entreprise. L'objectif du branding est de créer un lien émotionnel et relationnel entre l'entreprise et ses clients par le biais de sa stratégie de communication et par la cohérence, notamment visuelle, de ses différents produits (produits, services, emballages, etc.) et moyens de communication (catalogues, publicités, etc.).

CO-CRÉATION

On parle de co-création lorsqu'il s'agit de créer et de développer le projet en collaboration avec plusieurs parties prenantes du projet, notamment avec les utilisateurs potentiels.

DÉLIVRABLES

Les livrables sont les éléments définis dans le contrat de design qui doivent être créés et livrés par le designer au client, à chaque étape du projet.

DESIGN

Le mot design vient du latin designare (« marquer, indiquer, décrire, concevoir ») qui possède un double sens : l'idée et sa représentation. Le mot design est donc un terme générique qui signifie à la fois dessein et dessin, ce qui représente assez bien l'activité du designer qui consiste à imaginer un artéfact (dessein) et à le communiquer (dessin). Le mot design s'est forgé au fil du temps et est compris aujourd'hui comme l'activité consistant à explorer des problèmes et à trouver des solutions destinées aux utilisateurs en intégrant les dimensions artistique, technique, économique et sociale.

→ [voir le tutoriel « Qu'est-ce que le design ? »](#)

CONCEPT DESIGN

Le concept design est la représentation sous la forme d'esquisses, de maquettes, de modélisations ou de dessins, d'une idée du futur produit/service intégrant les principes et détails clés du projet.

BRIEF DESIGN

Le brief design, également appelé cahier des charges, est un document de référence qui résume les informations nécessaires à la réalisation d'un

GLOSSAIRE

projet de design. Il permet de poser les bonnes questions afin de définir au mieux les objectifs du mandat. Ce travail de définition est essentiel au début du projet pour comprendre le service attendu par l'entreprise et le champ d'action du designer. Tout projet de design doit préciser le contexte du projet, les acteurs, les contraintes, le problème traité et les objectifs à atteindre. Un cahier des charges de qualité améliore l'efficacité de la collaboration entre l'entreprise et le designer et la pertinence des solutions que celui-ci propose.

→ voir l'outil « [Brief design](#) »

DESIGN MANAGEMENT

Le design management est une activité qui a pour but d'implanter et de pérenniser l'ensemble des activités du design au sein d'une entreprise en prenant en compte les objectifs de l'entreprise, ses processus de management et la disponibilité des ressources. Le design manager définit la mission et les objectifs des activités de design pour soutenir la stratégie et la croissance de l'entreprise.

DESIGN THINKING

On appelle Design thinking un processus de conception qui place l'humain au centre de la réflexion. Cette approche est souvent utilisée en innovation pour résoudre des problèmes complexes en prenant en compte les besoins des utilisateurs. Les solutions sont imaginées en équipes multidisciplinaires afin d'intégrer les questions liées à la viabilité, à la faisabilité et à la désirabilité du produit ou service attendu.

La méthode s'appuie sur la pratique du designer (d'où son nom) et fait appel à l'empathie envers les utilisateurs pour poser la bonne problématique, la créativité pour développer des solutions originales, le prototypage pour faciliter la communication et le test pour s'assurer que le produit ou service développé est significatif. Ce mode de pensée, commun à toutes les disciplines du design, permet d'explorer tant les problèmes que les solutions.

DESIGNER GRAPHIQUE

Le designer graphique est un spécialiste de la communication visuelle. Il aide l'entreprise à traduire ses messages, ses valeurs et son identité sur différents supports, physiques ou numériques, fixes ou animés (affiches, flyers, catalogues, livres, sites web, applications pour smartphones, etc.). Dans le cadre de l'élaboration de ses projets, il utilise divers éléments graphiques (illustrations, caractères typographiques, photographies, etc.) pour promouvoir, informer ou éduquer.

→ voir le tutoriel « [Qu'est-ce que le design ?](#) »

DESIGNER D'INTERACTION (UX/UI)

Le designer d'interaction se focalise sur le développement de produits

GLOSSAIRE

et services numériques (sites web, plateformes, applications pour smartphones, etc.). son rôle est de définir l'architecture, les caractéristiques fonctionnelles et formelles et les interactions des dispositifs numériques qu'il conçoit. Son objectif est de créer une relation harmonieuse avec les utilisateurs, en créant des expériences simples et significatives, adaptées au contexte d'utilisation du produit ou du service concerné.

→ voir le tutoriel « Qu'est-ce que le design ? »

DESIGNER INDUSTRIEL

Le designer industriel est le spécialiste de la création d'objets. Il participe à l'amélioration des produits existants, conçoit de nouveaux produits ou anticipe les besoins futurs en réalisant des projets prospectifs. Il est appelé à travailler sur des objets de consommation courante (produits électroniques, matériel de cuisine, etc.), des produits d'équipement (meublier urbain, machines-outils, etc.) ou des accessoires (éclairage, objets de décoration, etc.). Dans le cadre de ses projets, il respecte les exigences fonctionnelles, techniques et économiques tout en veillant à l'esthétique de ses créations.

→ voir le tutoriel « Qu'est-ce que le design ? »

ENTREPRENEUR

L'entrepreneur est celui qui exploite de nouvelles opportunités pour créer une entreprise, souvent avec une forte prise de risque. Dans un sens plus large, on utilise le terme d'entrepreneur pour toute personne qui expérimente de nouvelles idées et développe des projets.

EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Développé par Donald Norman, le terme « expérience utilisateur » est souvent associé à la discipline de la conception numérique et fait référence à chaque aspect de l'interaction de l'utilisateur avec le produit, le service ou le système. Il se concentre sur l'utilité, la convivialité et l'efficacité des interactions et prend en considération les questions d'esthétique, de psychologie ainsi que les aspects techniques. Dans l'univers du produit industriel, on utilise le terme d'expérience utilisateur pour définir l'émotion que le produit procure à l'utilisateur à chaque étape de son utilisation

FOCUS GROUPE

Le focus groupe est une séance de discussion regroupant des consommateurs ou utilisateurs potentiels afin d'étudier leurs réactions et comportements face à une proposition ou une offre nouvelle.

→ voir le tutoriel « Test utilisateur »

IDENTITÉ

L'identité est l'ensemble des éléments visuels qui expriment le caractère

GLOSSAIRE

et les valeurs d'une entreprise. L'importance croissante de l'identité visuelle reflète la progression des valeurs émotionnelles dans la culture contemporaine.

INNOVATION

Une innovation est une invention qui répond à un marché, contribue à l'évolution de la société et crée une valeur économique et sociale. On distingue 3 types principaux d'innovation :

- l'innovation incrémentale, qui peut être assimilée à de l'amélioration continue et consiste à améliorer le produit existant d'une entreprise
- l'innovation adjacente, qui fait évoluer le produit pour toucher de nouveaux marchés.
- l'innovation radicale, qui invente une nouvelle catégorie de produits, bouleverse le marché actuel ou crée un nouveau marché.

MAQUETTE

Une maquette est une représentation réaliste du produit (3D) ou du service (2D) que l'on développe. Elle permet d'évaluer les fonctions fondamentales, l'ergonomie ainsi que les qualités visuelles.

→ voir le tutoriel « Prototype »

MARQUE (BRAND)

C'est la manière dont les gens perçoivent votre entreprise et ce à quoi vos clients s'identifient en achetant vos produits. La construction d'une marque doit tenir compte du branding et de l'identité véhiculée.

MOODBOARD

Un moodboard s'utilise dans les premières phases d'un projet et permet au designer d'illustrer l'univers du produit/service et d'en définir le langage esthétique. Il se compose d'images de référence montrant des matériaux, des couleurs, des objets, des détails ou des atmosphères. Il peut être utile pour transmettre des idées et ajuster la vision de tous les acteurs du projet.

MVP (Minimum Viable Product)

Le produit minimum viable est la version minimale d'un produit qui peut être acceptée par un utilisateur. Il est utilisé dans les méthodes agiles pour tester les caractéristiques principales, l'utilisation et l'intérêt du produit. Les nombreuses itérations du MVP permettent d'affiner le produit avant la mise sur le marché de la version définitive.

→ voir le tutoriel « Prototype »

PRÉMAQUETTE

Il s'agit d'une représentation simplifiée d'un produit 3D pour montrer la composition, les volumes et les proportions de l'objet en vue de valider sa forme et son apparence générales. Elle peut être réalisée en peu de temps

GLOSSAIRE

avec des matériaux simples tels que le papier, le carton, le polystyrène ou le bois.

→ voir le tutoriel « Prototype »

PROTOTYPE

Le prototype est un premier modèle parfaitement fonctionnel du produit ou du service qui permet de réaliser des tests approfondis tant techniques que d'utilisation. Il permet de démontrer ou de valider son concept et/ou ses hypothèses. Le prototype est une étape essentielle pour garantir la pertinence du produit pour les utilisateurs. Il réduit les risques de rejet par le marché et permet de contenir les coûts de développement.

→ voir le tutoriel « Prototype »

USP

L'Unique Selling Proposition (USP) est l'élément clé de la différenciation du produit/service par rapport à la concurrence. Elle vous aide à convaincre le client d'acheter votre produit et est également décrite comme la principale promesse de votre offre.

→ voir le tutoriel « Prototype »

UTILISABILITÉ (Usability)

L'utilisabilité définit si les caractéristiques d'un produit ou d'un service sont faciles et agréables à utiliser et correspondent aux objectifs précis que veulent atteindre les utilisateurs. Nielsen Norman définit 5 critères de qualité :

- Facilité d'apprentissage : Dans quelle mesure est-il facile pour les utilisateurs d'accomplir les tâches de base dès la première fois qu'ils rencontrent le produit ?
- Efficacité : Une fois que les utilisateurs ont appris à utiliser le produit, à quelle vitesse peuvent-ils accomplir les tâches ?
- Mémorisation : Après une période prolongée de non-utilisation, comment les utilisateurs peuvent-ils retrouver facilement leurs compétences ?
- Erreurs : Combien d'erreurs les utilisateurs commettent-ils, quelle est la gravité de ces erreurs et avec quelle facilité peuvent-ils les dépasser ?
- Satisfaction : L'utilisation du produit est-elle considérée comme agréable ?

→ voir le tutoriel « Test utilisateur »

SCALABILITÉ (Scalable)

Ce terme désigne le changement d'échelle d'un projet pour augmenter la capacité de la production et adapter une charge de travail à un nombre croissant de clients.

GLOSSAIRE

STARTUP OU START-UP

La startup se distingue des autres entreprises par sa volonté de croître rapidement et son souhait de développer des produits ou services innovants pour révolutionner un marché. L'innovation développée n'est pas nécessairement associée aux nouvelles technologies, mais utilise des compétences et connaissances de pointe pour se différencier.

→ voir le tutoriel « [Qu'est-ce qu'une startup ?](#) »
