

Déjeuner Qualité – Créativité & Qualité – 18 juin 2015.

En Qualité, comme en Créativité, les clients sont au centre des préoccupations.

Qualité & Créativité : deux disciplines complémentaires ; la première apportant la rigueur à l'anarchie créative provoquée par la seconde.

La **Qualité**, c'est :

- Une exigence du **client**, qui attend d'un produit qu'il soit performant, adapté à ses besoins, fiable et disponible lorsqu'il en a besoin.
- Rechercher la meilleure réponse à un problème clairement défini = la pensée convergente

Le management de la Qualité, c'est :

- Surveiller le marché, les produits.
- Prévenir les erreurs afin de réduire les coûts de non qualité.
- Se conformer aux exigences légales des produits.
- Fidéliser et acquérir des clients.

La **créativité**, c'est

- Générer des solutions (idées qui résolvent un problème) originales (jamais vues), efficaces pour résoudre un problème bien posé (bien cerner le problème) = la pensée divergente.
- Relever un défi créatif, c'est une exigence du **marché**. L'organisation, pour perdurer, doit prendre conscience des sources d'insatisfactions (de ses clients, fournisseurs, de son personnel) et imaginer les évolutions futures de ses produits et services, compte-tenu de ces insatisfactions. L'organisation est donc en état de veille permanent.

Le management de la créativité et de l'innovation, c'est :

- S'éloigner de l'objet analysé, sortir du cadre, lâcher prise.
- Chercher à remplir les mêmes fonctions avec des éléments de natures très différentes.
- Rechercher une véritable mutation.

Concevoir un **produit** (rupture) → imaginer un **marché** (vision prospective) → adapter un **outil** → stimuler **l'équipe** (faire travailler l'imaginaire collectif).

Force entre Qualité et Créativité : méthode identique

- **Qualité** : Plan (planifier), Do (mettre en œuvre), Check (vérifier), Act (corriger).
- **Créativité** : Poser le problème (clarifier), Générer les idées (générer), Rechercher les concepts (développer), Préparer l'action (implémenter).

Toujours partir d'un problème préalablement posé (outil Ishikawa) et tenter de comprendre pourquoi nous n'arrivons pas à résoudre ce dilemme (outil 5 pourquoi). Développer des partenariats : instaurer des relations (co-crée, co-fabriquer – co-exporter).

Lien entre créativité et innovation ?

- **Créativité** = idée / réflexion qui permet au qualiticien qui « tourne en rond » de sortir de son dilemme.
- **Innovation** = mettre sur le marché l'idée qu'on aura généré = concrétisation de l'idée.

En quoi les méthodes des créatifs peuvent-elles être utiles aux qualiticien ?

- Créativité donne une autre impulsion au management (co-création)
- Apprendre à solutionner le problème en se mettant dans une autre dimension (Trigger card)
- Connexions forcées pour obliger le cerveau à susciter des idées, sortir de sa zone de confort et produire des idées.
Exemple : Ne pas demander « construis un vase », mais « conçois quelque chose qui permette aux gens de profiter de fleurs dans leur intérieur ». La réflexion et donc la production d'idées seront plus riches.
- Intelligence collective qui se met en place : il est temps de réfléchir autrement, pour gérer des problèmes récurrents malgré les démarches qualité.

Pour qu'une réflexion créativité fonctionne :

- Un point essentiel pour qu'une démarche de créativité fonctionne, c'est de veiller au développement d'espaces de libertés (de vrais espaces, physiques !), un local, une salle disposée et propice à la créativité, équipée de matériel didactique adapté en fonction des métiers. Veiller à pouvoir laisser le dispositif en place, pour permettre d'y revenir, en permanence (divergence / convergence : j'ai solutionné le problème mais j'y reviens). Une pièce dédiée au projet, où on a le droit d'y dire ce qu'on pense, un espace dédié à la rencontre entre le coté réel et imaginaire. En créativité, émotion et imaginaire sont un chemin à explorer.
- Les démarches de Créativité fonctionnent dans des petites entreprises (déjà à partir de 7 personnes).
- Arrêter l'activité pour la réflexion créativité est une décision managériale, d'où la nécessité d'avoir l'adhésion du manager et d'être soutenu par la direction dans cette démarche.
- S'ouvrir sur l'extérieur – nécessité de transversalité, voir ailleurs pour trouver des idées
- S'intéresser aux techniques lointaines de nos secteurs d'activités (benchmarking d'autant plus productif quand on va dans des univers complètement différents.
- Former des gens déjà ouverts/réceptifs.
- Constitution d'un *Commando créatif* constitué de plusieurs « profils » dans le but de créer une complémentarité de groupe :
 - *Clarificateur* : ordonné, besoin de connaître
 - *Idéateur* : imaginatif
 - *Développeur* : analyse, construit, rebondit, pragmatique
 - *Réalisateur* : persévérant, axé solution, concret, actifET
- Ressources extérieures : fournisseurs, sous-traitants, ... car il faut un peu de tous les 4 rôles. Chaque personne a un peu les 4 côtés, mais un rôle plus prépondérant.

C'est grâce à la discipline du qualiteux que la créativité fonctionne. Concrètement, les revues de direction contribuent à faire pérenniser les démarches de créativité : faire remonter les informations, valider les idées, obtenir l'accord de la direction, féliciter les équipes,... pérenniser les démarches !)