

---

# Sommaire

<b>Avant-propos</b> .....	<b>xi</b>
<b>Introduction à l'édition française</b> .....	<b>xiii</b>
CHAPITRE 1	
<b>Qu'est-ce qu'un jeu ?</b> .....	<b>1</b>
L'évolution de l'univers de jeu	3
Le jeu d'entreprise	4
Des buts imprécis	5
Conception des jeux	9
CHAPITRE 2	
<b>Les dix points essentiels du gamestorming</b> .....	<b>17</b>
1. Ouverture et finalisation	17
2. Allumage	19
3. Artefacts	19
4. Réalisation d'atomes	20
5. Univers de référence	22
6. Esquisses et réalisation de modèles	24
7. Hasard, renversement, recadrage	25
8. Improvisation	26
9. Sélection	27
10. Nouvelles tentatives	28
CHAPITRE 3	
<b>Les principales composantes du gamestorming</b> .....	<b>29</b>
Poser des questions	29
Créer des artefacts et un univers de référence	34
Utiliser le langage visuel	41

Improvisation	51
Pratique	53
CHAPITRE 4	
<b>Jeux</b> .....	<b>55</b>
Le cadre des 7 P	56
Bodystorming	58
Le tri par cartes	60
Le vote par points	62
La carte d'empathie	64
Le classement forcé	66
La méthode du post-it	68
Le story-board	70
Qui fait quoi ?	73
CHAPITRE 5	
<b>Jeux d'ouverture</b> .....	<b>75</b>
Le brainstorming 3-12-3	76
L'anti-problème	78
Le brainwriting	80
Le schéma contextuel	82
En couverture !	85
Dessiner le problème	88
Le bocal à poissons	90
L'analogie forcée	93
Le jam graphique	94
La technique didactique de production d'idées	96
La frise chronologique	98
Image-ination	101
Le réseau social low-tech	103
Mission impossible	105
Le brainstorming par les objets	107
Pecha Kucha (ou Ignite)	109
Le programme camembert	110
La création d'affiches	112
Session « pre-mortem »	115
Montre et raconte	117
Montre-moi tes valeurs	119

L'analyse des parties prenantes	122
Le spectre des opinions	125
Les cartes d'échange	128
L'ordre du jour visuel	130
Bienvenue dans mon monde	132

## CHAPITRE 6

<b>Jeux d'exploration</b> .....	<b>135</b>
Les 4 C	136
Les 5 pourquoi	139
Le tri par affinités	142
L'atomisation	145
La zone aveugle	147
Élaborer une check-list	149
Le Business Model Canvas	151
Le jeton	153
Le feu de camp	154
Les cartes de défi	156
Client, employé, partie prenante	157
La fabrique de la boîte	159
Faire, refaire et défaire	162
L'elevator pitch	164
Le consensus à cinq doigts	168
La volte-face	169
L'analyse du champ de force	172
La matrice des acteurs	175
Esprit, main, cœur	177
Aidez-moi à comprendre !	179
Refaites le monde	182
Le mood board	184
Open Space	186
Le pour et le contre	188
L'argumentaire	190
Le produit Pinocchio	192
Chemin à suivre	199
La matrice RACI	201
Vert contre rouge	203
Le hors-bord	204

Le SQUID	206
Suivre un processus de bout en bout	208
L'analyse SWOT	210
La synesthésie	214
Les jetons de parole	215
La chaîne de compréhension	216
Cartographie des valeurs	219
Le cercle vertueux	221
Le glossaire visuel	223
Le magicien d'Oz	225
Le World Café	226

## CHAPITRE 7

<b>Jeux de finalisation</b> .....	<b>229</b>
Le test des 100 euros	230
La vision parfaite	232
Ethos, logos, pathos	235
Le plan d'action graphique	236
La matrice effort/impact	239
Le mur des souvenirs	240
Le test NUF	242
« Tailler » l'avenir	245
Commencer, arrêter, continuer	247
La matrice Qui / Quoi / Quand	248

## CHAPITRE 8

<b>Le gamestorming à l'épreuve des faits</b> .....	<b>251</b>
Imaginer un univers : la BetaCup	251
Jeu n° 1 : la création d'affiches	252
Jeu n° 2 : la promenade	253
Jeu n° 3 : tangibilité	254
Jeu n° 4 : le bodystorming	254
Les résultats du gamestorming	255