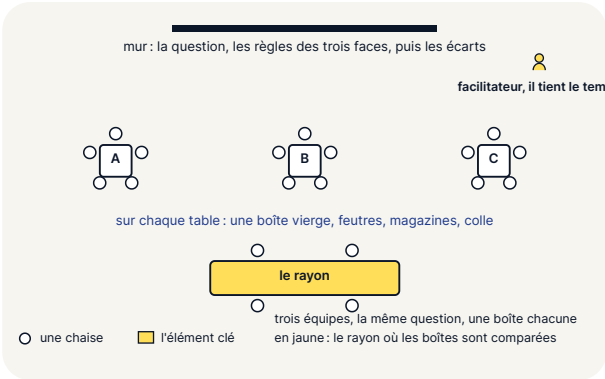


Product box

La product box fait fabriquer à une équipe la boîte de son projet, comme s'il se vendait en rayon : un slogan, trois arguments, et les désaccords sortent.

Durée : 1 h à 2 h	Participants : 5 à 30 personnes	Facilitateurs : 1 pour 20 à 30 personnes, en sous-groupes de 4 à 6
Niveau : Intermédiaire	Format : présentiel, distanciel	Matériel : une boîte en carton vierge par sous-groupe, des feutres de couleur, des magazines à découper, des ciseaux, de la colle, des gommettes, un appareil photo pour garder chaque face
Origine : Luke Hohmann, Innovation Games, 2006		
QUAND NE PAS L'UTILISER		
- la décision est déjà prise en coulisses - la réponse dépend d'une expertise, pas d'un choix collectif		- un conflit entre personnes bloque l'équipe - vous n'avez pas le temps de débriefer

Votre question unique : _____



Fiche de salle : en bref, déroulé, ce que vous dites, pièges. Préparation, questions fréquentes et adaptations : version complète en ligne, adresse en pied de page.

Le déroulé de la product box, minute par minute

Ce déroulé est calé sur 15 personnes, trois sous-groupes de cinq, un facilitateur, 105 minutes. Adaptez les durées, jamais celle du débrief.

TEMPS	CE QUI SE PASSE	CE QUE FAIT LE FACILITATEUR
0 à 10 min	Cadre : la question, les trois faces et leurs règles, qui décide de la suite	Lit la question deux fois, montre une boîte vierge, écrit les règles des faces au mur
10 à 15 min	Sous-groupes : trois équipes de cinq, mélangées, une boîte et le matériel chacune	Compose les équipes à l'avance, sépare les binômes habituels
15 à 50 min	Fabrication : face avant, puis côtés, puis dos	Tient le temps, rappelle « un slogan, trois bénéfices », ne conçoit rien à la place du groupe
50 à 70 min	En rayon : chaque équipe vend sa boîte aux autres en cinq minutes, les autres écoutent comme des clients	Tient les cinq minutes, empêche les questions pendant la vente, note ce qui est dit et pas écrit
70 à 95 min	Débrief : les boîtes côte à côte, on compare les faces avant, on nomme ce qui converge, ce qui diverge, ce qui surprend	Pose les questions de comparaison, écrit convergences et écarts au mur, ne tranche pas
95 à 105 min	Décision et suite : la promesse retenue, ou le désaccord nommé, qui le porte, quand on se revoit	Fait dire qui décide, photographie chaque face, annonce le point à quinze jours

Ce que vous dites en salle, pendant la product box

Une proposition de consignes, phase par phase. Dites-les avec vos mots : ce qui compte, c'est l'ordre, et ce qu'elles interdisent.

Au cadre. « Imaginez que notre projet soit un produit vendu en rayon. Vous allez fabriquer sa boîte. Sur la face avant, un nom et un slogan, un seul. Sur les côtés, trois bénéfices, pas un de plus. Le détail va au dos. »

À la constitution des équipes. « Trois équipes, une boîte chacune, la même question pour tous. Vous ne vous concertez pas entre équipes. »

À la fabrication. « Trente-cinq minutes. Commencez par la face avant. Si vous n'arrivez pas à vous mettre d'accord sur le slogan, c'est normal, et c'est intéressant. Notez le désaccord au dos. »

En rayon. « Chaque équipe a cinq minutes pour nous vendre sa boîte. Les autres écoutent comme des clients. Pas de question pendant la vente. »

Au débrief. « Regardez les trois faces avant côte à côte. Qu'est-ce qui revient partout ? Qu'est-ce qui ne revient nulle part ? Qu'est-ce qui vous surprend ? »

À la décision. « Voilà ce qui converge, et voilà ce qui résiste. Qui décide de la promesse qu'on garde, et pour quand ? »

Quand ça dérape. Si une équipe passe son temps sur le logo : « La boîte n'a pas besoin d'être belle. Il vous reste dix minutes pour le slogan. » Si quelqu'un défend sa boîte contre les autres : « On ne vote pas pour la plus belle boîte. On cherche ce qui les sépare. »

Les pièges de la product box, vus en vrai

La belle boîte qui ne tranche rien. Trois boîtes magnifiques, des slogans habiles, et une face avant qui dit tout à la fois. Le carton est un prétexte, la décision est le but. Pendant la fabrication, revenez sans cesse à la règle : un slogan, trois bénéfices.

Le débrief sauté. La présentation déborde, il est l'heure, on applaudit les boîtes et on part. Tout ce que l'atelier avait fait apparaître s'évapore dès le lendemain. Bloquez le débrief en

premier dans le déroulé, et rognez sur la fabrication si vous devez rogner.

La question floue. Sans question précise, chaque équipe met en boîte un projet différent, et la comparaison ne dit plus rien. On croit avoir trouvé un désaccord, on a seulement eu trois lectures de la consigne.

La validation déguisée. Le commanditaire a déjà choisi sa promesse et attend que la salle la retrouve. Le facilitateur qui s'y prête voit la salle le comprendre en une demi-heure. La construction d'un cap ne se fait qu'avec un choix réellement ouvert.

Le leader qui fabrique seul. Dans un sous-groupe, une personne tient les feutres, écrit le slogan et distribue les ciseaux. Sa boîte est la sienne, pas celle du groupe. Passez entre les tables, et faites écrire le slogan par quelqu'un d'autre que celui qui l'a proposé.