

- *Resituer le Design Thinking parmi les autres méthodes de management*
- *Comprendre les spécificités de la démarche Design Thinking*
- *Maîtriser les aspects opérationnels et directement transposables de la démarche*
- *Favoriser l'adhésion des parties prenantes à son projet d'innovation*

2**Prix : 1?490 € € / HT****OUTILS PÉDAGOGIQUES****PUBLIC VISÉ**

Toute personne participant à la démarche d'innovation de l'entreprise : direction générale marketing, commercial, ressources humaines, production, R&D, achats.

MODALITÉS D'ÉVALUATION**MODALITÉS DE FINANCEMENT****MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS****OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES****ACCESSIBILITÉ****LES POINTS FORTS DE LA FORMATION****PRÉ-REQUIS**

Aucune connaissance particulière.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS**ATTESTATION OBTENUE****EFFECTIF DE LA FORMATION****CERTIFICATION****MODALITÉ PÉDAGOGIQUE**

Cours dispensé en mode présentiel avec une alternance d'apports théoriques et méthodologiques, et de mises en situations pratiques

PROCHAINES SESSIONS

Nous consulter

PROGRAMMES DE DESIGN THINKING : STIMULER L'INNOVATION DANS L'ENTREPRISE**Déployer une écoute du marché pour détecter les insights**

- Situer les étapes de la démarche d'innovation : « Customer Journey Map », « Insight », « Pain Point », « idéation », « Prototype ».
- L'empathie envers l'utilisateur au centre du processus de conception.
- Etudes U&A, besoins et attentes.
- Etudes immersives : parcours expérientiel clients, touch points, ethnologie, shadowing.
- Prise en compte des dimensions fonctionnelles, aspirationnelles, sensorielles et émotionnelles.
- Incarnation de persona, formalisation de cartes d'expérience.

Mettre en place les démarches de validation des idées d'innovation

- Les « anciennes » méthodes : idéation, concepts screening, prototype et pré-test d'offre.
- Les nouvelles méthodes : co-conception, appel à idées, bêta testers...
- Design Thinking : le passage des idées au prototypage en cycles de temps courts.
- Les outils créatifs en soutien de la recherche d'idées d'innovation.

Ajuster les idées produites

- Les concepts sketching, storyboards multi-dimensionnels pour obtenir des réactions d'ajustements.
- Les prototypes « souples » reconfigurables dans l'instant en écho aux réactions et suggestions des utilisateurs.

- Les types de prototypes : esquisses, concept 3D, pâte à modeler, maquettes fonctionnelles en « Quick & Dirty ».
- Le pitch de la solution retenue. Utilisation de la méthode PPCO, des 4C.
- Les chiffres et l'émotionnel, les métaphores, les cas concrets, le storytelling.
- Les formules Design Sprint, Hackathon...