

Design Thinking

Comprendre et appliquer l'approche design thinking

Détails

- Code : MP-DTH
- Durée : 2 jours (14 heures)

Public

- Développeurs
- Consultants
- Product Owners
- Product Designers
- Data Analysts
- Planneurs stratégiques
- Marketing Managers
- Directeurs artistiques

Pré-requis

- Aucun

Objectifs

- Adopter une approche centrée utilisateur en identifiant les problèmes du point de vue client ou utilisateur
- Planifier et conduire des recherches utilisateurs de qualité, y compris les interviews d'utilisateurs
- Guider des groupes pour réaliser des brainstormings d'idées innovantes, apprendre à créer le déroulé d'ateliers innovants et les animer en toute sérénité
- Placer la collaboration et l'intelligence collective de vos équipes au coeur de votre proposition de valeur
- Enrichir les solutions aux problèmes avec la stratégie Océan bleu et le business model canvas

Programme

Comprendre et analyser

- Qu'est-ce que le Design Thinking et le Design Sprint ?
Définition, histoire, exemples et mise en situation
- Établir une vision pour votre projet ou votre produit
- Identifier l'intégralité des parties prenantes et leurs interactions
- Comprendre l'expérience utilisateur (1) - Planifier sa recherche, identifier les principaux segments de clients à interviewer, poser les bonnes questions, créer un guide d'entretien
- Comprendre l'expérience utilisateur (2) - Mener une enquête terrain, maîtriser l'art de l'observation et initier ses premières interviews
- Comprendre l'expérience utilisateur (3) - Créer un persona, établir ses aspirations, besoins et points de douleurs
- Donner vie à l'expérience utilisateur à l'aide des parcours - Cartographier les étapes clés, les points de contacts, les obstacles à son expérience ainsi que les territoires d'opportunités à l'aide de données
- Réaliser une idéation (brainstorming) - Trouver les meilleures idées à travers des outils simples
- Choisir une grande idée et/ou filtrer les meilleures

fonctionnalités - Prioriser et sélectionner à l'aide du vote d'équipe

Établir la proposition de valeur et prototyper

- Concevoir un nouveau parcours idoine - Transformer l'expérience de vos utilisateurs dans un nouveau parcours fluide, ergonomique et minimaliste
- Prototyper (1) - Élaborer les supports de la nouvelle expérience utilisateur en matérialisant sous forme de papier vos idées/fonctionnalités
- Prototyper (2) - Confronter vos prototypes en les testant rapidement
- Prototyper (3) - Apprendre à recueillir les retours utilisateurs pour améliorer vos prototypes encore et encore
- Établir la proposition de valeur de votre Produit Minimum Viable (MVP) à l'aide du business model canvas
- Enrichir votre proposition de valeur par des différenciateurs forts à l'aide de la stratégie océan bleue
- Établir un plan d'action à 6, 12 ou 18 mois avec des hypothèses claires

Modalité

- Stage pratique en présentiel
- Stage pratique en distanciel
- Nombre de stagiaires minimum : 4
- Nombre de stagiaires maximum : 10

Méthodes pédagogiques

- Exposés
- Cas pratiques
- Echanges d'expérience
- Mises en situation

Profils des intervenants

- Toutes nos formations sont animées par des consultants-formateurs expérimentés et reconnus par leurs pairs.

Modalités d'évaluation

- Evaluation des acquis de la formation par le biais de cas pratiques et/ou mises en situation.
- Attestation de formation remise à chaque participant.

Démarche qualité

- Questionnaire d'évaluation de satisfaction à chaud complété par chaque participant à l'issue de la formation.

Moyens pédagogiques

- Salle équipée de PC (1 poste par stagiaire), vidéo-projecteur.
- Espace de pause.

Dernière mise à jour le 15/07/2020