

Design Thinking

La formation « Design Thinking» vous permettra d'intégrer des outils d'observation et d'analyses afin d'appréhender la démarche du Design Thinking. Elle vous permettra également de vous positionner dans la bonne démarche en fonction de vos objectifs marketing. Spécialiste des formations sur mesure nous adapterons le programme en fonction de vos besoins et de vos attentes.

Pré-requis

Aucun

Public concerné

Tout public

Durée et tarif de la formation

La durée de la formation varie en fonction des besoins et des objectifs déterminés après audit. Les tarifs sont disponibles sur devis.

Contenu de la formation

Introduction au Design Thinking

Présentation du Design Thinking : Historique, Du design au Design Thinking Les principes de la méthode

Les règles d'or du Design Thinking réussi : L'environnement L'état d'esprit L'organisation

Compréhension des enjeux stratégiques : Placer l'utilisateur au cœur de la démarche Réduction des coûts Une nouvelle méthode de travail

Présentation de la méthode Design Thinking Les 5 grandes étapes : Exploration, Définition, Idéation,

Prototypage, Tests

Les outils associés à chaque étape Les bonnes pratiques du Desin Thinking Application de la méthode Design Thinking sur un cas concret

Phase 1 : L'exploration : Cartographier l'environnement et les parties prenantes

Phase 2 : Définition Définition de l'échantillon Récolter les données utilisateur : définition du protocole (entretien individuel, collectif, immersion,...) Créer les Personnae Identification des problématiques des utilisateurs Prioriser les problématiques

Phase 3 : Idéation Les règles de l'idéation Définir les rôles Mise en place d'une séance de créativité (brainstorming, jeu de rôle, inversement de situation, Word café, brainwriting ,...)

Phase 4 : Prototypage : Comprendre l'utilité du prototypage Découvrir les avantages et limites du prototypage Créer son prototype : les outils à disposition Phase 5 : Tests L'élaboration d'un protocole de tests : planification, présentation du projet aux testeurs, mode de réalisation, KPI,... Mise en place des tests Analyse et synthèse des résultats Mise en place d'un plan d'action d'itération pour améliorer la solution