

## Design Thinking

Innovation par l'usage de vos services et produits digitaux

### Objectifs

À l'issue de la formation, vous pourrez :

- Exploiter le Design Thinking pour tout type de produits et services.
- Être en mesure de mettre en œuvre par vous-même les étapes du Design Thinking.
- Être capable d'utiliser l'approche Design Thinking sur des projets digitaux et tout autre projet.
- Savoir combiner le Design Thinking avec des approches telles que le Lean Startup, l'Agilité ou d'autres encore.

### Durée du stage

2 jours (soit 14 heures)

### Lieu du stage

Locaux Usabilis (18 rue de Saisset 92120 Montrouge) ou Paris

### Public et pré-requis

**Public :** Vous êtes chef de projet, responsable marketing, responsable innovation, manager opérationnel ou fonctionnel, et vous souhaitez comprendre les concepts du Design Thinking, pouvoir conduire des projets, encadrer des équipes, ou intégrer ces concepts dans votre stratégie, cette formation vous est destinée.

**Pré-requis :** Sensibilisation aux approches itératives

### Nombre de stagiaires par session

Entre 8 et 10 stagiaires maximum

### Moyens pédagogiques et techniques

**Profil du formateur :**

Consultant spécialisé en Design Thinking

**Moyens pédagogiques :**

Formation très axée sur la pratique : 60% de pratique, 40% de théorie

Les travaux pratiques sont réalisés sur un cas fil rouge immersif et concret apporté par le formateur.

**Moyens techniques :**

- Séance de formation en salle.
- Kit de formation complet fourni à chaque participant au début de la formation :

- Support de formation
- Kit regroupant les pratiques clés en main et des mémos sur les phases de la démarche

## Suivi et évaluation

L'évaluation des compétences acquises est faite en continu pendant la formation lors des exercices pratiques et des mises en situation.

## Programme

### Jour 1 :

Le Design Thinking, pourquoi et comment?

Le design : Ce que c'est. ; Ce que ce n'est pas

Design et innovation : objectifs et illustration par des exemples marquants

Le Design Thinking : les opportunités et les principes d'action

La posture du Design Thinker

Relever le challenge et explorer le sujet

Présentation du cas fil rouge

Composer votre équipe et macro-planning du projet

S'imprégner de la problématique : recherche documentaire et cartographie des parties prenantes

La recherche empathique auprès des utilisateurs : pratiques (interviews, journal utilisateur, observations par les pairs)

Synthétiser sa recherche et identifier le «défi à relever»

Synthétiser sa recherche utilisateur avec le Persona et le Customer Journey Map

Trouver le « défi à relever » grâce aux points de frictions

### Jour 2 :

Imaginer des nouveaux concepts

Découverte des principes de la créativité

Rechercher de nouvelles idées avec quelques techniques de créativité (brainstorming, mashups, analogies)

Prototyper et tester au plus vite

Prototyper et tester ses idées rapidement auprès des utilisateurs

Évaluer la pertinence de ses prototypes et recommencer

Vers l'autonomie en Design Thinking

Apprendre à animer des ateliers Design Thinking

Ouverture sur un format spécifique orienté action : le Google Design Sprint

Où sommes-nous dans la galaxie des pratiques de design ?

Pour poursuivre vos actions : le kit Design Thinking à emporter

## Inscription

[www.usabilis.com](http://www.usabilis.com)

Tél : 01 57 63 86 58

Mail : [formation@usabilis.com](mailto:formation@usabilis.com)