



Parcours innovation et Design Thinking

Innover en se concentrant sur les besoins de ses clients

À l'issue de ce parcours, vous serez en mesure de mettre en place une démarche Design Thinking dans votre entreprise de façon à développer des solutions innovantes et customer-centric.

MODULE 1 | 2 jours

S'approprier la philosophie du Design Thinking

Comprendre l'implication du Design Thinking : plus qu'un parcours d'innovation, un état d'esprit à faire vivre dans l'entreprise

- De l'objectif marketing vers la satisfaction du besoin client.
- Du consommateur vers l'utilisateur.
- Du produit/service vers l'expérience globale.
- Du cloisonnement vers la transversalité dans l'organisation de l'entreprise.

Mettre en œuvre la démarche

- S'approprier les grandes étapes du processus (inspiration, idéation, implémentation) et l'état d'esprit qui accompagne chaque étape.
- Identifier les champs d'application.
- Déterminer les facteurs de succès, les limites et les erreurs à éviter (partage d'expériences).
- Se préparer avant chaque étape : la feuille de route.

MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?

MODULE 2 | 2 jours

Phase d'inspiration : écouter et observer d'une façon empathique

Adopter une posture empathique

- Identifier la première étape d'inspiration et ses objectifs.
- Formuler et reformuler la question de départ (challenge).
- Déterminer les sources d'inspiration et préparer le plan des entretiens, des observations (construire le questionnaire, le guide d'animation).

Réaliser les entretiens et observations sur le terrain (travail en binôme)

- Conduire les entretiens et faire les observations sur le terrain.
- Identifier les points et aspects à creuser et les aides techniques pour recueillir les informations d'une façon efficace.

Préciser le design question centré sur l'utilisateur

- Partager les informations recueillies.
- Cartographier les parcours utilisateurs.
- Identifier et formuler les insights.
- Transformer les insights en questions de conception « design questions ».

MODULE 3 | 2 jours

Phase d'idéation : animer un workshop, trouver des idées pertinentes, faire des choix et les prototyper

Animer un workshop d'idéation

- S'approprier les règles et les conditions optimales pour une idéation réussie.
- Préparer en amont le workshop.
- Faciliter le workshop.
- Établir les critères de sélection des idées.

Concrétiser les idées

- Inscrire l'idée dans le parcours client.
- Réaliser un prototypage : visualisation et concrétisation des idées.
- Intégrer les techniques de présentation des idées.

MODULE 4 | 2 jours

Phase d'implémentation : recueillir le feed-back et établir le plan d'action

S'inspirer des feed-back et améliorer l'idée avec l'utilisateur

- Adopter une posture de cocréation.
- Préparer les entretiens.
- Présenter l'idée à l'aide du prototype.
- Gérer l'itération.
- Finaliser l'idée.

Préparer un pitch et un plan d'action

- Raconter pour convaincre.
- Préparer le plan d'action (budget, délais, partenaires extérieurs, intérieurs impliqués).

Retour de chacun sur le parcours, implications imaginées dans son métier, échanges

PERFECTIONNEMENT

Code : RNP

- 8 jours - 56 heures
- Prix HT : 5200 € (repas inclus)

PARCOURS CERTIFIANT

Code : CERTRNP

- 9 jours - 63 heures
- Prix HT : 6280 € (repas inclus)



*Option certifiante

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel FFP (CP FFP) Responsable marketing de l'innovation attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.
- Ce parcours est validé par l'ISQ-OPOF.

PLANNING**Paris**

- 18 - 19 avril 2019
- + 16 - 17 mai 2019
- + 20 - 21 juin 2019
- + 15 - 16 juillet 2019
- + 17 juillet 2019 (option certifiante)
- 6 - 7 juin 2019
- + 4 - 5 juillet 2019
- + 9 - 10 septembre 2019
- + 9 - 10 octobre 2019
- + 11 octobre 2019 (option certifiante)
- 24 - 25 octobre 2019
- + 18 - 19 novembre 2019
- + 19 - 20 décembre 2019
- + 15 - 16 janvier 2020
- + 17 janvier 2020 (option certifiante)
- 9 - 10 décembre 2019
- + 13 - 14 janvier 2020
- + 10 - 11 février 2020
- + 9 - 10 mars 2020

Journée de préparation à la certification (1 jour)

Besoin d'aide pour constituer votre dossier de financement ? Contactez-nous !
01 43 72 64 00 • inscription@ism.fr

OBJECTIFS

- Acquérir une méthodologie efficace d'innovation centrée sur les besoins utilisateur.
- Adopter une approche services qui conduit à la conception d'innovations concrètes, inscrites dans la vie des utilisateurs.
- Conduire un parcours d'innovation fédérateur, qui encourage la transversalité, l'intelligence collective et la coconstruction.

PRÉREQUIS

Avoir une expérience en marketing.

PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs marketing, responsables marketing stratégique, responsables innovation, chefs de produits confirmés, responsables stratégie digitale, responsables retail.

Nous vous accompagnons avant, pendant et après la formation

Distanciel

Quiz amont

Présentiel

Journée en présentiel

Distanciel

Communauté en ligne pour échanger avec les autres apprenants
e-évaluation
Classes virtuelles
Modules vidéo