

Public concerné :

Débutants qui désirent s'initier au Design Thinking

Niveau requis :

Aucun niveau spécifique mais avoir un minimum d'ouverture d'esprit

Objectifs :

- Comprendre et apprendre ce qu'est une approche centrée sur l'utilisateur
- Savoir observer et analyser les usages et les comportements
- Utiliser le prototypage et le tester pour des solutions améliorées
- Être sensibilisé au fait que la réflexion sur la conception consiste à prendre en compte la viabilité
- Savoir travailler avec une équipe pluridisciplinaire

Moyens pédagogiques :

- Grille d'évaluation
- Formateurs recrutés pour leurs expériences professionnelles et leurs compétences pédagogiques
- 8 personnes maximum / stage
- Des exercices pratiques pour apprendre par le faire
- Assistance téléphonique gratuite

Modalités d'évaluation :

Chaque notion est expliquée au tableau et suivie immédiatement d'un exercice pratique. La réussite de l'exercice est obligatoire pour passer à la notion suivante. Les exercices évoluent en difficulté au fur et à mesure du stage.

Niveau / certification obtenue :

- Une attestation est délivrée suite à la formation
- Cette formation fait partie de la certification RNCP niveau 7 : « Designer en Innovation Durable »

Durée : 2 jours

Délai d'acceptation :

7 jours dès acceptation de votre financement
Formation disponible sur mesure ou en groupe

Accessibilité handicapé :

Condition d'accueil et d'accès au public en situation d'handicap

Design Thinking

1. Introduction au Design Thinking

- Origine et développement du Design Thinking
- Méthode, process ou état d'esprit ?
- Les grandes approches et étapes
- Le Design Thinking selon IDEO vs The Design Council (UK)
- Les grands principes

2. Application de Design recherche : Identifier les utilisateurs

- L'initialisation de la découverte
- L'identification des parties prenantes
- La définition de la cible utilisateur / client
- L'utilisation d'empathie et la construction des personas
- L'utilisation d'une carte d'expérience

3. Faire émerger les idées les plus créatives

- L'art du brainstorming
- La psychologie de la créativité
- L'utilisation des scénarios
- Comprendre l'effet « wow » et la valeur d'un impact émotionnel

4. Apporter la solution dans la réalité

- Le « Proof of Concept » par prototypage
- L'intérêt des processus itératifs
- Comment engager les parties prenantes à travers le « storytelling »

Éléments supplémentaires

- Les caractéristiques et l'attitude d'un design thinker

- Comment garder l'humain au centre
- Le droit à l'erreur et l'approche du risque

Conclusions

- Les limites de l'approche dans les entreprises françaises
- Les principaux facteurs permettant une application réussie de l'approche Design Thinking

