

FORMATION OBSERVATION : Comprendre les besoins de ses clients

Modalités

Durée

Total : 11h00

Groupe

8 à 12 participants

Prérequis

Aucun

Animation

2 formateurs experts

Dates des prochaines sessions

Session intra entreprise seulement

Méthodes pédagogiques :

Mise en pratique en collectif

animée par 2 formateurs

Cours en ligne : contenu disponible en ligne (vidéo, articles) via un parcours de formation et exercices individuels

Outils pédagogiques

Applications *Google Hangout*, *Zoom*, *Miro* (en fonction des usages clients)

Plateforme d'apprentissage en ligne

Connexion haut débit

Formateurs pressentis

Coline Martinez

Lou Lacroix

Coûts

3 100 HT/session en intra entreprise :

> 1 journée de mise en pratique avec 2 formateurs

> support pédagogiques

> accès à la plateforme

d'apprentissage

> administrative/facturation de la formation

Validation des acquis

Livrables à soumettre sur la plateforme revues par le formateur

Cibles/ publics

Tout collaborateur d'entreprise, seul ou en équipe, souhaitant avoir des méthodes pour explorer un sujet, comprendre son marché et sa cible et identifier les opportunités.



Notre objectif est de rendre nos formations accessibles à tous : ce programme est parfaitement adapté pour les personnes en situation de handicap, nous contacter pour en discuter.

Objectifs du programme

- > Comprendre l'intérêt de l'observation dans un contexte de création de produit ou de service
- > Etre capable d'utiliser les trois méthodes d'observation: immersion, observation passive et entretien individuel
- > Maîtriser les outils d'analyse de l'observation : persona, journey map
- > Identifier des opportunités marché suite à la conduite de ses observations
- > Etre capable de (re)définir une problématique

Détail du déroulé (Module 1 à 2)

Le stagiaire sera capable de:

Module 1 : Découvrir l'observation en pratiquant

Contenu en ligne

- > Comprendre comment s'inscrit la phase de l'Observation dans la méthodologie Design Thinking
- > Découvrir les principes et les étapes de l'Observation
- > Savoir réaliser une carte des parties prenantes
- > Appréhender les bonnes pratiques pour observer un objet et réaliser un entretien individuel
- > Observer ses utilisateurs grâce aux méthodes d'immersion et d'observation passive

Pratique en présentiel / classe virtuelle

PLÉNIÈRE

Préparer sa stratégie d'observation

ATELIER EN SOUS GROUPE

Réaliser une carte des parties prenantes et un guide d'entretien
Partager les résultats de l'observation immersive et passive
Réaliser des entretiens individuels en autonomie
Organiser les insights des entretiens individuels

Module 2 : Synthétiser les observations

Contenu en ligne

- > Comprendre les différentes étapes pour synthétiser ses observations
- > Découvrir comment utiliser les canevas Persona et cartographie du parcours utilisateur (customer journey map)
- > Appréhender la définition d'une problématique à partir de ses observations

Pratique en présentiel / classe virtuelle

PLÉNIÈRE

Comprendre les outils de synthèse des observations

ATELIER EN SOUS GROUPE

Synthétiser ses observations grâce aux outils Persona et Journey map
Identifier les irritants de son utilisateur et les opportunités de marché
Faire émerger une problématique de ses observations et la formuler de manière synthétique et claire