

FORMATION OBSERVATION : Comprendre les besoins de ses clients

Modalités

Durée

Total : 11h00
1 journée en présentiel ou 2
demi-journées de classe
virtuelle
4h00 cours en ligne conseillées

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

Alexandre Heully
Marie-Capucine Goube

Coûts

4000 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

Version :

V3 janv.24

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
- > 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
- > Formuler 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
synthétisation 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