# *Design Thinking, développer des produits et services innovants*
## *laboratoire de créativité*

*Cours Pratique de 2 jours - 14h*
*Réf : DSH - Prix 2025 : 1 530 HT*

Le Design Thinking est une méthode d'innovation collaborative et ouverte sur l'extérieur. Sa pratique permet la résolution de problèmes et la production d'idées. Ce laboratoire vous plongera dans son expérimentation et vous apportera les outils nécessaires pour le développement de produits et de services innovants.

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Mettre l'utilisateur au cœur de sa stratégie et trouver des relais de croissance par l'innovation

Imaginer des services et/ou produits innovants de manière simple et opérationnelle

Maîtriser les étapes clés de la méthode Design Thinking

Appréhender les bases du Design d'expérience et du storytelling

Coordonner le Design Thinking avec d'autres approches d'innovation

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Une pédagogie active basée sur l'expérimentation par la production. Une mise en pratique avec des méthodes immersives et des évaluations en continue.

### MISE EN SITUATION

Un exercice de mise en situation, fil rouge sur les différentes étapes du Design Thinking. L'usage d'un laboratoire de créativité avec une immersion.

### PARTICIPANTS

Chefs de produit, chefs de projets, responsables innovation, dirigeants, responsables marketing et communication ou toutes les personnes souhaitant s'initier à l'innovation et la créativité.

### PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques…
Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
• À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

### MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

### ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

# LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 07/2024

### 1) Comprendre les principes de la méthode Design Thinking

- Définir le processus Design Thinking.
- Comprendre l'utilisateur et concevoir une expérience.
- Créer son écosystème.
- Instaurer une culture d'exploration.
- Construire son équipe multidisciplinaire et son organisation.
- Relever le challenge et explorer le sujet.

*Travaux pratiques : Créer son écosystème. Soulever la problématique pour le lancement de son produit : fil rouge lors du laboratoire de créativité.*

### 2) Insuffler l'inspiration

- Se mettre à la place de son futur utilisateur.
- Comprendre le système et le marché et savoir l'investiguer.
- Mettre en jeu une réelle empathie envers ses utilisateurs.
- Approfondir l'expérience terrain avec des outils.
- Synthétiser sa recherche : "Persona" et "Customer Journey Map".
- Trouver le "défi à relever" grâce aux points de friction.

*Exercice : Construire sa boîte à outils et s'exercer à inspirer.*

### 3) Pratiquer l'idéation

- Maîtriser les règles du brainstorming.

- Générer de nouvelles idées.
- Créer un mur d'inspiration.
- Dessiner ses idées.
- Imaginer de nouveaux concepts.
- Réaliser un prototype rapide et peu coûteux des solutions désirables.
- Synthétiser les retours des utilisateurs vers des solutions faisables et viables.
- Suivre un processus itératif.

*Travaux pratiques : Expérimentation de techniques de recherche d'idées. Immersion avec réalisation pratique d'une version.*

### 4) Faciliter l'implémentation

- Présenter avec le storytelling : du cahier des charges fonctionnel au prototype industriel.
- Appréhender le prototype industriel comme outil de communication.
- Impliquer toutes les entités : du prototype industriel à la production industrielle.
- Exploiter les retours utilisateurs. Adopter une démarche d'amélioration.
- Définir des volumes de production.
- Satisfaire aux normes et protéger son innovation.
- Aider les équipes de vente à la diffusion d'une innovation.

*Mise en situation : Mise en place d'un projet d'implémentation. Présentation des idées avec une méthode innovante (storytelling).*

## LES DATES

CLASSE À DISTANCE
2025 : 26 juin, 04 sept., 23 oct., 11 déc.

PARIS
2025 : 28 août, 16 oct., 04 déc.

LYON
2025 : 04 sept., 23 oct., 11 déc.

AIX-EN-PROVENCE
2025 : 04 sept., 11 déc.

BORDEAUX
2025 : 04 sept., 11 déc.

LILLE
2025 : 04 sept., 11 déc.

NANTES
2025 : 04 sept., 11 déc.

SOPHIA-ANTIPOLIS
2025 : 04 sept., 11 déc.

STRASBOURG
2025 : 04 sept., 11 déc.

TOULOUSE
2025 : 04 sept., 11 déc.