

# Design thinking

Concevoir une expérience utilisateur centrée sur l'humain en exploitant son potentiel créatif

<b>2 jours / 14 heures</b>	Tarif inter <b>1300 € HT</b>	Tarif spécial indépendants (MDA, AGESEA...) <b>01 40 26 00 92</b>
CODE : AS064	Tarif intra à partir de <b>1490 € HT</b> par jour (voir page 10)	

## OBJECTIFS

- Saisir les notions fondamentales de créativité, d'expérience utilisateur et de design thinking
- Élaborer un brief cohérent et efficace
- Exploiter les fondamentaux du design thinking
- Partager un projet grâce au storytelling

## PUBLIC CONCERNÉ

Tous les professionnels des univers du marketing et de la communication.

## PRÉ-REQUIS

Aucun.

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES



Granule VOD



Module Présentiel

À travers des exercices et des cas pratiques, individuels ou collectifs, les apprenants initient une méthodologie pour concevoir et réaliser le prototype d'une expérience utilisateur pérenne.

## MOYENS TECHNIQUES / SUIVI

Informations générales : voir page 190

## PROFIL DE L'INTERVENANT

Directeur artistique / Consultant en communication ayant plus de 10 ans d'expérience en enseignement.

## PROGRAMME

### Saisir les notions fondamentales de créativité, d'expérience utilisateur et de design thinking

- Développer la juste attitude vis-à-vis de la créativité
- Appréhender la notion d'expérience utilisateur centrée sur l'humain
- Découvrir les grandes étapes du design thinking
- **Étude de cas : exemples et conseils puisés dans la pratique des créatifs / Analyse des processus d'innovation au sein des organisations et des entreprises**
- **Jeux pédagogiques : découvrir son potentiel créatif**

### Élaborer un brief cohérent et efficace

- Cerner son public
- Formuler ses objectifs
- Esquisser les solutions possibles
- Analyser le contexte et les contraintes
- Dimensionner son projet
- **Exercice : élaborer et rédiger le brief complet d'un projet**

### Exploiter les fondamentaux du design thinking

- Rassembler la matière première**
- Cartographier les éléments du brief
- Déployer son sens de l'observation
- Faire appel aux personas
- **Étude de cas : analyse de personas existants**
- **Exercice : créer les personas adaptés à son projet**

### Générer et matérialiser des idées

- Faire émerger des idées de façon intuitive
- Pratiquer la pensée oblique
- Élaborer les thèmes et les concepts
- Formuler les premiers insights
- Prototyper son projet (rough et storyboard)
- **Jeux pédagogiques : application des principes de génération d'idées**
- **Exercice : s'initier à la pratique du rough et du storyboard / Créer des prototypes pour son projet**

### Partager un projet grâce au storytelling

- Comprendre le pouvoir des histoires
- Découvrir l'anatomie d'un récit
- Appliquer les règles du storytelling pour présenter une idée
- **Étude de cas : analyse de campagnes et de pitches existants exploitant le storytelling**
- **Exercice : élaborer, rédiger et présenter un projet**

### PLANNING 2018

>		
>		
22 au 23	mars	2018
>		
>		
7 au 8	juin	2018

### PLANNING 2018

>		
>		
27 au 28	septembre	2018
>		
>		
6 au 7	décembre	2018