

PROGRAMME



FOCUS USER

Adopter l'approche du
design thinking dans ses projets.

Gestion de projet • Feedback • User centric

SUR

FASTERCLASS

Organisme de formation n°11756059775
www.fasterclass.fr

À PROPOS

Quel que soit notre métier ou notre secteur d'activité, nous travaillons tous pour apporter de la valeur à quelqu'un qui tirera un bénéfice de notre travail. Qu'il s'agisse d'un client qui achète notre produit ou utilise notre service ou même d'un collaborateur au sein d'une entreprise, nous travaillons tous pour un utilisateur. En ce sens, nous avons donc tous intérêt à adopter une démarche centrée utilisateur.

La démarche de conception centrée sur l'utilisateur repose sur une posture et des méthodes où les attentes, les comportements et les besoins des utilisateurs finaux sont pris en compte à chaque étape du processus de développement d'un produit ou d'un service. Cette formation a été conçue pour permettre à n'importe quel collaborateur d'une entreprise d'intégrer les outils et les méthodes de projets centrées utilisateurs.

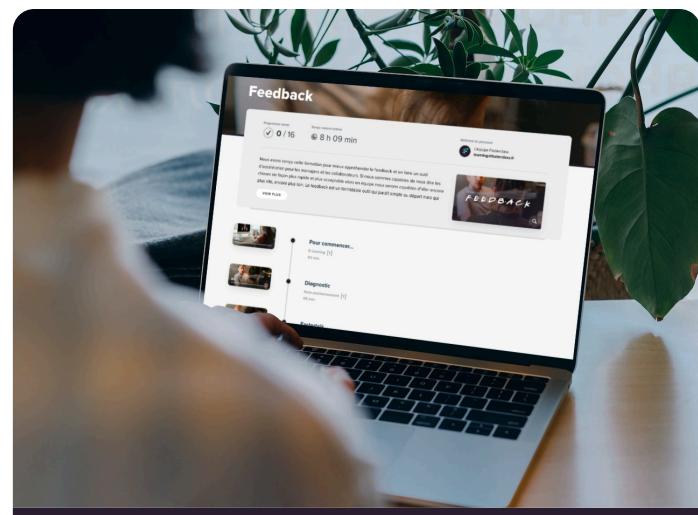
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ✓ Mener une **recherche** pour mieux comprendre ses clients/utilisateurs.
- ✓ Collecter le **feedback** de ses clients et utilisateurs.
- ✓ Représenter l'expérience de ses clients et ses utilisateurs sous forme de **parcours**.
- ✓ Adopter **les outils de projet centré utilisateur** : persona, carte d'expérience, guide d'entretien.

EN PARTENARIAT AVEC

évolt.

Évolt est une plateforme d'outils en ligne proposant différents modules collaboratifs pour développer et gérer un projet avec un processus centré utilisateur. Évolt est utilisé dans de nombreuses grandes entreprises françaises par les équipes fonctionnant en mode projet. La méthode design thinking, créée par Ideo, est utilisée par de nombreuses entreprises à succès comme Apple et Airbnb qui l'ont démocratisée. Aujourd'hui, cette méthode est plébiscitée pour concevoir ou améliorer des nouveaux produits ou services.



- Accès à l'app e-learning ou intégration LMS.
- Vidéos courtes et des **ressources** pédagogiques.
- Classbook de synthèse.
- Checklist d'actions pour mettre en pratique.
- Espace **Questions & Réponses**.
- ♫ Groupe privé (si intra-entreprise).
- ♫ Certificat d'accomplissement & Mesure d'impact.

DURÉE

3 heures en autonomie (e-learning seul)
9 heures sur 4 à 8 semaines (e-learning + classes virtuelles)

DÉLAIS & MODALITÉS D'ACCÈS

Licence : achat via site internet (accès immédiat)
Parcours hybride : contactez-nous à hello@fasterclass.fr (voir le calendrier)

MODALITÉ D'ÉVALUATION

Quiz selon grille d'évaluation

LANGUES

Français

PRÉREQUIS

Avoir une connexion internet.
Avoir un ordinateur avec webcam & microphone.
Être dans un lieu calme sans bruits parasites.
Aucun pré-requis au niveau des compétences.

ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE

Sous-titrage pour malentendants & audio pour malvoyants.
Pour un besoin particulier, veuillez contacter notre référent handicap à handicap@fasterclass.fr

ÉVALUATION – 10 MIN

Diagnostic d'auto-positionnement

CLASSE VIRTUELLE – 90 MIN

Fastercamp 1 : User First, n'est pas qu'une belle formule !

Le "Design Thinking" méthodologie popularisée par Apple, Airbnb et les géants de la Tech est une démarche qui met l'utilisateur au centre de son processus. Ses objectifs sont d'éviter les erreurs de conception lors d'un nouveau projet et de favoriser l'amélioration d'une expérience client ou utilisateur.

Objectif pédagogique :

- Introduction aux notions de centricité utilisateur, recherche utilisateur.

Icebreaker (15min)

Talk d'introduction (30min)

Exercice : Attentes & Difficultés (30min)

Check-out & Onboarding e-learning (15min)

CHECK POINT

E-LEARNING – 45 MIN

Chapitre 1 : Comprendre ses utilisateurs

Vidéo 1 : Sors de ton bureau !

Vidéo 2 : Les règles d'une recherche utilisateurs rapide et efficace.

Vidéo 3 : Mener une interview à l'aide d'un guide d'entretien.

Vidéo 4 : Les bonnes pratiques pour réussir un entretien utilisateurs.

Vidéo 5 : Les 4 pièges qui empêchent d'être centré utilisateurs

+ EXERCICES / ACTIONS À METTRE EN PLACE

CLASSE VIRTUELLE – 90 MIN

Fastercamp #2 : Créer un guide d'entretien.

Adopter une posture "User Centric" est avant tout une question d'étude et d'écoute du terrain. Grâce à la récolte de feedback et des entretiens avec des clients ou utilisateur, la compréhension des usages et des besoins s'avère une mine d'informations précieuse pour améliorer des produits, des offres, des expériences ou même des processus.

Objectifs pédagogiques :

- Maîtriser les règles d'une recherche utilisateur
- Créer un guide d'entretien utilisateur et le mettre en pratique
- Mieux comprendre ces utilisateurs

Check-in & Warm up (15min)

Live training (2 x 30min)

Check-out : Débrief et prise d'engagement individuel (15min)

CHECK POINT

E-LEARNING – 30 MIN

Chapitre 2 : Représenter l'expérience de ses utilisateurs.

Vidéo 1 : Persona & Carte UX, 2 outils fondamentaux.

Vidéo 2 : Créer un persona.

Vidéo 3 : Construire une carte d'expérience.

+ EXERCICES / ACTIONS À METTRE EN PLACE

CLASSE VIRTUELLE – 90 MIN

Fastercamp #3 : Construire une carte d'expérience.

Avant de lancer la recherche de solution d'amélioration, la création d'une carte d'expérience est clé. L'équipe projet gagnera à avoir une image holistique et complète de l'expérience. C'est un outil de visualisation qui permettra d'aligner l'équipe, puis d'identifier tous dysfonctionnements, problématiques ou anomalie dans l'expérience et à terme les résoudre.

Objectifs pédagogiques :

- Faire une synthèse des entretiens utilisateurs
- Comprendre ce qu'est une carte expérience

Check-in & Warm up (15min)

Live training (2 x 30min)

Check-out (15min)

CHECK POINT

E-LEARNING – 15 MIN

Chapitre 3 : L'approche mise en pratique par des professionnels

Vidéo 1 : Faire entrer l'utilisateur au CODIR.

Vidéo 2 : L'intuition, cette amie qui ne vous veut pas toujours du bien.

Vidéo 3 : Attention à certains écueils !

+ EXERCICES / ACTIONS À METTRE EN PLACE

CLASSE VIRTUELLE – 90 MIN

Fastercamp #4 : Faire évoluer l'expérience avec des quick wins.

La carte d'expérience est un outil puissant pour identifier les actions d'amélioration à mettre en place. Aujourd'hui, la satisfaction est au cœur de tous les métiers. Savoir rapidement identifier et améliorer des expériences (produit, commerciale, services, communication et processus) est un enjeux pour retenir ses clients, ses utilisateurs et parfois même ses collaborateurs.

Objectifs pédagogiques :

- Finaliser la carte d'expérience
- Utiliser l'outil pour créer des actions

Check-in & Warm up (15min)

Live training (2 x 30min)

Check-out : Débrief et prise d'engagement individuel (15min)

CHECK POINT

ÉVALUATION – 5 MIN

Quiz : Évaluation de l'e-learning

ENQUÊTE DE SATISFACTION

ÉVALUATION – 10 MIN

Mesure d'impact à froid (J+30)

À PROPOS

Quel que soit notre métier ou notre secteur d'activité, nous travaillons tous pour apporter de la valeur à quelqu'un qui tirera un bénéfice de notre travail. Qu'il s'agisse d'un client qui achète notre produit ou utilise notre service ou même d'un collaborateur au sein d'une entreprise, nous travaillons tous pour un utilisateur. En ce sens, nous avons donc tous intérêt à adopter une démarche centrée utilisateur.

La démarche de conception centrée sur l'utilisateur repose sur une posture et des méthodes où les attentes, les comportements et les besoins des utilisateurs finaux sont pris en compte à chaque étape du processus de développement d'un produit ou d'un service. Cette formation a été conçue pour permettre à n'importe quel collaborateur d'une entreprise d'intégrer les outils et les méthodes de projets centrées utilisateurs.

EN PARTENARIAT AVEC

évolt.

Évolt est une plateforme d'outils en ligne proposant différents modules collaboratifs pour développer et gérer un projet avec un processus centré utilisateur. Évolt est utilisé dans de nombreuses grandes entreprises françaises par les équipes fonctionnant en mode projet. La méthode design thinking, créée par Ideo, est utilisée par de nombreuses entreprises à succès comme Apple et Airbnb qui l'ont démocratisée. Aujourd'hui, cette méthode est plébiscitée pour concevoir ou améliorer des nouveaux produits ou services.



OBJECTIFS

- ✓ Comprendre ses utilisateurs et ses clients.
- ✓ Collecter le feedback de ses clients et utilisateurs.
- ✓ Représenter l'expérience de ses clients et ses utilisateurs sous forme de parcours.
- ✓ Mettre en place une stratégie d'améliorer de la satisfaction client (NPS).
- ✓ Adopter les outils de projet centré utilisateur : persona, carte d'expérience, brainstorming, guide d'entretien, questionnaire.

CONTENUS E-LEARNING

ÉPISODE 1

Mot de bienvenue.

Tout au long de cette mini-série, tu trouveras des outils, des méthodes et des ressources à télécharger pour t'amener à te mettre dans la peau de tes utilisateurs/clients. Cette formation va te donner les clés pour concevoir des produits et des services basés sur les motivations et les besoins profonds de tes utilisateurs et des tes clients. Pour y arriver, nous allons aborder trois grands thèmes : comprendre ses utilisateurs, représenter l'expérience de ses utilisateurs, améliorer l'expérience de ses utilisateurs. Alors prêt pour concevoir des produits et des services centrés utilisateurs ?

ÉPISODE 2

Introduction chapitre 1 : sors de ton bureau !

Quel que soit ton projet ou ton métier, tu t'adresses forcément à des utilisateurs, qu'ils soient extérieurs à ton organisation ou au sein même de ton organisation. Si tu veux concevoir des services ou des produits qui répondent à leurs attentes et à leurs besoins il y a une règle d'or à appliquer en toutes circonstances : aller au contact de ses utilisateurs.

ÉPISODE 3

Les règles d'une recherche utilisateurs rapide et efficace

Dans le cycle de conception d'un produit ou d'un service centré utilisateurs, la recherche utilisateur est une étape essentielle. Pour bien comprendre ses utilisateurs, on va observer leur activité réelle et le contexte dans lequel ils agissent. Le problème, c'est que l'on n'a pas toujours le temps et les ressources nécessaires pour passer du temps sur le terrain. Dans cet épisode, nous allons voir comment mener une recherche utilisateur rapide et efficace.

ÉPISODE 4

Feuille de route opérationnelle

Tu t'apprêtes à aller sur le terrain pour mener des observations dans le cadre de ta recherche utilisateur. Tu as préparé une carte d'acteurs avec les acteurs-clés. Tu as également réalisé tes premiers parcours illustrés à partir de ce que tu sais de l'expérience de tes utilisateurs. Ce travail est absolument nécessaire, mais avant d'aller sur le terrain, il te manque encore une chose : une feuille de route opérationnelle.

ÉPISODE 5

Mener une interview à l'aide d'un guide d'entretien

On pourrait croire que pour interroger ses utilisateurs, il suffit de leur envoyer un questionnaire. C'est une pratique répandue mais ne remplace pourtant pas un entretien utilisateur. Avec un questionnaire, nous obtenons certes des réponses à nos questions mais ce que nous n'obtenons pas ce sont les raisons qui ont menées les utilisateurs à livrer ces réponses. Pour obtenir ces raisons, l'entretien utilisateur est une étape incontournable qui se doit d'être bien préparée.

ÉPISODE 6

Les bonnes pratiques pour réussir un entretien utilisateurs

Une bonne préparation est essentielle à la réussite d'un entretien utilisateur mais ce n'est pas suffisant. Dans cet épisode, Mathilde te partage toutes les bonnes pratiques issues du terrain et qui feront la différence le jour J.

ÉPISODE 7

Concevoir un bon questionnaire utilisateurs avec l'outil en ligne Évolt

On a souvent tendance à oublier que pour construire un bon questionnaire, il faut accorder autant d'importance au fond qu'à la forme. Dans cet épisode, Jonathan te guide pas à pas dans la construction d'un questionnaire qui fera la différence, à la fois par le type de questions que tu poseras mais également par la façon dont tu présenteras les questions à tes utilisateurs.



ÉPISODE 8

Les 4 pièges qui empêchent d'être centré utilisateurs

Lorsque l'on mène une recherche utilisateurs, le plus difficile n'est pas d'interroger les personnes mais plutôt de prendre le recul nécessaire pour bien interpréter leurs réponses. Dans cet épisode, Arthur évoque les 4 biais qui peuvent générer une mauvaise interprétation des résultats d'une recherche utilisateurs et conduire à des solutions qui ne répondent pas réellement aux besoins de ses clients.

– REPRÉSENTER L'EXPÉRIENCE DE SES UTILISATEURS

ÉPISODE 9

Introduction chapitre 2 : Persona & Carte UX, 2 outils fondamentaux.

Maintenant que tu es capable d'utiliser les bons outils et les bonnes méthodes pour comprendre tes utilisateurs ou tes clients il faut être capable de communiquer sur ce que tu comprends de leurs comportements et leurs besoins. Pour cela, il est nécessaire de représenter toutes les informations que tu as pu recueillir. Dans ce chapitre nous allons découvrir les deux outils incontournables qui permettent de représenter l'expérience de ses utilisateurs.

ÉPISODE 10

Créer son persona à partir de ta recherche.

La plupart du temps, une équipe projet est constituée de personnes qui ont des spécialités différentes, des enjeux différents et des référentiels différents. Or, pour concevoir un service ou un produit, il est primordial d'aligner l'ensemble de l'équipe sur un même référentiel : l'utilisateur. Dans cet épisode, Laurence te présente un des outils fondamentaux des méthodes de projets centrées utilisateurs et qui permet d'aligner l'ensemble de l'équipe de conception sur une même représentation : le persona.

ÉPISODE 11

Construis ton livrable persona grâce à l'outil en ligne Évolt

Dans une équipe projet, lorsqu'il s'agit de concevoir ou d'améliorer un service ou un produit, ceux qui mènent la recherche utilisateurs ne sont pas forcément ceux qui vont travailler ensuite sur le service ou le produit en question. Il est donc essentiel de prendre un contact un enjeu majeur pour la réussite d'un projet : la communication. Dans cet épisode, Jonathan te guide pas à pas dans la construction d'un livrable qui servira de support de communication pour l'ensemble de l'équipe, en interne comme en externe.

ÉPISODE 12

Représenter sa carte d'expérience avec l'outil en ligne Évolt

On le dit, on le répète : être centré utilisateurs c'est penser à la place de ses clients pour leur offrir LA meilleure expérience, mais encore faut-il connaître l'expérience que vivent ses utilisateurs. Dans cet épisode, Jonathan te présente un outil incontournable qui permet de représenter de façon chronologique l'expérience vécue par ses utilisateurs ou ses clients : la carte d'expérience.



– REPRÉSENTER L'EXPÉRIENCE DE SES UTILISATEURS

ÉPISODE 13

Introduction chapitre 3 : améliorer l'expérience

Dans les chapitres précédents, tu as compris comment aller sur le terrain pour recueillir les données importantes concernant tes utilisateurs et les outils qui permettent de modéliser l'expérience actuelle vécue par tes utilisateurs ou tes clients. Tu es maintenant capable de repérer leurs difficultés et leurs points de friction. Il est temps maintenant de corriger ces points de friction pour améliorer l'expérience de tes utilisateurs et c'est ce que nous allons aborder dans ce chapitre.

ÉPISODE 14

Augmente ta satisfaction client grâce à la carte d'expérience.

Nous avons tous, un jour ou l'autre, été confrontés à un très mauvais service client, qui, très probablement, a laissé un souvenir indélébile dans notre esprit comme jamais ne l'a fait une expérience positive. En effet, en tant qu'utilisateur d'un produit ou d'un service, nous sommes plus enclins à imprimer les expériences négatives qu'à se remémorer les expériences positives. Dans cet épisode, Fredy partage une méthodologie qui permet d'utiliser la carte d'expérience pour améliorer la qualité de son service ou de son produit et ainsi augmenter le niveau de satisfaction de ses clients.

ÉPISODE 15

Fais un brainstorming avec l'outil en ligne Évolt

Depuis quelques années, le brainstorming s'est imposé comme une étape incontournable pour générer des idées et impliquer les parties prenantes d'un projet. Cependant, il est souvent compliqué d'organiser une session de brainstorming, de s'assurer de l'implication de tous les participants et surtout de générer un livrable efficace et intelligible. Dans cet épisode, Jonathan te guide pas à pas pour tirer le maximum de bénéfices de tes sessions de brainstorming avec la plateforme evolt.

ÉPISODE 16

Fais un brainstorming avec l'outil en ligne Évolt

Depuis quelques années, le brainstorming s'est imposé comme une étape incontournable pour générer des idées et impliquer les parties prenantes d'un projet. Cependant, il est souvent compliqué d'organiser une session de brainstorming, de s'assurer de l'implication de tous les participants et surtout de générer un livrable efficace et intelligible. Dans cet épisode, Jonathan te guide pas à pas pour tirer le maximum de bénéfices de tes sessions de brainstorming avec la plateforme evolt.

ÉPISODE 17

Fin de la formation

Mot de clôture de la formation





L'experte : Mathilde Maître

Avec plus de 15 ans d'expérience dans l'univers de l'innovation et du design, elle a notamment occupé le poste de directrice du Design chez Fabernovel. Elle a travaillé et collaboré sur de nombreux projets d'envergure liant digital, innovation, expérience utilisateur.

FASTER TALK – 90MIN

Le client est roi : l'importance des feedback utilisateur et des retours clients.

Parler à ses utilisateurs et ses clients est crucial pour comprendre leurs besoins, leurs attentes, les envies afin de leur proposer des bons produits, des services fluides ou des expériences mémorables. L'approche Design Thinking, popularisée par Apple, Airbnb, Uber, Spotify, montre qu'il est aujourd'hui primordial d'étudier avec précision ses clients, ses utilisateurs, ses citoyens, ses collaborateurs afin d'améliorer leurs expériences et leurs satisfactions.

Objectifs :

- Donner le coup d'envoi du parcours et créer chez l'apprenant l'envie de monter en compétence sur la conception centrée utilisateurs et l'expérience client.
- Créer l'émulation collective et permettre à chaque apprenant de prendre conscience de sa courbe d'apprentissage et de son propre à la démarche « centrée client ».
- Se projeter dans des situations professionnelles concrètes.

FASTERCAMP #1 – 90MIN

Créer un guide d'entretien pour aller à la rencontre des utilisateurs/clients.

L'outil indispensable pour aller au contact des utilisateurs ou clients est le guide d'entretien.

Objectif : Consolider les notions et postures abordées dans la mini-série et ancrer les méthodes et outils dans le quotidien professionnel de façon durable.

- 20 min : Questions/réponses sur la mini-série.
- 5 min : Rappel des règles, la structure pour construire un guide efficace.
- 25 min : Réalisation en groupe d'un guide d'entretien qui sera éprouvé avant le Fastercamp #2
- 10 min : Avec quoi je repars ? Quelles sont les règles et les bonnes pratiques d'une interview que je m'approprie et que je vais mettre en pratique durant l'entretien. Comment je m'y prends pour planifier le/les interviews à mener.

FASTERCAMP #2 – 90MIN

Créer une carte d'expérience, cet outil du designer pour représenter les points de friction.

Un outil hyper puissant qui permet d'analyser les résultats des entretiens utilisateurs et d'identifier ce qui marche ou ne marche pas dans l'expérience, le service, le produit testé.

Objectif : Consolider les notions et postures abordées dans la mini-série et ancrer les méthodes et outils dans le quotidien professionnel de façon durable.

Prérequis : Les participants doivent mener à minima 1 entretien utilisateur.

- 10 min : Questions/réponses sur les mises en application du Fastercamp #1.
- 15 min : Partage des enseignements collectés lors des entretiens.
- 25 min : Réalisation d'une carte d'expérience synthèse des enseignements des entretiens de l'ensemble du groupe.
- 10 min : Avec quoi je repars ?

FASTERCAMP #3 – 90MIN

Test & Learn : plus qu'un outil, une posture.

Les entretiens utilisateurs menés, l'analyse réalisée et présentée sous forme d'une carte d'expérience, il est temps de prioriser les actions à mettre en place... et notamment des quick wins à tester rapidement. Voyons ensemble comment s'approprier cette approche de Test & Learn.

Objectif : Consolider les notions et postures abordées dans la mini-série et ancrer les méthodes et outils dans le quotidien professionnel de façon durable.

- 10 min : Questions/réponses sur les mises en application du Fastercamp#2
- 15 min : Présentation de l'approche "Test & Learn" et des différentes façons de prototyper rapidement.
- 25 min : Identifier, s'approprier l'approche "Test & Learn" et définir une action à mettre en place, une application concrète (ex : je me demande si je peux monétiser mon service. Je réalise une landing page factice pour permettre de tester).
- 10 min : Avec quoi je repars ? Bilan global sur l'approche centrée utilisateur et projection moyen terme pour prolonger l'application des méthodes dans mes projets.

– DURÉE

3 heures (e-learning seul)

9 heures (e-learning + classes virtuelles)

– DÉLAIS D'ACCÈS

Immédiat (contenu e-learning seul)

Voir calendrier (e-learning + classes virtuelles)

– MODALITÉ D'ÉVALUATION

Quiz selon grille d'évaluation

– LANGUES

Français

– TARIF

190,00 € HT (e-learning seul)

990,00 € HT (e-learning + classes virtuelles)

– PRÉREQUIS

Avoir une connexion internet.

Avoir un ordinateur avec webcam.

Être dans un lieu calme sans bruits parasites.

– ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE

Sous-titrage pour malentendants & podcast pour malvoyants.

Pour un besoin particulier, veuillez contacter notre référent handicap à handicap@fasterclass.fr

CE PROGRAMME 100% EN LIGNE ET À DISTANCE CONTIENT

- Accès à l'**application** mobile (Android, iOS) et sur **TV** (via cast)
- Les épisodes en **vidéo** et en **audio**
- Un **classbook** de synthèse & des ressources prêtes à l'emploi
- Une **checklist** d'actions pour mettre en pratique
- Un espace **Questions & Réponses**
- **Certificat** d'accomplissement

