

Comment faire d'un produit un produit essentiel ET un levier de transformation ?

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES ET COMPÉTENCES VISÉES

Disposer d'une approche transversale pour développer des produits à forte valeur ajoutée et leurs écosystèmes, pour toutes les parties prenantes (collaborateurs, utilisateurs et business).

Le participant comprendra et mettra en pratique product management et design écosystémique. A l'issue de la formation, il sera capable de :

- | Construire une vision et une stratégie produit écosystémique inclusives (faire "avec" plutôt que "pour")
- | Expérimenter et valider les modèles de représentation pour embarquer le plus grand nombre. (narratifs, visualisations)
- | Préparer et piloter les adhérences générées par le produit écosystémique ... fonctionnel, émotionnel, éthique et sociétal... tout en restant profitable !

Intervenant(s)

La formation sera animée par **Anuhi Lou**, designer et planneur stratégique depuis plus de 20 ans, pour des grands comptes, des start-ups, des associations et fondations.

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Profil du stagiaire

Product manager, product designer, product owner, ux designer, design strategist, chef de projet...

Prérequis

Compréhension et pratique du product management - Expérience conseillée : au moins 2 ans.

ORGANISATION

Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

Pour chaque module : introduction, étude de cas concrets, exposés théoriques et considérations pratiques. Des exemples illustreront le propos

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation ;

Documents supports de formation projetés ;
Mise à disposition en ligne des supports à la suite de la formation.

Format et Durée

Bootcamp d'une durée de 28 heures (sur 5 jours discontinus).

Suivi et appréciation des résultats de l'action

Questions orales ou écrites (QCM, quizz)
Mises en situation
Formulaires d'évaluation de la formation

PROGRESSION PÉDAGOGIQUE

ACCUEIL

INTRODUCTION GÉNÉRALE — Les piliers d'un produit transformatif

- | La philosophie et le business centrés humain
- | Les Product Manager / Product Designer dans un monde en transformation
- | Les principales méthodologies et disciplines et leurs limites
- | Mise en pratique

1 / CIBLER LES BONS UTILISATEURS INTERNES ET EXTERNES

- | Se connaître et connaître tous ses utilisateurs, internes et externes
- | Aligner son entreprise et sa marque au regard de son marché cible
- | Identifier les produits potentiellement transformatif, formaliser la vision produit
- | Mise en pratique Living Personae / Transformative Experience Map / Trombinoscope

2 / ÉVALUER SON PRODUIT EXISTANT ET FORMALISER SA VISION

- | Co-construire la vision produit, son écosystème et sa mission transformative
- | Explorer les dimensions du produit (business model, experience model)
- | Identifier les fonctionnalités et marqueurs clés
- | Mise en pratique Elevator Pitch / Lean Canvas / 3x3 Matrix / Benchmark

3 / ILLUSTRER, MOBILISER, EXPÉRIMENTER

- | Définir des postures et marqueurs
- | Prioriser les différentes hypothèses Problématiques / Solutions
- | Tester ses postures avec le MVP, MMF, POC...
- | Mise en pratique Postures / Marqueurs

4 / ENRICHIR LA VISION FONCTIONNELLE DU PRODUIT ET SON ÉCOSYSTÈME

- | Définir la structure du produit et ses rituels
- | Prioriser les fonctionnalités et marqueurs clés
- | Construire la feuille de route du produit et de son écosystème
- | Définir les rituels et OKR
- | Mise en pratique Impact Mapping, Story Mapping, Roadmap et comitologie

5 / DONNER VIE ET PERSPECTIVES À SON PRODUIT ET SON ÉCOSYSTÈME

- | S'insérer dans les usages et passer de la commodité à l'habitude
- | Métier, culture, livrables des métiers de l'expérience design
- | Métier, culture, livrables des métiers du product management
- | Mise en pratique User stories / Comitologie / Culture projet

6 / NARRATIFS, ADHÉRENCES ET PÉRIMÈTRE TRANSFORMATIF

- | Se développer dans les organisations
- | Culture commune, organisation formelle et informelle
- | Narratifs et symboles pour les publics
- | Cartographie de l'écosystème du produit
- | Mise en pratique WHY / Écosystèmes / Storytelling / Symboles / RACI

7 / RÉCAPITULATIF, PERSPECTIVES ET POSTURES D'UN PRODUCT DESIGNER / MANAGER

- | Nouvelles ambitions et perspectives
- | Matrice transformative - transformer pour aller où ?
- | Mise en pratique Manifesto Outro / Capsule temporelle

8 / CLÔTURE

- | Pour aller plus loin
- | Feedback