

La **pression sur l'innovation est de plus en plus forte à mesure que le cycle de vie d'un produit diminue de façon exponentielle.**

Comment **sécuriser son process d'innovation** lorsque 3 nouveaux produits sur 4 ne soufflent pas leur première bougie ?

Générer des idées et des concepts qui intègrent les besoins et attentes des consommateurs par une connexion authentique aux frictions qu'ils rencontrent constitue un moyen de sécuriser la qualité du contenu de son pipe d'innovation.

Cette formation vous propose un inventaire des approches permettant de rester en empathie avec vos cibles actuelles et futures, pour une compréhension intime de leurs besoins.

Elle **aborde les méthodes vous permettant de détecter les tensions non résolues sur vos marchés, de les traduire en concepts rapidement sans avoir peur de les tester, même non aboutis, pour réduire votre temps d'accès au marché.** Une démarche structurée qui capitalise sur l'agilité du Design Thinking et la robustesse des insights consommateurs.

Public concerné & prérequis

Directeurs ou responsables marketing, responsables communication, responsables développement packaging, chefs de produits, directeurs de TPE, directeurs ou responsables de l'innovation ou toutes personnes impliquées dans la conception des packagings qui intègre les besoins et attentes des clients/consommateurs finaux

Ingrid Barthod

Consultante études & planning stratégique. Expertise du comportement du consommateur acquise en Instituts d'études à des postes de direction générale. 20 ans d'accompagnement innovation, optimisation mix produit, expérience d'achat, de clients Industriels et Distributeurs (PGC)..

STIMULEZ ET STRUCTUREZ VOTRE DÉMARCHE D'INNOVATION

Programme de la formation

1.INSIGHT CONSOMMATEUR

- Qu'est-ce qu'un insight ?
- Qu'est-ce qu'un bon insight ?
- Revue des sources de détection d'insights (Etudes, services consommateurs, écoute du web, consumer/connect...)
- Trier les insights

Atelier d'application : écriture d'insights catégoriels individuel puis partage en groupe

2.GÉNÉRATION DE CONCEPTS

- Comment passer de l'insight au concept ?
- Structurer un concept pertinent
- Pré-tester ses concepts

Atelier d'application : si je devais tester mon concept.... Individuel puis partage en groupe

3.LES APPORTS DU DESIGN THINKING DANS LE PROCESS D'INNOVATION

- Initiation/Rappels fondamentaux du Design Thinking
- Les méthodes de recherches ethnographiques pour comprendre ses utilisateurs, des plus structurées aux plus intuitives.
- De l'inspiration à l'idéation
 - Le mur d'inspiration
 - Brainstormer
 - Prototyper
 - Tester

Atelier d'application : en groupe en temps limité on expérimente la démarche sur la base d'un sujet tiré au sort.

4.CONCLUSION

- Inventaire des étonnements et prises de conscience
- Les modifications envisagées dans le processus d'innovation

Bonus méthodologique : Une séance individuelle de coaching packaging d'1h00 pour chaque participant a posteriori de la formation

7h00

DE FORMATION
EN PRESENTIEL

Objectif

A l'issue de la formation, chaque participant sera capable de :

- Disposer d'une méthode fiable pour identifier et formuler des insights pertinents
- Sécuriser sa démarche pour limiter les risques décisionnels sans brider la créativité
- S'approprier les bénéfices du Design Thinking dans ses démarches d'innovation

Durée & Dates

Mardi 10 mai 2022 de 9h00 à 18h00 ou
Mardi 6 décembre 2022 de 9h00 à 18h00
Durée : 7 heures en présentiel

Méthodes et outils

- Le nombre de participants minimum est de 5 et ne peut en aucun cas dépasser 10
- Formation 100 % en distanciel
- Avoir rempli son questionnaire d'attentes à l'égard de la formation au moins 5 jours avant le démarrage de la formation
- Avoir adressé des visuels des produits de sa gamme au formateur que le stagiaire souhaite partager avec le groupe 5 jours avant la formation
- Avoir envoyé par voie postale au formateur les principales références sur lesquelles il sera prioritaire de travailler pour la séance de coaching individuelle au moins 5 jours avant la formation

Modalités d'évaluation

Evaluation des acquis de chaque participant grâce à des études de cas, des cas pratiques, des Quiz...

Coûts

- **1 120 € HT par participant non adhérent à une fédération de branche**
- **896 € HT par participant adhérent à une fédération de branche**
- **Le tarif HT inclut les séances individuelles de coaching d'1h00 pour chaque participant a posteriori de la formation**
- **Intra possible sur demande : nous consulter**
- **Cette formation donne lieu à une convention et peut être prise en charge par votre OPCO.**

* Hors frais de déplacement, de restauration et d'hébergement.