



Comment mettre votre client au centre de votre entreprise ?

Formation de pensée design - Piste 1



Mise en scène



Recherche



Conceptualisation



Creation et itération



Mise en œuvre



Mise en scène



Recherche



Conceptualisation



Creation et itération



Mise en œuvre



Comprendre votre contexte



Menez une étude de marché pour identifier les besoins de vos clients et pour comprendre vos concurrents.



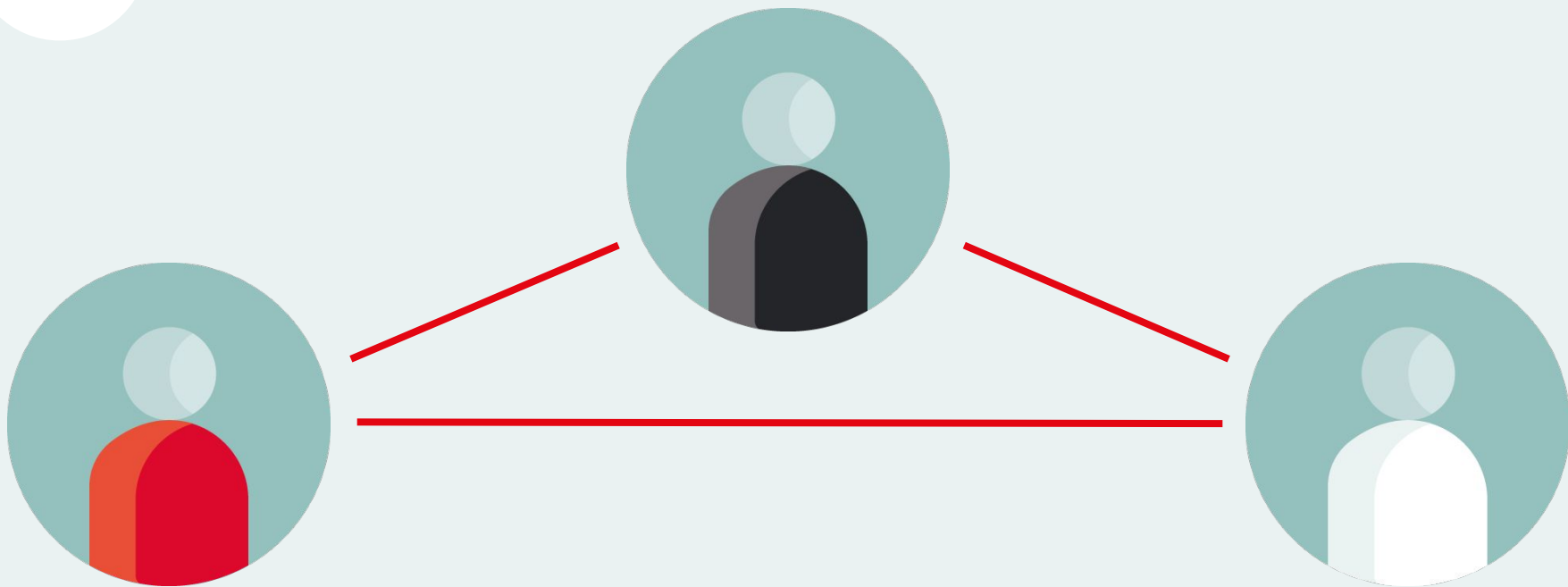
Comprendre votre contexte



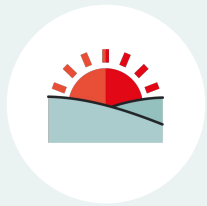
Une carte heuristique pour examiner vos résultats, identifier les facteurs influents et commencer à cerner les besoins de votre client ciblé.



Identifiez les acteurs principaux



Repérez les acteurs principaux susceptibles d'affecter ou d'être affectés par votre entreprise.

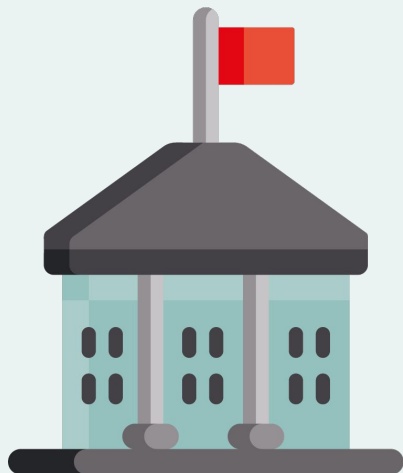


Identifiez les acteurs principaux

Tout est interconnecté et
en mutation constante.

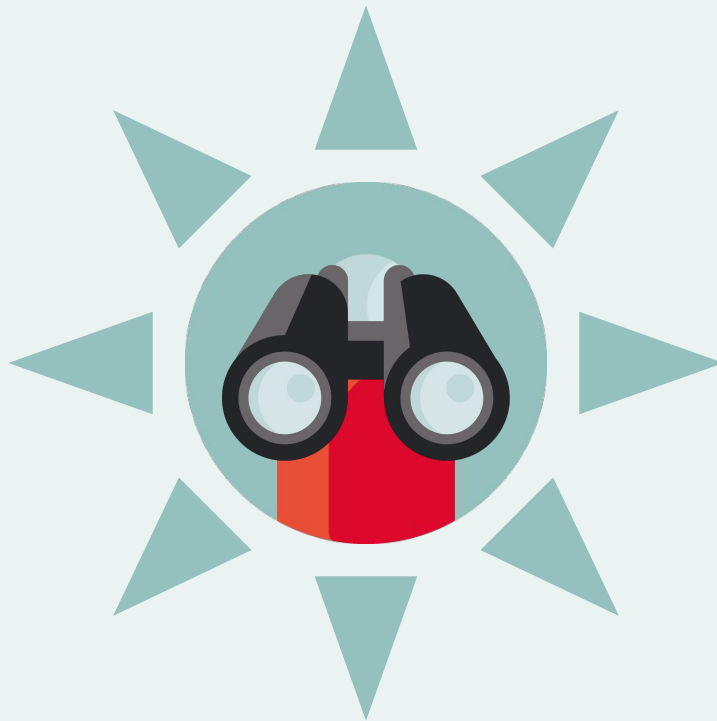


Identifiez les acteurs principaux





**Conseil
pratique !**



Les acteurs de votre écosystème jouent des rôles multiples. Les acteurs que vous avez repérés.



Cadrez le problème



Ce problème est-il réel et qui sont les personnes confrontées à ce problème ? Il se peut que ce que **vous** considérez comme un problème ne soit pas **en fait** considéré comme tel par autrui.



Conseil
pratique !

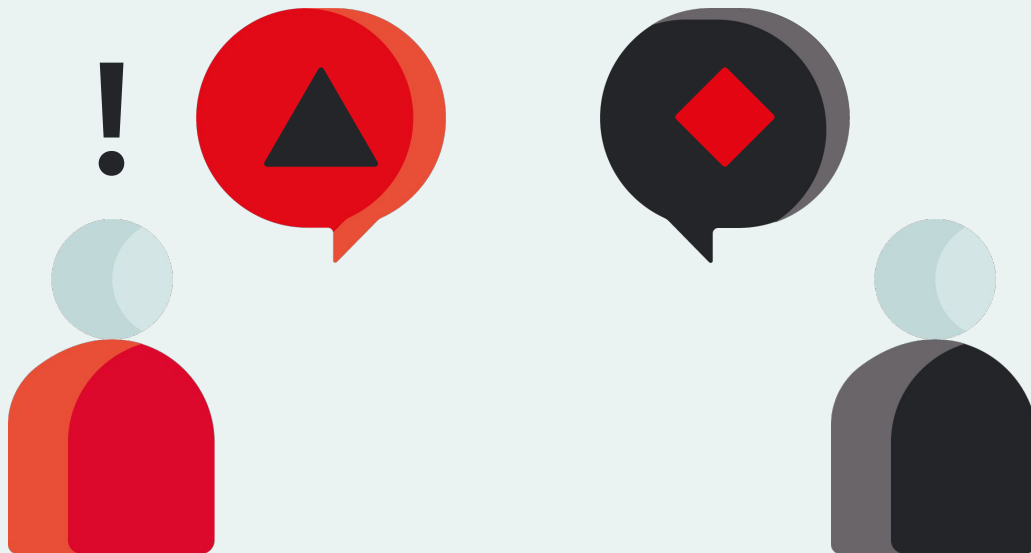
Pourquoi?

Lorsque vous définissez un problème, il est utile de demander « **pourquoi** » souvent et à des personnes différentes.

“Pourquoi est-ce un problème ?” ou “Qu’est-ce qui empêche ce problème d’être résolu ?”



Vérifiez vos hypothèses



Ce processus vous aide à obtenir une compréhension plus exacte
Ce qui peut être vrai pour une personne peut ne pas l'être pour quelqu'un d'autre.
et plus holistique des utilisateurs et de leurs besoin



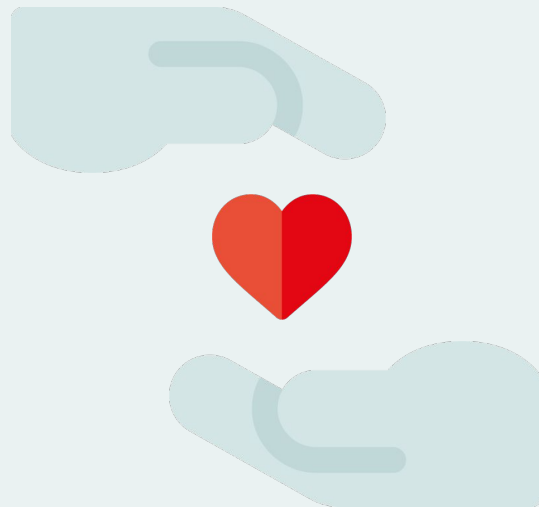
Écoutez réellement



Adoptez une attitude ouverte, sans le côté de jugement qui rend
votre compréhension superficielle et non pertinente pour vos utilisateurs.



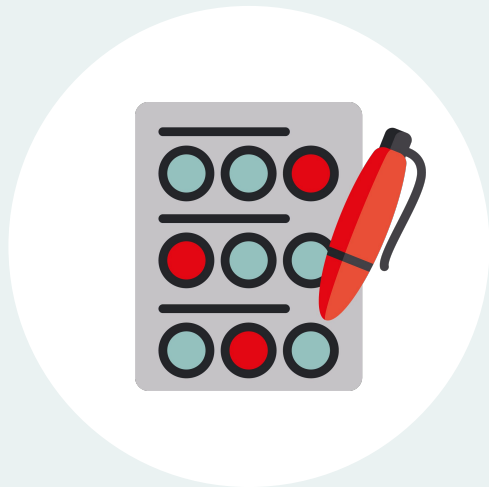
Demandez du feed-back



Partagez ce que vous avez compris de leur point de vue, leurs opinions et leurs expériences.



Demandez du feed-back



Recueillez leur feed-back par le biais d'entretiens, d'enquêtes et de forums de discussion.



Conseil
pratique !



Une telle attitude augmentera leur **niveau d'engagement** et leur **volonté** de participer aux phases suivantes du développement de votre produit

Principales leçons à retenir



1. Une vue complète de votre contexte, des besoins du marché et de la concurrence.

Principales leçons à retenir



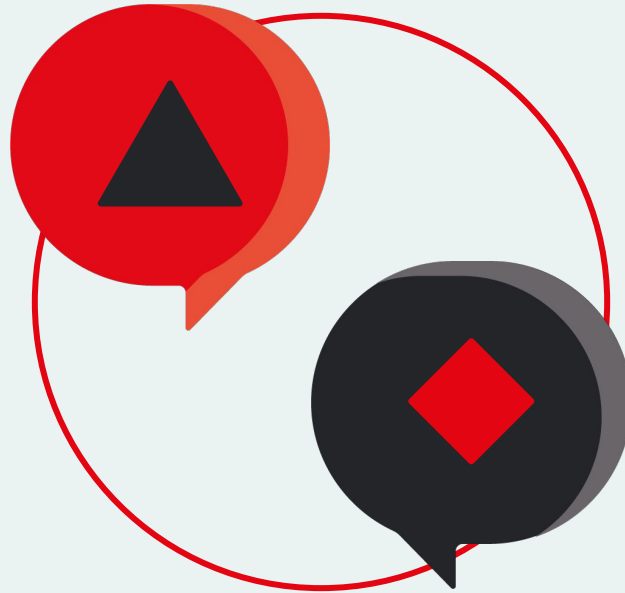
2. Un aperçu clair des acteurs principaux susceptibles d'influencer votre réussite.

Principales leçons à retenir



3. Un énoncé bien défini et testé du problème.

Principales leçons à retenir



4. Des hypothèses vérifiées et validées auprès des clients.

Principales leçons à retenir



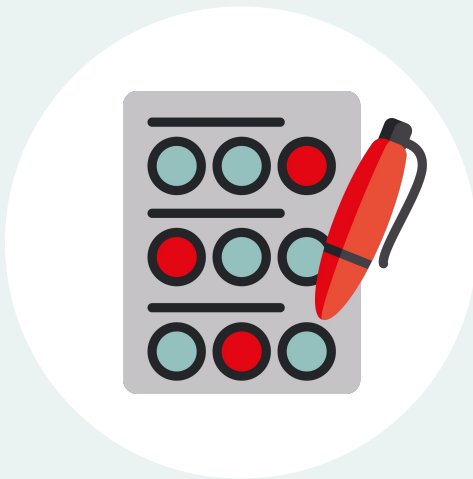
5. Une bonne compréhension des expériences, des opinions et des besoins de vos clients.

Principales leçons à retenir



6. Une relation positive avec les clients désireux de soutenir votre start-up.

Quiz!



Faites le quiz d'auto-évaluation.

Quelle est l'étape suivante ?

Maintenant, commencez votre
apprentissage qui comprend :

Quelle est l'étape suivante ?



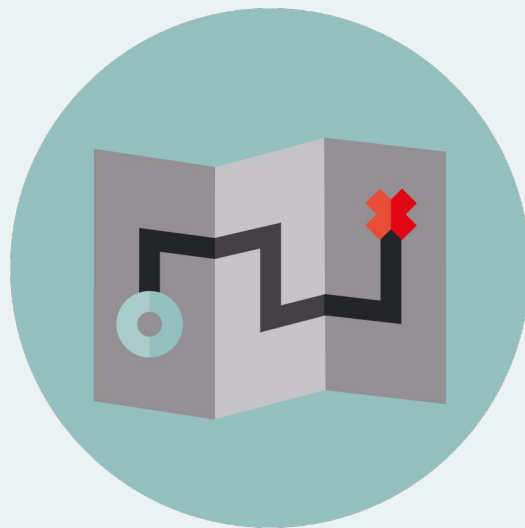
Un exercice d'état d'esprit

Quelle est l'étape suivante ?



Une introduction à Victor, un innovateur et concepteur design

Quelle est l'étape suivante ?



Un apprentissage par étapes qui inclut des outils prêts à l'emploi et des conseils pratiques



Merci!