

DESIGN THINKING

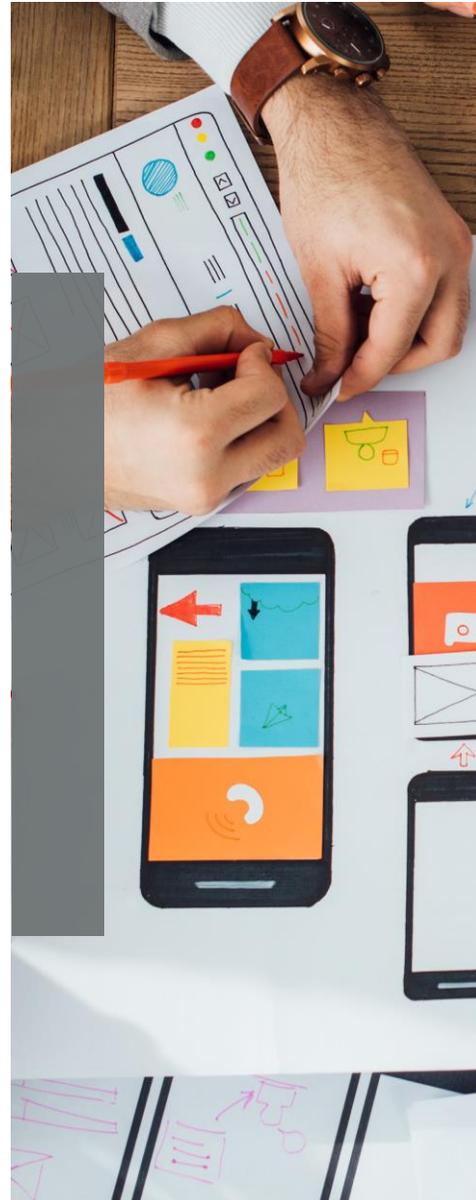
À l'origine, le Design Thinking est apparu comme un moyen d'apprendre aux ingénieurs à aborder les problèmes de manière créative, comme le font les designers. L'une des premières personnes à avoir écrit dès 1959 sur le Design Thinking est John E. Arnold, professeur d'ingénierie mécanique à l'université de Stanford.

Cette manière de réfléchir et d'innover s'appuie fortement sur des retours d'utilisateurs.

Découvrez au travers de cette formation, le potentiel du Design Thinking, expérimentez l'état d'esprit, le processus et les méthodes pour mieux collaborer et innover dans tous vos projets – que ce soit pour permettre à votre organisation de se réinventer, d'innover, de revoir son positionnement ou encore de définir de nouveaux modèles d'affaires (produits, expériences clients, organisation interne...).



Léma SONN
CEO & Founder de « Lemasonn »



DESIGN THINKING



OBJECTIFS ET COMPÉTENCES

Découvrir les principes de base du Design Thinking
S'entraîner à la pratique des outils du Design Thinking
Être capable de mettre en oeuvre concrètement les principes du Design Thinking au travers d'un cas concret



PRÉ-REQUIS

Aucun pré-requis nécessaire



DURÉE DE LA FORMATION

1 jour (7h)



PUBLIC CONCERNÉ

Salariés
Chef d'entreprise
Responsable marketing
Chef de projet
Manager opérationnel ou fonctionnel en charge de l'innovation



NOMBRE DE STAGIAIRE(S)

2 à 8 personnes



TARIF

Sur demande