

Plan de Formation

FC00102 – FI00102

Connaissances préalables	<p>Le stagiaire n'a pas besoin de connaissances préalables particulières pour suivre cette formation. Il est cependant préférable de posséder une expérience professionnelle en tant que manager.</p>
Public concerné	<p>Toute personne amenée à :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Construire et diriger une équipe nécessitant des collaborateurs innovants. – Développer son potentiel de leader innovant. <p>Public concerné : Cadres encadrant une équipe.</p>
Objectifs	<p>Les leaders doivent devenir plus innovants et créer des équipes innovantes. Dans cette formation, chaque participant connaîtra quel type d'innovateur il / elle est, et apprendra à développer de nouvelles compétences pour devenir plus performant. En fonction de ses objectifs commerciaux actuels, chaque participant apprendra ensuite à concevoir son équipe de manière à être plus innovante. Divers exercices utilisant les techniques des plus grands innovateurs et les outils de « design thinking » seront utilisés pour développer les compétences innovantes des participants.</p> <p>Les objectifs de cette formation sont de comprendre comment :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Devenir un plus grand leader innovant. – Recruter et gérer des équipes innovantes. – Trouver des solutions innovantes en utilisant une approche de « Design Thinking ». <p>À la fin de ce module, chaque participant maîtrisera parfaitement les concepts clés et les cadres nécessaires pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Découvrir quel type d'innovateur il est en tant que leader et apprendre à devenir plus innovant. – Comprendre comment créer des équipes innovantes en fonction de leurs objectifs commerciaux. – Apprendre et mettre en pratique l'approche « Design Thinking » pour trouver des solutions innovantes à un défi commercial.
Programme	<p>Le programme de formation est divisé en 4 parties :</p> <p><u>PREMIERE JOURNEE : PARTIES 1 ET 2</u></p> <p>Comment puis-je devenir un leader plus innovant ? Les leaders innovants ont ce qu'on appelle une intelligence créative. Les innovateurs associent les deux côtés du cerveau en exploitant cinq compétences de découverte pour créer de nouvelles idées. Les objectifs de la première journée (parties 1 et 2) sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Apprendre à chaque stagiaire comment améliorer ces 5 compétences. – Exercer le pouvoir du questionnement dans le processus d'innovation. – Apprendre comment recruter et gérer des équipes innovantes.

Le contenu comprendra :

- Passer en revue les compétences des leaders innovants.
- Aider à identifier le type d'innovateur que chaque participant est.
- Fournir les outils pour devenir un leader plus innovant.
- Aider chaque participant à constituer une équipe innovante en fonction de ses objectifs commerciaux.

PARTIE 1 : L'ADN D'UN INNOVATEUR

L'objectif est d'aider les participants à devenir des leaders plus innovants :

- Découvrir son propre ADN d'innovateur.
- Comprendre les compétences que possèdent les plus grands innovateurs et les mettre en pratique pour devenir comme eux.
- Apprendre à agir différemment pour penser différemment.

PARTIE 2 : CONSTRUIRE UNE EQUIPE INNOVANTE

L'objectif est d'aider les dirigeants à recruter les bons membres pour construire une équipe innovante afin de soutenir les objectifs de l'entreprise :

- Découvrir le pouvoir innovant de son équipe actuelle.
- Apprendre à recruter le bon innovateur pour le bon profil professionnel.
- Gérer une équipe innovante.

DEUXIEME JOURNEE : PARTIES 3 ET 4

Pour mieux comprendre le défi ou le problème à résoudre, il est important de découvrir des idées par le biais d'un engagement humain : que vous travailliez sur un projet depuis quelque temps ou que vous commenciez, l'un des principes fondamentaux de la pensée de conception « Design Thinking » est l'engagement de vraies personnes. Une compréhension approfondie des clients ouvre de nouvelles perspectives qui engendrent de nouvelles solutions.

Le secret de l'idéation réside dans le fait que les bonnes idées proviennent de bonnes questions. Lors d'un brainstorming, il ne s'agit pas de penser des idées en réponse à la question « précise » ; au contraire il est préférable d'inspirer votre équipe avec des questions provocantes. Les réponses ont souvent plus de succès lorsqu'elles proviennent d'informations spécifiques et significatives sur les utilisateurs réels et les défis réels.

Le contenu comprendra:

- Comprendre le processus de conception de « Design Thinking ».
- Passer en revue les outils de « Design Thinking ».
- Réaliser des exercices avec des situations réalistes.

PARTIE 3 : DEFINIR LE PROBLEME EN UTILISANT LE DESIGN THINKING

Les objectifs sont de comprendre comment engager le dialogue en interrogeant et en observant les utilisateurs, puis en synthétisant les résultats pour découvrir des besoins et des idées significatifs :

- Comprendre ce qu'est le « Design Thinking ».
- Pratiquer la pensée par le design.
- Commencer le processus de conception en comprenant le défi ou le problème à résoudre.

PARTIE 4 : CREER ET TROUVER DES SOLUTIONS EN UTILISANT LE DESIGN THINKING

Les objectifs sont de reformuler le défi et de faciliter un brainstorming pour générer des concepts de solutions :

- Comprendre comment créer des idées.
- Pratiquer le processus d'idéation.
- Trouver des solutions alternatives au problème à résoudre.
- Pratiquer le processus de construction d'une solution et d'obtention de commentaires.

Moyens pédagogiques	<p>Il sera utilisé des exercices basés sur les problématiques des participants.</p> <p>La thématique du cours se prête naturellement à un échange actif entre les participants. La méthode de formation repose sur une participation active s'appuyant sur des exercices à réaliser en groupe ou individuellement, ainsi que des présentations à l'ensemble du groupe.</p> <p>Les formateurs possèdent des compétences issues de leurs expériences professionnelles et académiques.</p> <p>La qualité de l'enseignement sera assurée par des formateurs diplômés soit d'un Doctorat (PhD) soit d'un Master en Business (MBA).</p> <p>L'ensemble du contenu de la formation sera distribué aux stagiaires sur un support électronique.</p> <p>Lorsque la formation se déroule sur le site du client (référence FC), le client garantira la mise à disposition des personnes et du matériel nécessaire au bon déroulement de la formation (une liste du matériel lui sera communiquée avant la formation).</p> <p>Ces formations sont délivrées à la demande soit en langue Française soit en langue Anglaise.</p> <hr/>
Evaluation de la formation	<p>L'évaluation de la formation sera effectuée via :</p> <ul style="list-style-type: none">- Entretien informel en fin de stage.- Contrôle des connaissances par échange de questions/réponses tout au long du stage.- Fiche d'appréciation remplies par le stagiaire en fin de formation.- Feuille de présence. <hr/>
Durée et lieu	<p>2 jours – 14 heures – Dispensée sur le site du client – 25 participants maximum</p> <p>La formation se déroulera sur 2 jours totalisant 14 heures. Elle sera dispensée soit sur le site du client (référence FC) soit sur un site défini par l'institut INREGU (référence FI). Le groupe sera de 25 participants maximum.</p>