

PROGRAMME DE FORMATION

Repenser ses offres clients grâce au design de service

Objectifs de la formation

- Expérimenter les techniques du design de service
- Utiliser l'observation et l'écoute clients pour identifier les attentes du public
- Générer des idées qui répondent aux attentes clients
- Diagnostiquer son offre actuelle pour la faire évoluer avec les outils du design de service

Programme

Dans un monde où tout s'accélère et où les changements de comportement des individus évoluent de façon radicale, il n'est pas simple de savoir comment adapter son offre touristique. Le design de service propose une méthode efficace et concrète, basée sur l'écoute et l'observation du client. Pragmatique, elle s'appuie sur les connaissances de son écosystème et sollicite les équipes pour construire des offres répondant aux attentes du public. En favorisant l'innovation par l'usage, elle offre une alternative pertinente à toutes les structures du tourisme et n'exige pas les investissements conséquents en R&D que seuls les gros opérateurs peuvent se permettre.

Module 1 : Comprendre la culture design

- La culture design : brève histoire du design, le métier de designer, le design au service des entreprises
- Applications du design thinking dans le tourisme
- Processus design : les grandes étapes du design de service

Module 2 : Observer son client

- L'écoute client dans le design thinking, focus sur les premières étapes du design de service : immersion et empathie - Analyse, enjeux de l'écoute client
- Les grandes bases de l'écoute client : les sources d'information internes et externes, les types de données quantitatives ou qualitatives, les formes d'enquêtes individuelles ou collectives
- Les grandes méthodes d'écoute client : la recherche en ligne, le partage d'expérience, le benchmark, l'immersion complète....

Module 3 : Adopter une persona

- Persona, mon ami : définition, rôle et enjeux du persona, méthodes de construction
- Approche de la création narrative : imaginer un persona en 5 critères et la façon d'entrer en contact avec lui
- Construction d'un persona à partir des informations connues

Module 4 : Cerner le problème

- La définition du bon problème : focus sur l'étape centrale du design de service
- Cartographier l'expérience : présentation de la carte d'empathie et du parcours utilisateurs
- Points noirs : Identification des points de friction, des insatisfactions et des manques, introduction de la carte d'expérience

Module 5 : Créer la différence

- Un client sous influence : introduire la notion de tendances influentes et de planches d'inspiration

- Suivre ou contrer : mise en pratique pour décider sur chaque projet des tendances à intégrer ou pas, dégager les concepts forts
- Créer de la valeur : introduire la notion de proposition de valeur et la Value Proposition Canvas

Module 6 : Diagnostiquer l'offre

- Évaluer l'existant : diagnostiquer son offre en fonction des attentes clients et mettre en évidence les points à traiter avec les améliorations à effectuer, les opportunités de services à imaginer, les points à renforcer
- Diagnostic du territoire et de son offre et identification des actions à mener avec la méthode S.O.U.R.C.E.

Module 7 : Générer des idées

- Rappel sur la créativité et son processus
- Purger les premières idées : mise en pratique par un brainstorming libre à partir des pistes d'action identifiées
- Mise en pratique avec le jeu ACDC et ses 4 verbes d'action

Module 8 : Challenger son idée

- Tester et itérer : focus sur les dernières étapes du design de service, introduction du terrain d'expérimentation
- Mise en pratique avec la construction d'un plan d'expérimentation du projet via une matrice structurante

Module 9 : Améliorer son offre

- L'importance de l'itération et de l'amélioration continue, introduction du "produit minimum viable - MVP"
- Travailler de manière agile : les bases de l'agilité, segmentation en objectifs atteignables, dialogue avec les parties prenantes, centrage utilisateur...
- Définition théorique de son MPV et amélioration de son offre

Module 10 : Lancer son offre

- Arguments clés : Utiliser les éléments de communication adaptés à son public et à son offre (arguments, supports, canaux...)
- Lancer son service : construire un plan d'action cohérent avec les objectifs du projet, la cible client, les partenaires impliqués, les ressources à disposition, le planning envisagé...)
- Construire le plan de lancement du projet et le présenter à l'ensemble du groupe

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Ateliers et mises en pratique sur un projet "fil rouge"
- Jeux pédagogiques
- Échanges en groupe et en sous-groupes
- Fiches pratiques et supports transmis aux stagiaires

Public

Toute personne souhaitant développer de nouveaux services au sein d'une structure touristique

Prérequis

Pas de pré-requis

Informations complémentaires

Formation dispensée par Valérie Cailliez – Guide en territoire d'innovation et Consultante – formatrice – enseignante, spécialiste du management et du marketing de l'innovation.

Elle accompagne un large public d'entreprises pour les aider à construire de nouvelles solutions et intervient fréquemment en design de service auprès des organisations.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Évaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : exercices collectifs sur toutes les étapes du cas fil rouge
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé 2 jours après la fin de la formation

Durée

3,00 jour(s)

21:00 heures