



CATALOGUE

CENTRE DE FORMATION DICI



1 DICI FORMATION 04

- En bref
- Services
- Contact

2 PROGRAMMES DE FORMATION 07

MANAGEMENT DE L'INNOVATION

- Initiation au design management
- Le design, au service de la compétitivité des entreprises
- Initiation à la méthode NextStage - de l'idée au prototype
- Mettre en pratique la méthode NextStage - de l'idée au prototype

DESIGN THINKING

- Initiation au design thinking
- Initiation et mise en pratique du design thinking

PROCESS & TECHNIQUES

Modules méthode NextStage

- Réaliser un diagnostic design [Module 1 Méthode NextStage]
- Observer et étudier les utilisateurs [Module 2 Méthode NextStage]
- Générer des idées [Module 3 Méthode NextStage]
- Construire un business model [Module 4 Méthode NextStage]
- Inclure l'innovation dans une stratégie de marque [Module 5 Méthode NextStage]
- Appréhender la conception d'un produit/un packaging/une identité/un service/une interface/un espace [Module 6 Méthode NextStage]
- Prototyper [Module 7 Méthode NextStage]
- Réaliser des tests utilisateurs [Module 8 Méthode NextStage]

3 MOYENS ENGAGÉS 28

- Méthodes & ressources pédagogiques
- Formateurs
- Situation géographique
- Salles de formation
- Matériel
- Restauration & hébergement

4 CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 30

Dici Formation

EN BREF

Créée en 2005, **DiCi** est une agence de design global indépendante.

Nous accompagnons tous les types d'organisations dans l'**émergence** et la **concrétisation matérielle de l'innovation**.

DiCi Formation est créée en 2013 afin d'accompagner les organisations :

- pour les sensibiliser et transmettre l'intérêt d'innover dans un cadre contraint et démontrer ses résultats.
- dans l'émergence et la conception d'innovations productibles et commercialisables.
- grâce à une approche ludique et pratique de l'innovation.

La formation aux méthodes de créativité, d'intelligence collective ou de brainstorming est, ici, dispensée par des professionnels de l'accompagnement à la mise en œuvre sur le marché de produits ou services commercialisables.

Grâce à son expertise, DiCi conçoit et propose une palette d'outils adaptés à la fabrication et à la commercialisation des sujets d'innovation.

SERVICES

DiCi Formation développe des formations pour vous accompagner dans la mise en place d'une démarche d'innovation et de design.

DiCi Formation s'adresse à **tout type de collaborateur** dans **tout type d'organisation** (de la TPE au grand groupe en passant par les collectivités territoriales).

Elle vous offre des formations **catalogue** et **sur-mesure** en **intra-entreprises** et **inter-entreprises**.

Ces formations vont de l'**initiation** à une **mise en pratique** à travers l'application des méthodes enseignées à votre problématique.

Certaines formations sont proposées en **langue anglaise**.

Basée sur son expertise, DiCi a conçu et mis en œuvre une **méthode d'accompagnement à l'innovation centrée utilisateur : NextStage**.

DiCi propose une formation à l'intégration du parcours Nextstage dans les organisations souhaitant innover de manière tangible et efficace.

CONTACT

L'équipe DiCi Formation est composée de professionnels, en poste, de l'innovation et du design.

Une question à propos des programmes des formations ?

Un besoin de formation spécifique ? Un besoin de devis ?

Contact commercial :

Tiphaine IGIGABEL / t.igigabel@dicidesign.com / 02 85 67 20 53

RÉFÉRENCES

Bpifrance, Technicolor, Silver Valley, Xylofutur, Performanse, HGH Systèmes Infrarouges, Eurial

— Programmes
de formations



Management de l'innovation

- Initiation au design management
- Le design, au service de la compétitivité des entreprises
- Initiation à la méthode NextStage - de l'idée au prototype
- Mettre en pratique la méthode NextStage - de l'idée au prototype

MANAGEMENT DE L'INNOVATION INITIATION AU DESIGN MANAGEMENT

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : aucun - niveau débutant

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Apprécier l'intérêt de la mise en place du design management dans son entreprise
- Comprendre les conditions de mise en place d'une démarche de design management
- Apprécier l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques

INTERVENANT

Emmanuel THOUAN - Design Manager

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MATIN (3H30) :

1. Le design management au service de l'innovation

- Introduction au design management
- Les différentes formes d'innovation
- Design management et innovation

APRÈS-MIDI (3H30) :

2. Les conditions nécessaires

- Le mode organisationnel
- Le design dans l'entreprise
- Les intervenants

3. Présentation de cas d'entreprises

Exemples en startups / PME-ETI / grands groupes / collectivités territoriales

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : aucun - niveau débutant

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Apprécier l'intérêt de la mise en place du design management dans son entreprise
- Connaître l'impact du design pour la compétitivité de son entreprise
- Apprécier l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques

INTERVENANT

Emmanuel THOUAN - Design Manager

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MATIN (3H30) :

1. Le design management au service de l'innovation

- Introduction au design management
- Les différentes formes d'innovation
- Design management et innovation

APRÈS-MIDI (3H30) :

2. L'impact positif du design sur la compétitivité des entreprises

- Des chiffres parlants en France et à l'international
- Les différents leviers actionnés

3. Présentation de cas d'entreprises

Exemples en startups / PME-ETI / grands groupes / collectivités territoriales

MODALITÉS

Durée : 2 journées de 7 heures (14 heures)

Tarif : 1 200 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : connaître les métiers du design - niveau débutant

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Acquérir les bases de la méthodologie NextStage©
- Connaître le process
- Appréhender l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples

INTERVENANT

Emmanuel THOUAN - Design Manager

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

JOUR 1

MATIN (3H30) :

1. L'intérêt du process NextStage

- Origine et vision générale
- Impact sur les entreprises
- Des exemples en entreprises et en collectivités publiques

2. L'immersion

- Audit de l'existant (Stage 1)

APRÈS-MIDI (3H30) :

- Observation (Stage 2)

3. La créativité

- Idéation, co-conception et implication des métiers (Stage 3)

JOUR 2

MATIN (3H30) :

- Animation et communication (Stage 3)
- Restitution, modélisation économique et priorisation (Stage 4)

APRÈS-MIDI (3H30) :

4. La conception

- La stratégie de marque (Stage 5)
- La conception (design studio) (Stage 6)

5. La concrétisation

- Prototypage (Stage 7)
- Tests utilisateurs (Stage 8)
- Les suites

MANAGEMENT DE L'INNOVATION
METTRE EN PRATIQUE LA MÉTHODE NEXTSTAGE
DE L'IDÉE AU PROTOTYPE

MODALITÉS

Durée : 4 journée de 7 heures (28 heures)

Tarif : 2 400 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : connaître les métiers du design - niveau débutant

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Acquérir les bases de la méthodologie NextStage
- Connaître et mettre en pratique le process
- Appréhender et expérimenter la méthode NextStage au travers d'un cas concret de mise en pratique

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques
- Utilisation d'une mise en situation professionnelle adaptée aux apprenants (type d'entreprise, métier, type de clients)

INTERVENANT

Emmanuel THOUAN - Design Manager

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

JOUR 1

MATIN (3H30) :

1. L'intérêt du process NextStage

- Origine et vision générale
- Impact sur les entreprises
- Des exemples en entreprises et en collectivités publiques
- Constitution des groupes de travail pour une mise en pratique directe

APRÈS-MIDI (3H30) :

2. L'immersion

- Audit de l'existant (Stage 1)
- Observation (Stage 2)
- Apports théoriques et mise en pratique sur un cas concret

JOUR 3

MATIN (3H30) :

3. La créativité (2/2)

- Restitution, modélisation économique et priorisation (Stage 4)
- Apports théoriques et mise en pratique sur un cas concret

APRÈS-MIDI (3H30) :

4. La conception (1/2)

- La stratégie de marque (Stage 5)
- Apports théoriques et mise en pratique sur un cas concret

JOUR 2

MATIN (3H30) :

3. La créativité (1/2)

- Idéation, co-conception et implication des métiers (Stage 3)
- Animation et communication (Stage 3)
- Apports théoriques et mise en pratique sur un cas concret

APRÈS-MIDI (3H30) :

3. La créativité (1/2)

- Restitution, modélisation économique et priorisation (Stage 4)
- Apports théoriques et mise en pratique sur un cas concret

JOUR 4

MATIN (3H30) :

4. La conception (2/2)

- Conception (design studio) (Stage 6)
- Apports théoriques et mise en pratique sur un cas concret

APRÈS-MIDI (3H30) :

5. La concrétisation

- Prototypage (Stage 7)
- Tests utilisateurs (Stage 8)
- Les suites

Design thinking

- Initiation au design thinking
- Initiation et mise en pratique du design thinking

DESIGN THINKING INITIATION AU DESIGN THINKING

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : aucun - niveau débutant

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Acquérir les bases de la méthodologie du design thinking
- Connaître les outils du design thinking
- Appréhender l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques
- Mise en situation rapide

INTERVENANTS

Emmanuel THOUAN - Design Manager

Florian LEMAITRE - Designer de service

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MATIN (3H30) :

1. Comprendre le design thinking

- Du design industriel au design thinking
- Introduction à la méthode du design thinking
- Les bénéfices de cette méthode
- Des exemples en entreprises

2. Les 5 étapes du design thinking

A. Observation : Explorer les problèmes, trouver les sources d'inspiration, par l'intermédiaire de veille (technologique, concurrentielle), d'observation utilisateur / persona, d'entretiens, de sessions d'intelligence collective.

APRÈS-MIDI (3H30) :

B. Définition : Analyser et « agencer » les données à travers des personas et en produisant une problématique adaptée, construite à partir des éléments observés et de l'expérience des participants

C. Idéation : Générer des idées, développer les étapes du service/ interface/espace, les visualiser, les mettre en scène de manière itérative les concepts avec les clients / utilisateurs

D. Prototypage : Matérialiser rapidement les idées pour permettre les tests utilisateurs

E. Test : Établir un protocole de test, tester le prototype, récolter les données et formuler des recommandations

DESIGN THINKING
INITIATION & MISE EN PRATIQUE DU DESIGN THINKING

MODALITÉS

Durée : 3 journées de 7 heures (21 heures)

Tarif : 1 800 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : aucun - niveau débutant

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Acquérir les bases de la méthodologie du design thinking
- Connaître les outils du design thinking
- Appréhender et expérimenter la méthode du design thinking au travers d'un cas concret de mise en pratique

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples
- Utilisation d'une mise en situation professionnelle adaptée aux apprenants (type d'entreprise, métier, type de clients)

INTERVENANT

Emmanuel THOUAN - Design Manager

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

JOUR 1

MATIN (3H30) :

1. Comprendre le design thinking

- Du design industriel au design thinking
- Introduction à la méthode du design thinking
- Les bénéfices de cette méthode
- Des exemples en entreprises

2 Présentation du cas concret

- Regroupement en équipe, présentation du sujet du cas concret, présentation du déroulé de la formation

APRÈS-MIDI (3H30) :

4. Mise en pratique autour du cas concret (1/5)

A. Observation : Explorer les problèmes

- Trouver les sources d'inspiration, par l'intermédiaire de veille (technologique, concurrentielle), d'observation utilisateur / persona, d'entretiens, de sessions d'intelligence collective.

A partir du terrain d'étude choisi en amont (en lien direct avec les missions et métiers des apprenants ou sujet externe permettant une expérimentation terrain facilement)

JOUR 2

MATIN (3H30) :

4. Mise en pratique autour du cas concret (2/5)

B. Définition : Formuler les besoins

- Définition : Analyser et « agencer » les données à travers des personas et en produisant une problématique adaptée, construite à partir des éléments observés et de l'expérience des participants
- Lors d'un atelier d'intelligence collective, création de cartes d'empathie mettant en lumière les besoins, bénéfices recherchés et problèmes rencontrés. Priorisation des besoins.
- Définition des contraintes de l'organisation pour répondre à ces besoins

APRÈS-MIDI (3H30) :

4. Mise en pratique autour du cas concret (3/5)

C. Idéation : Générer des idées

- Lors d'un atelier d'intelligence collective, recherches de concepts / idées permettant de répondre aux besoins identifiés.

JOUR 3

MATIN (3H30) :

4. Mise en pratique autour du cas concret (4/5)

D. Prototypage : concrétiser formellement une idée

- Développement des idées priorisées sous forme de description des étapes de mise en place et d'utilisation d'un service, d'un process, d'une application numérique (sous forme de scénario utilisateurs), définition de l'agencement d'un espace, identification des fonctions d'un produit.
- Possibilité d'utilisation de Legos®, pâte à modeler, papier pour maquettage rapide.

APRÈS-MIDI (3H30) :

4. Mise en pratique autour du cas concret (5/5)

E. Test : tester le concept retenu

- Présentation de son idée concrétisée à des usagers. Interviews des usagers sur leur retour d'expérience. Rédaction des retours et formulation d'amélioration.

Conclusion

Évaluation

Process & techniques

- Réaliser un diagnostic design [Module 1 Méthode NextStage]
- Observer et étudier les utilisateurs [Module 2 Méthode NextStage]
- Générer des idées [Module 3 Méthode NextStage]
- Construire un business model [Module 4 Méthode NextStage]
- Inclure l'innovation dans une stratégie de marque [Module 5 Méthode NextStage]
- Appréhender la conception d'un produit/un packaging/une identité/un service/une interface/un espace [Module 6 Méthode NextStage]
- Prototyper [Module 7 Méthode NextStage]
- Réaliser des tests utilisateurs [Module 8 Méthode NextStage]

PROCESS & TECHNIQUES RÉALISER UN DIAGNOSTIC DESIGN MODULE 1 · MÉTHODE NEXTSTAGE

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : posséder des connaissances en design management - niveau débutant/intermédiaire

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Connaître les outils du diagnostic design
- Appréhender l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques
- Mise en situation rapide

INTERVENANT

Emmanuel THOUAN - Design Manager

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MATIN (3H30) :

1. Les objectifs et résultats du diagnostic design

- Dresser ou valider un état des lieux de l'entreprise et de son marché sous l'angle du design
- Identifier les leviers d'amélioration potentiels des produits/services/process
- Des exemples en entreprises

APRÈS-MIDI (3H30) :

2. Les outils du diagnostic design

- Audit de la stratégie d'entreprise
- Interview des parties prenantes
- Cartographie des parties prenantes
- Ressources marketing
- Benchmark produits / services
- Analyse du design existant

PROCESS & TECHNIQUES
OBSERVER ET ÉTUDIER LES UTILISATEURS
MODULE 2 · MÉTHODE NEXTSTAGE

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : posséder des connaissances en design management - niveau débutant/intermédiaire

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Connaître les outils de l'observation utilisateurs
- Appréhender l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques
- Mise en situation rapide

INTERVENANTS

Emmanuel THOUAN - Design Manager
Florian LEMAITRE - Designer de service

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MATIN (3H30) :

1. Les objectifs et résultats de l'observation utilisateurs

- Identifier, en situation d'usage, les besoins fondamentaux des utilisateurs
- Déterminer les personas (portraits-robots des utilisateurs types ou extrêmes)
- Des exemples en entreprises

APRÈS-MIDI (3H30) :

2. Les outils de l'observation utilisateurs

- Enquêtes terrain
- Immersions pratiques utilisateurs
- Scénarisation des parcours utilisateurs
- Suivi des pratiques utilisateurs
- Reportages photo/vidéo

PROCESS & TECHNIQUES
GÉNÉRER DES IDÉES
MODULE 3 · MÉTHODE NEXTSTAGE

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : posséder des connaissances en design management - niveau débutant/intermédiaire

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Connaître les outils de l'idéation
- Appréhender l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques
- Mise en situation rapide

INTERVENANTS

Emmanuel THOUAN - Design Manager
Florian LEMAITRE - Designer de service
Hugues TOUZOT - Direction de création

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MATIN (3H30) :

1. Les objectifs et résultats de l'idéation

- Faire émerger des concepts d'innovations en cohérence avec les besoins fondamentaux des utilisateurs, le marché et l'expertise de l'entreprise
- Les atouts par rapport aux méthodes marketing
- Des exemples en entreprises

APRÈS-MIDI (3H30) :

2. Les outils de l'idéation

- Conception d'un atelier dédié
- Animation de l'atelier
- Priorisation des idées phares
- Facilitation design

PROCESS & TECHNIQUES
CONSTRUIRE UN BUSINESS MODEL
MODULE 4 · MÉTHODE NEXTSTAGE

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : posséder des connaissances en design management - niveau débutant/intermédiaire

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Connaître les outils de création d'un business model
- Appréhender l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques
- Mise en situation rapide

INTERVENANT

Emmanuel THOUAN - Design Manager

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MATIN (3H30) :

1. Les objectifs et résultats de la création de business models

- Valider la pertinence de l'idée proposée au regard de son écosystème
- Insérer son idée dans un contexte marché
- Limiter la prise de risque
- Des exemples en entreprises

APRÈS-MIDI (3H30) :

2. Les outils du business model

- Méthodologie créative business
- Atelier de modélisation économique
- Business Model Canvas
- Lean Model Canvas
- Value proposition design

PROCESS & TECHNIQUES
INCLURE L'INNOVATION DANS UNE STRATÉGIE DE MARQUE
MODULE 5 · MÉTHODE NEXTSTAGE

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : posséder des connaissances en design management - niveau débutant/intermédiaire

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Connaître les outils de la stratégie de marque
- Appréhender l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques
- Mise en situation rapide

INTERVENANT

Emmanuel THOUAN - Design Manager

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MATIN (3H30) :

1. Les objectifs et résultats d'une stratégie de marque

- Identifier l'ensemble des points de contacts utilisateurs
- Insérer l'innovation dans une stratégie et un plan d'actions branding
- Des exemples en entreprises

APRÈS-MIDI (3H30) :

2. Les outils de la stratégie de marque appliquée à l'innovation

- Définition du positionnement et de l'univers de marque de l'innovation
- Affiliation à une marque existante ou création d'une marque
- Définition d'un plan d'actions branding (objectifs, moyens, planning)

APPRÉHENDER LA CONCEPTION

d'un produit/un packaging/une identité/un service/une interface/un espace
MODULE 6 · MÉTHODE NEXTSTAGE

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : posséder des connaissances en design management - niveau débutant/intermédiaire

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Connaître les outils et métiers du design
- Appréhender l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques
- Mise en situation rapide

INTERVENANTS

Emmanuel THOUAN - Design Manager

Florian LEMAITRE - Designer de service

Hugues TOUZOT - Direction de création

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ**MATIN (3H30) :****1. Les objectifs et résultats d'une étude de design (conception)**

- Concevoir un produit/service/interface en cohérence avec les besoins utilisateurs, le marché et la marque
- Réaliser un cahier des charges design
- Mettre en place les étapes de conception
- Des exemples en entreprises

APRÈS-MIDI (3H30) :**2. Les outils d'une étude de design**

- Rédaction d'un cahier des charges design
- Les métiers du design (brand design, design industriel, design de services, design UX/UI, design packaging, design d'espace)
- Collaborer avec un designer

PROTOTYPER

MODULE 7 · MÉTHODE NEXTSTAGE

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : posséder des connaissances en design management - niveau débutant/intermédiaire

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Connaître les outils du prototypage
- Appréhender l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques
- Mise en situation rapide

INTERVENANTS

Emmanuel THOUAN - Design Manager

Florian LEMAITRE - Designer de service

Hugues TOUZOT - Direction de création

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ**MATIN (3H30) :****1. Les objectifs et résultats du prototypage**

- Matérialiser la solution choisie
- Valider la forme
- Définir le coût de production estimatif
- Des exemples en entreprises

APRÈS-MIDI (3H30) :**2. Les outils du prototypage**

- Les différences entre maquettes, maquettes fonctionnelles et prototypes
- Les maquettes papier / carton
- L'impression 3D
- La réalité virtuelle
- Les maquettes navigables

PROCESS & TECHNIQUES
RÉALISER DES TESTS UTILISATEURS
MODULE 8 · MÉTHODE NEXTSTAGE

MODALITÉS

Durée : 1 journée de 7 heures

Tarif : 600 € HT / participant

Lieu : dans les locaux de l'entreprise cliente ou dans des bureaux extérieurs adaptés (toute la France)

Date : à déterminer

Modalité : présentiel

Public : chargés de projets, chargés de mission, ingénieurs, marketing, chargés d'innovation, designers

Pré-requis : posséder des connaissances en design management - niveau débutant/intermédiaire

Moyens matériels : vidéoprojection, supports papier : livret de présentation de la méthode, des principaux outils, modèles types et lexique, grille d'évaluation

Effectif : 4 minimum - 10 maximum

Évaluation : évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués

OBJECTIFS

- Connaître les outils des tests utilisateurs
- Appréhender l'intérêt de la méthode pour sa pratique professionnelle

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et bibliographie
- Exemples et cas pratiques
- Mise en situation rapide

INTERVENANTS

Emmanuel THOUAN - Design Manager

Florian LEMAITRE - Designer de service

Hugues TOUZOT - Direction de création

FORMATS

Intra-entreprises, inter-entreprises et sur-mesure

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MATIN (3H30) :

1. Les objectifs et résultats des tests utilisateurs

- Valider l'expérience utilisateur
- Valider la mise en production
- Valider la mise sur le marché

APRÈS-MIDI (3H30) :

2. Les outils des tests utilisateurs

- Identification d'un panel test
- Protocole de test
- Testing utilisateurs
- Rapport d'analyse et synthèse des résultats des tests utilisateurs

Moyens engagés

FORMATEURS

Les formateurs DiCi Formation sont tous des professionnels, en poste, de l'innovation et du design.

Ils possèdent un Master II en design, innovation ou management de projet.

Ils proposent des formations-actions tournées vers vos problématiques terrains.

MÉTHODES & RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

DiCi Formation privilégie les échanges entre les participants, les mises en situation autour d'un cas pratique, les formations sur-mesure, le retour d'expériences du terrain.

DiCi Formation vous fournit :

- un support de cours
- une bibliographie & une webographie
- des modèles de supports pouvant être utilisés à votre poste
- des mises en situation et des échanges entre les participants.

MATÉRIEL

Pour chaque session, un **espace adapté à l'activité de formation et suscitant les échanges et la créativité**, vous est proposé.

Il est, a minima, constitué de :

- tables et chaises
- vidéoprojecteur
- paperboard
- papier, feutres, post-its
- accès wifi
- infrastructure logistique minimum nécessaire (branchements électriques, multi-prises).

SALLES DE FORMATION

DiCi Formation intervient sur l'**ensemble du territoire français**.

Nous intervenons dans **vos locaux** pour des formations intra-entreprise.

Nous vous accueillons dans des **salles, mises à disposition**, hors de nos propres locaux, répondant aux exigences de sécurité, accessibilité, confort, adaptation aux exigences de la formation en termes matériel.

Un **environnement suscitant la créativité** est également recherché (aménagement, type de mobilier, autres activités du lieu hors location de salles).

SITUATION GÉOGRAPHIQUE

DiCi Formation possède un siège social à **Paris** :
25 rue du Borrégo 75020 / 01 43 15 09 35

et un établissement à **Nantes** :
8 rue Racine 44000 / 02 85 67 20 53

Les formations sont assurées dans vos **locaux** ou dans des **salles spécifiquement mises à disposition pour la formation** répondant aux exigences de sécurité, d'accessibilité, de confort et d'adaptation aux exigences de la formation en termes matériel.

RESTAURATION & HÉBERGEMENT

DiCi Formation vous propose de poursuivre les échanges au travers d'un déjeuner sur-place (plateaux repas) ou dans un restaurant proche du lieu de formation.

Nous pouvons vous proposer différentes formules d'hébergement à votre charge (sauf cas particuliers).

Conditions générales de vente

A. DÉSIGNATION

DiCi est un organisme de formation professionnelle spécialisé dans les métiers de l'innovation. Son siège social est fixé au 25 rue du Borrégo 75020 Paris.

DiCi conçoit, élabore et dispense des formations inter-entreprises et intra-entreprises, sur l'ensemble du territoire national.

Dans les paragraphes qui suivent, il est convenu de désigner par :

- client : toute personne physique ou morale qui s'inscrit ou passe commande d'une formation auprès de son OPCA.
- stagiaire : la personne physique qui participe à une formation.
- formations inter-entreprises : les formations qui regroupent des stagiaires issus de différentes structures.
- formations intra-entreprises : les formations qui regroupent des stagiaires issus d'un client ou d'un groupe de clients.
- CGV : les conditions générales de vente, détaillées ci-dessous.
- OPCA : les organismes paritaires collecteurs agréés chargés de collecter et gérer l'effort de formation des entreprises.

B. OBJET

Les présentes conditions générales de vente s'appliquent à l'ensemble des prestations de formation engagées par DiCi pour le compte d'un Client. Le fait de s'inscrire ou de passer commande implique l'adhésion entière et sans réserve du Client aux présentes conditions générales de vente. Les présentes conditions générales de vente prévalent sur tout autre document du Client, et en particulier sur toutes les conditions générales d'achat du Client.

C. CONDITIONS FINANCIÈRES, RÈGLEMENTS ET MODALITÉS DE PAIEMENT

Tous les prix sont indiqués en euros et hors taxes. Ils doivent être majorés de la TVA au taux en vigueur.

Un acompte de 30% à la réservation de la formation est exigé.

Le règlement du prix du solde de la formation est à effectuer à l'issue de la formation, à réception de facture, au comptant, sans escompte à l'ordre de DiCi. En cas de parcours long, des facturations intermédiaires

peuvent être engagées.

Toute somme non payée à échéance entraîne de plein droit et sans mise en demeure préalable, l'application de pénalités d'un montant égal à une fois et demie le taux d'intérêt légal. DiCi aura la faculté d'obtenir le règlement par voie contentieuse aux frais du Client sans préjudice des autres dommages et intérêts qui pourraient être dus à DiCi.

En cas de règlement par l'OPCA dont dépend le Client, il appartient au Client d'effectuer sa demande de prise en charge avant le début de la formation. L'accord de financement doit être communiqué au moment de l'inscription et sur l'exemplaire du devis que le Client retourne dûment renseigné, daté, tamponné, signé et revêtu de la mention « Bon pour accord » à DiCi. En cas de prise en charge partielle par l'OPCA, la différence sera directement facturée par DiCi au Client. Si l'accord de prise en charge du Client ne parvient pas à DiCi au plus tard un jour ouvrable avant le démarrage de la formation, DiCi se réserve la possibilité de refuser l'entrée en formation du Stagiaire ou de facturer la totalité des frais de formation au Client.

Dans des situations exceptionnelles, il peut être procédé à un paiement échelonné. En tout état de cause, ses modalités devront avoir été formalisées avant le démarrage de la formation.

D. ANNULATION, ABSENCE OU INTERRUPTION D'UNE FORMATION

Tout module commencé est du dans son intégralité et fera l'objet d'une facturation au Client par DiCi. En cas d'absence, d'interruption ou d'annulation, la facturation de DiCi distinguera le prix correspondant aux journées effectivement suivies par le Stagiaire et les sommes dues au titre des absences ou de l'interruption de la formation. Il est rappelé que les sommes dues par le Client à ce titre ne peuvent être imputées par le Client sur son obligation de participer à la formation professionnelle continue ni faire l'objet d'une demande de prise en charge par un OPCA.

Dans cette hypothèse, le Client s'engage à régler les sommes qui resteraient à sa charge directement à DiCi.

D'autre part, en cas d'annulation de la formation par le Client, DiCi se réserve le droit de facturer au Client des frais d'annulation calculés comme suit :

- si l'annulation intervient plus de 15 jours ouvrables avant le démarrage de la formation : aucun frais d'annulation
- si l'annulation intervient entre 15 jours et 7 jours ouvrables avant le démarrage de la formation : les frais d'annulation sont égaux à 50% du prix H.T. de la formation
- si l'annulation intervient moins de 7 jours ouvrables avant le démarrage de la formation : les frais d'annulation sont égaux à 100 % du prix H.T. de la formation

E. HORAIRES ET ACCUEIL

Sauf indication contraire portée sur la fiche de présentation de la formation et la convocation, la durée quotidienne des formations est fixée à sept heures.

Sauf indication contraire portée sur la convocation, à Paris, les formations se déroulent de 09h30 à 13h00 et de 14h00 à 17h30 avec une pause en milieu de chaque demi-journée.

Pour chaque formation, les lieux, adresse et horaires sont indiqués sur la convocation.

F. EFFECTIF ET AJOURNEMENT

Pour favoriser les meilleures conditions d'apprentissage, l'effectif de chaque formation est limité. Cet effectif est déterminé, pour chaque formation, en fonction des objectifs et des méthodes pédagogiques.

Les inscriptions sont prises en compte dans leur ordre d'arrivée. L'émission d'un devis ne tient pas lieu d'inscription. Seuls les devis dûment renseignés, datés, tamponnés, signés et revêtus de la mention « Bon pour accord », retournés à DiCi ont valeur contractuelle. Une fois l'effectif atteint, les inscriptions sont closes. DiCi peut alors proposer au Stagiaire de participer à une nouvelle session ou de figurer sur une liste d'attente.

Dans le cas où le nombre de participants serait insuffisant pour assurer le bon déroulement d'une formation, DiCi se réserve la possibilité d'ajourner la formation au plus tard une semaine avant la date prévue et ce sans indemnités.

G. DEVIS ET ATTESTATION

Pour chaque action de formation, un devis est adressé en trois exemplaires par DiCi au Client. Deux exemplaires dûment renseignés, datés, tamponnés, signés et revêtus de la mention « Bon pour accord » doivent être retournés à DiCi par tout moyen à la convenance du Client : courrier postal, télécopie, mail.

Le cas échéant une convention particulière peut être établie entre DiCi, l'OPCA ou le Client.

A l'issue de la formation, DiCi remet une attestation de formation au Stagiaire. Dans le cas d'une prise en charge partielle ou totale par un OPCA, DiCi lui fait parvenir un exemplaire de cette attestation accompagné de la facture.

Une attestation de présence pour chaque Stagiaire peut être fournie au Client, à sa demande.

H. OBLIGATIONS ET FORCE MAJEURE

Dans le cadre de ses prestations de formation, DiCi est tenu à une obligation de moyen et non de résultat vis-à-vis de ses Clients ou de ses Stagiaires.

DiCi ne pourra être tenue responsable à l'égard de ses Clients ou de ses Stagiaires en cas d'inexécution de ses obligations

résultant d'un événement fortuit ou de force majeure. Sont ici considérés comme cas fortuit ou de force majeure, outre ceux habituellement reconnus par la jurisprudence : la maladie ou l'accident d'un intervenant ou d'un responsable pédagogique, les grèves ou conflits sociaux externes à DiCi, les désastres naturels, les incendies, l'interruption des télécommunications, de l'approvisionnement en énergie, ou des transports de tout type, ou toute autre circonstance échappant au contrôle raisonnable de DiCi.

I. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

L'ensemble des fiches de présentation, contenus et supports pédagogiques quelle qu'en soit la forme (papier, électronique, numérique, orale...) utilisés par DiCi pour assurer les formations ou remis aux Stagiaires constituent des œuvres originales et à ce titre sont protégées par la propriété intellectuelle.

A ce titre, le Client et le Stagiaire s'interdisent d'utiliser, transmettre, reproduire, exploiter ou transformer tout ou partie de ces documents, sans un accord exprès de DiCi. Cette interdiction porte, en particulier, sur toute utilisation faite par le Client et le Stagiaire en vue de l'organisation ou l'animation de formations.

J. DESCRIPTIF ET PROGRAMME DES FORMATIONS

Les contenus des programmes, tels qu'ils figurent sur les fiches de présentation des formations sont fournis à titre indicatif. L'intervenant ou le responsable pédagogique se réservent le droit de les modifier en fonction de l'actualité, du niveau des participants ou de la dynamique du groupe.

K. CONFIDENTIALITÉ ET COMMUNICATION

DiCi, le Client et le Stagiaire s'engagent à garder confidentiels les documents et les informations auxquels ils pourraient avoir accès au cours de la prestation de formation ou à l'occasion des échanges intervenus antérieurement à l'inscription, notamment l'ensemble des éléments figurant dans la proposition transmise par DiCi au Client.

DiCi s'engage à ne pas communiquer à des tiers autres que les partenaires avec lesquels sont organisées les formations et aux OPCA, les informations transmises par le Client y compris les informations concernant les Stagiaires.

Cependant, le Client accepte d'être cité par DiCi comme client de ses formations. A cet effet, le Client autorise DiCi à mentionner son nom ainsi qu'une description objective de la nature des prestations dans ses listes de références et propositions à l'attention de ses prospects et de sa clientèle, entretiens avec des tiers, rapports d'activité, ainsi qu'en cas de dispositions légales, réglementaires ou comptables l'exigeant.

L. PROTECTION ET ACCÈS AUX INFORMATIONS À CARACTÈRE PERSONNEL

DiCi s'engage à respecter le Règlement européen sur la protection des données personnelles, entré en vigueur

le 25 mai 2018 (RGPD) :

- les données personnelles des Stagiaires, personnes physiques, sont le nom, le prénom, le numéro de téléphone, l'adresse email, la fonction ainsi que les informations transmises dans le cadre de la préparation de la formation tels que le parcours éducatif et professionnels .
- les données à caractère personnel concernant les Stagiaires sont collectées et traitées aux fins de suivi de la validation de la formation et d'amélioration de l'offre de DiCi.
- les données sont enregistrées dans une base de données interne, accessible uniquement par les référents administratif, technique et pédagogique et par les formateurs concernés.
- les données liées au parcours et à l'évaluation des acquis du Stagiaire, sont conservées pour une période n'excédant pas la durée nécessaire à l'appréciation de la formation.
- DiCi s'engage à effacer à l'issue des exercices toute image qui y aurait été prise par tout moyen vidéo lors de travaux pratiques ou de simulations.
- conformément à la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978, le Stagiaire dispose d'un droit d'accès, de modification, de rectification des données à caractère personnel le concernant. Le Stagiaire pourra exercer ce droit en écrivant à : DiCi 25 rue du Borrégo 75020 Paris ou par voie électronique à : formation@dicidesign.com

M. DROIT APPLICABLE ET JURIDICTION COMPÉTENTE

Les conditions générales détaillées dans le présent document sont régies par le droit français. En cas de litige survenant entre le Client et DiCi à l'occasion de l'interprétation des présentes ou de l'exécution du contrat, il sera recherché une solution à l'amiable. A défaut, les Tribunaux de Paris seront seuls compétents pour régler le litige.

Dici
concrétise l'innovation

Centre de formation agréé : déclaration d'activité N° 11 94 09038 94 auprès du préfet de région d'Île-de-France
Dici • Siège social : 25 rue de Borrégo 75 020 Paris • Etablissement Nantes : 8 rue Racine 44 000 Nantes
RCS Paris B 481748481 • APE 7022Z • SARL au capital de 9 000 €
Tél. : 01 43 15 09 35 / 02 85 67 20 53 • formation@dicidesign.com