



L'analyse des usages dans un projet d'innovation

Auteur : Marion Collaro
Email : mcollaro@cesi.fr
Établissement(s) : CESI.
Coauteur : Stéphanie Buisine - Yasmine Boumenir - Elodie Pillon

L'analyse des usages dans un projet d'innovation

À propos de la formation

Public visé :

Etudiants et apprentis du cycle d'ingénieur

Format : Module court

Région : Non défini

Certification : Certifié plus

Modalités pédagogiques : Hybride,

Durée : 32 h

Suivi et évaluation :

Suivi par les tuteurs et expert innovation
Évaluation sur les livrables rendus

Objectifs pédagogiques :

Savoir comment alimenter le processus d'innovation avec les besoins et les usages des utilisateurs (Stratégies Market-pull et Need-Seeker).

Formation initiale : Oui

Type de licence : Paternité - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification

Formation continue : Oui

Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement :

Vidéos
Accompagnement par les tuteurs et des experts

Méthodes d'apprentissage :

Visionnage de vidéos
Projet fil rouge personnel ou professionnel
Travail en groupe et collaboratif
Cas concret
Sorties terrain

Lieu :

France

Pré-requis :

Connaître le processus et les différentes étapes d'un projet d'innovation.
Suivre les modules proposés parallèlement par CESI École d'Ingénieurs ou avoir des connaissances en "Innovation", "Créativité", "Business Model" et "Matérialisation".

Programme :

Identifier l'importance d'intégrer les usages et les besoins des utilisateurs.
Savoir comment les intégrer.
Identifier une population cible et hors-cible.
Identifier les parties prenantes.
Rédiger un protocole.
Élaborer les documents nécessaires à l'analyse des usages.
Recueillir des informations sur les usages utilisateurs.
Analyser et synthétiser les données recueillies.
Faire évoluer son concept en fonction des envies et besoins des utilisateurs.
Concevoir un Value Proposition Canvas.
Tester son concept auprès des utilisateurs.

Points forts :

Ce module est en connexion avec d'autres modules proposés par CESI école d'ingénieurs :

- Innovation
 - Créativité
 - Business Model
 - Matérialisation
-

En suivant l'ensemble de ces modules, l'apprenant aura une vision complète d'un projet d'innovation "itératif".
Le cas concret étudié sera, au choix de l'apprenant, un projet personnel ou professionnel.
Les apprenants sont suivis par des experts en Innovation qui interviennent régulièrement afin de les conseiller, de leur donner des pistes de remédiation ou d'amélioration.

A la fin de la formation, l'apprenant aura effectué un projet complet d'innovation, de la phase d'analyse jusqu'au Business Model et à la matérialisation de supports de communication et de prototypes.

Ce module "Analyse des usages" peut être également étudié de façon autonome afin de comprendre ce qu'est une analyse des usages et comment l'utiliser pour mener à bien son projet d'innovation.

Macrocompétences et habilités

1. Agir en créateur de valeur dans une entreprise élargie

2. Écouter activement son environnement et conduire une analyse prospective
 3. Travailler en transversal et en interdisciplinarité
 5. Développer la culture de l'innovation dans l'entreprise
-

2. Concevoir et mettre en œuvre une stratégie d'innovation

1. Identifier les attentes (direction et clients) pour élaborer sa stratégie d'innovation
-

2. Analyser forces et faiblesses de l'activité pour identifier des axes d'innovation
 3. Analyser la position (économie et marché) de son activité pour orienter ses choix
-

4. Développer ses aptitudes personnelles

5. Manager les connaissances

2. Organiser, formaliser et capitaliser les retours d'expérience, des projets d'innovation
-

7. Développer une stratégie d'ouverture et de partenariat avec les fournisseurs clés

1. Identifier les achats et partenaires stratégiques
-

8. Développer à l'international

3. Etudier un marché dans une zone géographique visée et identifier les besoins
 4. Déceler des opportunités de ventes, de partenariats, d'implantation,...
-

9. Manager une équipe multidisciplinaire et multiculturelle

1. Constituer une équipe projet pluridisciplinaire et multiculturelle.
-

11. Générer et sélectionner de nouveaux concepts

2. Détecter des besoins pour générer des concepts
 3. Identifier et saisir des opportunités
 4. Convaincre et fédérer autour de nouveaux concepts
 5. Evaluer et sélectionner les concepts qui feront l'objet d'un projet d'étude
-

12. Créer un modèle d'affaires (business model)

1. Définir les éléments constitutifs du modèle d'affaires et les faire évoluer.
-

14. Concevoir un produit, un procédé, un service

3. Intégrer les parties prenantes dans le processus de conception
 9. Identifier les différentes solutions et évaluer leur potentiel d'innovation
-

16. Commercialiser l'offre innovante (y compris à l'international)

1. Identifier des cibles commerciales et leurs motivations d'achat
 3. Définir, au lancement, une stratégie commerciale d'identification des cibles
-