



Space · People · Methods

Programme de formation

*

Certificat “Design émotionnel”

*

MAJ 05/10/2022

Le Laptop - 7, rue Geoffroy l'Angevin - 75004 Paris - France

Siret : 538 779 828 00028 - APE : 7022Z - TVA : FR75538779828 - RCS Paris B 538 779 828 - N° déclaration d'activité : 11755127475
+33 1 77 16 65 24 - formation@lelaptop.com - www.lelaptop.com



Space · People · Methods

Sommaire

CERTIFICAT “DESIGN ÉMOTIONNEL”	4
Jour 1 : Comprendre les liens fondamentaux entre Design & Psychologie	7
Jour 2 : Service Blueprint - Concevoir une expérience client mémorable	7
Jour 3 : UX Writing	8
Coordinnées & Renseignements	10





Space · People · Methods

*

Certificat “Design émotionnel”

*





Space · People · Methods

CERTIFICAT “DESIGN ÉMOTIONNEL”

Réenchanter l'expérience client passe par la compréhension émotionnelle des utilisateurs, la cohérence du ton et la cohésion opérationnelle de l'entreprise

Présentation :

Un panorama des méthodes de la **psychologie cognitive** vous permettra de questionner et révéler les enseignements de votre recherche utilisateur. Consigner ces éclairages dans la cartographie d'expérience permettra aux équipes de comprendre finement les modèles mentaux des utilisateurs afin de concevoir des moments clés de réenchantement de votre service. Avec l'**UX Writing**, vous apprendrez comment mieux vous adresser à vos clients : À quel moment ? Quels sont les doutes, craintes, questions doit-on écouter et rassurer ? L'écoute client est l'affaire de toute l'entreprise, le **Service blueprint** vous permettra de croiser la vision stratégique, fonctionnelle et opérationnelle de votre produit en collaboration avec les métiers.

Objectifs et compétences visées :

Au terme de cette formation, vous serez en mesure de :

Comprendre les liens fondamentaux entre Design & psychologie

- Connaître les principes fondateurs de la démarche centrée utilisateur
- Savoir interroger la responsabilité éthique du designer dans monde hyperconnecté
- Savoir afficher vos informations pour qu'elles aient le plus d'impact
- Savoir tirer parti des connaissances et des références des utilisateurs pour créer un service facile d'utilisation
- Comprendre les ressorts qui facilitent la mémorisation de votre service
- Connaître les principes de prise de décision de l'utilisateur/client
- Savoir pourquoi et comment limiter les efforts demandés aux utilisateurs
- Savoir motiver les utilisateurs à utiliser votre service
- Avoir connaissance des enjeux qui sous-tendent la création d'un service éthique

Service blueprint - Cartographier une expérience mémorable

- Comprendre les dimensions méthodologiques, organisationnelles et stratégiques de la cartographie d'expérience
- Structurer le cadrage du projet avec le Service blueprint
- Appréhender les différentes notions intégrant le CX et UX
- Démarrer le cadrage d'un projet
- Construire le Service Blueprint avec les parties-prenantes





Space · People · Methods

UX Writing

- Conduire des entretiens utilisateur avec un focus contenu.
- Comprendre les grands principes de l'UX Writing.
- Mettre la voix de l'utilisateur au centre de son processus d'écriture et de design.
- Mettre en place un ensemble de cadres et de référentiels pour écrire pour un produit, une cible, avec une voix unifiée et pertinente.
- Comprendre l'importance du contenu pour le produit.
- Savoir utiliser des méthodes d'écriture et de microscopie propres aux interfaces.
- Maîtriser les tests et itérations en UX Writing suite à des retours utilisateur.
- Savoir défendre le point de vue de l'utilisateur incarné par votre contenu face aux sirènes de la pub et du contenu "cool".

Validation des acquis :

Les acquis de la formation seront validés au moyen :

- d'ateliers d'écriture individuel
- d'atelier en groupe d'un Service blueprint
- d'un QCM en fin de formation

Durée : 3 jours

Horaires : 9h/13h - 14h/18h

Nombre de participants : 16 maximum

Modalité(s) d'enseignement : à distance (classe virtuelle) ou en présentiel

Publics concernés :

- UX designer, UI designer,
- Directeur Artistique
- Chef de projet
- Product Owners, Product Managers
- Tous les métiers (marketing, communication, produit, technique, éditorial, stratégie...) peuvent appliquer ces méthodes

Pré-requis & matériel nécessaire :

- Bonne culture du numérique et de ses usages
- Capacité à dialoguer et à travailler en groupe
- Parler français
- Un ordinateur (Mac ou PC) et un navigateur récent
- Les logiciels (gratuits et cross-plateforme) qui seront requis pour la formation





Space · People · Methods

Vos intervenants :

Kassandra Delibie : UX writing & écrivaine - Certifiée facilitatrice Design sprint à Laptop

Frédéric Fuchs : Expert en Stratégie UX, Recherche Utilisateur

Byoung Yea NOH : Lead Ergonome IHM, UX Designer

Date limite d'inscription : 1 jour ouvré avant le début de la formation

**En 2022, à la question “recommanderiez-vous cette formation”
nos apprenants ont attribué une note de 4,4/5**





Space · People · Methods

Déroulé de la formation

Jour 1 : Comprendre les liens fondamentaux entre Design & Psychologie

Modèles mentaux

- Qu'est-ce qu'un modèle mental ?
- Comment tirer parti des connaissances et des références des utilisateurs pour créer un service facile d'utilisation ?

Perception

- Comment les utilisateurs regardent une interface ?
- Quelles en sont les conséquences pour l'UX Design ?

Mémorisation

- Les capacités de mémorisation des utilisateurs.
- Comment faciliter la mémorisation de votre service ?

Les ressources disponibles des utilisateurs

- Les ressources disponibles des utilisateurs
- Pourquoi et comment limiter les efforts demandés aux utilisateurs ?

Décision

- Comment faciliter la prise de décision de l'utilisateur/client ?
- Les décisions conscientes et les décisions non-conscientes.
- Les biais cognitifs et Dark Patterns. Exemples.

Motivation

- Comment motiver les utilisateurs à utiliser votre service ?
- Les composantes de la motivation.

Émotions

- La prise en compte des émotions dans le Design

Ethique

- Pourquoi et comment créer un service éthique ?
- Qu'est-ce qu'un service éthique dans le monde digital d'aujourd'hui ?

Jour 2 : Service Blueprint - Concevoir une expérience client mémorable

Rapide introduction théorique pour poser le cadre

- UX / CX les différentes notions à appréhender
- Les 3 niveaux du CX (Modèle de Kano)
- Les 6 piliers : Intégrité, Personnalisation, Temps/Efforts, Résolution, Attentes, Empathie
- Votre rôle : faire vivre un livrable centralisant toute l'information des projets





Space · People · Methods

Structurer le cadrage du projet avec le Service blueprint

- Identifier le besoin, enjeux, problématique
- Utiliser les persona et le parcours existants
- De l'importance de bien cadrer : vue du client / vue du collaborateur, vue du business
- Inventaire des canaux
- Définition des 'lignes' du blueprint avec les parties prenantes en intégrant à chaque étape les propositions de valeur (USP)
- Cartographier les Key Opinion Leader (stakeholders influenceurs)
- Associer les enjeux business aux étapes de l'expérience client (KPI)

Construire le service blueprint de manière itérative

- Comprendre les clients sur tout le parcours
- Analyser les types d'expériences que je souhaite vivre et faire vivre
- Inventorier les ressources (RH/DSI/Juridique)
- Différence entre Satisfaction client / Etude Panel -> voix du client et Expérience Map ou Parcours
- Choix des canaux / Omnicanalité
- Parcours type CX : de la recherche d'info au traitement des réclamations
- Analyser les données (Quanti et quali, Benchmarks)

Jour 3 : UX Writing

Intégrer l'UX Writing dans le processus Design

Tout projet commence par une phase de recherche auprès des utilisateurs, et en UX Writing elle est plus que fondamentale. Ce n'est qu'en comprenant le contexte dans lequel on s'inscrit et les habitudes et expressions de nos utilisateurs, que l'on peut créer un contenu simple, utile et intelligent :

- Recherche(s) : face aux utilisateurs et en amont
- Consolidation d'hypothèses de design : Ton et Voix, Content User Journey...
- Hiérarchisation de l'information et design conversationnel, ou designer sans interface

Bonnes pratiques d'écriture pour les interfaces

Quand arrive le moment d'écrire, il faut observer de nombreuses règles pour s'assurer que son contenu soit le plus simple et utile possible. Nous allons voir ensemble :

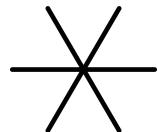
- Les grandes règles de design qui peuvent s'appliquer au contenu
- Principes de base à suivre au pied de la lettre
- Quelques patterns récurrents et comment on les aborde

Tester et itérer en UX Writing

Les tests utilisateurs permettent de valider la conception d'un produit ou d'un service. Pour l'UX Writing, ils sont fondamentaux et vous serviront même à argumenter vos choix de formulations en interne.

- Tester, s'éditer et itérer: comment s'assurer que le contenu corresponde bien à ses utilisateurs
- Comment intégrer le contenu à un Design System et faire vivre le contenu



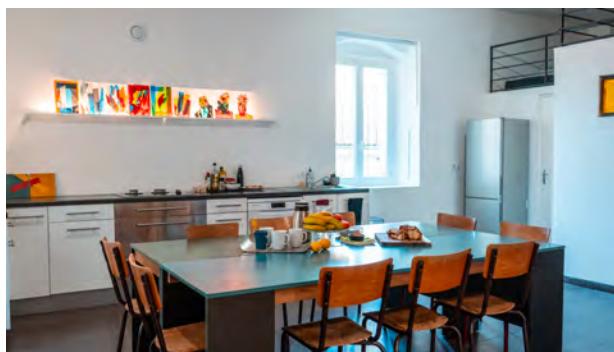


DES LIEUX INSPIRANTS DÉDIÉS À LA COLLABORATION

L'Atelier Beaubourg (75004) est situé derrière le centre Pompidou. 120m² modulables et conviviaux, entièrement dédiés à la formation.

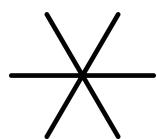


L'Atelier Joliette (13002) est situé entre la gare, le Panier et le Vieux-Port à Marseille, dans le quartier de la Joliette.





Space · People · Methods



Coordonnées & Renseignements

Le Laptop - Paris

7 rue Geoffroy l'Angevin
75004 Paris

Le Laptop - Marseille

4 rue Duverger
13002 Marseille

01 77 16 65 24
formation@lelaptop.com
www.lelaptop.com

Votre contact financier :

Benoit Airault
formation@lelaptop.com

Votre contact administratif :

Marylène Meric
formation@lelaptop.com

Vos contacts pédagogiques :

Rachel Donnat
rachel@lelaptop.com

Fantine Bendano
fantine@lelaptop.com

Notre référent handicap :

Benoit Airault
psh@lelaptop.com

Votre contact intra-entreprises :

Milène Ilic
milene@lelaptop.com

Siret : 538 779 828 00028

Déclaration d'activité : 11755127475

