

# Opleiding : Design Thinking: innovatie in de onderneming stimuleren

*Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. INN*

**Prijs : 1360 € V.B.**

★★★★☆ 4,2 / 5

BEST

Design Thinking is een flexibele en geoptimaliseerde 'time to market'-benadering die de mens centraal stelt in de aanpak, waarbij luisteren, analyseren, ideeën voorstellen, creëren, prototypes ontwikkelen en valideren elkaar afwisselen.

## Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ Plaats inruimen voor Design Thinking tussen de andere managementmethoden
- ✓ De specifieke kenmerken van de Design Thinking-aanpak begrijpen
- ✓ De operationele en direct vertaalbare aspecten van de aanpak beheersen
- ✓ De betrokkenheid van de belanghebbenden bij het innovatieproject bevorderen

## Doelgroep

Iedereen die deelneemt aan het innovatiebeleid van de onderneming: algemene directie marketing, commercieel, human resources, productie, R & D, aankoop.

## Voorafgaande vereisten

Aucune connaissance particulière.

## Praktische modaliteiten

### Praktisch werk

Casestudie om consumenteninsights op te sporen en te selecteren. Oefeningen toegepast op de Design Thinking-aanpak. Presentatie van een pitch.

## Opleidingsprogramma

### DEELNEMERS

Iedereen die deelneemt aan het innovatiebeleid van de onderneming: algemene directie marketing, commercieel, human resources, productie, R & D, aankoop.

### VOORAFGAANDE VEREISTEN

Aucune connaissance particulière.

### VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

### BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ... De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

## 1 Een luisterend oor naar de markt ontwikkelen om insights te detecteren

- De fasen van het innovatieproces situeren: "Customer Journey Map", "Insight", "Pain Point", "ideation", "Prototype".
- Empathie jegens de gebruiker centraal in het ontwerpproces.
- U&A studies, behoeften en verwachtingen.
- Immersieve studies: belevingsparcours van de klanten, touch points, ethnologie, shadowing.
- Rekening houden met functionele, strevende, zintuiglijke en emotionele dimensies.
- Belichaming van persona, formalisering van ervaringskaarten.

### Casestudy

Detecteren en selecteren van consumenten insights om het ideeënproces te starten. Keuze van één of meerdere onderzoeksthema's met hun onderzoekspereemeter die als leidraad zal dienen.

## 2 De procedures voor de goedkeuring van innovatie-ideeën invoeren

- De 'oude' methoden: ideatie, conceptscreening, prototype en voorafgaande test van het aanbod.
- De nieuwe methoden: co-design, oproep tot ideeën, beta testers ...
- Design Thinking: de overgang van ideeën naar prototyping in korte tijdsycli.
- Creatieve tools ter ondersteuning van het zoeken naar innovatie-ideeën.

### Oefening

Gebruik van tools voor de productie van oplossingsideeën (analogieën, breken, mashups ...). Ontwerp van een systeem voor zelfevaluatie van ideeën geproduceerd door de deelnemers.

## 3 De geproduceerde ideeën aanpassen

- De concepten sketching, multidimensionale storyboards om aanpassingsreacties te verkrijgen.
- De 'flexibele' prototypes die onmiddellijk herconfigureerbaar zijn als antwoord op de reacties en suggesties van de gebruikers.
- De soorten prototypes: schetsen, 3D-concept, boetseerklei, functionele maquettes in "Quick & Dirty".
- De pitch van de gekozen oplossing. Gebruik van de PPCO-methode, de 4C.
- Cijfers en emotioneel, metaforen, concrete gevallen, storytelling.
- De formules Design Sprint, Hackathon ...

### Oefening

Workshop voor het opstellen van een storyboard op basis van één van de in aanmerking komende creatieve mogelijkheden. Pitch van elke deelnemer tegenover een jury, selectiecomité.

### PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

### TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

### TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

## Data en plaats

### KLAS OP AFSTAND

2026 : 25 juni, 25 juni, 1 okt., 1 okt., 26 nov., 26 nov.

### PARIS LA DÉFENSE

2026 : 25 juni, 1 okt., 26 nov.