

Constamment mobilisées sur le run et la livraison de fonctionnalités, les équipes produit n'ont que rarement la possibilité de consacrer du temps à l'exploration de nouvelles idées centrées utilisateurs. Pourtant, l'exploration est source d'innovation et d'engagement des équipes.

Découvrez à travers cette formation d'une journée comment mettre en place une démarche d'Exploration continue respectant le rythme de travail de vos équipes et leur permettant de s'aligner à la fois sur les enjeux de l'organisation et sur le bon produit à délivrer à leurs utilisateurs.

## Objectifs

- S'approprier les enjeux et bénéfices d'une démarche de découverte organisée en continue et en parallèle de votre delivery.
- Initier une démarche centrée utilisateurs de co-construction avec vos équipes pour traduire efficacement et rapidement les initiatives stratégiques de votre organisation en produits à forte valeur.
- Contribuer à diffuser une culture de l'innovation centrée utilisateurs durant tout le cycle de développement de votre produit, source d'alignement et de motivation entre les métiers et les équipes de production.

## Contenu pédagogique

### I. Enjeux et bénéfices d'une exploration en continue

- Culture produit : le besoin d'équilibrer Discovery et Delivery
- L'évolution des rôles de Product Owner et de Product Manager au contact du rythme des équipes de développement et des méthodes des équipes design
- Les autres rôles à embarquer dans l'exploration continue
- Les bénéfices pour l'équipe, le produit et l'entreprise

### II. Préparer et animer des ateliers d'Exploration continue

- Les prérequis pour une démarche d'Exploration continue : à partir de sa roadmap, identifier et prioriser les thématiques nécessitant une exploration
- Engager son équipe et les expertises nécessaires lors des événements de planification
- Savoir animer toutes les étapes de la démarche d'Exploration continue, savoir adopter une posture de compréhension de ses utilisateurs pour trouver les solutions répondant à leurs problématiques
- Détourner son MVP (produit minimum viable) et creuser les fonctionnalités essentielles
- Alimenter dans le temps les prochaines explorations continues

### III. Favoriser l'innovation remontante dans l'équipe, et assurer le lien avec les instances stratégiques

- Connaître les bonnes pratiques et les moments propices à l'innovation pour une équipe
- Collecter en continu les retours utilisateurs sur son produit et l'intégrer dans son organisation d'équipe
- Remonter les solutions disruptives auprès de ses instances stratégiques et savoir convaincre de leur valeur pour obtenir un go et un soutien budgétaire

## Pour aller plus loin dans les formations Culture produit

- [Formation « Devenir Product Owner / Product Manager dans un contexte agile à l'échelle »](#)
- [Formation « Value Exploration : décliner vos objectifs stratégiques en initiatives et produits à forte valeur »](#)

## Durée

- 1 jour (7 heures)

## Tarif/participant

- 950 € HT

\* Prix public inter hors conditions particulières (Accord cadre ou remises)

\* Tarif et date intra sur demande

## Prérequis

- Il est préférable d'avoir suivi une formation en Product Management
- Expérience en équipe produit (2-5 ans)

## Public

- Product Manager
- Product Owner
- Equipes produit, UX, Design
- Chefs de projets, MOA/AMOA

## Méthodes pédagogiques

- Principes méthodologiques
- Jeu de rôle et mise en pratique autour d'une étude de cas

## Information & inscription

[inspearit.fr](https://inspearit.fr)

[academy.fr@inspearit.com](mailto:academy.fr@inspearit.com)

tél : 01 80 06 84 33



Nos locaux sont

accessibles aux personnes à mobilité réduite



Ce programme est également proposé en **formule intra-entreprise**.