Formation-action

RENFORCER VOTRE EXPÉRIENCE COLLABORATEUR

strate

ECOLE DE DESIGN

nos partis pris

Concevoir les processus managériaux, les moments et événements clés RH comme des **expériences à vivre**

Se situer au plus près du **vécu des collaborateurs** en appliquant **l'approche UX centrée utilisateur à une problématique RH concrète**

Avoir une méthodologie par le **« faire »** : on gagne en théorie quand on est dans la pratique

vos enjeux humains

CONCILIER PERFORMANCE COURT TERME ET ENGAGEMENT DURABLE DE VOS COLLABORATEURS

Dans un contexte économique et géopolitique de plus en plus incertain, les DRH sont confrontés à **des enjeux de productivité et de réduction des coûts, tout autant que de rétention des talents et d'attractivité de leur marque-employeur**, notamment auprès de la Gen Z.

A l'heure du télétravail, la cohésion d'équipe et la raison d'être des sièges d'entreprise est questionnée. Les arbitrages vie professionnelle/personnelle se font de plus en plus pressant. La relation à l'entreprise est traversée, chez les plus jeunes comme chez les seniors, d'un questionnement plus profond sur **le sens du travail** et d'une demande **d'authenticité, d'attention et de transparence dans les modèles de leadership proposés.** On observe une **déconnexion de plus en plus forte entre le management et la réalité du travail vécu**, de part une focalisation sur le reporting, les process, les chiffres.

A cela s'ajoute **l'irruption de l'IA** qui renforce cette attention portée aux outils, aux données, aux process alors même que cette révolution suscite bon nombre de doutes et de craintes chez les collaborateurs sur l'évolution de leur travail.

vos enjeux humains

CONCILIER PERFORMANCE COURT TERME ET ENGAGEMENT DURABLE DE VOS COLLABORATEURS

Dans ce contexte, l'entreprise doit parvenir à faire de sa **marque employeur un facteur de performance accrue,** en :

- Créant les **conditions d'une expérience** collaborateur différenciante et unique
- Renforçant la **cohérence** entre les valeurs que la marque employeur revendique et la réalité du parcours et du vécu des collaborateurs
- Nourrissant le **sentiment d'appartenance**, le lien et la **cohésion** des équipes
- Favorisant **l'engagement des collaborateurs** tout au long de leur carrière et de leur parcours dans l'entreprise

notre approche

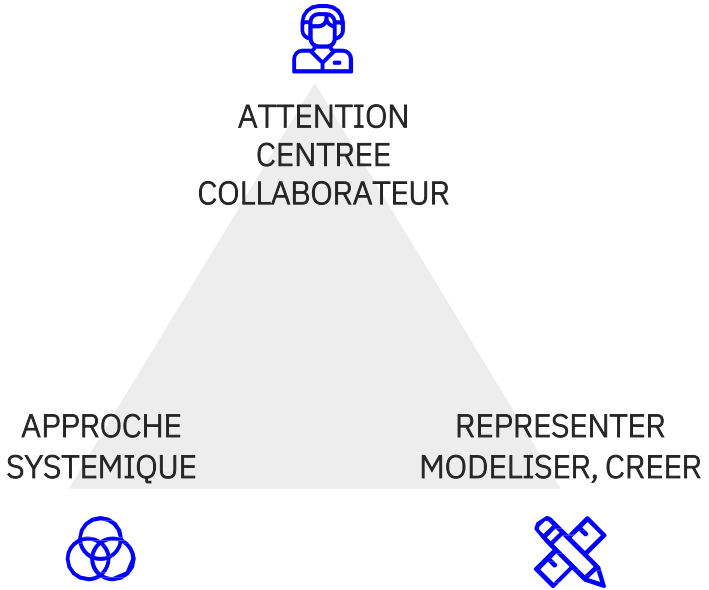
LES PROCESSUS, EVENEMENTS ET MOMENTS CLES RH SONT DES EXPERIENCES A SCENARISER

Inspirée par l'UX Design, l'approche EX Design (EX pour « Employee Experience ») permet de soutenir une démarche d'engagement de vos **collaborateurs.**

Elle se caractérise par une attention **particulière portée à la qualité et à l'authenticité de leur vécu au travail,** au travers d'une **approche systémique** s'intéressant aux interactions entre les individus eux-mêmes et entre ces derniers et leur environnement.

Notre programme de formation *Trans-former l'expérience collaborateur* s'appuie sur **une méthode, associant des outils et des postures éprouvés au sein d'ateliers de formation par la méthode projet,** allant du diagnostic à la question à résoudre, puis de la recherche d'idées à la formalisation de solutions.

Cette approche **pragmatique, fondée sur l'itération avec le terrain et l'approche bottom up**, peut être un levier clé d'optimisation de l'expérience collaborateur à moindre coût, sans générer les budgets exigés par les fonctions Marketing-Com'.



objectifs de la formation

Public cible	Managers ou Chefs de projet des Directions Ressources Humaines / Marque employeur / Marketing & Communication / Transformation…

A l’issue de la formation, les participants ont la capacité à :

1. Connaitre les fondamentaux du design d’expérience (UX)
2. Mettre en place une démarche de diagnostic de l’expérience collaborateur (EX)
3. Concevoir des dispositifs d’optimisation de l’expérience collaborateur

adaptation à votre contexte

L'atelier **s'appuie sur des sujets concrets** apportés par votre direction et co-définis conjointement

L'approche EX intègre les **différents champs de l'expérience collaborateur**

- Culture
- Management
- Environnement de travail
- Outils numériques
- Services

Par exemple :

- Les espaces de travail (bureaux, usines, flagship, restauration, conciergerie…)
- L'incarnation des valeurs de la marque dans l'expérience de tous les collaborateurs à tous les niveaux de l'entreprise
- Du on-boarding des nouveaux embauchés au off-boarding des sortants jusqu'au suivi des anciens
- Les nouveaux modes de travail, du flex office en passant par le travail hybride
- Vivre avec l'IA : en quoi elle redéfinit mon expérience et mon identité au travail
- Penser des expériences sur-mesure et inclusives
- L'équilibre des temps de vie (professionnel/personnel)
- La formation, le développement des compétences et l'employabilité
- Les moments managériaux clés, du séminaire à l'entretien annuel

expérience apprenant

Un premier module (une journée) introduit les notions et outils clés liés à la démarche UX, par un questionnement ouvert et des exercices stimulants.

Lors du second module (une journée), les participants s'approprient la démarche en l'appliquant à un cas réel au sein de votre entreprise. L'accent est mis sur les postures autant que les pratiques et outils de travail.

Nos sessions sont animées par des designers qui :

- incarnent les différentes postures (empathique, créative, systémique),
- utilisent en séance des outils de représentation et de modélisation,
- accompagnent les participants dans leur montée en compétence.

En option : un partenariat pédagogique d'exploration (Octobre), sur un sujet stratégique choisi par vous, qui aura émergé de l'atelier et qui sera porté par les étudiants de 5ème année de Strate.

Valeur-ajoutée apportée : faire bénéficier votre direction d'un **apprentissage enrichi d'une expérience de mentoring inversé:**

- Donnant à voir et à partager **toutes les étapes d'une démarche de designer** en mode projet avec des étudiants designers (1)
- Permettant de disposer pour la Direction concernée **d'un projet concret d'atterrissage de la formation** (2)
- Jouant un rôle de **démonstrateur** (3) pour embarquer plus largement les équipes dans la culture de l'EX.

Le développement de la méthode n'est pas vécu comme une « recette » mais ressenti et éprouvé par l'expérimentation.

programme

Objectif - Comment mettre l'utilisateur au centre de sa démarche d'analyse et de conception ?

JOUR 1

Les fondamentaux

3h00

Lors de cette première journée, les participants prennent connaissance des notions clés de l'UX et les articulent l'après-midi avec leur environnement métier, pour commencer à appréhender leurs enjeux par ce prisme de l'UX

Matin

Accueil
Agenda, recueil des attentes

User Experience

- Partager une définition commune (Utilisateur, Expérience, Temps, Ressenti, Emotions)
- Origine, principe, méthodes
- Domaines d'application (digital, produit, espace, service)
- Comment ? Les postures : empathique, créative, collaborative
- Pourquoi ? La valeur ajoutée de l'UX
- La notion d'UX appliquée à l'espace / aux organisations / process managériaux…
- Quels outils ? > notions ecosystème, persona, scenarios d'usage, emotional journey

Après-midi

Exercices

Analyses en sous-groupes

3h00

Exploration et diagnostic des enjeux propres à la Direction mobilisée

- Brainstorming collectif des cas d'usage à partir de la problématique qui sera traitée
- Formation petits groupes de 3/4 personnes

Chaque sous-groupe travaille sur une problématique différente

- Définition du contexte
- Cartographie et écosystème des parties prenantes
- Elaboration des personas
- Emotional journey : identification des irritants
- Identification des problématiques

Synthèse

30 mn

Conclusions

- Points clés à retenir
- Intérêt et contextes d'application
- Q&A

programme

Objectif - Quand l'UX devient l'EX : comment appliquer l'approche utilisateur à une problématique RH concrète

JOUR 2

A l'issue des 2 jours, les participants auront généré une somme de livrables partageables en interne avec d'autres équipes dans un objectif d'acculturation.

Ces livrables seront complétés par un support méthodologique et une bibliographie.

Compétences visées
Vision systémique
Intégration des notions UX
Capacité de mise en application des outils

Matin

Atelier
Approfondisement des travaux de sous-groupes

4h00

Scénarisation des usages et de l'expérience pour orienter des solutions (1h30)
Formaliser 2 scénarios d'usage *ex nihilo* répondant aux problématiques identifiées : quelle expérience souhaitée ? quels usages ? quelles étapes ? quelles durées ?

Chaque sous-groupe est encadré et aiguillé par les animateurs dans la réflexion et sa mise en pratique afin d'atteindre les objectifs d'apprentissage.

Idéation (2h30)

- Choix d'un scénario
- Recherche de concepts créatifs permettant d'articuler spatialement les usages projetés
- Incarnation du scenario d'usage sous forme de parcours (plan à main levée, maquette Lego,...)
- Représentation de l'écosystème de l'expérience : quels acteurs ? quelles relations ? quelles expériences vécues ?

Après-midi

Atelier
Travaux de sous-groupes

débriefing collectif

3h00

Synthèse
30 mn

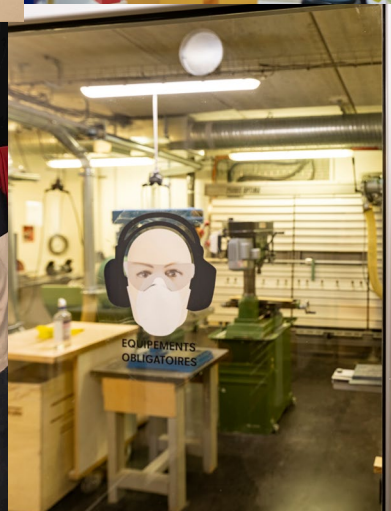
Argumentation et pitch des propositions
Retraduire l'itération de façon concise à partir des scénarios utilisateurs.

En conclusion
Points clés à retenir
Intérêt et contextes d'application
Questions/réponses
En option : émergence/priorisation d'une problématique future pour le partenariat pédagogique

« En tant que direction immobilière d'une entreprise industrielle, nous concevons nos espaces de manière fonctionnelle et performante. Ces deux jours avec Strate *nous ont permis d'y renforcer la notion d'expérience et de ressenti, pour nos projets de bureaux autant que d'ateliers. En amont des solutions techniques, l'équipe pédagogique a su nous orienter pour penser un parcours global, de l'arrivée à la sortie de nos lieux de travail. Un regard essentiel pour développer l'expérience collaborateur ! »* Fabien Gauthier, Chef de Services Programmes Immobiliers – Groupe Renault

salle et matériel nécessaires

Grande salle reconfigurable avec vidéoprojecteur, imprimante A3 à proximité, accès au Fab Lab de STRATE / Caféteria



projet de partenariat étudiant

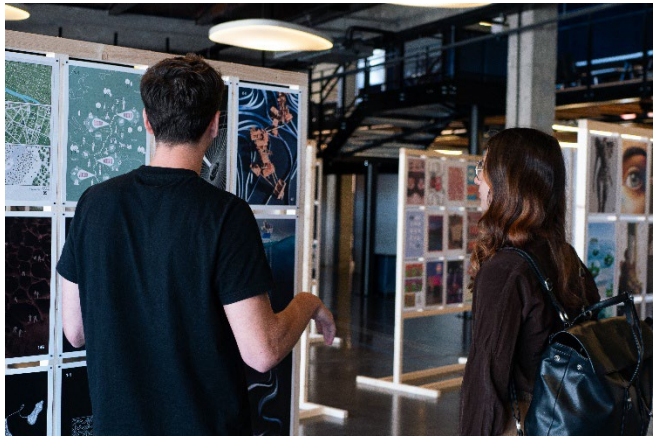
POUR PROLONGER VOTRE IMMERSION DANS LA FORMATION EX

Nous constituons une équipe pouvant aller jusqu'à 20 étudiants pour travailler sur une problématique issue de la formation

Format : 14 semaines.

Ces étudiants de 5ème année sont issus des filières *design d'espace, de produit, d'interaction, d'identité et de mobilité.*

En travaillant de manière interdisciplinaire, ils apportent au projet une vision 360° permettant de couvrir toutes ses dimensions et ses enjeux.



ETAPES CLES DU PARTENARIAT - 1 MOIS

1. Signature d'un contrat couvrant les droits de propriété intellectuelle, les règles de communication, les NDA…
2. Elaboration du brief avec les équipes partenariats & pédagogie
3. Encadrement par un designer intervenant sous la supervision du responsable de la filière la plus concernée par le sujet
4. Echanges et calage sur le rythme du projet et les interactions avec les étudiants (entretiens terrain, jalons intermédiaires, modalités du rendu).
5. Mise en place du calendrier (Kick off, rendus intermédiaires, présentation finale).

equipe

claire de beir

« La valeur de la marque [employeur] est dans la qualité des expériences vécues »

Diplômée du Mastère Innovation by design de l'ENSCI, de Sciences Po Paris et de la Sorbonne, Claire a une triple expertise en études d'opinion, stratégie de marque et processus d'innovation by design.

Avant de rejoindre Strate et d'accompagner le développement des relations entreprise, Claire était Directrice de la Marque chez Veolia, après avoir été Directrice conseil et planneur stratégique chez Publicis Consultant et Directrice des études chez Kantar Public.

romaric le tiec

« Les lieux de vie sont des lieux du faire et du partage d'émotions »

Diplômé de l'ENSAD et formateur – encadrant à Strate, Romaric crée son studio de design et se spécialise dans des problématiques de design d'espace et d'expérience client / collaborateur, qu'il s'agisse de laboratoires d'innovation, de gares, d'hôpitaux, de boutiques…

Parmi ses clients : l'APHP, la Direction Générale des Armées, l'Assistance Publique-Hôpitaux de Paris, le CEA, Roland Berger Consulting, BNPP, Lhyfe, Leclerc, Stanley Robotics.

patrick chotel

« Replacer l'expérience humaine au cœur des transformations »

Diplômé d'un mastère en philosophie et en sociologie des organisations, ainsi que du Mastère Innovation by design de l'ENSCI Les Ateliers, Patrick s'est toujours efforcé de mettre l'approche design centrée utilisateur au cœur des transformations d'entreprise qu'il a accompagné au sein de cabinets de conseil.

Parmi les entreprises dans lesquelles il est intervenu : l'Oréal, le Crédit Mutuel, Orange, Française des Jeux, Legrand, Sanofi, Solocal.

strate

En quelques mots

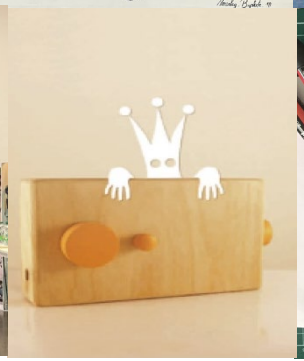
paris
1993

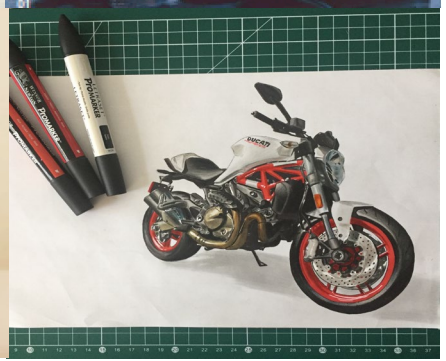
bangalore
2017

lyon
2019

Fondée en 1993, Strate École de Design (alors « Strate Collège ») a su s'imposer rapidement comme l'une des 3 écoles majeures de design françaises et parmi les 60 meilleures au monde. Plébiscitée par toutes les entreprises et professionnels du design depuis 30 ans, Strate forme les designers qui impacteront positivement le monde.

compétences





5 filières : design Produit, Identité, Mobilité, Interaction, Espace

réseau académique

strate école de design

59 partenaires dans le monde

parmi nos partenaires

strate école de design