

# La création de services à forte valeur ajoutée grâce aux techniques de Design

1 jours 7,00 heures

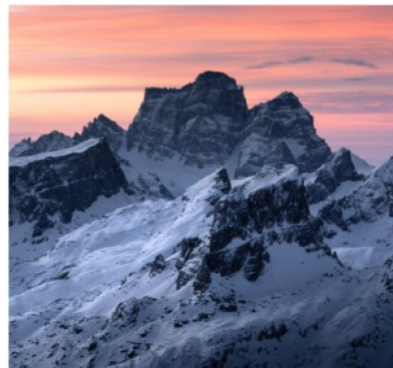
## Programme de formation

### FORMATIONS TERRITOIRE

STRATEGIE - ORGANISATION - MANAGEMENT

#### LA CRÉATION DE SERVICES À FORTE VALEUR AJOUTÉE GRÂCE AUX TECHNIQUES DE DESIGN

↓ Les formations qui envoient du bois, by Id-rezo



Mise à jour : 30/03/2026

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître les principaux concepts du marketing de service appliqué au tourisme
- Être en capacité d'adopter une posture centrée sur le bénéfice client/usager
- Être en capacité de designer un service BtoB et BtoC
- Être en capacité de prototyper ses services pour en tester la pertinence

### PROGRAMME DE LA FORMATION

#### Qu'est-ce que le Marketing des Services ?

- L'approche centrée client, c'est plus que des méthodes de design, c'est du marketing
- Les particularités constitutives du marketing des services
- Les différentes notions de valeur et leurs composantes, sur lesquelles il est possible agir
- Les différents types d'expérience client/usager et comment les optimiser pour mes propres services

#### Qu'est-ce que le Design de Services ?

- L'approche centrée client c'est une posture, mais c'est aussi des méthodes
- Les étapes de projet et les situations dans lesquelles ces méthodes sont pertinentes



- Du design de service à la méthodologie de design thinking
- Choix et adaptation des méthodes et outils de conception de service vis-à-vis des objectifs particuliers à atteindre durant la formation

#### Bonnes pratiques en Design de Services

- Exemples et bonnes pratiques de services centrés client/usager
- Les outils d'organisations du travail de design de service
- La gestion du temps et l'atteinte des objectifs

#### Des objectifs clairs et une fine connaissance client/usager, vos deux facteurs clés de succès

#### Autours d'un cas pratique d'un service à designer : mise en pratique des méthodes transmises - Création d'un service en appliquant différentes techniques

##### Étape 1 : Bien énoncer le problème et partager les prérequis

- Techniques de questionnement approfondi
- Techniques d'énoncé descriptif du/des problème(s)
- Techniques de formalisation des objectifs stratégiques et opérationnels

##### Étape 2 : Observer les publics bénéficiaires et le contexte de délivrance du service

- Techniques de conception de persona usager/bénéficiaire/client du service
- Techniques de cartographie du parcours client

##### Étape 3 : Ancrer un point de vue pour démarrer la recherche de solution

- Identification des objections préalables à la conception du service et traitement par un storytelling adapté au design de service
- Techniques de cartographie du contexte de délivrance du service en fonction des différents persona
- Définir les indicateurs de performance

##### Étape 4 : Être créatif, trouver des idées : les méthodes et outils qui aident

- Les techniques de créativité et de brainstorming
- Les matrices de créativité et techniques d'ateliers

##### Étape 5 : Matérialiser le service pour rendre ses composantes perceptibles

- Élaborer un prototype de service par des techniques de matérialisation
- Concevoir une fiche de prototypage pour les différents persona

##### Étape 6 : Tester auprès des clients/usagers : méthodes d'observation, l'écoute client/usager

- Concevoir une fiche de test pour les différents persona
- Organiser un test utilisateur/usager/client auprès d'un panel représentatif
- Définir les indicateurs de performance en fonction des objectifs préalablement fixés

##### Étape 7 : Optimiser l'existant : organiser les cycles de l'amélioration continue

- Bien utiliser la technique du « J'aime, je voudrais, je me demande... »
- A partir de l'évaluation des indicateurs de performance, bien utiliser la matrice des « Leçons apprises » pour enclencher un nouveau cycle d'amélioration

*Environ 80% du temps est consacré aux cas concrets et à l'utilisation des techniques. Cette méthode pédagogique d'apprentissage par la pratique est à la fois très pertinente au regard des techniques à acquérir mais également au regard des objectifs des participants, puisqu'elle permettra d'initier de manière très concrète la conception des services à optimiser durant la formation.*

#### PUBLIC VISÉ

- Direction Générale
- Direction/Responsable Marketing
- Direction/Responsable Commerciale
- Direction/Responsable Promotion / Communication
- Conseiller en séjour
- animateur de réseaux professionnels
- Responsable de filière
- Agent de développement touristique

#### PRÉREQUIS

- Avoir identifié le ou les services à concevoir durant la formation.
- Être suffisamment nombreux pour constituer des groupes de travail de 3 personnes minimum par service à concevoir.
- Être équipé d'un ordinateur portable, au minimum un par groupe de 3.
- Avoir une bonne connaissance des publics à qui s'adresseront les services à concevoir durant la formation.

## **MODALITÉS D'ORGANISATION ET DÉLAIS D'ACCÈS**

### **Modalités d'organisation :**

#### **Formation pouvant être réalisée en présentiel ou à distance, en petit groupe de 12 maximum**

- En présentiel : Nous avons identifié des locaux professionnels dans lesquels nous louons, en fonction de vos besoins, la salle de formation la plus adaptée. Ces établissements sont tous adaptés aux personnes en situation de handicap. Nous nous déplaçons également dans toute autre salle mise à disposition par le donneur d'ordre dans la mesure où celles-ci répondent aux exigences de bon déroulement de la formation et d'accès aux personnes en situation de handicap.
- En distanciel : mise à disposition d'une salle de visioconférence permettant de visualiser les supports et outils de formation, de voir et d'entendre le formateur et d'interagir avec lui/elle.

#### **Accès à la formation :**

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 12 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 6 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmée jusqu'à 48 heures avant la première session.

#### **Matériel pour participer à une session de formation :**

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera mise à disposition.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé pour plus de confort.
- *NB : En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads...),*

#### **Accueil des personnes en situation de handicap :**

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Pour en savoir plus cliquer [ICI](#) ou contactez notre référent handicap.

## **MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES**

- Support : le formateur/la formatrice utilisera un support powerpoint pour la partie théorique, qui sera transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation
- Outils : le formateur/la formatrice utilisera des outils qu'il/elle aura conçus dans le cadre de ses missions de conseil et de formation. Ils seront au format word, excel ou powerpoint et seront transmis en intégralité aux stagiaires à l'issue de la formation. L'utilisation d'outils en ligne gratuits est également possible.
- Training : les stagiaires seront invités à utiliser durant la formation les méthodes et outils transmis par le formateur/la formatrice
- Bonnes pratiques : des cas réels et concrets seront présentés aux stagiaires pour en analyser les meilleures pratiques pour s'inspirer

## **MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI**

- La formation fait l'objet d'une évaluation du niveau initial de chaque stagiaire vis à vis des prérequis et objectifs.
- La progression en cours de formation fait l'objet d'une évaluation constante de chaque stagiaire sur les objectifs de formation déjà abordés.
- L'atteinte des objectifs pédagogiques est évaluée à la fin de chaque formation. Cette évaluation est réalisée par l'envoi de deux questionnaires : l'un immédiatement après la fin de la formation, l'autre dans un maximum de 6 mois.
- Suivi/conseil des stagiaires à 6 mois.

## **VOTRE FORMATRICE OU VOTRE FORMATEUR**

### **Jean-Patrick MANCINI**

Consultant indépendant

Moyenne satisfaction formation sur les 18 derniers mois > 99%

Consultant-Formateur Tourisme et Etourisme, Jean-Patrick Mancini conçoit, développe et déploie des projets innovants de développement touristique auprès de porteurs de projets institutionnels (Offices de Tourisme, Comités départementaux et régionaux de Tourisme) et privés.

Il s'appuie pour cela sur une formation spécialisée en Marketing des Services et en Management International du Tourisme. Auparavant Directeur de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme de la Région Sud, il a développé pour eux l'un des plans de transformation/formations parmi les plus ambitieux. Il est également créateur depuis 2017 d'une agence événementielle sports et loisirs « Marseille Provence Expériences » et enseignant universitaire depuis 2015, responsable du cursus Management des Stratégies Etourisme à l'Institut du Tourisme de la Côte d'Azur.

C'est ainsi que depuis 11 ans, il accompagne les porteurs de projets du secteur dans leur transformation digitale et plus globalement dans leur adaptation stratégique sur l'un des marchés les plus concurrentiels du E-commerce mondial.

Les autres [formateurs-trices](#) Id-rezo

### **SATISFACTION MOYENNE OBTENUE LORS DE PRÉCÉDENTES FORMATIONS :**



Satisfaction moyenne de 0% obtenue auprès de 0 stagiaires lors des 12 derniers mois.

Cette formation a été suivi par stagiaires soit un taux de retours aux questionnaires de satisfaction de 0%.

*NB : Si ce dernier chapitre ne fait apparaître aucune donnée chiffrée, c'est qu'il s'agit d'une nouvelle formation que nous vous proposons et que celle-ci n'a pas encore été évaluée.*