

..360 OBJETS"

Déroulé pédagogique de formation Créativité en entreprise

Intitulé : Créativité en entreprise

Public visé : Agences de communication, équipes marketing & R&D, équipes innovation, start-up, entreprises en gestion de projet, ou souhaitant mettre en place des temps de brainstorming et de créativité, et/ou résolution créative de problème en lien avec le marketing et la communication

Intervenant : Christine CASSAN

1/ Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- **Analyser** une problématique de départ sous l'angle créatif
- **Explorer** les outils créatifs et les mettre en synergie avec les capacités créatives individuelles et collectives. Favoriser et développer l'intuition pour permettre à davantage de nouvelles idées et stratégies d'éclorre
- **Concevoir** des ateliers créatifs, plus particulièrement être autonome pour préparer puis animer des sessions créatives
- **Identifier** certains blocages à la pensée et à l'action créative pour mieux les dépasser

2/ Objectifs pédagogiques

- 1- Découvrir les fondements de la créativité et des outils de créativité
- 2- Apprendre à animer un atelier de créativité grâce à une « boîte à outils » créative
- 3- Evaluer en retour les idées qui auront émergées

3/ Méthodes pédagogiques

La méthode pédagogique alterne des présentations théoriques, des exercices concrets soit visant à être créatif, soit visant à dynamiser la créativité d'un groupe. La méthode se base également sur des mises en situation individuelles ou en groupes afin d'utiliser et de maîtriser les outils et les méthodes proposées.

4/ Modalités d'évaluation

QCM à la fin de l'intervention

5/ Indicateurs de suivi et de résultat (KPI) d'atteinte des OPO (point 1)

OPO 1 : *Analyser* une problématique de départ sous l'angle créatif

KPI : note de QCM et appréciation qualitative de la compréhension et de l'application des connaissances

OPO2 : *Explorer* les outils créatifs et les mettre en synergie avec les capacités créatives individuelles et collectives. Favoriser et développer l'intuition pour permettre à davantage de nouvelles idées et stratégies d'éclore

KPI : note de QCM

OPO3 : *Concevoir* des ateliers créatifs, plus particulièrement être autonome pour préparer puis animer des sessions créatives

KPI : note de QCM et exercice de conception d'un atelier créatif

OPO4 : *Identifier* certains blocages à la pensée et à l'action créative pour mieux les dépasser

KPI : note de QCM et exercice d'animation et de facilitation d'un atelier créatif

Remarque : l'attestation de fin de formation précisera le niveau global et le niveau d'atteinte des différents OPO via une note sur 20.

6/ Supports fournis au stagiaire

L'ensemble des supports seront fournis au stagiaire via un lien wetransfer à l'issue des deux journées

Durée de la formation / 2 jours 15 heures

Plan de la formation

JOUR 1

Séquence 1 : Innovation / créativité / agilité

De quoi parle-t-on ?

- Innovation / créativité / co-création / Intelligence créative...
- Qu'est-ce qu'innover ?
- L'agilité : s'adapter au changement, transformer le changement en opportunité
- VUCA : Vulnerability, Uncertainly, Complexity, Ambiguity

Séquence 2 : L'intuition au service de la créativité

Tous intuitifs, tous créatifs

- Exemples inspirants autour de l'intuition dans l'histoire des sciences, de l'art, de l'entreprise
- Les faux amis de l'intuition (ce que l'intuition n'est pas)
- Etymologie, définition de l'intuition
- Les différentes formes d'intuition
- L'intuition en aveugle ou Remote Viewing
- Identifier les résistances à l'égard de l'intuition
- Intuition & neurosciences
- L'importance du corps pour développer notre intuition et notre créativité
- Jeux et exercices pratiques pour identifier son intuition (l'écouter, la développer)

Séquence 3 : Les jeux pour stimuler notre créativité

Être créatif ou retrouver notre âme d'enfant

- Les jeux cadres Thiagi
- Légos, pâte à modeler...
- Le biomimétisme, s'inspirer du vivant

- Développer son imaginaire / Le cas de Walt Disney : le secret d'un innovateur

Séquence 4 : Poser une problématique

Clarifier la problématique pour mieux l'amener sur le terrain de la créativité

- Creuser, approfondir une problématique pour mieux la définir
- Transformer la problématique sous l'angle d'une résolution créative
- Poser les différentes questions satellites de la problématique

Séquence 5 : Les règles d'or de la créativité

Comment préparer une séance de créativité

- Le choix d'un collectif
- Le choix d'un lieu, d'un environnement
- Un atelier en salle, à l'extérieur...
- La durée d'un atelier créatif
- Les séquences d'un atelier créatif
- Le matériel utile à la créativité
- La posture créative (participants)
- La posture de facilitation (animateur.rice)
- Les pièges de la facilitation
- Cas concret

JOUR 2

Séquence 6 : La boîte à outils créative : mode d'emploi

Expérimentation de techniques d'animation créative

- Poser un cadre, poser des règles de conduite
- Outils brise-glace
- Techniques d'exploration
- Techniques combinatoires

- Techniques analogiques
- Techniques de finalisation
- Développer ses propres techniques ou outils créatifs
- Exemples d'application

Séquence 7 : Application des outils et organisation d'une séance de créativité

Approfondissement des phases d'idéation

- Phase d'ouverture : divergence → développement de thèmes
- Phase d'exploration : émergence → expérimentation
- Phase de clôture : convergence → conclusion, décisions, actions
- Biographie

Séquence 8 : Cas concret

Facilitation d'un atelier créatif basé sur une problématique marketing / communication

Nous terminerons la formation autour d'une problématique concrète. Elle pourra être soit amenée par les participants, soit par la formatrice pour dérouler une séance courte de créativité. La finalité est d'expérimenter concrètement les techniques créatives

Intervenant : *Christine Cassan*



**Elysées
Consulting**
ÉTUDES EN MARKETING & CONSEIL

Christine Cassan est fondatrice associée et co-gérante des entreprises Elysées Consulting (1998) et Occeterra (2015).

En 1998, elle était déjà à l'avant-garde du courant qui (re)place l'humain au cœur des études de marché et du marketing.

Au fur et à mesure des nombreuses problématiques qu'elle a traitées, la compréhension de l'humain, la créativité et l'intuition sont naturellement devenues des disciplines à part entière, qu'elle déploie notamment sur la base d'outils tels que l'Ennéagramme (connaissance de soi et des autres), le Remote Viewing (mise en pratique du potentiel intuitif), les méthodes agiles ou les innombrables exercices de créativité que le cerveau humain est capable de générer.

En 24 ans de pratique et d'alternance entre les logiques dites cerveau gauche (rationalité) et cerveau droit (imaginaire), elle a largement développé une approche à la fois structurée et dynamique du potentiel créatif et intuitif de chacun.

Aujourd'hui, elle continue à défricher de nouvelles voies et crée plus que jamais des ponts entre les besoins du monde de l'entreprise et les remarquables capacités de l'humain.

Spécialiste du sur mesure, elle adapte et enrichit sans cesse ses outils et ses méthodes, selon les contextes. Elle anime et analyse aussi bien des groupes qualitatifs que des ateliers de brainstorming. Elle assure des facilitations pour faire émerger avec agilité des axes de développement ou résoudre de manière créative les problématiques que les entreprises et les équipes ont à traiter. Elle forme également des équipes et des groupes de travail désireux de s'appropriier les outils les plus pertinents pour eux en mode DIY (Do It Yourself).

Christine intervient en entreprise en tant que consultante ou en tant que formatrice.

Elle dispense également des formations dans des écoles (Toulouse School of Management, ISCOM Toulouse).