

**Durée formation :**

2 jours (15h)
En présentiel

**Public visé :**

6 à 8 personnes
salariés de l'entreprise

► Agences de communication, équipes marketing & R&D, équipes innovation, startup, 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(e) :**

Christine Cassan

**Coût de la formation :**

4500€ HT / 2 jours

Formations booster sur
une journée : 2500€ HT

Tarif incluant : frais de location de salle et frais de déplacement des intervenants. N'inclue pas les déjeuners.

**Supports :**

Ensemble des supports fournis via WeTransfer à l'issue de la formation.

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.

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 Évaluer en retour les idées qui auront émergées.

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.

Modalités d'évaluation

QCM à la fin de l'intervention.

Programme de la formation

- Jour 1 -

Innovation, créativité, agilité :

- Les définitions
- L'adaptation au changement
- VUCA : Vulnerability, Uncertainty, Complexity, Ambiguity

L'intuition au service de la créativité :

- Les différentes formes, les faux amis et la résistance face à l'intuition
- L'intuition en aveugle (Remote Viewing)
- Intuition & neurosciences

L'angle créatif :

- Différents jeux et exemples pour stimuler la créativité et développer son imaginaire
- Poser et approfondir une problématique pour trouver une résolution créative

Les règles d'or de la créativité :

- Les caractéristiques à prendre en compte pour organiser une séance de créativité

- Jour 2 -

La boîte à outils créative :

- Poser un cadre, poser des règles de conduite
- Les différents outils et techniques

Les différentes phases d'idéation :

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

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

- 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



Christine Cassan

Fondatrice associée des entreprises Elysées Consulting et Occeterra, Christine (re)place l'humain au cœur des études de marché et du marketing. Spécialiste du sur mesure, elle anime et analyse aussi bien des groupes qualitatifs que des ateliers de brainstorming, assure des facilitations pour faire émerger des axes de développement ou résoudre de manière créative les problématiques que les entreprises et les équipes ont à traiter, et forme des équipes et des groupes de travail désireux de s'approprier les outils les plus pertinents pour eux.