

# CATALOGUE DE FORMATION AU DIGITAL 2017



EXPLORATEURS  
D'EXPÉRIENCES  
DIGITALES

[WWW.WEST.FR](http://WWW.WEST.FR)





# SOMMAIRE

4	À qui s'adresse ce document ?
5	3 niveaux d'expertise
6	Conception du plan de formation
7	Support de formation en ligne
<b>■</b>	<b>1. ACCOMPAGNEMENT DE PROJET DIGITAL</b>
10	1. Conduire un projet en mode agile
13	2. Structurer un projet digital
<b>■</b>	<b>2. STRATÉGIE DIGITALE</b>
18	1. Construire une stratégie de communication digitale
20	2. Mettre en place des ateliers de co-conception
22	3. Formaliser un business model
<b>■</b>	<b>3. DESIGN THINKING</b>
26	1. Analyser un parcours client
29	2. Comprendre un processus d'idéation
32	3. Accompagner un test utilisateur
36	4. Mener à bien une recherche utilisateur
<b>■</b>	<b>4. POUR ALLER PLUS LOIN</b>
40	Plan d'accompagnement personnalisé
41	On les accompagne
42	À propos de l'agence West
43	Contact

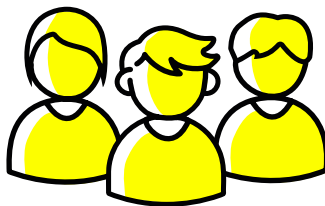
## À QUI S'ADRESSE CE DOCUMENT ?

Ce document s'adresse à **toutes les personnes intervenant dans la conception et le déploiement de dispositifs digitaux** ou désirant le faire, notamment aux directions marketing, aux directions des systèmes d'information ainsi qu'aux membres du COMEX. Il vise à proposer des **formations pour enrichir les compétences** de vos équipes et **augmenter leur capacité** à mener à bien vos projets.

Un projet informatique sur quatre est abandonné en cours de route et 20% à 25%\* d'entre eux ne dégageront pas de retour sur investissement. C'est pour lutter contre ce phénomène que de nouvelles méthodes de production dites « digitales » notamment, ont émergé. Celles-ci nécessitent de faire évoluer les compétences de vos équipes projets et de leurs managers via des formations adaptées.

**Les modules proposés ici sont complémentaires** et vous pouvez d'ailleurs les moduler pour **composer la formation adaptée** à votre équipe et à vos projets.

**WEST EST L'AGENCE DIGITALE DU GROUPE SEDONA, ORGANISME DE FORMATION AGRÉÉ PAR L'ÉTAT.**



## 3 NIVEAUX D'EXPERTISE

En fonction du niveau de compétence souhaité, trois niveaux de formation sont possibles pour chaque module : niveau **Silver**, **Gold** et **Platinum**. Chaque niveau supérieur demande la validation du niveau inférieur.



### Silver — Connaissance

Introduction générale du sujet

- executive summary avec la définition des termes et des concepts clés
- capacité à appréhender et à comprendre



### Gold — Compétence

Nécessite la validation des acquis du module **Silver**

- mise en pratique opérationnelle
- apprentissage de la méthodologie ad hoc
- capacité à mettre en œuvre des projets



### Platinum — Expertise

Nécessite la validation des acquis du module **Gold**

- expertise approfondie sur le sujet
- capacité à former des collaborateurs

# CONCEPTION DU PLAN DE FORMATION

Un plan de formation sur mesure pour vos équipes au travers des modules standard de notre catalogue :

- évaluation des participants (via Google form)
- identification des objectifs attendus
- adaptation des formations aux besoins spécifiques de vos équipes

## Conception du plan de formation dédié à votre problématique

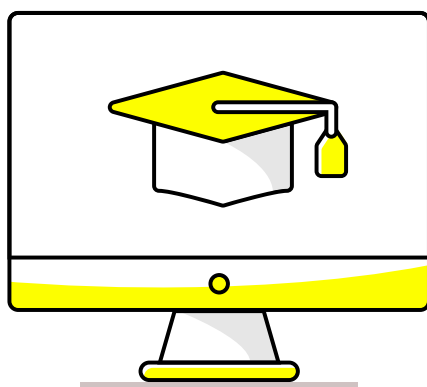
DURÉE	3 jours
COÛT	4 500 €

# SUPPORT DE FORMATION EN LIGNE

Tout au long du cursus, vos équipes ont accès à un support de formation en ligne intégré à notre offre.

Tous les participants auront accès à un portail sécurisé par mot de passe comprenant :

- des questionnaires d'évaluation interactifs
- les supports de formation au format PDF
- les plannings de formation







# #1

## ACCOMPAGNEMENT DE PROJET DIGITAL

1. CONDUIRE UN PROJET  
EN MODE AGILE
2. STRUCTURER UN PROJET DIGITAL



# 1. CONDUIRE UN PROJET EN MODE AGILE

## OBJECTIF DE LA FORMATION

### Pourquoi adopter les méthodes Agiles ?

Vous serez à même d'accélérer vos lancements commerciaux en améliorant votre capacité à gérer des changements de priorités stratégiques, commerciales ou opérationnelles. Vous bénéficierez d'une meilleure visibilité sur les travaux réalisés donc vous réduirez les risques et les coûts liés à des problèmes identifiés tardivement ou des changements de dernière minute.

## DESCRIPTION DE L'AGILITÉ

Avant tout c'est un état d'esprit : « *le changement n'est pas un problème, le changement fait partie de la vie des projets* ». Comme le changement peut coûter cher, **l'agilité vise à valider les hypothèses prises le plus rapidement possible.**

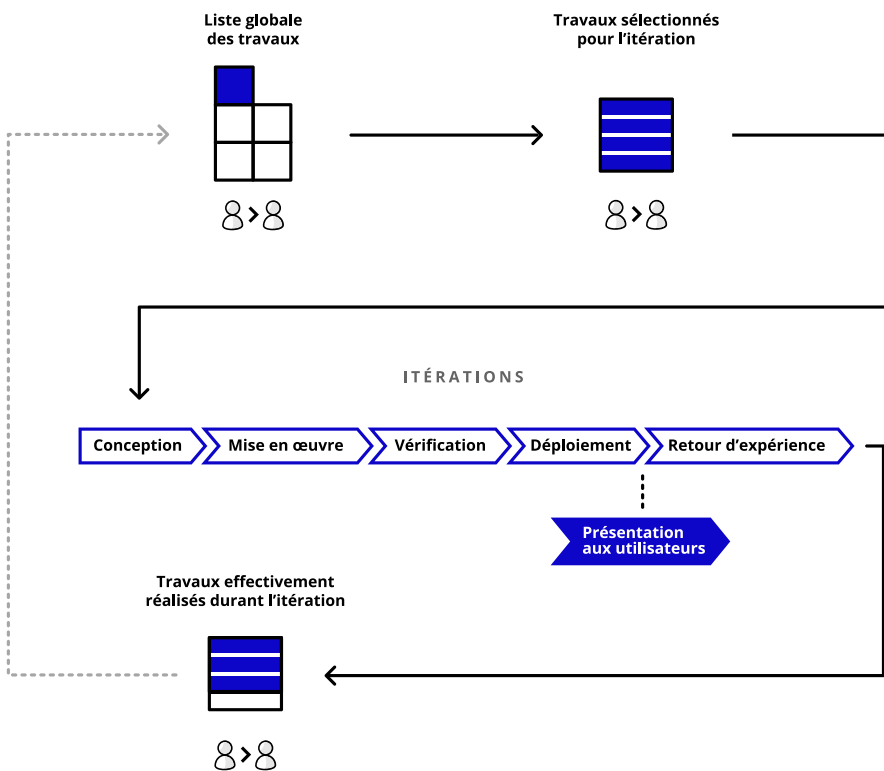
Vous serez ainsi à même de **maximiser la valeur ajoutée de ce qui est créé** en vérifiant auprès des personnes intéressées que ce qui a été réalisé a de la valeur à leurs yeux et en évitant ainsi de réaliser des éléments sans intérêt.

Sur le principe de la théorie des "petits pas", **la globalité des travaux identifiés initialement est découpée en itération de durée fixe**, par exemple 2 semaines, qui regroupera :

- la définition des travaux sur cette durée
- la conception détaillée de ces travaux
- la réalisation des travaux en eux-mêmes
- la vérification que les travaux correspondent à l'attendu
- la présentation des travaux aux personnes intéressées

Cette itération contiendra aussi **un moment d'échange entre toutes les parties prenantes** afin d'identifier ce qui a fonctionné, ce qui n'a pas fonctionné ainsi que les actions à mener pour s'améliorer.

Vous apprendrez alors à **insuffler un nouvel état d'esprit, à mettre en place une nouvelle organisation permettant d'améliorer votre façon de travailler en permanence** et surtout de mettre à disposition des utilisateurs finaux ce qu'ils attendaient, voire mieux.



## MODULES POUR 5 PARTICIPANTS

### Profils formateurs



- Scrum Master
- Expert digital

### Coût et durée



#### Module Silver — Connaissance

DURÉE 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 1 500 € (+ 1500€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Gold — Compétence

DURÉE 2 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 3 000 € (+ 1500€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Platinum — Expertise

DURÉE 3 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 4 500 € (+ 1500€ de préparation pour le 1er groupe)

## 2. STRUCTURER UN PROJET DIGITAL

### OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de ce module, le participant sera à même d'identifier les types de projets qu'il devra piloter. Il aura les clés pour répondre à un appel d'offre en optimisant le travail en équipe pour rédiger la réponse. Il apprendra aussi comment organiser le Delivery en orchestrant les tâches entre les acteurs impliqués et les autres projets existants en parallèle.

### APPROCHE DESIGN THINKING

Construire une démarche centrée utilisateur, accepter l'erreur, travailler en croisant les profils, les expertises et les connaissances, développer ses propres outils, favoriser l'idéation et l'itération... autant de briques méthodologiques indispensables pour amener vos équipes au Design Thinking!

### STRUCTURATION DES PROJETS

Nos experts vous expliqueront les différents types de projets, les différentes phases qui les composent, comment organiser les tâches avec efficacité et logique en fonction des typologies d'intervenants. Vous apprendrez les bonnes pratiques et les pièges à éviter.

## RÉPONSE À APPEL D'OFFRE

Grâce à des études de cas, nous vous montrerons comment organiser une réponse à appel d'offre et quels outils utiliser pour optimiser et sécuriser cette phase préliminaire dont dépendra la viabilité de votre projet. Nous partagerons avec vous un " toolkit " d'astuces et de bonnes pratiques qui vous permettront d'être plus efficient.

## INTERDÉPENDANCE PORTEFEUILLES PROJETS

Piloter un projet demande une organisation propre, autour d'un périmètre, un planning et des ressources. Nous vous apprendrons comment organiser celui-ci au regard des autres projets utilisant les mêmes ressources, afin d'optimiser et sécuriser la réalisation, en gérant les risques inhérents à la parallélisation de projets.

## MODULES POUR 5 PARTICIPANTS

### Profils formateurs



- Lead UX
- Conseil stratégique

### Coût et durée



#### Module Silver — Connaissance

DURÉE 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 1 875 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



### Module Gold — Compétence

DURÉE 3 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 3 750 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



### Module Platinium — Expertise

DURÉE 3 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 5 620 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)





# #2

## STRATÉGIE DIGITALE

1. CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE
2. METTRE EN PLACE DES ATELIERS DE CO-CONCEPTION
3. FORMALISER UN BUSINESS MODEL



# 1. CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

## OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de ce module, le participant sera à même de comprendre les enjeux du branding et d'appréhender les réseaux sociaux avec sérénité. Il saura aussi adapter ses contenus en fonction de sa cible, du canal de communication, et surtout de sa marque.

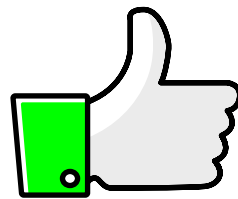
## INTRODUCTION AU BRANDING

- Qu'est-ce qu'une marque ?
- Comment s'exprime la marque sur le digital ?
- Proposer des expériences qui enrichissent l'image de marque

## COMPRENDRE LES MÉDIAS SOCIAUX

Il s'agit **d'expliciter les fonctionnalités de chaque plateforme sociale** pour bien appréhender les usages des consommateurs d'aujourd'hui et **savoir construire efficacement une stratégie sur les médias sociaux.**

- conseil et formation sur les usages et les évolutions de chaque plateforme
- présentation de *case studies* avec les principaux enseignements
- workshop pour identifier les opportunités des plateformes sur une problématique donnée



## MODULES POUR 5 PARTICIPANTS

### Profils formateurs



- Planneur stratégique
- Expert digital

### Coût et durée



#### Module Silver — Connaissance

DURÉE 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 1 725 € (+ 1650€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Gold — Compétence

DURÉE 2 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 3 450 € (+ 1650€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Platinum — Expertise

DURÉE 3 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 5 175 € (+ 1650€ de préparation pour le 1er groupe)

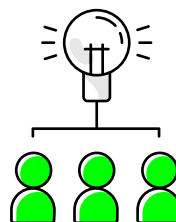
## 2. METTRE EN PLACE DES ATELIERS DE CO-CONCEPTION

### OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de ce module, les participants seront formés à mener des ateliers de co-conception pour recueillir les points de vue des participants, et trouver conjointement des réponses aux problématiques abordées.

### BRAINSTORMING/DESIGN STUDIO

Réunion de travail réunissant différents profils et expertises, qui consiste à inciter les participants à **émettre le plus d'idées possibles pour répondre à un problème donné.**

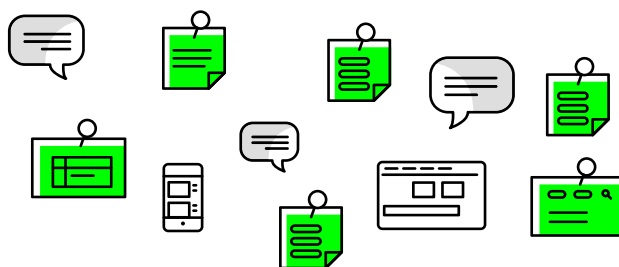


### ATELIER DE CO-CONCEPTION

**Session de travail autour d'un prototype** réunissant les différents preneurs de décisions et experts liés au projet (design graphique, développement, marketing, édito, etc.).

La piste de conception en cours est **présentée et modifiée en séance par nos experts**, en réponse aux interventions des participants.

**Un compte-rendu d'atelier** permet de partager les prises de décisions.



## MODULES POUR 5 PARTICIPANTS

### Profils formateurs



- Lead UX
- Conseil stratégique

### Coût et durée



#### Module Silver — Connaissance

DURÉE 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 1 875 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Gold — Compétence

DURÉE 2 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 3 750 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Platinum — Expertise

DURÉE 3 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 5 625 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)

### 3. FORMALISER UN BUSINESS MODEL

#### OBJECTIF DE LA FORMATION

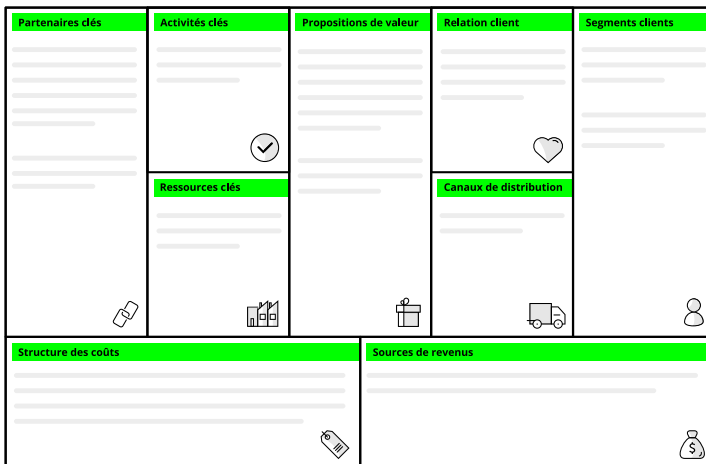
À l'issue de ce module, le participant sera à même de définir un business model décrivant la manière dont une organisation crée, délivre et recueille de la valeur. Il apprendra à construire une vision globale des différentes composantes de son modèle pour réfléchir sur la manière dont le produit ou le service sont distribués aux clients et comment les revenus parviennent à l'entreprise.

#### WORKSHOP BMG (BUSINESS MODEL GENERATION)

Atelier de réflexion autour de votre business model reposant sur le Business Model Canvas créé par A. Osterwalder.

La génération de nouveaux modèles pour votre entreprise permet de **faire émerger des possibilités innovantes de déplacement de l'activité**. La problématique de l'accompagnement au changement d'une organisation est également au cœur de cette démarche.

The Business Model Canvas



## MODULES POUR 5 PARTICIPANTS

### Profils formateurs



- Lead UX
- Conseil stratégique

### Coût et durée



#### Module Silver — Connaissance

DURÉE	0,5 jour avec validation des acquis
-------	-------------------------------------

COÛT	1 875 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)
------	---



#### Module Gold — Compétence

DURÉE	2 x 0,5 jour avec validation des acquis
-------	---

COÛT	3 750 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)
------	---



#### Module Platinum — Expertise

DURÉE	3 x 0,5 jour avec validation des acquis
-------	---

COÛT	5 625 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)
------	---





# #3

## DESIGN THINKING

1. ANALYSER UN PARCOURS CLIENT
2. COMPRENDRE UN PROCESSUS D'IDÉATION
3. ACCOMPAGNER UN TEST UTILISATEUR
4. MENER À BIEN UNE RECHERCHE UTILISATEUR



# 1. ANALYSER UN PARCOURS CLIENT

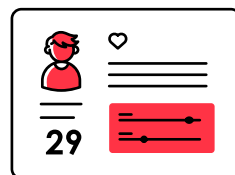
## OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de ce module, le participant sera à même de définir des parcours clients en intégrant les besoins et contraintes des différentes populations cibles et de leurs usages.

## PERSONA/PROFIL TYPE

Cette personne fictive, qui représente **un groupe cible d'utilisateurs**, est créée à partir des connaissances acquises en phase d'analyse. Un persona permet :

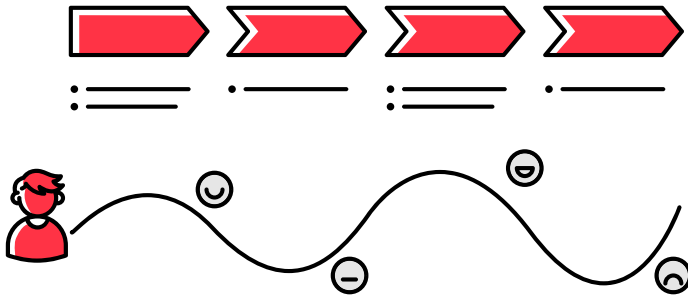
- **d'humaniser la cible** afin de mieux se représenter ses objectifs, ses besoins, ses contraintes
- **d'établir des scénarios**, des cas d'usages propres à chaque persona



## EXPERIENCE MAP/CARTE D'OPPORTUNITÉS

Représentation graphique **décrivant l'intégralité du parcours client de manière chronologique**. La cartographie permet de représenter :

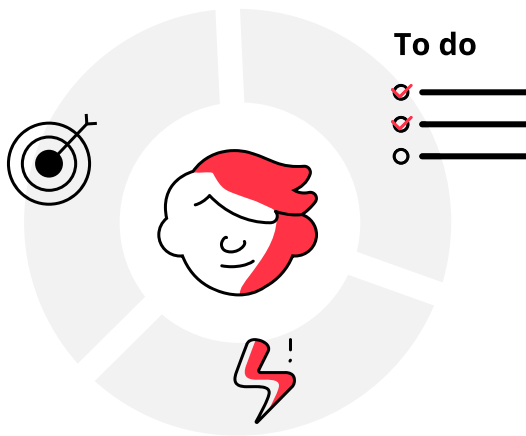
- les problèmes (*pain points*) rencontrés par l'utilisateur
- les opportunités (techno, fonctionnelles, marketing) d'amélioration du produit
- l'offre de service ou d'information, face au comportement et aux attentes utilisateur



### CARTE D'EMPATHIE

Outil simple d'utilisation qui permet de **cerner le profil d'un client type**. Y sont décrits **ses préoccupations, les tâches qu'il doit réaliser, ses freins et leviers d'usage...**

L'objectif est ensuite de mettre en parallèle **la manière dont vos services et produits répondent aux attentes** de ce client type.



## MODULES POUR 5 PARTICIPANTS

### Profils formateurs



- Planneur stratégique
- Expert digital

### Coût et durée



#### Module Silver — Connaissance

DURÉE 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 1 875 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Gold — Compétence

DURÉE 2 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 3 750 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Platinum — Expertise

DURÉE 3 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 5 625 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)

## 2. COMPRENDRE UN PROCESSUS D'IDÉATION

### OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de ce module, le participant sera à même de produire des représentations plus ou moins détaillées de la future interface pour pouvoir proposer des confrontations auprès des équipes projets, des futurs utilisateurs etc.

### PAPER PROTOTYPING ET CRAYONNÉS

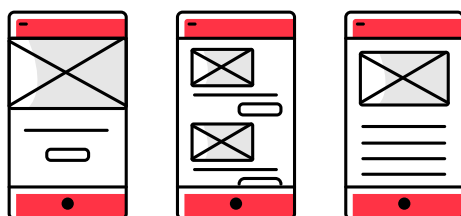
Cette première étape de formalisation sur papier présente de nombreux avantages :

- mise au point de la structure des interfaces, de la navigation et traduction des concepts ou cas d'usages dans un medium efficace
- conception à plusieurs en **workshop**
- test avec une **économie de moyens et itération très rapide**

### ZONINGS/WIREFRAMES

Schématisations de l'interface avec des niveaux de définition différents :

- le but du zoning, plus grossier, est de **représenter le positionnement des différents éléments**
- le wireframe, schéma filaire plus poussé, **décrit précisément le design d'interface**, les différentes hiérarchies d'informations et le contenu des écrans



## PROTOTYPE INTERACTIF

La réalisation d'un prototype interactif permet, pour des délais et des coûts de développement réduits, de **disposer d'une version manipulable pour vous ou vos utilisateurs**.

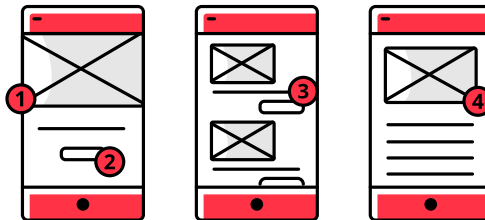
Ce type de prototype est utilisé pour **effectuer des tests utilisateurs** ou faire des démonstrations et peut éviter la rédaction de certaines spécifications.



## WIREFRAMES COMMENTÉS/SPÉCIFICATIONS FONCTIONNELLES

Il s'agit **d'expliciter les fonctionnalités d'une interface**, à partir d'une maquette, pour leur futur développement.

Les possibilités d'interaction des utilisateurs sont systématiquement décrites en détail ainsi que le comportement des différents objets (CTA, menu, popin, etc.).



## MODULES POUR 5 PARTICIPANTS

### Profils formateurs



- Lead UX
- Conseil stratégique

### Coût et durée



#### Module Silver — Connaissance

DURÉE	0,5 jour avec validation des acquis
COÛT	1 875 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Gold — Compétence

DURÉE	2 x 0,5 jour avec validation des acquis
COÛT	3 750 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Platinum — Expertise

DURÉE	3 x 0,5 jour avec validation des acquis
COÛT	5 625 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)

## 3. ACCOMPAGNER UN TEST UTILISATEUR

### OBJECTIF DE LA FORMATION

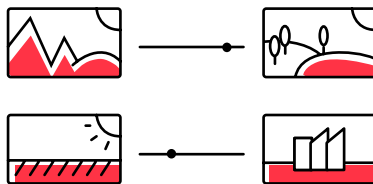
À l'issue de ce module, les participants seront à même de réaliser des évaluations qualitatives et quantitatives des points positifs et négatifs des travaux réalisés jusque-là, et de pouvoir redéfinir les actions à mener pour la suite des projets.

### 3.1 TESTS UTILISATEUR - PROTOTYPE

#### TEST AXE (ANTICIPATED EXPERIENCE EVALUATION)

Suite à la lecture d'un texte descriptif, **les testeurs évaluent un service en plaçant des curseurs entre 10 couples d'images**. Ils explicitent à haute voix leur interprétation et leur vision de l'expérience idéale :

- évaluation de concept
- recueil d'inspirations pour améliorer le service proposé



#### TEST GUIDED FANTASY

Le testeur doit décrire la manière dont fonctionnerait un service, jouer le rôle d'un appareil connecté ou encore, raconter ce que lui dirait un système évolué.



On peut ainsi découvrir, sans prototype, différents éléments à partir d'une question simple (« Que voudriez-vous qu'une machine à café fasse pour prendre soin de vous et de votre famille ? ») :

- les besoins des utilisateurs, les fonctionnalités qu'ils apprécieraient
- le *tone of voice* auquel aspirent les clients
- la corrélation d'un système avec le schéma mental de l'utilisateur

## 3.2 TESTS UTILISATEUR - PROTOTYPE

### TEST QUICK & DIRTY

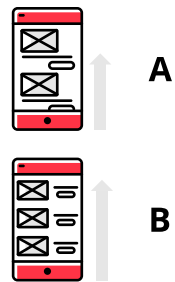
Recherchant l'efficacité, ces tests se réalisent la plupart du temps sur **des prototypes non fonctionnels** (prototypes papier, maquettes figées, wireframes), auprès de proches, de collègues ou de clients au café d'à côté.

Ils permettent de **valider très rapidement un principe**, de faire un choix entre plusieurs hypothèses, de mettre à l'épreuve des wordings...

### AB TESTING

Cette méthode de test a pour objectif la **comparaison de deux versions, ou plus, d'un même dispositif.**

Elle permet notamment d'évaluer les impacts des différences entre les versions et de valider ou non différentes hypothèses de conception.



## RITE (RAPIDE ITERATIVE TESTING AND EVALUATION)

Cette méthode consiste à modifier le prototype, entre les différentes sessions de test, en vue de l'améliorer :

- dès que des problèmes d'usage sont observés auprès de plusieurs participants et qu'une solution évidente se dessine, le prototype est réajusté et présenté, à nouveau, aux testeurs suivants
- cette vérification en temps réel des solutions provoque une avancée ultra rapide du projet, grâce à la réactivité permanente de l'équipe de conception

## 3.3 TESTS UTILISATEUR - PRODUIT FINI

### TEST UTILISATEUR

En vue de l'améliorer, votre produit est testé auprès d'**un panel représentatif d'utilisateurs cibles**. Chaque testeur doit réaliser des tâches prédéfinies sur un prototype afin de récolter :

- les problèmes d'utilisabilité et les impressions subjectives des utilisateurs, autant sur les aspects graphiques que fonctionnels
- leurs besoins réels, l'intérêt pour l'offre de service

L'ensemble des observations fait **l'objet d'un rapport de test synthétisant l'analyse qualitative et quantitative, complété d'un cahier de recommandations**.

### TEST À DISTANCE/EN LIGNE

Les sessions de test, par le biais **d'outils en ligne, sont enregistrées automatiquement** (durée, actions de la souris, liens visités, etc.).

- Possibilité d'administrer facilement un nombre important de tests
- L'utilisateur se trouve en situation naturelle, à son domicile, utilisant son propre matériel

## MODULES POUR 5 PARTICIPANTS

### Profils formateurs



- Lead UX
- Conseil stratégique

### Coût et durée



#### Module Silver — Connaissance

DURÉE	0,5 jour avec validation des acquis
-------	-------------------------------------

COÛT	1 875 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)
------	---



#### Module Gold — Compétence

DURÉE	2 x 0,5 jour avec validation des acquis
-------	---

COÛT	3 750 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)
------	---



#### Module Platinum — Expertise

DURÉE	3 x 0,5 jour avec validation des acquis
-------	---

COÛT	5 625 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)
------	---

## 4. MENER À BIEN UNE RECHERCHE UTILISATEUR

### OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de ce module, le participant sera à même de mener des recherches pour comprendre et définir les futurs utilisateurs. Il sera formé à modéliser leurs activités pour mettre en adéquation la solution développée aux besoins réels des utilisateurs.

### OBSERVATION TERRAIN

Au travers d'observations et d'interviews réalisées sur le terrain, **l'expert analyse les usages présents des utilisateurs dans le but de :**

- définir les besoins des utilisateurs finaux
- garantir l'adéquation de la solution à leurs attentes et aux contextes d'utilisation

Les objectifs de cet intervention sont définis en amont avec vous.

### ENTRETIENS – INTERVIEWS D'UTILISATEURS

Nos experts mènent **des entretiens semi-directifs avec des utilisateurs sélectionnés afin d'identifier leurs besoins et leurs pratiques.**

C'est une phase importante de la recherche utilisateur : ces interviews (au téléphone, via Skype, en physique) permettent de comprendre au mieux les utilisateurs, afin d'optimiser l'expérience qui leur est délivrée.

### ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRE

Cette méthode a l'avantage de pouvoir être réalisée en ligne et de **fournir des résultats quantifiables**, qui complètent des études ouvertes

et qualitatives, grâce à des questions fermées identifiées à l'avance.

### Un document de synthèse restitue l'ensemble des résultats :

- souhaits et attentes d'utilisateurs plus ou moins ciblés pour optimiser une offre
- définition des profils des utilisateurs
- recueil de leurs opinions

## MODULES POUR 5 PARTICIPANTS

### Profils formateurs



- Lead UX
- Conseil stratégique

### Coût et durée



#### Module Silver — Connaissance

DURÉE 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 1 875 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Gold — Compétence

DURÉE 2 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 3 750 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



#### Module Platinum — Expertise

DURÉE 3 x 0,5 jour avec validation des acquis

COÛT 5 625 € (+ 1750€ de préparation pour le 1er groupe)



#4

# POUR ALLER PLUS LOIN

PLAN D'ACCOMPAGNEMENT  
PERSONNALISÉ

ON LES ACCOMPAGNE



# PLAN D'ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ

Plan d'accompagnement conçu autour d'un projet bien défini :

- **évaluation** des participants/livrables/organisation
- **identification des objectifs attendus** (du projet et de l'accompagnement)
- **conception du plan d'accompagnement** dédié à votre problématique

## Accompagnement personnalisé

RÉCURRENCE

2 rendez-vous individuels par semaine en standard (2x0,5 jours)

COÛT

À définir en fonction des profils des projets



# ON LES ACCOMPAGNE



## À PROPOS DE L'AGENCE WEST

West est une **agence conseil full service orientée User eXperience**. Nous sommes présents sur **toute la chaîne de valeur digitale**, de la conception au delivery. Nous adressons les problématiques de nos clients aussi bien en **B2B que B2C**.

Chez West, nous **sortons des sentiers battus** et des dispositifs convenus pour vous proposer le fruit de nos explorations : les meilleures solutions digitales à vos **problématiques business**.

Selon nous, les opportunités ou les menaces ne viennent pas toujours de vos concurrents mais plutôt de **l'évolution des usages**. Web, mobile, robotique, IA, wearables, IoT – nous sommes en permanence à l'affût des dernières évolutions via nos conférences **Zest Innovation**.

[www.west.fr](http://www.west.fr)



Pour évaluer ensemble vos besoins de  
formations au digital :

## **NICOLAS JAMBIN**

Directeur général

[njambin@sedona.fr](mailto:njambin@sedona.fr)

06.83.33.13.40

## **CÉDRIC PORTELLA**

Responsable new business

[cportella@sedona.fr](mailto:cportella@sedona.fr)



EXPLORATEURS  
D'ÉXPÉRIENCES  
DIGITALES

[WWW.WEST.FR](http://WWW.WEST.FR)