

Sessions garanties disponibles

Formation Product Discovery : identifier les bonnes opportunités et valider les solutions

Réf. SF34632

Maîtriser la démarche de Product Discovery pour explorer les vrais problèmes utilisateurs et n'engager le delivery que sur des solutions qui ont de l'impact.

2 j Durée	1 800 € HT Inter / participant	3 700 € HT Intra (≤12 pers.)	1 Sessions à venir
--------------	-----------------------------------	---------------------------------	-----------------------

Objectifs pédagogiques

- ✓ Expliquer la démarche de Product Discovery et son rôle dans le cycle de vie d'un produit
- ✓ Appliquer le principe du double diamant pour explorer un problème et identifier des opportunités produit
- ✓ Conduire des entretiens utilisateurs et synthétiser les enseignements en insights exploitables
- ✓ Utiliser les outils de cadrage essentiels : Job-to-be-done, opportunity tree, product card
- ✓ Prioriser les opportunités et choisir les méthodes d'idéation et de test adaptées au contexte
- ✓ Concevoir des prototypes de faisabilité et utilisateur pour valider une solution avant le développement
- ✓ Mobiliser l'IA générative pour accélérer la synthèse de verbatims et la production de livrables Discovery
- ✓ Inscrire la démarche de Discovery dans la durée via des rituels, des outils et une collaboration pluridisciplinaire

Public visé & prérequis

- Public visé** Chefs de produit, Chefs de projet, Product Owners
- Prérequis**- Connaissances de base des méthodes agiles (Scrum, sprint, MVP) - Première expérience d'un cycle produit ou projet digital (recommandé) - Familiarité avec les rôles produit (Product Owner, Product Manager, Product Designer)

Programme détaillé

Comprendre la démarche de Product Discovery

- Origines et raison d'être : pourquoi la Discovery réduit le risque de construire ce qui ne sert pas
- Mode Produit vs Mode Projet : différence d'intention et de mesure du succès
- Place de la Discovery dans le cycle de vie produit : exploration continue, pas étape ponctuelle
- Principe du double diamant : *Discover / Define / Develop / Deliver* comme cadre intégrateur
- Panorama des méthodologies Discovery : Design Thinking, Lean Startup, Continuous Discovery, frameworks structurés
- Rôles et postures associés : Product Owner, Product Manager, Product Designer, recherche utilisateur

Activités pratiques :

- Atelier de positionnement : situer ses propres pratiques produit sur le double diamant
- Mini-cas : repérer les symptômes d'un projet sans Discovery (effet tunnel, fonctionnalités non utilisées)

Explorer le problème et identifier les opportunités

- Aligner l'équipe sur le périmètre d'exploration : éviter l'effet tunnel et le biais de solution
- Recherche exploratoire : entretiens utilisateurs, observation terrain, écoute du support client
- Conduite d'entretien utilisateur : poser des questions ouvertes, écouter sans induire, capter les *insights*
- Synthèse de la matière collectée : regrouper les faits, faire émerger les enseignements
- **Job-to-be-done (JTBD)** : reformuler le besoin par la tâche que l'utilisateur cherche à accomplir
- Empathy map et persona : outils de cadrage du public cible
- Identification et formulation des opportunités produit

Activités pratiques :

- Préparation et conduite d'un mini-entretien utilisateur en binôme
- Atelier *Explorer le problème* sur un cas réel apporté par les participants
- Formalisation d'un *Job-to-be-done* à partir d'un verbatim utilisateur

Prioriser et valider les solutions

- Évaluation et **priorisation des opportunités** : méthodes RICE, ICE, MoSCoW, *Value vs Effort*
- **Opportunity tree** (opportunity solution tree) : relier opportunités, solutions et hypothèses
- Méthodes d'idéation : *Crazy 8*, *brainwriting*, ateliers structurés de génération de solutions
- Prototype de faisabilité : tester rapidement la viabilité technique ou conceptuelle d'une solution
- Prototype utilisateur : tester la désirabilité et l'usabilité avant tout développement
- AB testing et tests d'usage : valider une hypothèse par la mesure plutôt que par l'opinion
- Critères de décision : *go / no-go / pivot* à partir des résultats de test

Activités pratiques :

- Construction d'un *opportunity tree* sur un cas fictif
- Atelier d'idéation rapide suivi d'une priorisation collective
- Élaboration d'un prototype basse fidélité et définition de son protocole de test

Inscrire la Discovery dans la durée

- Discovery continue vs Discovery ponctuelle : pourquoi maintenir le rythme et quels défis lever
- Adapter sa démarche au contexte : **Design Sprint**, *Sprint Discovery*, *AB testing* en continu
- Équipe pluridisciplinaire : embarquer le design, le développement, le métier et le support
- Rituels de Discovery : revue d'opportunités, instance d'arbitrage, partage de research
- Outils d'outillage : *product card*, *opportunity card*, *Kanban* de Discovery, *research repository*
- **IA générative comme accélérateur de la Discovery** : synthèse de verbatims d'entretiens, génération de personas et d'empathy maps à partir de données qualitatives, exploration rapide d'idées et de variantes, production de drafts de livrables (product card, opportunity card)
- Limites et points de vigilance dans l'usage de l'IA générative : biais, confidentialité des données utilisateurs, vérification humaine systématique

Activités pratiques :

- Cartographie des rituels de Discovery applicables au contexte des participants
 - Mise en place d'un *research repository* léger
- Utiliser un LLM pour synthétiser un corpus de verbatims et produire un draft de *product card

Bilan et plan d'action

- Revue des points clés et des outils mobilisables
- Auto-diagnostic : forces et zones de progression de sa pratique Discovery actuelle
- Plan d'action individuel : 2-3 actions concrètes à mettre en œuvre au retour en équipe
- Ressources pour aller plus loin : références, lectures et communautés produit

Activités pratiques :

- Formalisation d'un plan d'action individuel à 30 / 60 / 90 jours
- Restitution croisée entre participants

Prochaines sessions

DATE	LIEU	STATUT
23/11/2026	à distance	Sur confirmation

Pourquoi choisir Sparks Formation ?

20 ans d'expertise IT, des formateurs experts et des sessions garanties contre l'annulation.

20 ans
d'expertise

1 068+
formations

11 178
apprenants formés/an

+67
Net Promoter Score

Avis des participants

Note moyenne des participants de la filière Product Management & Ownership : 4,9/5 — 14 avis

Hichem B. — Très satisfait, la formatrice nous a expliqué plusieurs concepts avec des exemples concrets et des démonstrations pratiques. J'ai apprécié la qualité des supports de cours, les exercices...

Diane P. — Vraiment très bonne journée d'apprentissage avec Caroline. Elle a été très efficace dans la prise en main des interlocuteurs et la transmission du sujet. A bientôt le plaisir...

Ils nous font confiance

Cette année notre filière Product Management & Ownership a accompagné plus de 50 entreprises dont :

L'ORÉAL SA AUBAY COLLABORATION BETTERS THE WORLD AKKODIS DIGITAL SAS ALEYSIA APSIDE TOP INETUM KEYRUS LA FRANÇAISE DES JEUX LBC FRANCE +40 autres

Financement & certifications

Cette formation est éligible aux financements OPCO et FNE-Formation. Nos équipes vous accompagnent dans le montage de votre dossier.



Réservez votre place dès maintenant

20 ans d'expertise · 1 000+ formations · NPS +67 · réponse sous 24h ouvrées

0 805 950 800

demande@sparks-formation.com