



CATALOGUE DE FORMATION INTER-ENTREPRISES

Product & Design

de Product Manager / Product
designer à Lead Product

Product Leaders

Head of et Chief Product Officer

A PROPOS DE THIGA

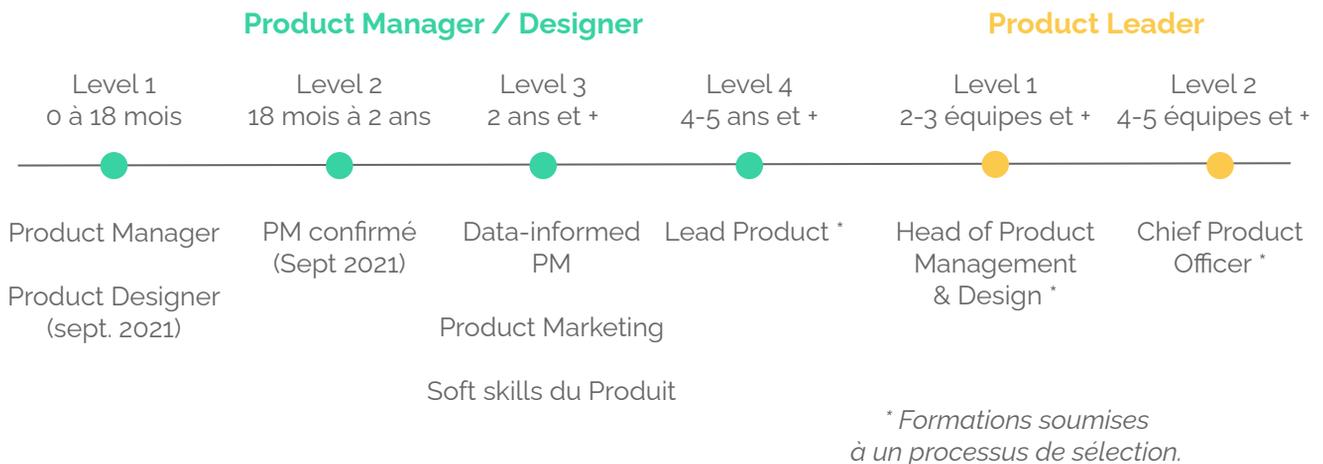
Notre mission est de vous aider à imaginer et construire les **meilleurs produits** numériques possibles : ceux qui offrent une **expérience inégalable** et qui rencontrent le succès sur le marché.

Pour y arriver, nous **vous donnons des outils et des conseils actionnables**, en vous apportant les meilleures pratiques, méthodologies et outils du marché ainsi qu'un savoir-faire acquis au sein de centaines d'entreprises.

C'est pourquoi, comme des Product Managers et Designers, nous mesurons le succès de nos formations par leur impact : nos formés doivent pouvoir **appliquer immédiatement** les concepts et outils que nous leur transmettons.

NOTRE CATALOGUE DE FORMATION

En inter-entreprise : de Product Manager / Designer à CPO



En intra-entreprise : de l'équipe peu Agile à l'équipe centrée produit



NOTRE PARTICIPATION DANS LA COMMUNAUTE

Au-delà de la formation, Thiga Academy est derrière de nombreuses initiatives communautaires autour du Product Management, dont La Product Week et la co-organisation des conférences La Product Conf et des meetups mensuels LPCx.

DESCRIPTION

Pendant deux jours, les formateurs de Thiga vont transmettre aux participants les connaissances nécessaires et l'ensemble des outils pour devenir des **Product Managers "Full-stack"**.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Maîtriser la totalité du spectre de responsabilité du Product Management pour faire émerger de **nouveaux produits / fonctionnalités** avec succès :

- **Vision & strategy** : Construire une vision produit et formaliser ses hypothèses
- **Discovery** : Dérisker la vision via la recherche utilisateur (interviews utilisateurs,)
- **Design** : Créer des proto-**personas & des prototypes**
- **Delivery** : initier un processus de **MVP**
- **Product Marketing** : tester sa proposition de valeur
- **Data & Growth** : Définir les métriques permettant de mesurer et d'itérer (AARRR).

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Cette formation s'adresse :

- aux **Product owners** désireux de devenir Product Managers,
- aux **Product Managers** voulant formaliser et développer leurs pratiques,
- aux personnes ayant déjà participé à la création de produits numériques et désirant comprendre l'état d'esprit et les outils du Product Management (Managers, MOA, chef de projet digital...).

Tous les participants devront maîtriser les bases de l'Agile (Scrum a minima).

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Les travaux pratiques représentent environ 40% de la formation. A cela s'ajoute 40% de théorie et 20% d'échanges entre les participants. Un produit "fil rouge" sera choisi par les participants et servira de cas concret pour dérouler l'ensemble des ateliers.

Possibilité - sur demande - d'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

MODALITÉS D'ACCÈS

Possibilité d'inscription jusqu'à la veille de la formation, sous condition de places disponibles et de réception de la convention signée avant la session.

CONCEPTS & OUTILS

Lean Startup, Design Thinking, Culture Produit, Lean Canvas, Interviews, Smoke tests, MVP, Story Mapping, Roadmap, Analytics, AARRR, Crazy 8



14 heures



1 750€

PROGRAMME

- ½ Jour ● **MODULE 1 : BACK TO PRODUCT BASICS**
- C'est quoi, vraiment, le Product Management ?
Ce que le PM a pris du Lean startup.
Ce que le PM a pris du Design Thinking.
Distinguer Culture Projet et Culture Produit.
Comprendre les responsabilités et compétences du Product Manager.
Saisir ce qui fait une organisation Produit.
- ½ Jour ● **MODULE 2 : VISION & HYPOTHÈSES PRODUIT et DESIGN**
- Le Process Produit.
De l'idée à la vision Produit : L'Elevator pitch.
De la vision Produit aux hypothèses : Bien utiliser le Lean Canvas.
Les Personas et Proto-personas.
- ½ Jour ● **MODULE 3 : VALIDER LE PROBLÈME**
- Mener des interviews découverte
Mener des interviews validation
- ½ Jour ● **MODULE 4 : VALIDER LA SOLUTION**
- Prioriser : Storymap divergente et storymap convergente.
Le process de MVP : Du minimum valable au minimum viable
Choisir ses indicateurs de performance.
Le funnel d'engagement (AARRR).
Savoir pivoter

Le participant se verra délivrer une attestation de fin de formation à l'issue de la session.

Les acquis sont évalués tout au long de la formation par le·la formateur·trice.



Présentiel ou distanciel.
En présentiel, les repas (collations & déjeuners) sont inclus dans le prix de la formation en inter-entreprise.

Nos locaux peuvent accueillir les personnes en situation de handicap.

DESCRIPTION

Pendant deux jours, les formateurs de Thiga vont transmettre aux participants les connaissances nécessaires pour intégrer le Product Design efficacement à toutes les étapes de conception et d'amélioration d'un produit digital.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

En fin de formation, les designers seront en capacité de :

- Comprendre leur rôle et allier Product Management et Product Design pour **gagner en impact**
- Adapter leur démarche au contexte et aux **enjeux du Produit**
- Aligner les différentes parties prenantes de l'organisation **sur des problèmes et des solutions à dérisquer**
- Concevoir et tester la pertinence des solutions en trouvant l'adéquation entre **besoins utilisateurs, rentabilité et contraintes techniques**

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Cette formation s'adresse :

- aux **UX Designers** souhaitant avoir plus d'impact au sein de leur organisation Produit,
- aux **UI Designers** désireux d'intervenir plus en amont de la conception,
- aux **Product Designers** souhaitant formaliser et développer leurs pratiques.

Tous les participant.e.s doivent avoir une **formation de base en Design** (Communication Graphique, Design d'interaction, Design produit...).

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Les **travaux pratiques** représentent environ 40 % de la formation. A cela s'ajoute 40 % de théorie et 20 % d'échanges entre les participant.e.s.

Un produit "fil rouge" servira de cas concret pour dérouler l'ensemble des ateliers. Ces derniers se verront en sus remettre **le livre Product Academy 4** sur le Product Design.

MODALITÉS D'ACCÈS

Possibilité d'inscription jusqu'à la veille de la formation, sous condition de places disponibles et de réception de la convention signée avant la session.

Possibilité - sur demande - d'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

CONCEPTS & OUTILS

Design Thinking, Culture Produit, MVP, Priorisation et Itérations Produit, Product Discovery, Mapping de l'expérience, Interviews, Sketching, Prototypage, Tests Utilisateurs



14 heures



1 750 €

PROGRAMME

½ Jour

MODULE 1 : BACK TO PRODUCT DESIGN BASICS

- Comprendre la culture Produit et son impact sur le Design
- Appréhender les différents modèles d'organisation Design
- Définir le rôle et les missions du Product Designer au sein d'une équipe Produit et de ses process
- Valoriser l'impact du Design sur la stratégie Produit

½ Jour

MODULE 2 : DE LA RECHERCHE AUX PREMIÈRES IDÉES

- Organiser la démarche de Design, du problème à la solution
- Choisir le bon dispositif de recherche utilisateur selon le contexte
- Synthétiser et partager les résultats de la recherche au sein de l'organisation, en pensant valeur utilisateur ET business
- Faciliter la génération d'idées en évitant les biais

½ Jour

MODULE 3 : DE L'IDÉE A LA CONCEPTION

- Matérialiser l'expérience utilisateur
- Adapter son effort de conception pour gagner en impact
- Animer des ateliers de co-conception et faire converger l'équipe vers une ou plusieurs solutions potentielles
- Appliquer les bonnes pratiques de conception d'interface

½ Jour

MODULE 4 : VALIDER ET TRANSMETTRE SES SOLUTIONS

- Formaliser et tester ses hypothèses de conception de solution en étant data-informed
- Adapter son discours pour convaincre les différents acteurs de son organisation
- Fluidifier la collaboration avec les développeurs
- Industrialiser le design au sein du produit avec le Design system

Une attestation de fin de formation sera délivrée aux participant.e.s à l'issue de la session.

Les acquis sont évalués tout au long de la formation par le·la formateur·trice.



En présentiel, les repas (collations & déjeuners) sont inclus dans le prix de la formation en inter-entreprise.

Nos locaux peuvent accueillir les personnes en situation de handicap.

DESCRIPTION

Pendant deux jours, les formateurs de Thiga vont transmettre aux participants les connaissances nécessaires afin de **gagner le droit de bâtir tout ou partie de leur roadmap** et savoir investir les efforts de discovery et de delivery, en s'appuyant sur la vision produit, les **objectifs stratégiques** (OKRs) et la connaissance de leur produit (product research).

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A la fin de la formation, les participants sauront :

- Consolider et compléter les informations de **product research** (user, marché, data) pour établir et faire évoluer l'état des lieux de leur produit.
- **Prioriser les efforts de discovery et de delivery** sur les opportunités qui répondent à la vision, aux objectifs (OKRs) et au diagnostic du produit.
- Organiser le delivery et l'adapter pour **faire face aux risques, aux imprévus et aux pressions** (équipe, managers / Comex, business...)
- Impliquer l'équipe et les parties prenantes, mais savoir **trancher et convaincre de leur priorisation** / de leurs décisions.
- **S'intégrer dans la roadmap stratégique** et le delivery à l'échelle.

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Cette formation s'adresse aux Product Managers en poste, ayant accumulé **au moins 18 mois à 2 ans d'expérience en tant que Product Manager**.

Tous les candidats devront :

- avoir suivi la formation "Product Manager Full-Stack".
- ou faire valoir leur expérience en Produit auprès de Thiga Academy.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Les travaux pratiques représentent environ 40% de la formation. A cela s'ajoute 40% de théorie et 20% d'échanges entre les participants. Un cas "fil rouge" sera proposé par les formateurs et servira de cas concret pour dérouler l'ensemble des ateliers.

MODALITÉS D'ACCÈS

Possibilité d'inscription jusqu'à la veille de la formation, sous condition de places disponibles et de réception de la convention signée avant la session.

Possibilité - sur demande - d'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

CONCEPTS & OUTILS

Product research, user research, market research, data research, OKRs, roadmap, release plan, dual track, hypothèses, co-construction, roadmap stratégique, / partagée, Jobs to be done



14 heures



2 000€

PROGRAMME

● LIER SON PRODUIT ET LA STRATÉGIE PRODUIT / ENTREPRISE

- S'approprier les objectifs stratégiques grâce à une compréhension de la vision, des valeurs et de l'orientation business.
- Product research : lier les informations utilisateurs, marché et data.
- Identifier et challenger les objectifs produits (OKRs).

● PRIORISER ET METTRE A JOUR SA ROADMAP

- Gérer le lien entre Roadmap et Release Plan
- Prioriser les sujets éligibles au Discovery.
- Reformuler une opportunité en hypothèses produits claires et vérifiables.
- Adopter un protocole de test, borné dans le temps, qui rendra le delivery plus efficace.

● ORGANISER DISCOVERY + DELIVERY

- Piloter en simultané sprint de Discovery et Delivery (*dual track*).
- Définir un process *ad hoc* de gestion des anomalies.
- Structurer et partager la connaissance utilisateur.
- Mettre en place des outils de suivi des KPIs des fonctionnalités.

● GÉRER L'ORGANISATION & LES PARTIES PRENANTES

- Communiquer sur la Roadmap & le Release plan et l'imprédictibilité
- Aligner les parties prenantes internes et externes.
- Savoir dire non sur la base d'un argumentaire pertinent.
- Co-construire les solutions fonctionnelles et techniques.

● S'INTÉGRER DANS LES PROCESSUS DE L'ENTREPRISE

- Gérer ses dépendances avec d'autres équipes.
- S'intégrer dans des cérémonies à l'échelle.
- Construire une roadmap stratégique partagée.
- Identifier des problèmes au sein de son équipe et les résoudre.

Le participant se verra délivrer une attestation de fin de formation à l'issue de la session.

Les acquis sont évalués tout au long de la formation par le·la formateur·trice.



Les repas (collations & déjeuners) sont inclus dans le prix de la formation en inter-entreprise (sauf distanciel).

Nos locaux peuvent accueillir les personnes en situation de handicap.

DESCRIPTION

Pendant deux jours, les formateurs de Thiga **transmettra aux Product Managers** participants les connaissances nécessaires pour utiliser tout le potentiel de la data et prendre des décisions produits "data-informed".

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Savoir se servir de la data dans son quotidien de Product manager :

- Comprendre la **stack data**, quel outil utiliser pour quelle finalité.
- Sélectionner les **métriques pertinentes** pour définir le succès d'une **expérimentation**, d'une **fonctionnalité** et d'un **produit**.
- Utiliser le potentiel de **la data au bon moment** dans la démarche produit (discovery, delivery, mesure).

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Cette formation s'adresse aux **Senior Product Managers**. Tous les participants auront:

- suivi les formations "Product Manager Full-Stack" et "PM Confirmé",
- ou fait valoir leur expérience professionnelle en Produit pour validation par la Thiga Academy.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Les travaux pratiques représentent au moins 50% de la formation. A cela s'ajoute 30% de théorie et 20% d'échanges entre les participants. Un cas "fil rouge" sera proposé par les formateurs et servira de cas concret pour dérouler l'ensemble des ateliers.

En complément de la formation, chaque participant se verra offrir un exemplaire du livre écrit par les consultants de Thiga, Product Academy 2 : Growth.

NB : **les participants devront amener leur propre ordinateur.**

MODALITÉS D'ACCÈS

Possibilité d'inscription jusqu'à la veille de la formation, sous condition de places disponibles et de réception de la convention signée avant la session.

Possibilité - sur demande - d'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

CONCEPTS & OUTILS

Product Discovery, expérimentation, priorisation et itération produit. KPI, métriques, AARRR, North Star Metric, vanity metrics, stack data.

Tracking, collecte, traitement, segmentation, data-visualisation. Google Analytics, Amplitude



14 heures



2 000 €

PROGRAMME

Jour 1

LES RESPONSABILITÉS DATA D'UN PRODUCT MANAGER

Périmètres et responsabilités : interagir avec les rôles data (analyst, engineer, ops, scientist).
Les questions à se poser en tant que Product Manager sur la data.
Comprendre les différentes briques / outils d'une stack data.
La data à chaque étape de la vie d'un produit ou d'une fonctionnalité.
Argumenter face aux stakeholders.

Les parties suivantes se dérouleront en grande partie sous la forme d'une mise en situation pratique avec plusieurs jeux de données.

MESURER LA SANTÉ DE SON PRODUIT

Qu'est-ce qu'un produit qui fonctionne ?
Définir ses métriques clés (usage, performance, satisfaction, business...).
Challenger la fiabilité de la data.
S'approprier les principaux frameworks analytics et leurs limites (AARRR, North Star Metric...).

Jour 2

UTILISER LA DATA POUR PRENDRE DES DÉCISIONS PRODUIT

Utiliser la data en Product Discovery (recherche utilisateur, insights).
Prendre une décision produit data informed.
Valider / invalider une expérimentation.
Les tâches data du Product Manager dans le process de delivery.
Mesurer l'usage et itérer.
Communiquer avec la data.

Le participant se verra délivrer une attestation de fin de formation à l'issue de la session.

Les acquis sont évalués tout au long de la formation par le·la formateur·trice.



En présentiel, les repas (collations & déjeuners) sont inclus dans le prix de la formation en inter-entreprise.

Nos locaux peuvent accueillir les personnes en situation de handicap.

DESCRIPTION

(Only available **in English**). For two days, **Lucas Weber**, author of "The Product Marketing Manager" and "Software Product Management", will impart the knowledge necessary to succeed in product marketing as a Product Manager or Product Marketer.

PEDAGOGICAL GOALS

Understand the entire spectrum of Product Marketing responsibilities to ensure the **success of your digital product on the market:**

- Clarify how **Product Management & Product Marketing** work together.
- Build the **positioning** of your digital product.
- Understand what drives your customers to purchase and build your **buyer personas**.
- Define & test the **messaging** around your product and its benefits.
- Identify the right way to **launch** your Product / Feature.
- **Enable Sales teams** to ensure commercial success.

AUDIENCE & REQUIREMENTS

This training is for:

- **Product Managers** who wish to be involved in the financial success of their product.
- **Marketers** interested in working with or as a Product Marketing Manager.
- **Product Marketing Managers** wishing to formalize and develop their best practices.

Prerequisites : Product Managers will have to master Level 1 ("Full-stack Product Manager") and Level 2 ("PM confirmé") of Product Management. Marketers will have to master the basics of Product Management. **NB : English is mandatory.**

PEDAGOGICAL METHODOLOGY

Practical work represents around 40% of the training. Added to this, there is 40% theory and 20% discussion between participants. A "use case" product will be chosen by the participants and will serve as a concrete case for running all the workshops.

ACCESS

Registration possible until the day before the training, under reserve of availability of places and reception of the signed agreement before the session.

Possibility - on request - of adaptation for people with disabilities (only for non remote)

CONCEPTS & TOOLS

Product Marketing, Positioning, Buyer personas, Messaging, Unique selling proposition, Soft Launch, Hard Launch, Minimum Marketable Feature, Go-to-market



14 hours



2 000€ HT

PROGRAM

½ Day

● **MODULE 1: START WITH THE BASICS : WHAT IS PRODUCT MARKETING?**

- What really is Product Marketing? Why is it important for both Marketing and Product ?
- Understand the roles, responsibilities and skills to handle Product Marketing
- Product Management & Product Marketing : who does what ? How should they work together?

½ Day

● **MODULE 2: CRAFTING YOUR POSITIONING & MESSAGING**

- What is positioning? Why is it part of Product Strategy?
- Market research, user research, and user personas.
- Your positioning versus your competitor's positioning.
- How to align internally.
- Multi-layered messaging.

½ Day

● **MODULE 3: LAUNCHING A NEW PRODUCT OR FEATURE**

- Define the types of launches for my new products / features.
- Go-to-market : steps leading up to a launch
- Defining the right metrics for assessing the success of a launch

½ Day

● **MODULE 4: ENABLING SALES & MARKETING**

- Improving the buyer's journey
- Creating training sessions
- Developing sales collateral
- Product-focused marketing campaigns and in-product marketing
- Content marketing

A certificate will be given to all participants at the end of the training.

The achievements are evaluated throughout the training by the trainer.

The training will be organized remotely or in Paris.

DESCRIPTION

Pendant deux jours de mises en situation, les deux formateurs vont donner des clés pour **gérer les situations** qui composent le quotidien des Products managers / owners et Product designers, et leur permettre d'avoir **plus d'impact au sein de leurs organisations**.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

En fin de formation, les participants auront des clés et outils **pratiques et immédiatement activables** pour :

- Identifier leurs leviers de motivation pour asseoir leur leadership latéral
- Apprendre à bien dire les choses, sans prendre de risques relationnels.
- Mieux gérer leur stress.
- Oser et savoir dire non.
- Gérer les conflits et/ou les objections.
- Fonctionner avec des personnalités difficiles.

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Cette formation s'adresse aux **Senior Product Managers et Designers** qui souhaitent asseoir leur légitimité et développer leur leadership latéral.

Tous les candidats devront :

- avoir suivi, soit la formation "Product Designer", soit les formations "Product Manager full-stack" et "PM confirmé"
- ou faire valoir leur expérience en Produit auprès de Thiga Academy.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Les **mises en situations** représentent environ 50% de la formation. A cela s'ajoute 30% de théorie et 20% de partages d'expériences entre les participants et les coachs.

Les participants qui le souhaitent pourront partager leurs propres problématiques en lien avec les sujets abordés.

MODALITÉS D'ACCÈS

Possibilité d'inscription jusqu'à la veille de la formation, sous condition de places disponibles et de réception de la convention signée avant la session.

Possibilité - sur demande - d'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap.

CONCEPTS & OUTILS

Motivation intrinsèque / extrinsèque, personnalités, gestion du stress, gestion du conflit, posture, approche systémique, analyse transactionnelle



14 heures



2 000 €

PROGRAMME J1

Matin

● **MODULE 1 : Comprendre son profil de Product pour asseoir sa légitimité**

- Définir les caractéristiques d'un bon PM / PO / PrD.
- Repérer ses zones de confort / de progrès.
- Cartographier les acteurs de son produit et analyser les interactions relationnelles.

● **MODULE 2 : Oser dire les choses : quels pré-requis ?**

- Identifier ses émotions et leurs besoins associés.
- Savoir exprimer ce que l'on ressent.
- Adopter une posture + / + pour nouer des relations constructives.

Après-midi

● **MODULE 3 : Motivations & leadership**

- Connaître ses motivations intrinsèques.
- Distinguer les types de motivations.
- Le leadership basé sur ses motivations.
- Connaître les différents profils motivationnels.
- Identifier ses motivations et questionner pour trouver celles de l'autre.

● **MODULE 4 : Gestion du stress**

- Comprendre le stress.
- Identifier les leviers pour gérer son stress.
- Identifier les leviers pour gérer le stress de l'autre.

PROGRAMME J2

Matin

MODULE 5 : Confiance en soi

- Comprendre la confiance en soi.
- Identifier les personnalités difficiles.
- Connaître les comportements à adopter pour gagner en assertivité.

MODULE 6 : Appréhender le conflit

- 9 clés pour comprendre et appréhender le conflit.
- Cas pratiques à analyser collectivement.

Après-midi

MODULE 7 : Savoir mener des conversations difficiles

- Identifier les options possibles en amont d'une conversation difficile avec ses clients (internes ou externes).
- Bien se préparer pour gagner en efficacité et en impact.
- Partager les 5 règles en or pour mener une discussion difficile.

MODULE 8 : Mises en situation / Jeux de rôles sur la base de situations réelles amenées par les participants

- Ancrer les apprentissages et les outils apportés tout au long de la formation.
- S'appuyer sur le feedback du groupe.
- Mettre en place un plan d'action individualisé.

Le participant se verra délivrer une attestation de fin de formation à l'issue de la session.

Les acquis sont évalués tout au long de la formation par le·la formateur·trice.



En présentiel, les repas (collations & déjeuners) sont inclus dans le prix de la formation en inter-entreprise.

Nos locaux peuvent accueillir les personnes en situation de handicap.

DESCRIPTION

Membre expérimenté de l'équipe Produit, le **Lead Product Manager ou Designer** assure un rôle d'influenceur et de leader de pensée produit au sein de l'organisation. Il est moteur des décisions stratégiques sur le domaine fonctionnel dont il a la charge, mais aussi au-delà.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A la fin de cette formation, les formés sauront :

- Améliorer leur prise de **décision**.
- **Mapper** les éléments de leur product model et le challenger.
- Identifier les bon KPIs / métriques stratégiques à suivre.
- Bâtir des **roadmaps avancées** orientées problèmes, métriques et hypothèses.
- Orchestrer, dans un même **process**, product discovery, delivery et optimisation.
- Designer **l'engagement** utilisateur pour assurer la croissance (growth) du produit.

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Cette formation s'adresse aux personnes qui exercent déjà le rôle de **Senior Product Manager / Designer** (4 à 5 ans d'expérience) ou de **Lead Product Manager / Designer**, qui souhaitent prendre de la hauteur et approfondir leur métier.

Les participants doivent pouvoir justifier de connaissances solides en prise de décision p Produit

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

La formation comprend 30 % de travaux pratiques et 30% de théorie. L'accent est mis sur les échanges et le partage de problématiques entre les participants (40 %). La durée exacte de chaque module dépendra de la durée des échanges et des attentes des participants.

MODALITÉS D'ACCÈS

L'inscription à la formation est soumise à un processus de sélection.

Possibilité d'inscription jusqu'à la veille de la formation, sous condition de places disponibles et de réception de la convention signée avant la session.

Possibilité - sur demande - d'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap (hors formations à distance).

CONCEPTS & OUTILS

Biais cognitifs, Echelle d'inférence, Décisions réversibles / irréversibles, Product map, Friction, Arbre de métriques, Product Balanced Scorecard, Roadmapping avancé (PRICE), Triple-track (IPSUM), Engagement (émotions & motivation)



14 heures



2 250€

PROGRAMME

Jour 1

PRISE DE DÉCISION

Comprendre les processus cognitifs derrière le jugement et la prise de décision.

Savoir se prémunir de ses biais.

Déconstruire une décision et identifier les raisons des divergences.

PRODUCT DATA ET VISION STRATÉGIQUE

Connaître les éléments d'un bon KPI produit.

Construire son arbre de métriques stratégiques et sa Product Balanced Scorecard.

Mapper les éléments de son product model et le challenger.

Jour 2

ROADMAPPING AVANCE

Feature audit et housecleaning.

Construire une roadmap orientée problèmes avec la technique PRICE.

Lier Discovery, Delivery et Optimisation avec le processus IPSUM.

Identifier les bonnes méthodologies d'expérimentations.

Communiquer sa roadmap.

ENGAGEMENT & PRODUCT GROWTH

Comprendre la différence entre growth hacking et product growth.

Prendre en compte les limites des utilisateurs.

Identifier les émotions et les motivations pour designer l'engagement.

utilisateur, sans compromettre l'éthique.

Le/la participante se verra délivrer une attestation de fin de formation à l'issue de la session

Les acquis sont évalués tout au long de la formation par le/la formateur·trice.



En distanciel et présentiel.
En présentiel, les repas (collations & déjeuners) sont inclus dans le prix de la formation en inter-entreprise.

Nos locaux peuvent accueillir les personnes en situation de handicap.

DE PRODUCT BUILDER A PRODUCT LEADER

Head of, Product / Design Director, Group Product, VP ou CPO... peu importe le titre : le rôle n'est plus de manager le produit mais d'animer ceux qui le font.

Manager des équipes Produit, c'est devoir adopter et adapter des organisations, des process, des cultures nouvelles. C'est aussi savoir mêler avec justesse des profils particuliers et des métiers dont les contours peuvent sembler flous.

Les formations **Product Leaders** arment ces managers pour :

- Infuser et développer les différents prismes de la **culture produit et design**.
- Mettre en place et faire évoluer **l'organisation et les process**.
- Faire travailler les **profils et équipes produit** entre elles, et avec l'externe.
- **Recruter et faire grandir** les profils Product, tout en assurant un bon mix d'équipe.

LES FORMATIONS POUR PRODUCT LEADERS

Les formations Product Leaders sont à destination des managers Produit comme des managers Design. Elles sont soumises à un processus de sélection (questionnaire, suivi dans certains cas d'un échange téléphonique), pour s'assurer de l'homogénéité des groupes et du succès de la formation.

Comme des Product Managers, nous mesurons ce succès par leur impact : nos formés doivent pouvoir **appliquer immédiatement** les concepts et outils que nous leur transmettons.

- **Head of Product** (2 jours) : Manager une équipe de product managers et / ou de product designers & décliner stratégie et organisation
- **Chief Product Officer** (2 jours) : Manager l'organisation et la stratégie Produit

Optionnellement, la formation **Lead Product** (Product / Design Level 4, 2 jours) peut être pertinente si vous avez besoin de devenir **expert en décision produit**.

Cette formation inclut, entre autres, le roadmapping avancé.

DESCRIPTION

Pendant deux jours, le formateur va animer un échange de connaissances en **groupe restreint** autour des responsabilités de **manager de profils produit** (Product Managers & Designer). Le partage d'expérience est fortement encouragé !

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Le **Head of Product** pilote opérationnellement le funnel d'engagement de ses profils :

- recruter et assurer un bon mix de profils
- organiser le spectre fonctionnel de chaque équipe
- assurer la déclinaison de la stratégie produit au niveau de ses équipes
- faire grandir les Product managers et les Product designers.

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Cette formation s'adresse aux personnes :

- qui sont **managers de Product Managers / Designers**,
- qui sont **en passe de le devenir** :
 - Product managers ou Lead PMs évoluant vers du management.
 - CMO / CTO / CEO prenant la responsabilité du département produit.

Cette formation **ne s'adresse pas** aux Product Managers n'ayant pas d'opportunité de devenir manager à court terme.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

La formation comprend **25 % de théorie et 50 % de mise en pratique**. Un accent fort est mis sur les échanges et le partage de problématiques entre les participants (25%). La durée exacte de chaque module dépendra de la durée des échanges et des attentes des participants.

MODALITÉS D'ACCÈS

L'inscription à la formation est soumise à un processus de sélection.

Possibilité d'inscription jusqu'à la veille de la formation, sous condition de places disponibles et de réception de la convention signée avant la session.

Possibilité - sur demande - d'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap (hors formations à distance).

CONCEPTS & OUTILS

Engagement collaborateur, processus de recrutement, frameworks de compétence, leviers d'intégration, trajectoire personnelle, motivation, flow, feedback / guidance, 1:1, organisation d'équipe, stratégie et OKRs



14 heures



2 750 €

PROGRAMME

Jour 1

● LE RÔLE DE MANAGER D'ÉQUIPE PRODUIT

Le rôle du Head of Product et ses compétences.
Gérer et mesurer l'engagement collaborateur (modèle **AARRR+R**).

● ACQUISITION : RECRUTER LES BONS PROFILS

Maîtriser les frameworks de compétences Produit et Product design.
Qui recruter, quand et comment ?
Comment construire et faire évoluer l'**organisation** des équipes ?

● ACTIVATION : RÉUSSIR L'INTÉGRATION D'UN NOUVEAU PROFIL

Activer les bons leviers d'intégration.
Définir les conditions de succès.

Jour 2

● RÉTENTION : GARDER ET FAIRE GRANDIR DES PROFILS PRODUCT

Décliner la **stratégie produit**.
Comprendre et actionner les bons leviers de motivation.
Identifier les responsabilités sur le flow.
Gérer les évolutions de compétences.
Dessiner les trajectoires individuelles de croissance.
Gérer la guidance (feedback), le suivi (1to1) et la performance review.
Annoncer les mauvaises nouvelles.

● REVENUE : SALAIRES ET NÉGOCIATION

● REFERRAL : FAIRE BRILLER LA MARQUE DANS LA COMMUNAUTÉ

● RESIGNATION : GÉRER LES DEPARTS

Le/la participante se verra délivrer une attestation de fin de formation à l'issue de la session.

Les acquis sont évalués tout au long de la formation par le/la formateur·trice.



En distanciel et présentiel.
En présentiel, les repas (collations & déjeuners) sont inclus dans le prix de la formation en inter-entreprise.

Nos locaux peuvent accueillir les personnes en situation de handicap.

DESCRIPTION

Pendant deux jours, le CPO de Thiga va animer un échange de connaissances en **groupe restreint** autour de chacune des responsabilités du manager de l'organisation produit, en prenant le cas concret des participants.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Être CPO / VP Product, c'est d'abord être le **Product Manager de l'organisation produit**. Il·elle :

- infuse la culture produit au sein de la culture d'entreprise,
- construit et fait évoluer l'organisation Produit (stratégie organisationnelle),
- aligne les acteurs autour du produit,
- pilote stratégiquement le management des collaborateurs.

La formation **ne traitera pas** de la prise de décision produit (formation Lead PM), du management de Product Managers (formation Head of Product), ni des problématiques de gestion de Comex ou de board d'actionnaires.

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Cette formation s'adresse aux personnes qui sont en charge de l'organisation produit et peuvent **agir sur la culture et les objectifs** : CPOs, CEOs, VP Product, certains Head of Product.

Nous conseillons de suivre aussi la formation Head of Product, complémentaire.

Cette formation est difficilement accessible aux profils n'ayant **pas d'expérience Produit**.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

La formation comprend 30% de travaux pratiques et 30% de théorie. L'accent est mis sur les échanges et le partage de problématiques entre les participants (40%). La durée exacte de chaque module dépendra de la durée des échanges et des attentes des participants.

MODALITÉS D'ACCÈS

L'inscription à la formation est soumise à un processus de sélection.

Possibilité d'inscription jusqu'à la veille de la formation, sous condition de places disponibles et de réception de la convention signée avant la session. Possibilité - sur demande - d'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap (hors formations à distance)

CONCEPTS & OUTILS

Culture produit, Culture canvas, Organisation as a Product, Tribus & Squads, Feature / Personas / Impact Teams, Elastic Teams, Stratégie produit, Mission command, Brief Produit, OKRs, Framework de carrière



14 heures



3 000 €

PROGRAMME

Jour 1



LE RÔLE DE LEADER DE L'ORGANISATION PRODUIT

Comprendre le rôle du CPO et ses compétences.



DEVELOPPER LA CULTURE PRODUIT

Qu'est-ce que la culture Produit ?
Identifier les comportements actuels des équipes.
Adresser les barrières culturelles.



DESIGNER SON ORGANISATION "AS A PRODUCT"

Développer une stratégie organisationnelle.
L'organisation Produit et les différents découpages d'équipe.
Ecrire ses principes de design culturels et organisationnels.
Construire et faire évoluer l'organisation en appliquant la méthodologie produit : rechercher, tester, mesurer, itérer, scaler.

Jour 2



DÉFINIR LA STRATÉGIE ET ASSURER SON EXÉCUTION

Autonomie vs. Alignement.
Les éléments d'une bonne stratégie produit.
Faire le diagnostic et exprimer le challenge stratégique.
Décliner la vision en intent (direction) stratégique.
Déterminer ses anti-goals.
Lier stratégie et exécution : Mission command, OKRs et roadmaps.
Aligner organisation et stratégie.



MANAGEMENT STRATÉGIQUE DES PROFILS PRODUCT

Designer les règles de l'engagement collaborateur AARRR+R.

Le/la participante se verra délivrer une attestation de fin de formation à l'issue de la session.

Les acquis sont évalués tout au long de la formation par le/la formateur·trice.



En distanciel et en présentiel.
En présentiel, les repas (collations & déjeuners) sont inclus dans le prix de la formation.

Nos locaux peuvent accueillir les personnes en situation de handicap.

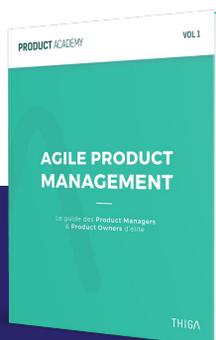
NOS RÉFÉRENCES



NOS LIVRES "PRODUCT ACADEMY"

Notre tout dernier ouvrage est paru ! Comment intégrer le Product Design dans votre organisation Produit ? Toutes les réponses à vos questions se trouvent ici.

Retrouvez tous ces livres en téléchargement gratuit sur www.thiga.co



Le Product Management en 14 règles ! Pour tous ceux qui veulent découvrir ou approfondir la création de produits numériques.

Conseils et best practices méthodologiques pour booster votre croissance et assurer, pas à pas, le meilleur développement de vos produits numériques.

Que vous soyez à la tête d'une startup ou dans un grand groupe, des conseils actionnables pour mettre en place une organisation produit.

CONTACT

Thiga Academy

David SCHUSTER
Directeur

academy@thiga.fr
+33 6 67 29 61 95

THIGA
ACADEMY

23 rue Taitbout
75009 Paris

academy@thiga.fr