|  |  |
| --- | --- |
| **FORMATION CONTINUE DES CONSEILLERS ET DES MANAGERS DE CAREER CENTER**  **GUIDE DU FORMATEUR** | |
| **Nom de l’atelier : 31 – L’OUTIL LEAN CANEVAS** |







|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RESSOURCES DE L’ATELIER** | **OBJECTIFS D’APPRENTISSAGE** | |
| * Le modèle de Lean Canvas Handout (https://leanstack.com/is-one-page-business-model) * Guide du Formateur | * Comprendre l’intérêt du Lean Canvas * Savoir comment utiliser le Lean Canvas pour aider à planifier la mise en place d’un service ou d’un produit que le Career Center souhaite offrir * Comprendre la large applicabilité du Lean Canvas en tant qu'outil stratégique | |
| ***Durée approximative du module : 2 heures*** | | |

|  |
| --- |
| **Déroulé de l’atelier** |

| **Type d'activité** | **Durée (minutes)** | **Description de l'activité et notes** | **Ressources** |
| --- | --- | --- | --- |
| Présentation | 10 minutes | **INTRODUCTION**  Expliquez aux participants que lors de la formation qu'aujourd'hui, vous allez présenter un outil qui peut être utilisé pour aider à planifier des produits et services du Career Center ; il met le public cible en premier et au centre, en prenant en compte les problèmes auxquels il est confronté en premier. | N/A |
| Présentation | 5 minutes | **LEAN CANVAS**  Faites circuler le modèle d'une page de Lean Canvas sur lequel les participants vont travailler et indiquez-leurs qu’ils vont parcourir chaque partie étape par étape. | Le modèle Lean Canvas (à utiliser pendant le reste de la formation) |
| Activité /  Brainstorming | 10 minutes | **ÉTAPE 1 : SEGMENTS DE CLIENTELES**  Demandez aux participants à la formation de définir quels seront les clients de leur activité, donnez des indications si nécessaire (s’il s’agit d’étudiants, en quelle année d’études ? Quelle spécialité / quelles spécialités ? Avec qui travaillent généralement les Career Centers ?) |  |
| Activité /  Brainstorming | 10 minutes | **ÉTAPE 2 : PROBLÈME**  Quels sont les principaux problèmes de vos clients cibles ? s’il s’agit d’étudiants par exemple, pourraient-ils être lié à leurs recherches de stages ou d’emplois ? s’il s’agit d’anciens lauréats ou d’employeurs, souhaitent-ils entrer en contact avec des étudiants actuels pour leurs besoins en recrutement pour des emplois et des stages pour débutants ? Pourquoi ? Notez les 2 ou 3 principaux problèmes, ensuite, pensez quelles alternatives existent déjà pour ces problèmes. Il est important de lister ces informations avant de passer à la prochaine étape ! |  |
| Activité /  Brainstorming | 10 minutes | **ÉTAPE 3 : PROPOSITION DE VALEUR UNIQUE**  Qu'est-ce qui vous rend unique, différent et important ? Pourquoi vos clients seraient-ils attirés par vous ? Prenez un moment après le brainstorming pour partager les réponses ! |  |
| Activité /  Brainstorming | 10 minutes | **STEP 4 : SOLUTION**  A ce stage, réfléchissez à une solution possible au problème rencontré par vos clients. Pendant que vous y réfléchissez, réfléchissez également à ce qui vous rend unique pour résoudre ce problème, ou à ce qui vous différencie de ceux qui y travaillent déjà ! |  |
| Activité /  Brainstorming | 10 minutes | **ÉTAPE 5 : CANAUX**  Comment vos clients prendront-ils connaissance de la solution que vous proposez ? Via des présentations dans le campus ? des affiches ? des annonces sur les réseaux sociaux ? |  |
| Activité /  Brainstorming | 10 minutes | **ÉTAPE 6 : SOURCES DE REVENUS**  Si ce produit nécessite un financement, quels pourraient être vos sources de financement potentielles ? Pourriez-vous demander un financement à votre institution hôte ? Qu'en est-il des entreprises partenaires ? Partagez des idées, les défis et les solutions possibles ! |  |
| Activité /  Brainstorming | 10 minutes | **ÉTAPE 7 : COÛTS**  Quels sont les coûts associés à votre service ou activité ? Listez-les ! Essayez d’être précis, mais sachez que vous pouvez toujours peaufiner plus tard un budget. |  |
| Activité /  Brainstorming | 10 minutes | **ÉTAPE 8 : INDICATEURS DE PERFORMANCE**  Comment allez-vous mesurer le succès de votre produit ou service ? Nombre d'utilisateurs ? Nombre d'emplois ou de stages acquis ? Qu'est-ce qui définirait le succès et quels sont vos objectifs ? |  |
| Activité / Brainstorming | 10 minutes | **ÉTAPE 9 : AVANTAGE COMPÉTITIF**  Après avoir suivi tout le processus Lean Canvas, réfléchissez à la raison pour laquelle vos activités ne peuvent pas être reproduites ni achetées par d’autres personnes ou entités. Quelle est votre stratégie pour y parvenir ? |  |
| Présentations | 25 minutes | **RESUME DU LEAN CANVAS**  Invitez chaque groupe à présenter, à tour de rôle, son Lean Canvas en expliquant, étape par étape, qui sont ses clients, le problème qu’ils rencontrent, la solution proposée par l'équipe, les coûts, les indicateurs de réussite, etc. Les autres équipes peuvent poser des questions à l’équipe qui présente au cours du processus. En tant que facilitateur, gardez une trace des différents produits, services et idées présentés.  Encouragez les staffs des Career Centers à utiliser le modèle Lean Canvas dans leurs processus de planification stratégique lors du déploiement de nouveaux produits ou services ! |  |