

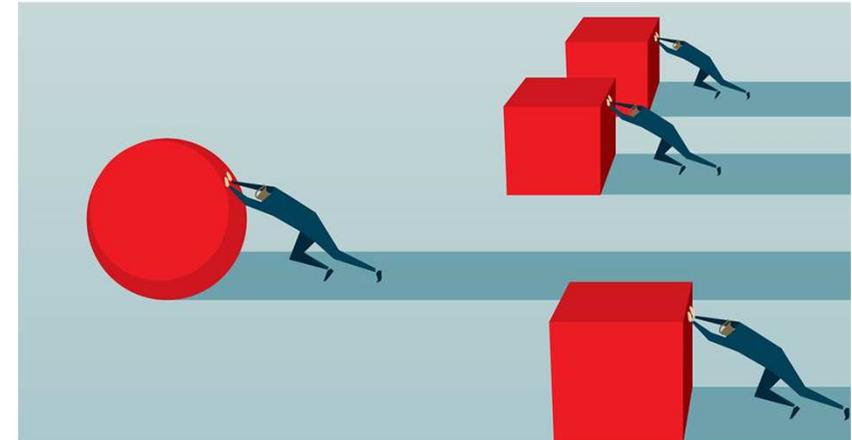
Maintenir et développer l'innovation au sein de votre entreprise

Mantenere e sviluppare l'innovazione all'interno della vostra azienda

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au coeur de la Méditerranée

Aujourd'hui.... Oggi...

- Pourquoi est-ce important d'être Innovant ?
- Pourquoi est-ce difficile d'être innovant ?
- Organiser l'innovation dans l'entreprise
- La génération d'idées
 - L'équipe interne
 - Remonter l'information client
 - La veille de marché – concrètement
 - Le partenariat et les opportunités transversales
- Formaliser
- Capitaliser



Innovover? Vraiment? Innovare? Davvero?

Innovation is like teenage sex: everyone talks about it, nobody really knows how to do it, everyone thinks everyone else is doing it, so everyone claims they are doing it.

- **Le marché d'une entreprise bouge, et de plus en plus vite**

- Les besoins et le niveau d'exigence des clients
- La fidélité est de plus en plus difficile à acquérir
- L'horizon concurrentiel est toujours plus large

- **Une bonne équipe a besoin de sortir de la monotonie**

- Stimuler les esprits
- Redonner du dynamisme
- Faire entrer du sang neuf et de nouvelles compétences

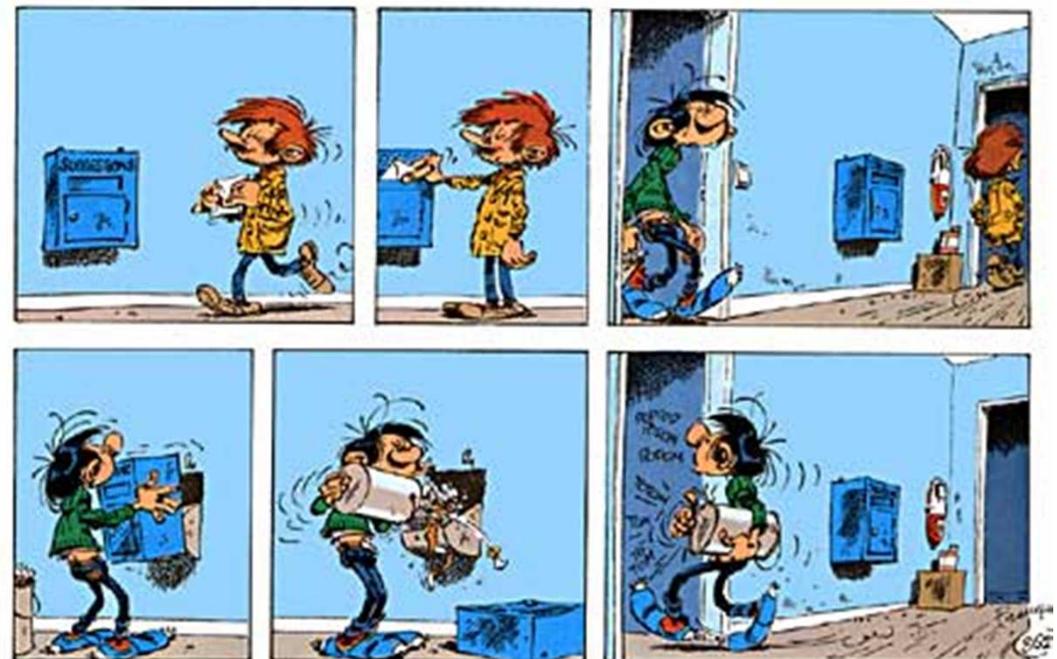


Comment développer et/ou maintenir l'innovation? Come sviluppare e / o mantenere l'innovazione?

- **Une innovation ce n'est pas que des idées...**
 - Générer des idées c'est important mais...
 - Faire évoluer l'entreprise est le but final
 - Souvent plus difficile de faire arriver une idée à maturité que de la générer!

- **Il faut s'organiser pour suivre le flux innovant sur trois étapes**

- La génération d'idées
- Le filtrage et l'analyse
- L'exploitation



Générer et capter les idées Genera e cattura idee

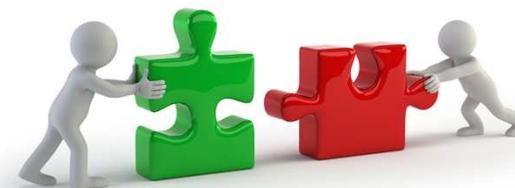
- **Vos équipes**
 - La routine inhibe l'esprit innovant... faites évoluer les rôles
 - Allouer des activités transversales (une meilleure vision de l'entreprise)
 - Assurez-vous qu'ils aient du «slack» (mais pas trop...)
 - Identifiez les obstacles de l'entreprise – big challenges / big ideas
- **Remonter l'information client**
 - Créer des flux de remontée des suggestions clients (incentive commerciaux, travailler avec vos «éleveurs»)



Générer et capter les idées (2) Genera e cattura idee



- **La veille de marché – concrètement**
 - Faites marcher la technologie: flux RSS, outils de sourcing de thématiques (feedly, google alerte, réseaux métier)
 - Partagez là avec vos employés
- **Le partenariat et les opportunités transversales**
 - Fournisseurs, partenaires (réels et potentiels)...
 - organisez des évènements de partage et d'échange
 - Créer des projets transversaux sur des problématiques mutuelles



Formaliser

Formalizzare

- **Reconnaitre et catégoriser l'innovation**
 - Innovation de produit – rupture vs amélioration
 - Innovation de marché
 - Innovation de processus
- **Filtrer... mais pas trop**
 - Les bonnes questions...
 - En phase avec ce que nous sommes?
 - Potentiel et risque commercial (marché, cannibalisation...)
 - Réalisable? Si oui, quelles ressources/moyens seront nécessaires?
- **Savoir dire «stop»**
 - Malgré l'enthousiasme et le travail fourni



Capitaliser Capitalizzare

- **Bien comprendre les enjeux**
 - Impact sur l'activité traditionnelle
 - Commercial et client
 - Opérationnel
 - Humain
- **Créer une «structure de gestion»**
 - Une équipe interne
 - Une équipe «mixte» (existant/nouveaux/partenaires/consultants)
 - Un véhicule externe (nouvelle société/partenaire externe / centre de recherche)
- **Toujours maintenir le lien entre l'activité existante et l'innovation**
 - Ou le rompre complètement!

