

La puissance de L'INNOVATION à votre service. SAVEZ-VOUS L'UTILISER ?

Si vous saisissez le mot « innovation » dans un moteur de recherche, environ 772 millions de résultats apparaissent !

Quel en est la raison ?

L'importance fondamentale que l'innovation représente aujourd'hui pour toutes les activités ainsi qu'une façon de se différencier sur son marché.

Qu'est-ce que l'innovation ?

L'innovation signifie « nouveauté », dans le sens de nouvelles idées et inventions destinées à être mises en œuvre et exploitées économiquement.

Cela touche les produits, les services les modèles commerciaux, les modèles d'organisation, axés ou non sur la technologie.

Pourquoi les organisations doivent-elles favoriser l'innovation ?

La plupart des innovations impliquent un changement. Les déclencheurs sont multiples : progrès technologiques, évolution des besoins des clients, effondrement des segments de marché, etc. et la pression à l'innovation a considérablement augmentée.

À partir de plus de 700 à 800 contacts d'entreprises par an et de 3 000 heures de conseil dans des secteurs d'activité très variés, on peut conclure que certaines organisations repoussent l'innovation hors de la prospective stratégique, tandis que d'autres sont obligées d'innover en raison des crises. Dans tous les cas l'innovation est au cœur des préoccupations des chefs d'entreprises.

Il est donc crucial d'allumer le « feu de l'innovation » de manière stratégique et durable dans toute l'organisation – idéalement de manière systématique.

Comment fonctionne l'innovation ?

Si vous souhaitez augmenter votre capacité d'innovation à long terme, les « quatre composantes associées à une innovation » doivent être optimisées ; il s'agit

- du processus d'innovation,
- de la stratégie d'innovation,
- de la structure d'innovation
- de la culture d'innovation.

1°) Processus d'innovation :

Les idées d'innovation sont souvent générées dans un atelier créé pour l'occasion, mais peuvent également être générées à n'importe quel moment de la journée. Mais cela ne sert à rien si ces « éclairs d'inspiration » ne sont pas systématiquement traités ou sont même perdus.

Afin de convertir ces idées dans de nouveaux produits, de nouveaux services de nouveaux modèles, des services très différents de l'entreprise sont généralement impliqués : dans le cas d'une innovation axée sur la technologie, les développeurs ou le département R&D, les économistes d'entreprise pour les évaluations de marché, les avocats pour les contrats et les clarifications de brevets dans le domaine technologique, etc.

Et comme ce processus d'innovation traverse de nombreux silos internes (départements), parfois même sur différents sites, il existe encore un grand potentiel dans la plupart des organisations pour optimiser l'efficacité et l'efficience. C'est la raison pour laquelle je propose et détaille ce qu'on appelle « **L'AMBIDEXTRIE** » (cf mon accompagnement sur le sujet)

2°) Stratégie d'innovation :

L'innovation est-elle ancrée dans la stratégie de votre entreprise ?

Votre stratégie d'innovation, dérivée de la stratégie d'entreprise, montre-t-elle dans quelles technologies se situent les champs d'action stratégiques ?

Quelles mégatendances sont pertinentes pour vous et lesquelles ne le sont pas ?

Quel rôle joue la digitalisation dans votre stratégie ?

Toutes les réponses à ces questions vous conduiront à définir votre capacité à rendre l'innovation incontournable dans votre secteur d'activité.

3°) Structure de l'innovation :

Il est important de se demander qui, dans l'organisation, en dehors des CTO et des départements R&D ou développement, est responsable de l'ensemble du processus d'innovation jusqu'au lancement sur le marché ?

Qui orchestre le processus d'innovation entre la technologie, la finance, l'administration des affaires, le droit et la production ?

Ici encore ma réponse est **L'AMBIDEXTRIE** c'est-à-dire la création d'une équipe différente de votre cœur de métier.

4°) Culture de l'innovation :

La culture organisationnelle est le terreau dans lequel les idées prospèrent ou sont rapidement écrasées par une « mentalité de garde-côte » interne en énumérant les raisons pour lesquelles l'innovation ne fonctionne pas.

« Pas de temps, trop cher, la technologie ne fonctionne pas, les clients n'en veulent pas, ça n'a pas fonctionné jusqu'à présent, la direction n'est pas intéressée, etc. » – vous connaissez très bien les arguments.

Cependant, pour que les innovations prospèrent durablement, une culture de l'innovation est essentielle, caractérisée par un comportement tangible sous la forme d'une grande ouverture aux innovations, de courage, de volonté d'expérimenter, de volonté de changement et d'un grand pouvoir de mise en œuvre. D'où la nécessité de différencier votre cœur de métier de la prospective dans le but d'innover.

Si vous souhaitez augmenter durablement votre capacité d'innovation, vous devez analyser, mesurer et améliorer systématiquement les quatre domaines d'action proposés ci-dessus.

Je serai heureux de vous accompagner dans la construction et la structuration de votre projet d'innovation selon le plan suivant :

- Analyse de la situation actuelle concernant la capacité d'innovation de votre entreprise
- Identifier les opportunités d'optimisation du système d'innovation (stratégie d'innovation, structure, culture, processus) afin d'accroître durablement la puissance d'innovation
- Accompagnement dans la mise en œuvre des mesures trouvées

Alors contactez moi : lb2ad.conseil@gmail.com