

Comment rebondir par l'innovation après la crise ?

Webinaire interactif

30 juin | 14h-16h



**SPECIAL POST-COVID
100 % DIGITAL**

0. Pourquoi c'est le moment d'innover !
1. La bonne attitude pour devenir encore + un innovateur
2. Les 9 axes pour innover
3. Savoir après quoi on court!
4. Innover oui... mais pour qui?
5. Comment répartir ses moyens?
6. Techniques pour penser autrement



Message....

Inspirez-vous des champions de l'innovation. Oubliez les bonnes excuses.





QU'EST-CE QUE LA
RAISON D'ÊTRE ?

Pourquoi c'est le moment d'innover !

- Lorsqu'il faut faire face à des tensions et résoudre des contradictions, la seule solution est de penser autrement et de remettre en cause son modèle. Cela s'appelle **innover**.
- La voie contraire, qui consiste à **répéter la même chose**, est vouée à la destruction de valeur et à l'échec.

« Il y a crise lorsque l'ancien ne veut pas mourir et le nouveau ne peut pas naître. » (Gramsci)

Beaucoup d'initiatives pour rebondir sur la crise

PSA

**Télétravail : 62% des gens
voudraient en faire plus après le
confinement !**

Le constructeur, déjà très avancé dans le travail à distance, veut rebondir sur ces habitudes prises pendant le confinement pour franchir une nouvelle étape. L'objectif est de ramener à un jour et demi par semaine en moyenne la présence sur site des collaborateurs.

Accélération des technologies du distanciel

Post confinement : Les 20 innovations qui vont booster l'économie

TAGS

5G BIG DATA BLOCKCHAINS CLOUD CYBERSÉCURITÉ DRONES ÉCONOMIE INNOVATIONS INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

INTERFACES VOCALES INTERNET DES OBJETS NANOTECHNOLOGIE ORDINATEURS QUANTIQUES RÉALITÉ AUGMENTÉE RECONNAISSANCE FACIALE

ROBOTS VH VHMAGAZINE VHMAGAZINE VISION ARTIFICIELLE VOITURES AUTONOMES

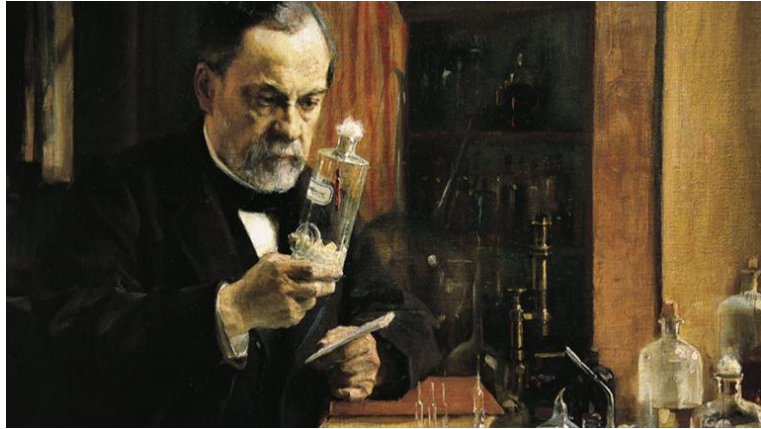
Découvrez nos services de livraison à domicile



1



Pasteur 1870



DECOUVERTE

Révéler l'existant pour la 1^{ère} fois

Jenner 1796



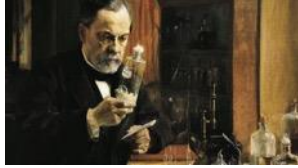
INVENTION

Trouver 1 procédé nouveau



INNOVATION

Lancer une solution sur un marché concurrentiel



DECOUVREUR

INVENTEUR

INNOVATEUR

**Point
commun**

**Pensent et font autrement :
pensent en défi,
imaginent,
expérimentent,
recommencent → trouvent !**

CREATIVITE



**AVOIR DES
IDEES NOUVELLES**



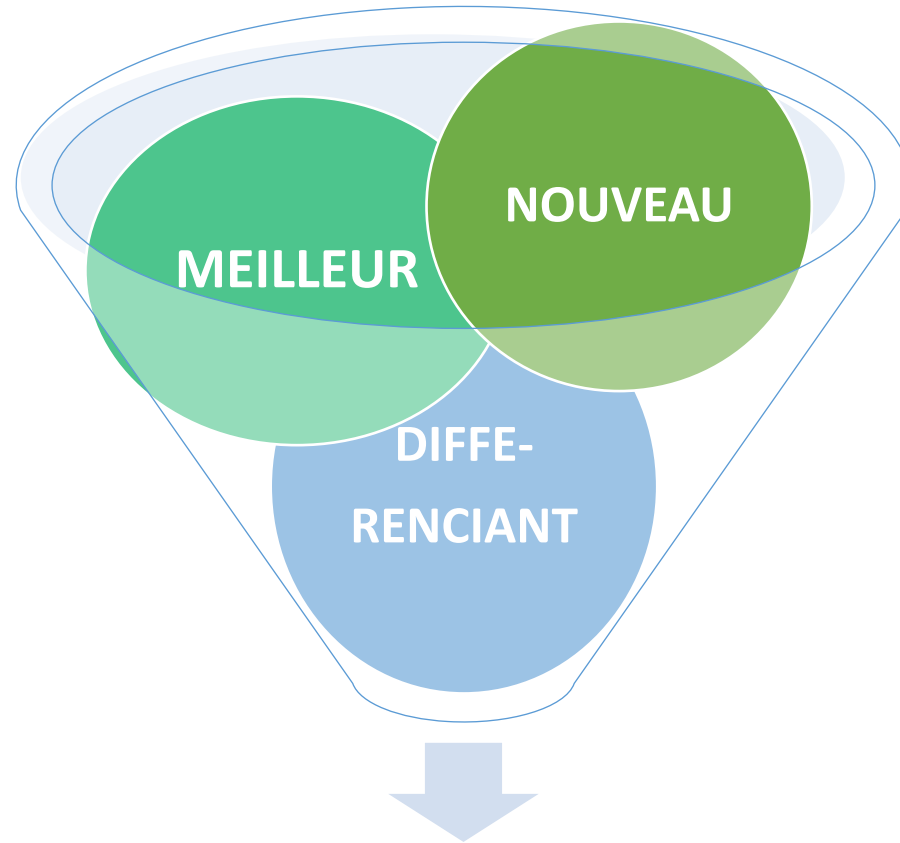
INNOVATION



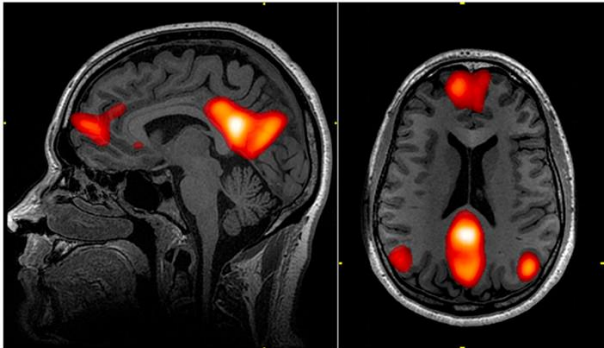
**CONCRETISER UNE
IDEE NOUVELLE**



DE LA CREATIVITE...



...A L'INNOVATION

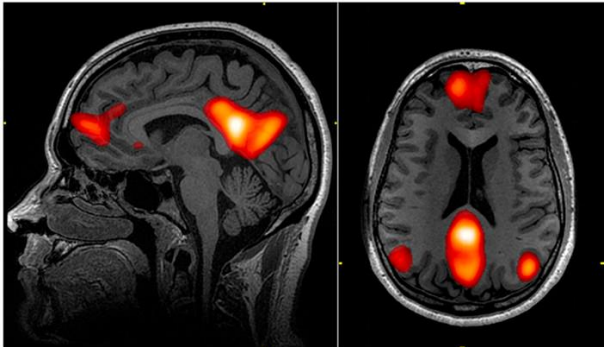


s'étonner
de ce qui dé-range

Penser autrement

kaos





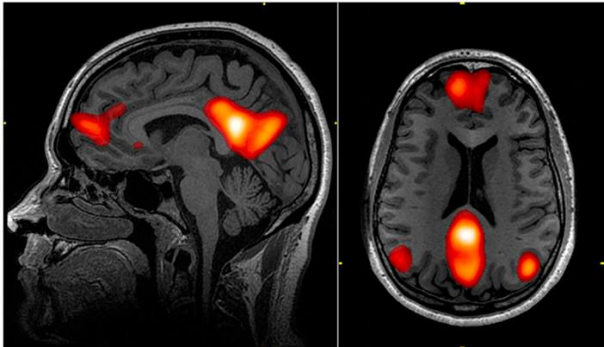
imaginer une n^{lle}
fonctionnalité

Penser autrement

kaos



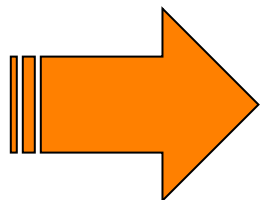
lattoflex[®]

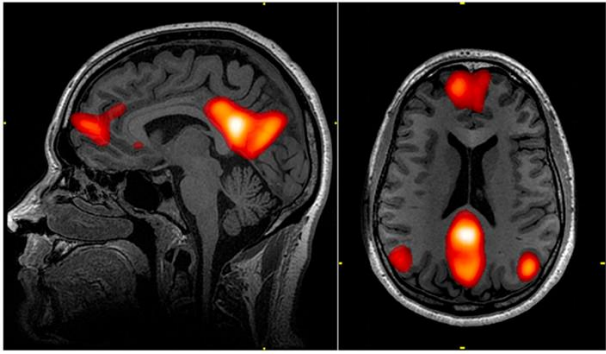


Penser autrement

kaos

associer et transp-oser





hybrider

Penser autrement

kaos



+



=



2 façons d'innover



Problem solving



Concrétiser un rêve



Exemples de défis imaginés pendant le covid par des dirigeants de TPE et PME

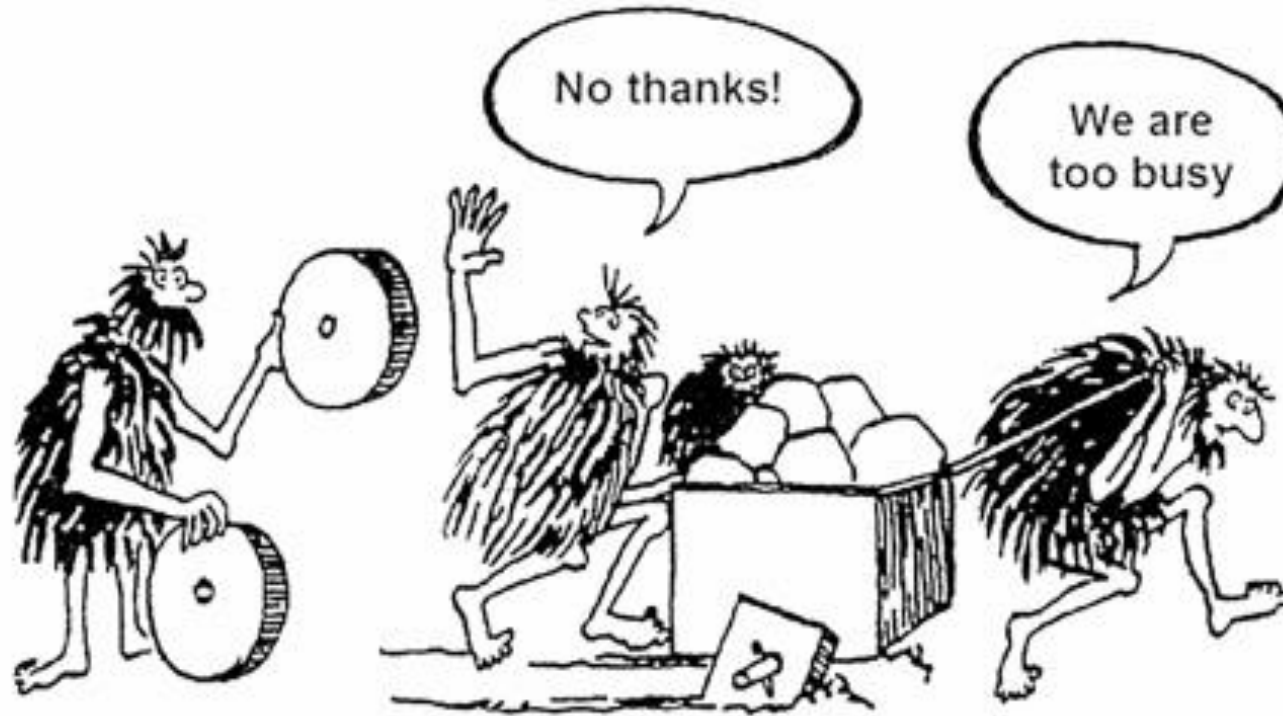
Problem solving

- Créer 1 fonction décontamination sur micro-ondes
- Inventer le chocolat de l'été
- Lancer un marché de l'occasion poêles à bois
- Vendre sur Instagram
- Bypasser les hypers pour mieux vendre mes brioches
- Lancer un service pour les personnes isolées

Concrétiser un rêve

- Former au management à distance
- Créer une communauté bricoleurs + artisans pour Travaux
- Réinventer l'hôtel (crèches, EPAHD)
- Lancer une offre packagée télé-travail (bureau, services...)
- Appli pour réparer sa maison dans le bonheur

Etre ouvert aux idées nouvelles !



www.wooclap.com/kaos

« Quel est mon profil d'innovateur ? »



- ✓ 70% effort sur problem solving, 30% sur des rêves orientés besoins-clients
- ✓ Dans une session de recherche de pistes nouvelles, toujours utiliser la question « **que pourrions-nous imaginer de génial pour nos clients?** »



Les 9 Champs de l'innovation

Quel produit/service différent ?



Produit/service

Comment faire autrement le métier pour créer + de valeur?



Technologies

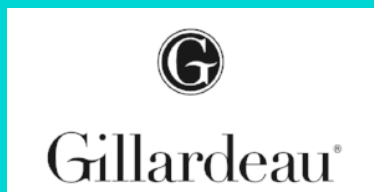
Comment réinventer le process < 0?

kaos



Process

Comment être préféré par les clients?



Marque

Comment avoir 1 management orienté-clients?



RH

Quelle autre cible ?



ARMOR DEVELOPPEMENT

Marché

Comment se positionner dans le flux clients?



Distribution

Avec qui co-développer l'offre?



Stratégie

Quels différents modèles facturation?



Modèle économique

www.wooclap.com/kaos

« Sur quel axe je devrais chercher à innover ? »



- ✓ Renforcer l'axe qui constitue un atout de l'entreprise
- ✓ Explorer un axe que n'explore pas la concurrence



Objectifs : savoir ce qu'on cherche

Savoir après quoi on court !

Rupture

une solution alternative à ce qui existe



changer les règles du marché



Progrès

un nouveau concept



diversifier son modèle économique



Continuité modèle

Discontinuité modèle

Respecter la logique de votre marché

B2C



Cuisez divin avec trois fois rien!

<http://www.frigomagic.com>



Améliorer le quotidien des gens

B2B



Contribuer à la performance du client



EFFITRAILER™

LEVERS TO EXTRACT MORE VALUE FROM YOUR TRAILERS

CONNECT



- ▶ For a truck traveling 120,000 km/year, savings can be greater than € 2,500
- ▶ Effifuel solutions enable to offset up to 100% of the tire budget

Produit et Service, même combat : être orienté usage

produit



**Faciliter
l'usage quotidien**

service



**Aider à anticiper
les usages futurs**

www.wooclap.com/kaos

J'évalue le degré d'orientation-client de mes dernières innovations

- 1. Réponses BtoB**
- 2. Réponses BtoC**



- ✓ B2C : obsession de l'usage
- ✓ B2B : calculer et monitorer les gains de performance procurés

4

**Innover, oui mais pour qui ?
→ Avoir un bénéficiaire en tête**

Pas d'innovation réussie sans un marketing **très ciblé**

→ À qui ça convient ?



Aux non-sportifs



**TPE, PME
Télé-travail**

“

Don't find customers for your products, find products for your customers..

-Seth Godin

→ Le marketing de l'innovation
c'est l'empathie



- ✓ Co-développer avec une cible clients (cf bêta-testeurs)



Ressources :
comment les répartir entre
Exploiter mieux et
Explorer plus ?

Besoin +/- connu → besoin inconnu ++

INNOVATION

DISRUPTION



DOING THE SAME THINGS A BIT BETTER

DOING NEW THINGS

MAKING THINGS THAT MAKE THE OLD THINGS OBSOLETE



Exploiter
mieux

Explorer
large

Supprimer les
irritants-clients

Trouver le besoin
insatisfait non exprimé



exploiter



1



kaos

Innovation cœur de métier

2



Innovation adjacente

3



Innovation hors cadre

explorer



exploiter



1

70%



kaos

Innovation cœur de métier

2

20%



Innovation adjacente

explorer



3

10%



Innovation hors cadre



- ✓ Prioriser son cœur de métier!
- ✓ Apprendre à explorer = stimuler l'audace collective des équipes



ADN personnel	Problem solving ou réaliser 1rêve ?
Champs	Lequel des 9 leviers actionner ?
Objectif	Qu'est-ce qu'on cherche ?
Bénéficiaire	C'est une innovation qui va convenir à qui ?
Efforts	Comment les répartir entre exploiter/explorer ?



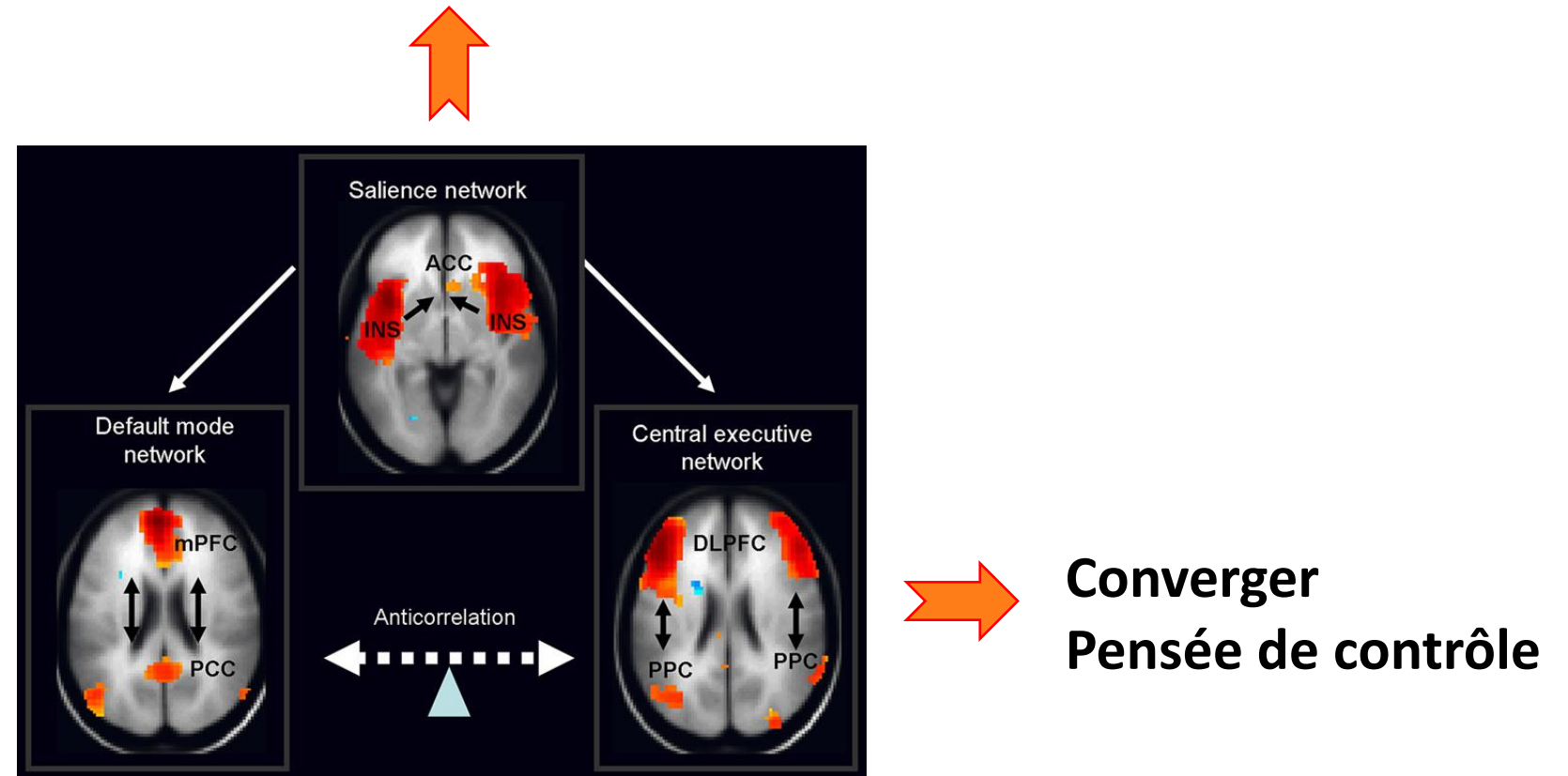
A hamster is walking on a yellow circular exercise wheel. The wheel is positioned diagonally across the frame. The hamster is in the lower-left quadrant of the wheel, facing left. The background is a plain, light-colored surface.

Techniques pour penser autrement et trouver mieux

6

IRMf cerveau créatif : fonctionnement en réseau des aires cérébrales

Switch **diverger/converger**



**défis
d'innovation**

**beaucoup
idées
nouvelles**

**quelques
idées
auxquelles
on croit**

se lancer des défis moonshots

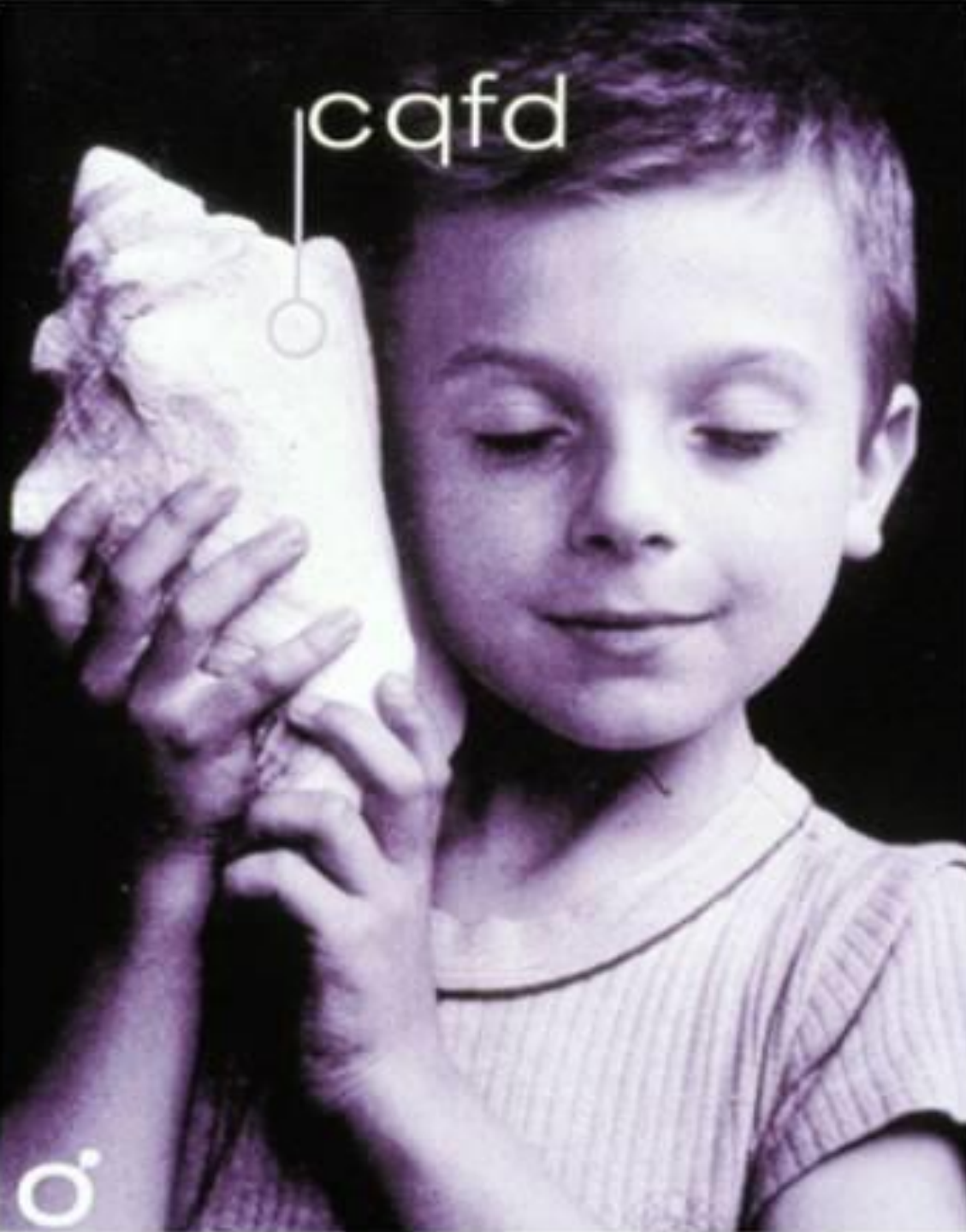
→ comment supprimer le goût de bouchon dans 100% des cas?



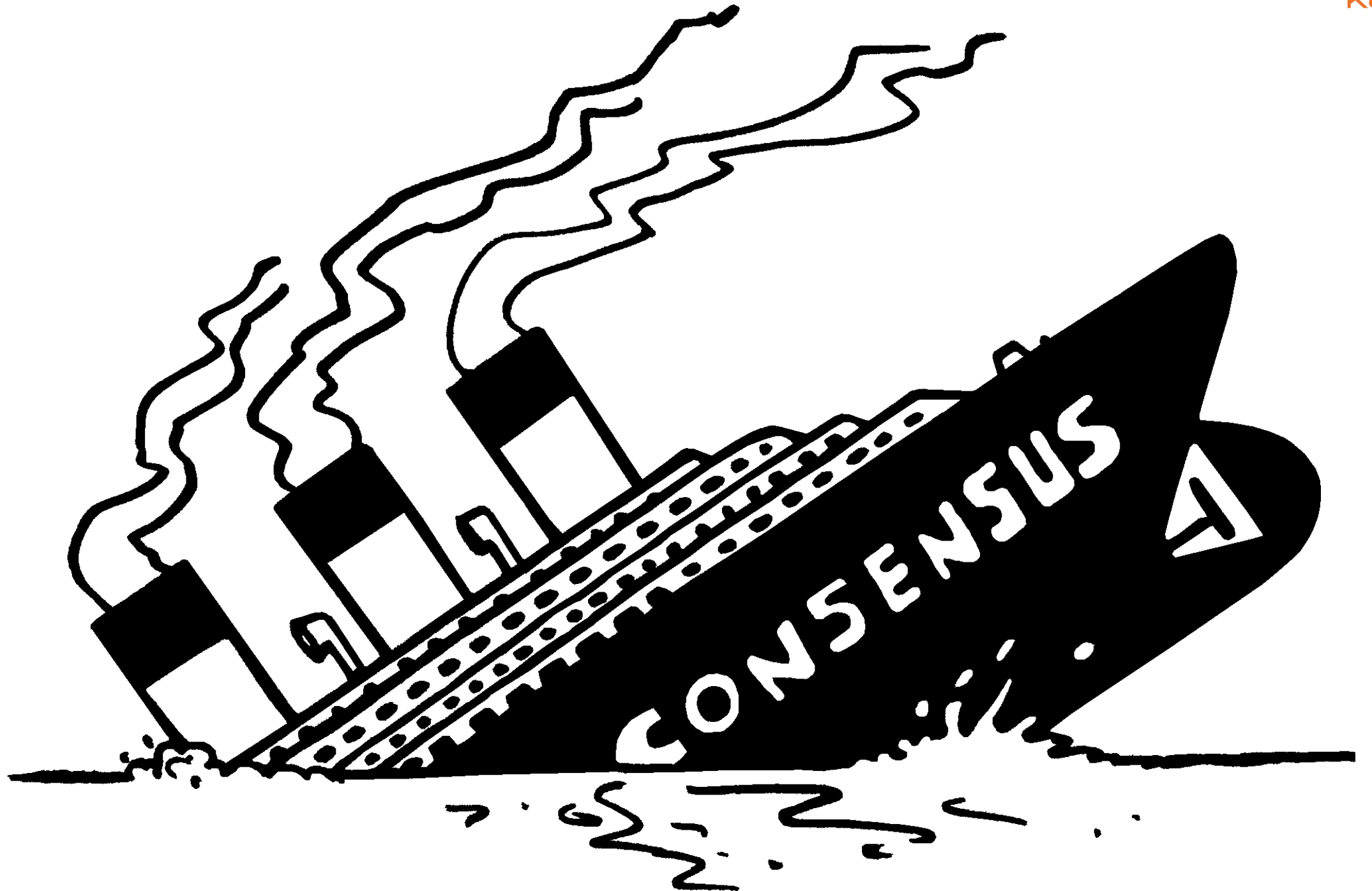
3 PROCÉDÉ DIAMANT®

Procédé breveté qui repose sur l'**utilisation du CO² supercritique** pour extraire du liège les composés responsables des déviations sensorielles dont le fameux goût de bouchon (TCA).





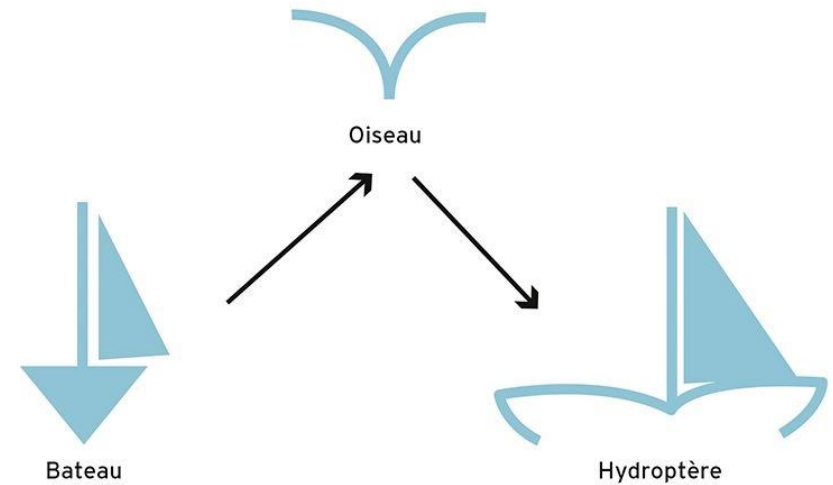
Critique
Quantité
Farfelu
Développer ensemble



3 techniques créatives



ANALOGIE



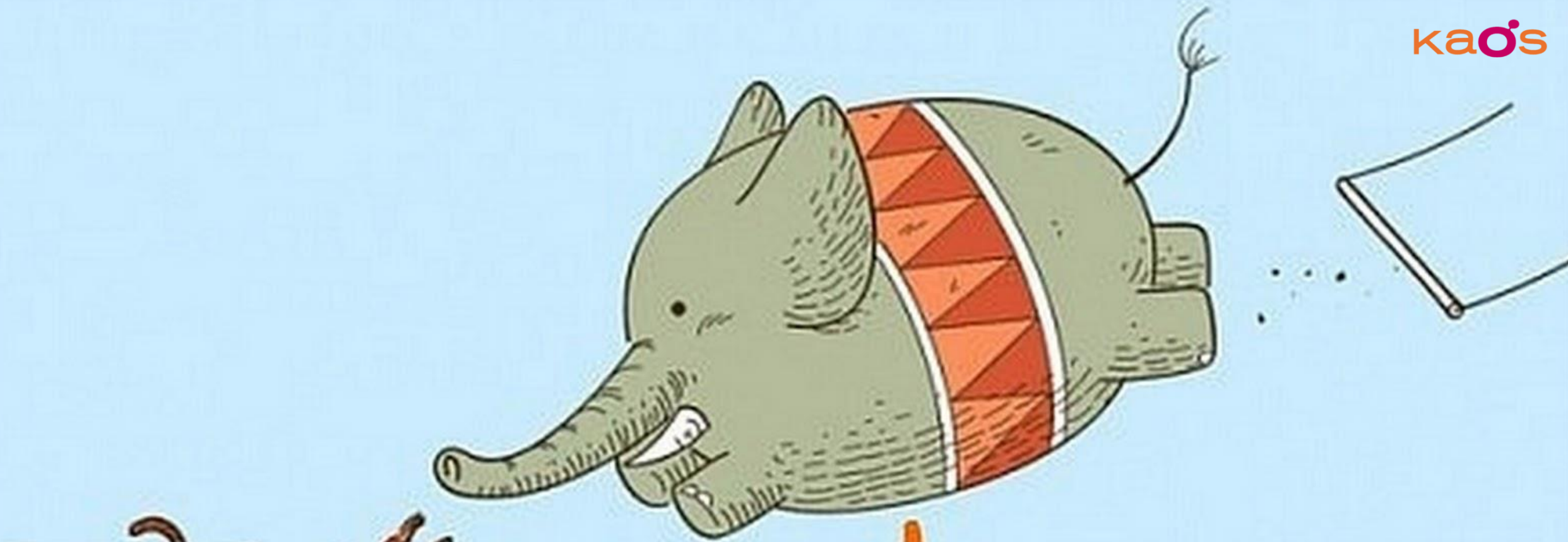
→ l'idée nouvelle est souvent contre-intuitive
(hors courbe d'expérience)



THE END

Impliquer les équipes dans la recherche d'innovations

1. Dirigeant impliqué opérationnellement
2. tester & apprendre
3. 3 sessions de créativité / an / 1 journée
 - 1 défi d'innovation / session
 - Sur les 3 défis annuels, 2 défis problem solving, 1 défi rêve
 - Diversité des profils : multimétiers, amis, bons clients, fournisseurs...
4. Codir : geyser-minute 1 fois/mois :
 - quelles innovations on a repérées? On transpose quoi à l'entreprise ?
5. Créer un Compte d'exploration :
 - new business / n-1
6. 1 foire aux idées 1 fois/an :
 - ceux qui le souhaitent présentent leurs idées devant un comité de supporters
7. Et s'entraîner ! Notre cerveau apprend!



optimisme

www.wooclap.com/kaos

**« L'exemple qui m'a le plus inspiré
pour innover dans mon entreprise »**

Il faut beaucoup de Kaos dans la tête
pour accoucher d'une étoile qui danse

kaos
consulting

pierre-louis.desprez@kaosconsulting.com

- CONSEIL EN INNOVATION
- CRÉATION DE NOMS
- BRAINSTORMING & NETWORKING

www.kaosconsulting.com

10, avenue de la Grande Armée • 75017 Paris

Tél. : 01 56 68 11 30 • Fax : 01 56 68 11 42

où se trouvent vos leviers d'innovation ?

