

TD 2- Innover

TD 2 : Innover	
Objectifs de la séance :	<ul style="list-style-type: none"> - réactiver les acquis sur l'innovation - se réapproprier le management au sein d'un système d'information
Compétences	Notions vues
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les processus présents dans une organisation 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovation • Invention • Types d'innovation • Stratégies d'innovation • Need seeker • Blue ocean

Exercice 1 : L'innovation

Document 1 : Le manuel d'Oslo

2. L'innovation

146. Une **innovation** est la mise en oeuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures.

147. Cette définition générale englobe une large palette d'innovations possibles. Pour être plus précis, on peut dire qu'une innovation est la mise en oeuvre d'une ou plusieurs catégories d'innovation, par exemple des innovations de produit et de procédé. Cette définition plus étroite de l'innovation de produit et de procédé peut être rattachée à la définition de l'innovation technologique de produit et de procédé employée dans la deuxième édition du *Manuel d'Oslo*.

148. Pour qu'il y ait innovation, il faut au minimum que le produit, le procédé, la méthode de commercialisation ou la méthode d'organisation soit *nouveau (ou sensiblement amélioré) pour la firme*. Cette notion englobe les produits, les procédés et les méthodes que les firmes sont les premières à mettre au point et ceux qu'elles ont importés d'autres firmes ou organisations.

149. Les **activités d'innovation** correspondent à toutes les opérations scientifiques, technologiques, organisationnelles, financières et commerciales qui conduisent effectivement ou ont pour but de conduire à la mise en oeuvre des innovations. Certaines de ces activités sont elles-mêmes innovantes; d'autres ne sont pas nouvelles mais nécessaires à la mise en oeuvre d'innovations. Les activités d'innovation incluent également la R-D qui n'est pas directement liée à la mise au point d'une innovation particulière.

150. Une caractéristique commune à toutes les catégories d'innovation est qu'elle doit avoir été *mise en oeuvre*. Un produit nouveau ou amélioré est mis en oeuvre quand il est lancé sur le marché. Un procédé, une méthode de commercialisation ou une méthode d'organisation est mis en oeuvre quand il(elle) est effectivement utilisé(e) dans le cadre des opérations d'une firme.

151. La nature des activités d'innovation varie considérablement d'une firme à l'autre. Certaines firmes entreprennent des projets d'innovation bien définis, comme la mise au point et le lancement d'un nouveau produit, alors que d'autres améliorent en permanence leurs produits, procédés et opérations. Ces deux types d'entreprise peuvent être innovantes : une innovation peut consister en la mise en oeuvre d'un seul et unique changement important ou d'une série de petits changements progressifs qui, tous ensemble, constituent un changement significatif.

1. Cherchez les définitions de l'innovation. L'innovation est-elle la même pour toutes les organisations ?

Document 3 : Schumpeter et la destruction créatrice



2. Qu'est-ce que la destruction créatrice ? Quelle est son lien avec l'innovation ?
3. L'innovation est relative à quel de ces processus ? Justifier votre réponse
 - **Benchmarking** : le benchmarking **permet de comparer les méthodes de sa propre structure à celles des organisations leaders**. L'entreprise peut observer les processus décisionnels, commerciaux ou managériaux des chefs de file, pour en mesurer les écarts.
 - **Audit** : De manière simplifiée, un audit est un outil d'amélioration permettant à une entreprise de faire émerger ses lacunes, mais aussi ses points forts. L'auditeur doit aider l'entreprise à prendre conscience de ses problématiques pour lui permettre de mettre en place des actions correctives ou d'amélioration.
 - **Etude de marché** : L'étude de marché **consiste en la description précise et l'analyse fine des 4 éléments qui constituent votre marché**, c'est-à-dire : Le produit que vous allez vendre : l'offre. Les clients qui vont l'acheter : la demande.
 - **Veille** : Démarche organisée visant à améliorer la compétitivité de l'entreprise par la collecte, le traitement d'informations et la diffusion de connaissances utiles à la maîtrise de son environnement (menaces et opportunités) et à la prise de décision. Ce processus d'aide à la décision utilise des outils spécifiques, mobilise les salariés et s'appuie sur l'animation de réseaux internes et externes.

4. Il y a quatre types d'innovation :

- Innovation de procédé
- Innovation de produit
- Innovation de commercialisation
- Innovation d'organisation

Pour chacune d'entre elles, donnez en une définition.

5. Classer les projets innovants suivants selon les types d'innovation :

DATA, une infrastructure permettant d'analyser et d'exploiter les données d'apprentissage de France université numérique.	
Babel, une fonctionnalité de profilage du niveau musical de l'utilisateur basé sur l'IA, de sight-O	
Kalygo DYS, un outil d'aide à l'apprentissage de l'écriture par les enfants atteints de troubles DYS (troubles cognitifs qui induisent des difficultés d'apprentissage) de Learn and Go	
Klassy et Klassboard, outils visant à renforcer la relation école-famille, de la société Classroom.	
Astrachain une solution de multicloud chiffrée de gestion de données sensibles.	
Portefeuille de compétences (PEC), une mise à jour d'une plateforme à des fins d'interopérabilité avec d'autres plateformes privées et publiques, porté par un consortium d'établissements.	

Exercice 2 : Stratégies d'innovation

Document 4 : Les 5 formes d'innovation



6. Quelles sont les principales stratégies d'innovation ?
7. Laquelle vous paraît permettre un avantage concurrentiel plus durable ?
8. Laquelle est davantage adaptée à un projet informatique ?
9. Laquelle est davantage adaptée à un projet d'entreprise ?
10. Définissez ce que sont le blue ocean, le red ocean et le need seeker.

Exercice 3 : Le résultat de la phase d'innovation : Le Canvas

En résumé, pour mettre en œuvre l'innovation, il faut :

1. une équipe dédiée (hors du temps)
2. une analyse de l'existant (pour éviter le red ocean)
3. des techniques de créativité
4. l'acceptation des risques (et leur évaluation)
5. un suivi pour éviter les dérives

Cette phase d'innovation peut être résumée dans un canvas (ci-dessous). **Vous êtes le département informatique de l'IUT et vous cherchez à innover pour améliorer la mobilité de vos étudiants pour qu'ils viennent en cours plus facilement.**

Remarque : les numéros correspondent à l'ordre dans lequel on remplit le canvas

<p>② Problème Listez les principaux problèmes de votre clientèle</p>	<p>④ Solution Esquissez une solution possible pour chaque problème</p>	<p>③ Proposition de valeur unique</p> <p>En quoi votre offre répond-elle efficacement aux besoins ? En quoi est-elle différente et meilleure que les autres ?</p>	<p>⑨ Avantage concurrentiel</p> <p>Quelque chose qui ne peut pas être facilement copié ou acheté</p>	<p>① Segments de clientèle</p> <p>Listez vos clients et consommateurs cibles</p>
	<p>⑧ Indicateurs clefs</p> <p>Listez les chiffres clés qui vous indiquent comment se porte votre business</p>		<p>⑤ Canaux</p> <p>Listez vos voies d'accès vers les consommateurs</p>	
<p>Alternatives existantes</p>		<p>Votre pitch</p> <p>Message unique, clair et convaincant qui transforme un visiteur en un prospect intéressé</p>		
<p>⑦ Structure des coûts</p> <p>Listez vos coûts fixes et variables</p>		<p>⑥ Sources de revenu</p> <p>Listez vos sources de revenu</p>		