



## Prérequis

Aucun

## Public

Tout public

## Objectifs

Savoir pourquoi et comment innover ?

Les stratégies de créativité et process de mise en œuvre

Identifier les FCS de démarches créatives

## Pédagogie

Approche participative qui s'appuie sur une mise en situation par des exercices adaptés, une analyse sous forme de débriefing, et la validation des apprentissages par un apport de l'animateur

## Validation

Evaluation des compétences par QCM ou formulaire en ligne

Attestation de formation

AFEST

VISIO



N° déclaration  
22 600 288 660

# Stratégie innovation

1 jour – 7 heures

## L'innovation vient de la stratégie

- L'identification de la stratégie
- Les différents axes d'innovation
- La mise en évidence des opportunités du marché
- La diversification produits/services par rapport au savoir-faire et aux ressources de l'entreprise
- Les différents types de nouveaux produits/services
- Le cycle de vie des produits/services et des marchés

## L'innovation vient du terrain

- Utiliser les études marketing pour connaître les besoins de ses clients
- S'enrichir des remontées terrain
- Cerner les motivations et freins à l'innovation
- Les insights = du pionnier au développeur

## L'innovation vient de la créativité

- Connaître les règles d'une séance de créativité efficace
- Utiliser les bonnes techniques selon la recherche
- Écrire le cahier des charges
- Définir les pistes créatives
- Sélectionner les concepts

## Les différents types d'innovation

- La vision de Schumpeter : 5 axes
- La tryptique : désirable, possible, viable

## La planification et l'organisation de l'innovation

- Les implications stratégiques du nouveau produit/service dans le contexte marketing de l'entreprise
- Les éléments nécessaires à l'avancement du projet et à sa validation
- Les différentes phases du développement
- La coordination des activités et des responsables concernés
- Le contrôle des délais, des budgets et des moyens affectés aux programmes