

BERTRAND JOUVENOT

DOPEZ VOTRE
STRATÉGIE
DIGITALE

72 fiches pratiques

INTRODUCTION

Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Dopez votre stratégie digitale* de Bertrand Jouvenot.

Un livre comprenant près d'une centaine de recettes digitales, destinées à vous aider à tout savoir préparer, de l'entrée au dessert, depuis la digitalisation de l'entreprise, la stratégie, le management, jusqu'à l'innovation et le produit, en passant par le marketing et à la mesure....

Découvrez ici, l'une des recettes revisitée par nous, rien que pour vous.
#DVSD

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

L'Open Innovation

Présentation



TEMPS • plusieurs années
 NOMBRE DE PERSONNES • 2 à 10
 DIFFICULTÉ • ★★★★★

L'expression surprenante d'Open Innovation (innovation ouverte) revient à Henry Chesbrough, professeur à Berkeley.

Le postulat de départ est qu'il est plus efficace et rapide, dans le cadre d'un travail collaboratif, de ne plus s'appuyer uniquement sur sa seule et propre R&D pour innover. Elle désigne, dans les domaines de la recherche et du développement, des modes d'innovation fondés sur le partage et la collaboration (entre parties prenantes).

L'approche peut donc apparaître altruiste ou au contraire comme un moyen de distribuer (concours) ou de partager (partenariat) le risque lié à l'innovation et l'investissement vers l'extérieur d'une organisation.

Sa matérialisation se traduit souvent par des plates-formes comme InnoCentive, Kaggle ou Quirky, sur lesquelles des récompenses pouvant aller jusqu'à un million de dollars sont attribuées à celui ou celle, ou à l'équipe s'étant constituée, qui apporte une solution au problème posé, par des entreprises parfois prestigieuses : Procter & Gamble, General Electric, GlaxoSmithKline, Eli Lilly, AllState...

Innovation fermée

La plupart des meilleurs professionnels du domaine travaillent chez nous

Pour tirer avantage de la R&D nous devons découvrir, développer et nous lancer nous-mêmes

Si nous sommes les premiers à commercialiser la nouveauté, nous aurons gagné

Si nous avons les meilleures idées, en plus grand nombre que les autres, nous gagnerons

Nous devons protéger notre propriété intellectuelle afin que nos concurrents ne tirent pas avantage de nos idées

Innovation ouverte

Les meilleurs professionnels de la place ne travaillent pas tous pour nous, c'est pourquoi nous devons aller chercher leur intelligence hors de l'entreprise

Une R&D externe peut apporter beaucoup de valeur. Une R&D interne ne permet de capter qu'une simple fraction de cette valeur

Nous n'avons pas besoin d'être à l'origine d'une recherche pour en tirer profit

Imaginer le bon business model est plus important que de rentrer d'abord sur le marché

Nous devons profiter de l'utilisation faite de notre propriété intellectuelle par les autres, dès lors que cela profite à notre propre business

INNOVER AVEC DES PERSONNES EXTERNES À L'ENTREPRISE

Source : d'après Salim Ismail, Michael S. Malone, Yuri Van Geest, Exponential Organizations, Diversion Books, 2014.



L'intelligence créative est la nouvelle monnaie du monde numérique. Il est temps de placer un peu d'argent en Bourse, sur le marché des innovations.

Attention

- ◆ La question de la propriété intellectuelle doit être soigneusement réfléchie.
- ◆ La démarche n'apporte pas la confidentialité nécessaire à certains secteurs, entreprises ou projets.
- ◆ Certaines plates-formes conçues pour les retraités – souvent d'anciens ingénieurs – sont envahies par des quinquagénaires prématurément débarqués de l'entreprise et peuvent poser un problème éthique.
- ◆ L'image renvoyée est parfois négative, puisque l'entreprise ne parvient plus à innover seule, ou simplement à résoudre ses problèmes elle-même.

Au sommaire

◇ Objectif

ACCÉLÉRER et intensifier le rythme de l'innovation dans l'entreprise.

APPORTER des solutions à des problèmes non résolus.

TIRER profit de l'accès à de nouveaux cerveaux, permis par le digital.

DIMINUER le coût de la R&D.

ÉLARGIR le champ d'expertise de la R&D.

◇ Contexte

S'assurer du soutien réel de la R&D traditionnelle.

Effectuer quelques premiers tests avec des projets de seconde importance.

Étudier le montant des récompenses pour des problèmes comparables afin d'ajuster le montant.

Ne pas négliger la forte ou faible notoriété de votre entreprise qui influera sur le taux de participation.

Identifier, parmi les participants, y compris ceux qui n'ont pas gagné, de potentiels futurs collaborateurs à recruter.

Si vos propres collaborateurs participent, en tirer les enseignements.

Préparation et mise en œuvre

◇ Étapes

- 1 Associez la R&D traditionnelle à la démarche.
- 2 Définissez scrupuleusement le problème, en utilisant la matrice de l'innovation par exemple (► FICHE 31).
- 3 Impliquez le département juridique pour protéger l'entreprise et préserver son intérêt.
- 4 Préparez un exposé du problème, compréhensible par le plus grand nombre de personnes potentiellement capables d'apporter la solution.
- 5 Définissez la récompense attribuée.
- 6 Développez la relation avec le ou les gagnant(s).

◇ Méthodologie et conseils

- Assurez-vous du soutien réel de la R&D traditionnelle.
- Effectuez quelques premiers tests avec des projets de seconde importance.
- Étudiez le montant des récompenses pour des problèmes comparables afin d'ajuster le montant.
- Ne négligez pas la forte ou faible notoriété de votre entreprise qui influera sur le taux de participation.
- Identifiez, parmi les participants, y compris ceux qui n'ont pas gagné, de potentiels futurs collaborateurs à recruter.
- Si vos propres collaborateurs participent, tirez-en les enseignements.

OBSERVATIONS

■ L'accès à l'intelligence collective.

■ La possibilité de faire travailler des centaines de milliers de ressources n'appartenant pas à l'entreprise.

■ L'exposition du problème à des scientifiques venant d'autres horizons que celui de l'entreprise.

■ L'expérience a montré qu'un grand nombre des solutions apportées le sont par une personne ou une équipe appartenant à une autre discipline scientifique que celle du problème exposé.

■ Le gain de temps et la réduction des coûts⁶.

■ L'ouverture de l'entreprise sur son écosystème numérique.

⁶ Le géant de l'assurance américain AllState a testé la plate-forme Kaggle pour voir si son algorithme historique, soigneusement mis à jour depuis 60 ans par des dizaines d'ingénieurs, pouvait être amélioré. Résultats : en trois jours, 107 équipes sont entrées en compétition et, trois mois plus tard, l'algorithme de AllState avait été amélioré de 217 %, pour un coût de 10 000 \$. AllState a estimé une économie annuelle de 10 millions de dollars.

Ça vous à plus ?

Pour vous régaler encore, avec près d'une centaine d'autres recettes digitales, passez la commande

[Commander ici](#)

www.jouvenot.com

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

nin [design & arts graphiques]

WWW.NUNDESIGN.FR

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)