

Tendances / Innovation

Bourse	Finances perso	Les Echos PME	Actualité	Idees & Debats	Management	Régions	Culture	Luxe	Outils	Services
--------	----------------	---------------	-----------	----------------	------------	---------	---------	------	--------	----------

Création/Reprise	Conjoncture	Gestion	Social	Juridique	Tendances / Innovation	Développement	Patrimoine / Vie privée	Success Story	Régions
------------------	-------------	---------	--------	-----------	-------------------------------	---------------	-------------------------	---------------	---------

LesEchos PME Tendances / Innovation

Mise à jour 11 h 28



Agenda

05
juin

Employeurs occupant au moins 50 salariés : paiement des charges sociales sur les salaires de mai 2009 payés au plus tard le 31 mai...

08
juin

Employeurs occupant au moins 50 salariés : relevé des contrats conclus ou résiliés en mai 2009 à transmettre...

Tous les événements

A la une

L'agriculture biologique se développe à petits pas

[02/06/2009]

Innovner en temps de crise, c'est possible

[29/05/2009]

RECHERCHE EN ENTREPRISE. CroissancePlus a proposé hier la création d'un nouveau...

[19/05/2009]

Cybercriminalité : les entreprises ne sont pas assez protégées

[19/05/2009]

Mieux qu'un maître-chien, un robot pour surveiller les chantiers

[12/05/2009]

L'innovation permanente

[04/05/09 - 18H24 - actualisé à 18:27:00]

Etre en panne d'idées est le plus grand risque pour une entreprise.

Par Pierre-Louis Desprez*

C'est simple à comprendre : toute entreprise repose sur une ou plusieurs idées fondatrices. Si on n'a que des hommes dont la créativité n'est pas réveillée et du capital qui ne pense pas, on ne va pas loin. Comme l'écrit IKEA, " la seule chose sur laquelle il ne faut pas lésiner ce sont les idées ". Avec un tel principe, il n'est pas étonnant que ce distributeur progresse régulièrement depuis vingt ans et dépasse un à un tous ses concurrents. On ne devient pas leader par hasard.

C'est difficilement réfutable : on a vu des entreprises arrêter de se ressourcer et de chercher de nouvelles idées. La plupart ne sont plus là. Comme Felix Potin, Netscape CAMIF etc. Quand IKEA fourmille d'idées pour que les clients préparent leurs achats depuis leur domicile (téléchargement gratuit d'un outil de conception 3D simple et efficace pour faciliter l'agencement et l'achat d'une cuisine), vivent en magasin une expérience marquante (parcours-client agrémenté de surprises et d'accessoires qui font craquer), puissent changer d'idée une fois rentrés chez eux (remboursement jusqu'à 90 jours à partir de la date d'achat) et répandent une rumeur positive (IKEA FANS), toute la concurrence du secteur Maison doit se sentir menacée dans sa pérennité. Surtout qu'au même moment Pixmania s'attaque au meuble, au bien-être, à la mode et au vin : quand on a une marque, ce serait bête de s'en priver...

Cela ne se traduit pas suffisamment dans les pratiques quotidiennes. C'est même un énorme axe de progrès pour toutes les entreprises ! L'innovation " quand on a le temps ", " quand l'entreprise est profitable ", ou " quand on aura enfin recruté un Directeur de l'Innovation " est révolue. L'innovation c'est tous les jours, qu'on aille bien ou mal, avec tout le monde, y compris les clients, les fournisseurs, les distributeurs, voire les concurrents : les sportifs de haut niveau s'entraînent ensemble, ce qui ne les empêche pas de vouloir gagner seuls la compétition. Au passage, il faut tordre le cou à l'Innovation avec un I majuscule, celle qui donne naissance au produit exceptionnel une fois tous les x années. A côté de l'innovation-produit, il y a le(s) service(s) autour du produit, la relation-client mémorable, les nouvelles cibles de clientèle, les nouveaux modes de commercialisation, les alliances stratégiques, la recherche de capitaux, les nouvelles façons de faire adhérer les clients à une nouveauté, la façon de faire parler de la marque par les clients eux-mêmes, les nouveaux processus, les nouvelles matières premières, etc.

Chercher des idées à 360°

C'est une invitation à chercher des idées à 360°. Quand la RATP crée www.vous-et-la-ratp.net, site web sur lequel les clients peuvent commenter les projets de la RATP, donner leur avis sur des lignes-tests et faire de nouvelles suggestions, c'est l'un des nombreux signes que la bagarre de l'innovation est en train de se déplacer vers la création à très grande échelle d'idées : avant de les raffiner, il faut en produire beaucoup ! On ne gagne pas à tous les coups, mais on perd dans 100% des cas si on ne crée rien. À l'intérieur de l'entreprise les équipes, malgré leurs compétences et leur envie de faire (c'est plus souvent le cas qu'on ne le pense), ne suffisent plus à remplir le " pipe-line de l'innno ", d'autant qu'elles sont sur-occupées à sécuriser les process et à reproduire à l'identique ce qui fonctionne. Exploitation et innovation sont naturellement antinomiques : les faire coexister et se nourrir l'une l'autre est donc une responsabilité de Direction Générale.

C'est une opportunité pour rénover le " contrat social " entre l'entreprise et ses collaborateurs. Quand un collaborateur vend sur Ebay, lit 20 Minutes, achète son billet d'avion chez EasyJet, se fait livrer à domicile, utilise Google comme unique moteur de recherche, va chez Leroy-Merlin le dimanche pour trouver des idées d'aménagement de sa maison, achète des cours de soutien scolaire auprès de www.bordas.com avec de " vrais professeurs ", sans se déplacer ni s'occuper des formalités pour son bonus fiscal, et (enfin !) ne peut plus se passer de son ipod ou iphone, il est " mûr " pour créer des idées dans l'entreprise où il travaille tous les jours. Ce qu'il vit à titre personnel n'a jamais été aussi stimulant et innovant. Il aimerait peut-être le vivre dans son travail, et ne pas seulement rester derrière la vitrine.

Pas de tabou ni de chasse gardée, place à la réactivité

Reste à créer les conditions d'une culture de l'innovation permanente !

D'abord pas de tabou !

Le microcrédit est né au Bangladesh dans les années 1970, l'un des pays les plus pauvres au monde, et fait vraiment parler de lui depuis la fin des années 1990. La Mairie de Paris a mis en place en avril 2009 une offre de microcrédit destiné aux particuliers qui ne peuvent pas obtenir un prêt par le système bancaire classique (de 300 à 3000 euros, taux de 4% avec reversement de la moitié des intérêts aux franciliens quand l'emprunt est remboursé). Il a fallu une dizaine d'années (ce n'est rien !) pour qu'une idée conçue pour lutter contre l'extrême pauvreté arrive dans l'une des villes les plus riches au monde. Et ce n'est pas un

organisme de crédit à la consommation qui fait cette offre, mais une municipalité qui revient à sa mission d'être au service du public quel qu'il soit. La concurrence vient de partout. Le crédit revolving va encore souffrir.

Ensuite pas de chasse gardée !

Si une Direction de l'Innovation veut se rendre très utile, c'est en indiquant des directions pour l'innovation, des terrains de recherche, et non pas en se réservant l'exclusivité de la création d'idées. L'entreprise a besoin de martiens venant de toutes les fonctions de l'entreprise et qui n'y connaissent rien autant que d'experts. L'inconscience des premiers stimule la connaissance des seconds.

Enfin moins de lenteur !

Il faut tester, essayer, adapter, aller le plus vite possible au contact des clients pour voir ce qui conviendrait (avantages fonctionnels), ce qui plaît (bénéfices secondaires) et ce que les clients ont envie de faire avec ce qu'on leur propose : si le client a toujours raison c'est bien dans les usages qu'il invente. Car de nombreuses innovations sont contre-intuitives : qui aurait pensé que le sms constituerait un business immense pour les opérateurs alors que la taille du clavier et de l'écran sont a priori des handicaps " objectifs " ? Quel business plan avait prévu les milliards de sms qui s'échangent dans le monde ? Il fallait se souvenir que le besoin de communiquer est né avec l'humanité et que les ados qui ont été les premiers à adopter la fonction ont toujours inventé des comportements leur permettant de s'opposer aux adultes pour se construire. Deux effets dominos dans cette martingale pas facile à caser dans la feuille Excel... Il vaut peut-être mieux corriger que vouloir tout penser.

P.S. : ne pas oublier d'être " farfelu " !

Il fallait quand même être non-conforme pour imaginer qu'un objet plus lourd que l'air puisse voler, qu'on distribue de la presse gratuite, que Google devienne un outil de veille épidémiologique (les mots-clés renseignent sur les préoccupations des populations), que des vélos soient en libre-service dans les villes, que des seniors aident des enfants à lire, écrire et compter, que Twitter mette en relation des gens autour d'une question aussi banale mais aussi universelle que " What are you doing ? ", que votre entreprise demain ... (à vous de compléter en équipe), que..., que....

Etre en bonne santé pour une entreprise, c'est avoir beaucoup d'idées d'avance.

*Pierre-Louis Desprez est DG de Kaos Consulting, cabinet spécialisé dans l'innovation et les marques, et expert APM. Contact : pierre-louis.desprez@kaosconsulting.com

Réagir à cet article



Partager :



Pour aller plus loin

VIE DE L'ENTREPRISE

Création d'entreprise : vers un guichet unique sur internet

[02.06.09]

Médiation du crédit : stabilisation des dépôts de dossiers

[02.06.09]

Les licenciements économiques alimentent la hausse du chômage

[29.05.09]

Le régime des autoentrepreneurs victime d'un cafouillage informatique

[29.05.09]

DÉFAILLANCES. Le nombre des défaillances d'entreprises jugées sur...

[29.05.09]

Plan du site

La bourse	Les secteurs	Débats	L'actualité par région	Les Echos PME	Les Echos sur mobile
L'actualité boursière	Le journal	Vos commentaires	Culture	Management	Vos alertes
Communiqués entreprises	Les sociétés citées	Nos forums	Nos fils RSS	Nos biographies	Nos Newsletters
Finances personnelles	Nos archives	Nos blogs	Les dernières dépêches	Emploi	Météo

Nouveau: Les Cercles

Espace clients / Abonnements

Abonnement Pack (journal + web)	Abonnement Journal papier	Abonnement Web	Grands Comptes	Abonnement Echosup
Espace clients				

Sites web du groupe