

CM CONSULTING

Planifier l'innovation

Identifier les opportunités majeures et les transformer en projets

Objectifs	Recherche de nouvelles pistes pour soutenir la croissance, notamment grâce à: <ul style="list-style-type: none">▪ l'incorporation de nouvelles fonctions ou fonctions améliorées aux produits existants▪ de nouveaux champs d'application et marchés▪ la prise en compte du progrès technique
Situation	Entreprise focalisée sur un marché ou une technologie et qui cherche de nouvelles opportunités
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none">▪ Revue systématique de la perspective du client▪ Identification quasi exhaustive des idées de valeur▪ Sélection des projets d'innovation les plus porteurs
Etapes	<p>Phase 1: Définir les orientations générales pour l'effort d'innovation</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Développement du modèle de valeur du client▪ Identification des problèmes non résolus et catégories de besoins non couverts▪ Idées, technologies émergentes, opportunités déjà reconnues <p>Phase 2: Approfondir la connaissance des problématiques et générer des idées</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Identification des paramètres, attributs et fonctions ; effets utiles et indésirables▪ Evaluation des tendances d'évolution▪ Repérage des conflits techniques non résolus▪ Identification des opportunités techniques et élaboration de nouveaux concepts <p>Phase 3: Assurer l'alignement des projets sur la stratégie</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Confirmation du concept d'affaires▪ Développement de la future palette de produits et marchés▪ Filtre stratégique <p>Phase 4: Choisir le portefeuille de projets</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Evaluation des concepts▪ Coûts, avantages et risques▪ Définition du portefeuille et des plans de projets
Equipe	A définir
Consultant	Claude Meylan