

Pourquoi innover ?

Pourquoi innover ?

10 raisons d'innover :

- pour créer de la valeur
- pour conquérir de nouveaux marchés
- pour réussir à l'exportation
- pour améliorer son offre
- pour anticiper
- pour distancer la concurrence
- pour garder le contrôle
- pour gérer le changement
- pour mobiliser ses salariés
- pour survivre?

source : www.club-innovation.info

Rien n'est éternel ! Ce simple adage devrait suffire à pousser tout chef d'entreprise à innover. Dans un monde où la concurrence s'accroît jour après jour, innover devient un véritable impératif vital.

En effet, pratiquement tous les produits présentent le même type de cycle de vie, se concluant inéluctablement par une phase de déclin. La seule manière pour rebondir est alors d'être capable de préparer un nouveau produit avant que l'actuel ne soit complètement obsolète.

L'innovation permet aussi à l'entreprise de se procurer des avantages compétitifs. Ces avantages lui permettront de dominer son marché et de devenir la référence sur celui-ci. L'entreprise innovante n'aura alors plus à subir les règles de la concurrence mais pourra les imposer.

Et enfin, innover peut s'avérer très intéressant du simple fait des politiques d'incitations fiscales.

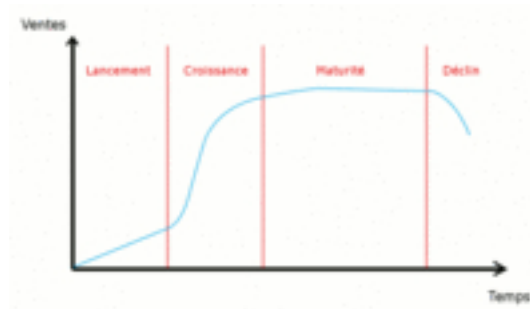
L'innovation peut se décliner sous une multitude de formes. On y distingue ainsi l'innovation : de produit ou service, de procédé de production, d'organisation ou encore de mode de commercialisation. Cependant cette liste n'est pas exhaustive et peut se décliner à l'infini avec l'apport de changements dans les modes de financement, de formation, de valeurs, de manière

d'exporter?

Si l'on s'attache plus spécialement à l'innovation de produit ou de service, on se rend alors compte qu'elle existe sous cinq formes principales:

- **L'innovation incrémentale** (lancement d'un nouveau produit). Exemple : le bouchon de bouteille en plastique en remplacement de celui en liège.
- **L'innovation de rupture** (mise sur le marché d'un produit en décalage avec la cible habituelle de l'entreprise). Exemple : passage de la cassette VHS au DVD.
- **L'innovation pour conquérir de nouveaux clients** (pendant la phase de croissance du produit ou service). Exemple : MacDonal'd's proposant des salades.
- **L'innovation pour restaurer les marges** (en période de maturité). Exemple : Intel lance des nouveaux processeurs un peu plus puissants tous les ans.
- **L'innovation pour préparer la transition vers un nouveau marché** (en phase de déclin). Exemple : la voiture hybride.

Cycle de vie d'un produit :



Cycle de vie et stratégie : www.btsac.com

« Imite, assimile et ensuite innove? » -
Clark Terry

« L'innovation systématique requiert la volonté de considérer le changement comme une opportunité » -
Peter Druker

« Innover, ce n'est pas avoir une nouvelle idée mais arrêter d'avoir une vieille idée » -
Edwin Herbert Land

Nota bene

Nous proposons ici une aide méthodologique pour mener à bien le développement de l'innovation en entreprise. Pour des raisons de commodité, nous l'avons établie selon un axe linéaire. Mais il convient de rappeler que même s'il existe un lien chronologique entre toutes ces étapes, celles-ci n'en demeurent pas moins interdépendantes les unes des autres. Il est très probable que pendant le processus, on soit amené à revenir sur une étape passée ou à en sauter une.

La veille est par exemple une étape qu'il est recommandé de faire en continu (pendant et après les autres étapes).

Nous proposons un outil, à vous de vous en servir de la meilleure façon.