L'innovation ouverte

publié le 05/12/2011

Descriptif :

Le service Recherche & Développement d'une entreprise n'est pas sa seule source d'inspiration pour innover.

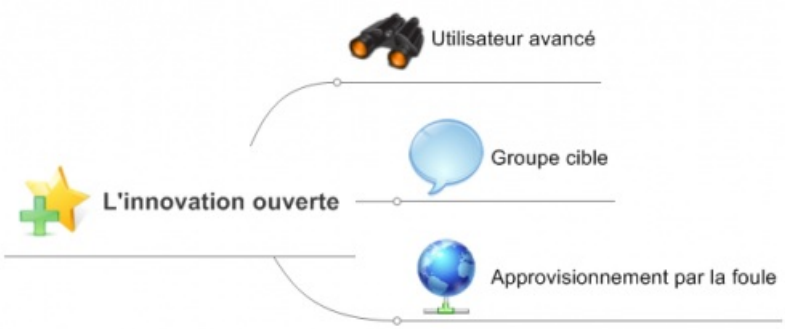
Sommaire :

- L'utilisateur avancé (*Lead User*)
- Le groupe cible (*Focus Group*)
- L'approvisionnement par la foule (*Crowdsourcing*)

L'innovation ouverte repose sur l'association de l'entreprise avec des partenaires extérieurs. Parmi les principaux bénéfices pour l'entreprise, citons un moindre coût de l'innovation à résultat équivalent et une baisse du risque du fait de l'amélioration de la pertinence de l'innovation. A chaque fois, l'objectif est de profiter de nouvelles idées venant de sources externes à l'entreprise.

L'utilisateur avancé (*Lead User*)

Un utilisateur avancé est un usager expert d'un produit. Ses attentes vont très au-delà de l'utilisateur moyen. Il crée donc parfois lui-même la réponse à son besoin et cette solution peut être à l'origine d'une innovation commerciale. Pour l'entreprise, la première étape consiste à identifier les utilisateurs *leaders*, avant de s'appuyer sur leurs pratiques pour s'engager dans un travail de maturation pour faire émerger un nouveau concept de produit.
L'objectif est de profiter de nouvelles idées venant d'experts externes à l'entreprise.



Le groupe cible (*Focus Group*)

Le groupe cible est une méthode d'enquête qualitative. Il rassemble différentes personnes, sélectionnées et invitées à faire part de leur expérience. Les échanges se font sous la conduite d'un animateur et en présence d'un observateur. Ce dernier note les réactions des participants.
L'objectif est de collecter des avis sur un produit ou un concept, pour ajuster des choix de conception.

L'approvisionnement par la foule (*Crowdsourcing*)

La traduction littérale en française n'est pas très heureuse et certains lui préfèrent "externalisation distribuée à grande échelle". C'est sans doute plus précis, mais pas forcément plus clair !
Le *crowdsourcing* consiste à solliciter un grand nombre de personnes extérieures à l'entreprise pour résoudre un problème ou trouver une nouvelle idée. Ce fut le cas par exemple pour l'entreprise pétrolière BP en 2009. Elle eut recourt au *crowdsourcing* pour trouver une solution pour colmater la brèche sur une installation pétrolière dans le golfe du Mexique.

Cette méthode, peut onéreuse en regard de la mobilisation, permet de s’adresser à une multitude d’experts ou de créateurs extérieurs à l’entreprise, ce qui accroît la probabilité de voir apparaître une solution originale. Les résultats dépendent toutefois du nombre de personnes mobilisables sur le problème et de la capacité de l’entreprise à formuler sa demande et à traiter les réponses !

Académie de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.