




## 5 randonnées pour une rentrée au sommet de l'innovation

**Cet été, prends de la hauteur pour une rentrée ambitieuse, structurée et inspirante.**

🧐 5 randonnées pour gravir les sommets de l'innovation... sans perdre le souffle. À explorer à l'ombre d'un pin, sur une terrasse ou entre deux baignades.

 Ce cahier de vacances spécial innovation est offert par innovecteur. Nous sommes des praticiens expérimentés qui accompagnent les entreprises dans la transformation de leur management de l'innovation. Résultats concrets garantis !

## À propos d'innovecteur

*Transformer les défis d'aujourd'hui en valeur pour demain*

---

### Notre mission

Concevoir et mettre en œuvre les transformations des entreprises.

Nous aidons les organisations à transformer leurs ambitions en résultats concrets grâce à une démarche structurée, opérationnelle et engageante.

### Notre offre

Nous augmentons la capacité à innover de nos clients :

- Optimiser le retour sur investissement des projets d'innovation
- Inventer le business de demain et lancer de nouvelles activités
- Accélérer le time-to-market et améliorer l'efficacité des organisations

### Notre approche

Aborder chaque mission comme votre levier vers plus de résilience.

Nous accompagnons nos clients dans la durée, avec une conviction : la culture et les personnes sont la clé du succès.

### Quand faire appel à nous ?

- Des projets qui peinent à franchir le cap entre idée et valeur
- Des projets innovants qui peinent à prouver leur rentabilité
- Un portefeuille de projets mal priorisé ou déséquilibré
- Une démobilisation des équipes

### Quelques missions récentes

- Transformation opérationnelle du Lab d'un groupe pour accélérer sa transformation stratégique
- Optimisation de l'innovation et réorganisation des ressources pour une ETI engagée dans la décarbonation
- Déploiement de produits-pilotes et gestion opérationnelle multi-partenariale

### Nos points forts

★ ★ ★ ★ ★ Des praticiens expérimentés qui font du conseil.

Nous disposons d'expériences significatives dans des fonctions opérationnelles au sein d'entreprises comparables à celles que nous accompagnons au quotidien. Notre vécu est l'ingrédient essentiel de la conduite du changement associée à chacune de nos missions.

★ ★ ★ ★ ★ Notre vision du partage des savoirs.

Nous développons des savoirs depuis 2015, sous forme d'articles, interviews, toolkits. Nous les mettons gratuitement à votre disposition au sein de notre blog. Cette expertise, reconnue et appréciée, nous a conduit à publier des ouvrages de référence auprès de grandes maisons d'édition.

★ ★ ★ ★ ★ Pleine exploitation de la Data et du Digital.

L'exploitation de la richesse de vos données avec des algorithmes et des solutions logicielles permet d'accroître votre performance. innoHERO, notre famille d'assistants, a été spécifiquement construite pour vous soutenir dans vos défis, en complément de nos interventions.

## Rando #1 – Le sentier du cap clair

### Prendre de la hauteur pour (re)clarifier l'ambition d'innovation de l'entreprise

C'est l'été. Les feuilles de route sont moins pressantes, les réunions se font rares... et si c'était le bon moment pour appuyer sur "pause" et regarder ce que votre organisation a réellement accompli sur le front de l'innovation ?


Ce sommet-là n'est pas un simple point de vue. C'est un passage clé : un moment pour observer, aligner, ajuster... et repartir avec une intention claire.



### Pourquoi commencer par là ?

Aucune initiative d'innovation ne peut porter ses fruits si l'organisation ne comprend pas clairement :

- son **contexte externe** (technologique, réglementaire, environnemental...),
- ses **enjeux internes** (stratégie, culture, ressources),
- et les **attentes de ses parties prenantes**.

 Cette étape, trop souvent survolée, est pourtant fondamentale pour **formuler une ambition d'innovation crédible, inspirante, et alignée** avec la stratégie globale.

---

### Votre mission : clarifier le cap

✓ Faites le point sur ce qui a été réalisé ce semestre :

- Quels signaux faibles ont été détectés mais pas encore traités ?
- Quelles tensions internes ou opportunités externes ont émergé ?
- Le management a-t-il pris position sur l'ambition d'innovation de l'entreprise ?

✓ Menez un **diagnostic stratégique d'innovation** :

- Cartographiez les parties prenantes (clients, partenaires, équipes internes, régulateurs, etc.)
- Recueillez leurs **attentes explicites et implicites** vis-à-vis de l'innovation
- Identifiez ce qui peut constituer une **opportunité durable** pour votre organisation

✓ Formalisez l'**intention d'innovation** de l'entreprise :

- Quelle est votre ambition ?
  - Dans quels domaines souhaitez-vous innover ?
  - Quelles ressources êtes-vous prêts à engager ?
  - Cette intention est-elle connue et partagée ?
-

### ⚠ 3 pièges à éviter

- ❌ Se contenter d'un diagnostic "PowerPoint" sans confrontation aux réalités terrains
- ❌ Croire que l'ambition d'innovation peut être décrétée sans concertation
- ❌ Faire l'impasse sur l'évolution des attentes des parties intéressées

« Celui qui n'appliquera pas de nouveaux remèdes doit s'attendre à de nouveaux maux ; car le temps est le plus grand des innovateurs. »

*Francis Bacon*

---

### 🏆 Le défi de l'été (à relever en équipe)

Organisez un atelier collaboratif avec les métiers, la direction et des partenaires externes.

L'objectif ?

→ Croiser regards internes et externes pour **co-construire une intention d'innovation partagée**, ancrée dans la stratégie de l'entreprise et nourrie des réalités du terrain.

---

### 🔔 Les conseils de Frédéric Sauzet

« L'ambition d'innovation n'est pas une phrase en haut d'un slide. C'est une boussole opérationnelle. Elle sert à orienter les décisions, prioriser les projets, et mobiliser les équipes. Si elle est floue, l'organisation s'épuise à marcher sans direction. »

---

## Rando #2 – La crête de l’offre unique

**Captez les bonnes opportunités pour faire émerger les offres qui comptent.**

En franchissant cette crête, la vue se dégage : des idées fusent, des besoins apparaissent, et les opportunités d’innovation deviennent visibles... à condition de savoir les reconnaître.



### Pourquoi cette étape est décisive ?

Parce qu'une bonne idée ne suffit pas. Pour construire des offres innovantes à forte valeur ajoutée, encore faut-il **identifier les bonnes opportunités** : celles qui répondent à de vrais besoins, exprimés ou non, et qui s'inscrivent dans la stratégie de création de valeur de votre organisation.

---

### Votre mission : capter et trier ce qui mérite votre énergie

#### Activez l'écoute terrain :

- Mettez en place des canaux pour **collecter des insights** : retours clients, observations d'usage, signaux faibles captés par vos collaborateurs, études sectorielles...
- N'oubliez pas les **non-clients actuels** : pourquoi ne viennent-ils pas ? À quoi répondent-ils ailleurs ?
- Sollicitez aussi les **parties prenantes internes** pour capitaliser sur l'intelligence collective.

#### Structurez votre dispositif :

- Créez une routine de partage d'insights dans vos équipes
- Utilisez l'IA pour faire émerger des tendances, détecter des signaux faibles ou regrouper des patterns dans les feedbacks
- Formez vos collaborateurs à la formulation d'observations exploitables (parfois, "une gêne" vaut plus qu'un sondage)

#### Triez avec méthode :

- Adoptez un cadre clair de hiérarchisation (désirabilité – faisabilité – viabilité)
  - Impliquez différentes fonctions de l'organisation dans ce tri pour éviter les biais métiers
  - Confrontez vos premières idées à la réalité du terrain
-



### ⚠ 3 pièges à éviter

- ❌ S'en tenir aux besoins "déclarés" sans chercher les signaux faibles ou les besoins latents
- ❌ Écarter trop vite des insights provenant de l'extérieur du périmètre habituel
- ❌ Classer les opportunités "à l'intuition" sans grille d'analyse partagée

« Innover, ce n'est pas avoir une nouvelle idée, mais arrêter d'avoir une vieille idée. »

*Edwin Herbert Land*

---

### 🏠 Le défi de l'été (à faire en équipe innovation)

Organisez un "Sprint Insights" de 2 jours avec vos équipes :

- 1 jour pour **collecter, croiser et partager des insights** (internes, clients, non-clients, terrain)
- 1 jour pour **hiérarchiser les opportunités** en petit groupe et les pitcher devant une direction ou un COMEX

Bonus : intégrer un expert externe ou un client-clé dans le jury final pour confronter vos perceptions.

---

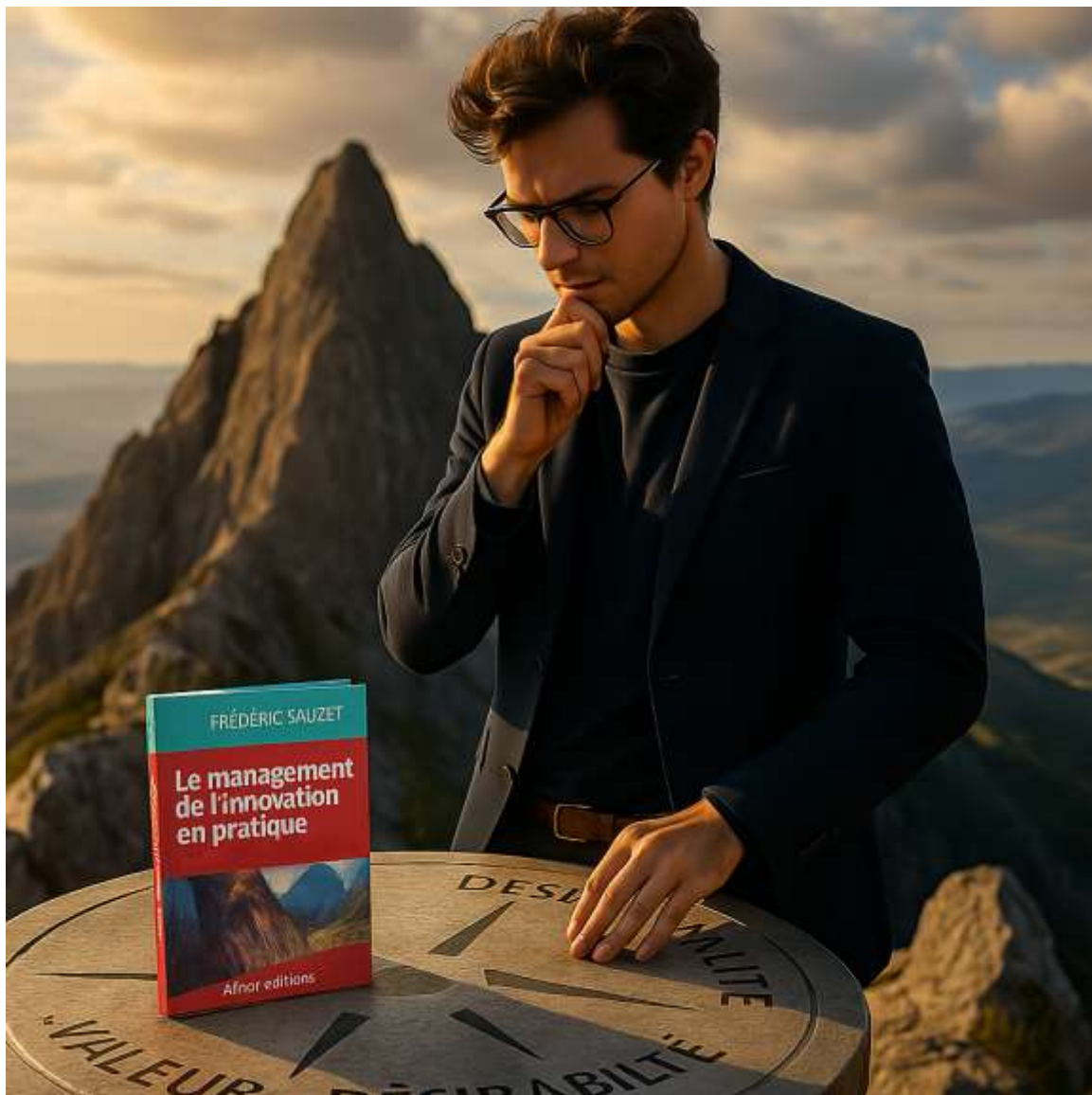
### 🔔 Les conseils de Frédéric Sauzet

« Une offre innovante ne naît pas dans une salle de réunion. Elle émerge là où une équipe sait capter les signaux faibles, écouter ce qui n'est pas dit, et challenger ses propres certitudes. L'innovation, c'est une posture d'explorateur. »

### Rando #3 – Le pic du marketing de l’innovation

Grimpez avec méthode pour transformer vos idées en concepts à fort impact.

Te voilà face au pic. Les idées ne manquent pas. Mais c’est ici que tout se joue : transformer une opportunité floue en une **proposition de valeur claire**, désirable, et testée.



### Pourquoi cette étape est critique ?

Parce que c'est là que la **créativité rencontre la stratégie**.

À ce stade, il ne suffit plus de générer des idées. Il faut les structurer, les hiérarchiser, puis les **confronter au réel**. Le risque ? Investir dans de "fausses bonnes idées" si on néglige les incertitudes qui les accompagnent.

---

### Votre mission : faire émerger des concepts qui méritent d'être testés

#### ✓ Générez des concepts à partir des insights identifiés :

- Organisez des ateliers mêlant design thinking, créativité, et technologie (IA, co-création...)
- Impliquez des profils variés pour enrichir les angles de vue
- Ne vous censurez pas : les idées les plus prometteuses sont parfois les plus inattendues




#### ✓ Formalisez chaque concept :

- Quelle proposition de valeur pour quel segment ?
- Quelles hypothèses doivent être vraies pour que ça fonctionne ?
- Quels sont les risques clés : techniques, d'usage, d'acceptabilité ?

#### ✓ Testez vite, apprenez vite :

- Identifiez les **zones d'incertitude majeures**
  - Priorisez les hypothèses à valider en priorité (problem/solution fit, faisabilité, coût...)
  - Concevez des tests rapides et ciblés pour passer du flou à l'action
- 

### 3 pièges à éviter





-  Confondre idée séduisante et opportunité réellement porteuse
-  Négliger les hypothèses cachées dans un concept
-  Se précipiter dans le développement sans retour terrain

« Aimons les nouveautés en novateurs prudents. »

*Casimir Delavigne*

---

### **Le défi de l'été (à relever avec l'équipe projet)**

-  Choisissez **une opportunité identifiée** dans votre organisation
-  Formulez **3 concepts différents** répondant au même besoin
-  Pour chacun, listez les 3 hypothèses clés à tester
-  Concevez un test terrain simple pour la rentrée (landing page, interview utilisateur, simulation d'usage...)

Objectif : **valider ou abandonner en 30 jours.**

---

### Les conseils de **Frédéric Sauzet**

« Trop de projets d'innovation échouent parce qu'on cherche à convaincre avant d'avoir appris. Un bon concept, c'est une idée qui a déjà rencontré sa réalité. Soyez à la fois curieux, exigeants... et testeurs compulsifs. »

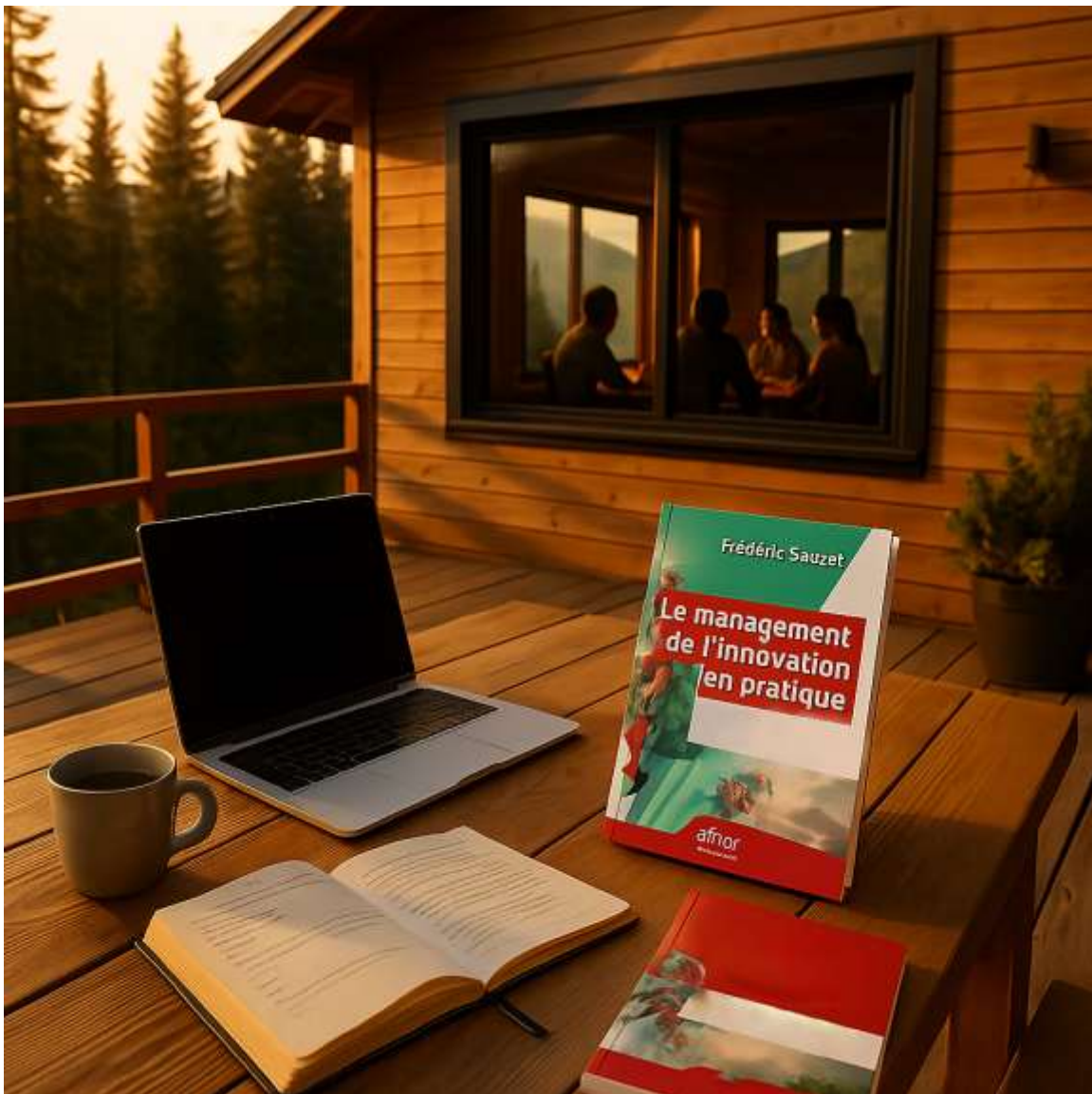
---

## Rando #4 – Le refuge des compétences

Là où chaque projet renforce le capital d'innovation de l'organisation.

Tu as gravi les premières pentes : identifié des opportunités, imaginé des concepts, validé des hypothèses.

Bienvenue dans le refuge... là où on transforme les idées en solutions concrètes, mais surtout, où **chaque projet alimente le savoir collectif**.



### Pourquoi cette étape est vitale ?

Parce que l'innovation ne s'arrête pas au lancement d'un produit.

Chaque initiative d'innovation – qu'elle aboutisse ou non – est aussi **une source précieuse d'apprentissage**.

C'est dans ce refuge que l'organisation construit ses véritables compétences d'innovation.

---

### Votre mission : industrialiser... et capitaliser

#### Déployer les solutions validées :

- Affinez votre modèle de création de valeur
- Planifiez le passage à l'échelle avec une vision claire du product/market fit
- Préparez les canaux de distribution, la communication, les ressources

#### Mesurez l'impact réel de l'innovation :

- Pénétration du marché, adoption utilisateur, délai de mise sur le marché
- Retour sur investissement, notoriété, engagement, bénéfices environnementaux ou sociaux
- Collectez des données à chaque étape pour ajuster, corriger, et prouver la valeur

#### Créez une culture de l'apprentissage par projet :

- Organisez systématiquement des **rétrospectives d'innovation**
  - Formalisez les connaissances produites (même tacites), identifiez ce qui peut être réutilisé
  - Mettez en place des **mécanismes de partage** entre équipes, pour éviter de “réinventer la roue” à chaque fois
-

### ⚠ 3 pièges à éviter

- ❌ Négliger l'analyse post-projet au profit du "suivant"
- ❌ Laisser les apprentissages dormir dans la tête des équipes (ou pire, partir avec elles)
- ❌ Ne pas mesurer la contribution réelle de l'innovation à la performance globale

« Savoir écouter, c'est posséder, outre le sien, le cerveau des autres. »

*Léonard de Vinci*

---

### 📁 Le défi de l'été (à lancer avec vos porteurs de projets)

📁 Sélectionnez un projet d'innovation récemment lancé ou clôturé

📋 Organisez une rétrospective structurée avec l'équipe :

- Qu'a-t-on appris ?
- Que peut-on transférer ailleurs dans l'organisation ?
- Quels impacts (positifs ou négatifs) sur les utilisateurs, l'organisation ou la société ?

📄 Documentez l'ensemble et diffusez à un cercle élargi

Objectif : faire de ce projet une **source d'inspiration et d'intelligence collective**, pas juste une ligne dans un tableau de bord.

---

### 🔔 Les conseils de **Frédéric Sauzet**

« Un projet d'innovation n'est pas seulement un prototype ou un produit. C'est un **concentré de connaissances**. Le vrai enjeu ? Savoir les capter, les faire circuler, et en faire une base pour innover mieux... la prochaine fois. »

---

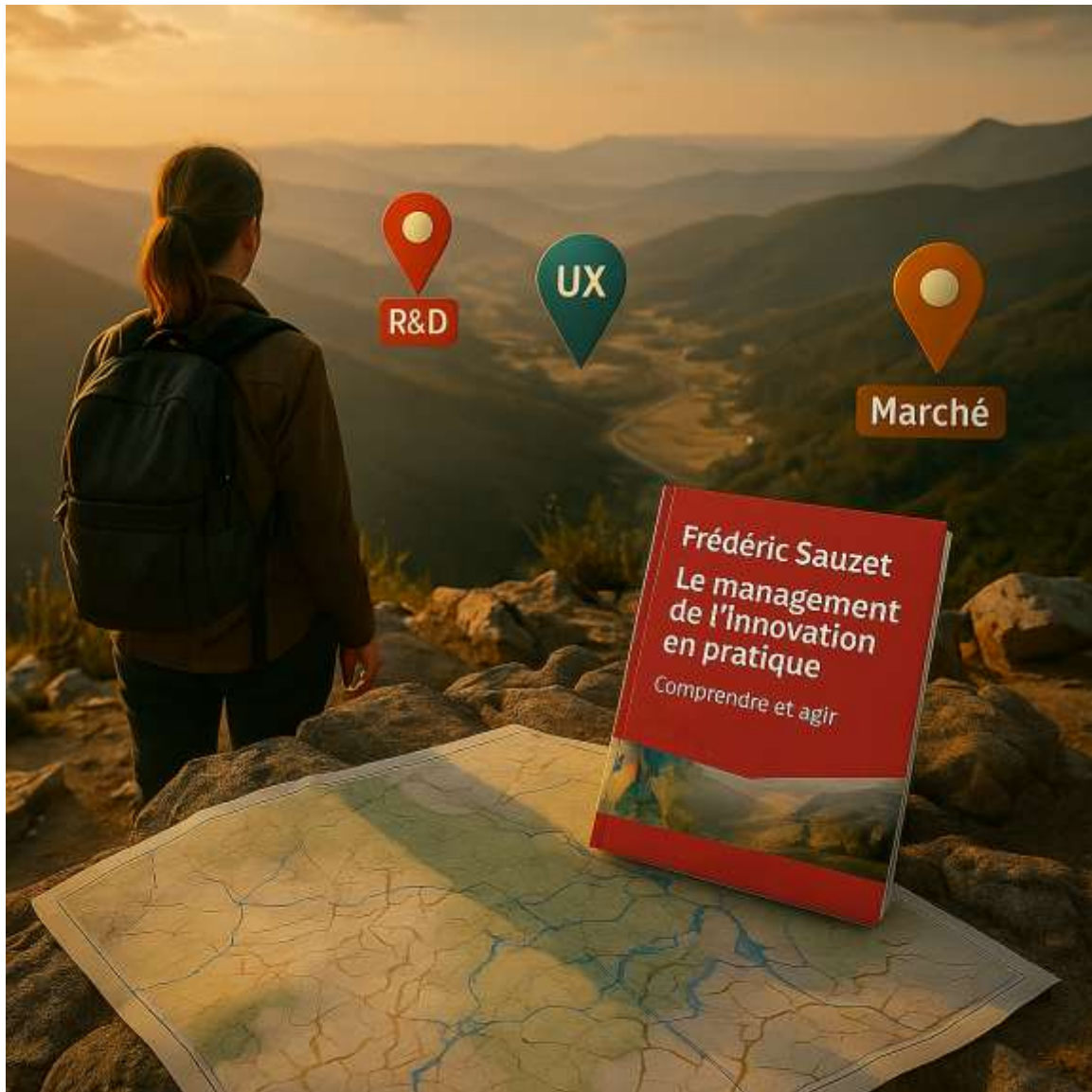


## Rando #5 – Le sommet de tes priorités

Prenez de la hauteur pour voir où l'innovation mérite vraiment d'avancer.

Bravo, tu y es.

Après les sentiers, les cols et les crêtes, voici le sommet. C'est ici qu'on arrête de courir dans toutes les directions... pour **choisir avec lucidité les projets qui comptent vraiment.**





### Pourquoi cette étape est essentielle ?

Parce que gérer l'innovation, ce n'est pas additionner des projets. C'est construire un **portefeuille équilibré, aligné et piloté**, pour concentrer les ressources sur les vraies priorités.

---

### Votre mission : piloter avec méthode et vision

#### Cartographiez vos initiatives d'innovation :

- Quels projets sont en cours ?
- Sont-ils liés par des technologies, des usages, des objectifs communs ?
- Où sont les redondances, les angles morts, les doublons ?




#### Évaluez votre portefeuille avec des critères clairs :

- Niveau de risque vs bénéfices potentiels
- Maturité technologique / marché
- Valeur ajoutée, effort requis, alignement stratégique
- Nouveaux usages, nouvelles cibles ou simple amélioration incrémentale ?

#### Ajustez vos arbitrages :

- Réaffectez les ressources aux initiatives à plus fort impact
  - Osez arrêter (proprement) ce qui n'a plus de potentiel stratégique
  - Organisez votre portefeuille comme un levier de **focus, d'impact et de résilience**
- 

### 3 pièges à éviter

-  Penser qu'un bon projet doit *forcément* aboutir à un lancement
-  S'éparpiller en soutenant trop d'initiatives au lieu d'arbitrer
-  Ne pas tirer de valeur des projets arrêtés

« Rien n'est plus dangereux qu'une idée quand on en n'a qu'une. »


*Paul Claudel*

---

### **Le défi de l'été (pour la direction innovation)**

 Organisez une **revue de portefeuille** avant la rentrée :

- Classez tous vos projets en 3 catégories : *accélérer, ajuster, arrêter*
- Repérez les synergies possibles entre projets
- Identifiez les “poches dormantes” de valeur : expérimentations oubliées, idées abandonnées trop vite, projets terminés mais mal capitalisés

 Objectif : relancer septembre avec un portefeuille recentré, piloté... et assumé.

---

### Les conseils de **Frédéric Sauzet**

« Piloter un portefeuille, c'est refuser l'agitation pour cultiver la cohérence. C'est arbitrer avec courage, mais aussi savoir préserver les apprentissages d'un projet arrêté. Le bon réflexe : miser petit, apprendre vite, et réinvestir intelligemment.

## Prochaines étapes

**On espère que ce carnet t’a permis de reprendre ton souffle et de muscler ta pratique de l’innovation pour une rentrée au sommet.** Ces randonnées sont une invitation à la prise de recul, à la structuration et à l’action. Et ce n’est que le début ! Tes efforts de l’été vont payer, c’est garanti.

Tu veux aller plus loin ? Chez innovecteur, on t’accompagne pour transformer l’idée en impact.

Voici comment prolonger l’aventure ensemble :

### Notre approche du conseil

Chez innovecteur, nous ne croyons pas aux interventions sans lendemain. Nous ne vendons pas des outils. Nous co-construisons une dynamique d’innovation ancrée dans votre réalité.

- ✓ Stratégique – cohérence & priorisation
- ✓ Managériale – alignement & dynamique collective
- ✓ Opérationnelle – méthodes et outils & résultats mesurables

### Nos modes d’intervention

- Mission embarquée : présence terrain, conduite du changement au cœur de vos équipes
- Consultation à distance : workshops, coaching stratégique en ligne
- Formule hybride : accompagnement structuré combiné avec outils digitaux, livrables opérationnels et accès aux ressources innoHERO

### innoHERO, une famille d’assistants basés sur l’intelligence artificielle

En tant que professionnel.le de l’innovation, naviguer dans l’incertitude n’est qu’un des nombreux défis auxquels vous êtes confronté.e.

Il est temps de révolutionner votre approche du management de l’innovation.




Nos agents sont conçus pour soutenir les individus et les organisations confrontés aux défis de l’innovation

Posez simplement une question et recevez des conseils pratiques.




... dans votre langue préférée, 24h/24.

## Le succès par étapes avec innovecteur




### Étape 1 : Diagnostic Innovation 360°

-  Objectif : Construire une photographie claire et partagée de votre système d'innovation
-  Résultat : Une feuille de route claire pour créer plus de valeur avec moins d'efforts
-  Durée : 4 à 6 semaines




### Étape 2 : Activation collective


-  Objectif : Mobiliser vos ressources internes autour d'une dynamique d'innovation partagée
-  Résultat : Un alignement des équipes sur les vrais enjeux, des règles du jeu claires pour innover ensemble
-  Durée : 1 à 3 mois

### Étape 3 : Incubation agile

-  Objectif : Faire émerger, structurer et tester de nouveaux relais de croissance
-  Résultat : Des concepts transformés en offres concrètes à forte valeur ajoutée
-  Durée : 3 à 6 mois

### Étape 4 : Accompagnement ISO 56001

-  Objectif : Ancrer durablement l'innovation dans vos pratiques
-  Résultat : Un management de l'innovation structurant, opérationnel et source de performance durable
-  Durée : variable selon votre maturité

 Envie d'en parler ? L'équipe innovecteur est là pour échanger.

<https://innovecteur.com/>

**Du projet innovant au management responsable de l'innovation.** *Créez un produit dont le monde a vraiment besoin*

Cet ouvrage pratique vous accompagne pas à pas pour mener un projet innovant et vous guide dans une démarche progressive de management responsable de l'innovation.

Publié le 27/01/2022

Téléchargez le teaser gratuit : <https://innovecteur.com/responsable/>



## Le management de l'innovation en pratique. Comprendre et agir avec l'ISO 56001

Le guide pratique pour mettre en place et certifier son système de management de l'innovation.  
Les exigences de la norme ISO 56001 expliquées simplement. Des exemples concrets d'entreprises innovantes.

Publié le 29/05/2025 - <https://innovecteur.com/norme56001/>

