

Stratégie d'innovation

Situation initiale

Les stratégies d'innovation sont importantes surtout lorsque la croissance économique est faible. Aucune entreprise ne peut se permettre d'attendre qu'un collaborateur ait par hasard une idée géniale. La capacité d'innovation est la compétence clé d'une entreprise qui veut s'affirmer sur le marché et tout projet d'innovation mis en œuvre avec succès constitue une avance en matière de concurrence.

Recherchez-vous des perspectives d'innovation qui contribuent à une croissance profitable ? Voulez-vous optimiser vos produits et méthodes ? Ou êtes-vous à la recherche de produits et de méthodes innovants ? Recherchez-vous un nouveau modèle d'activité ou de nouveaux domaines d'application pour vos produits ou services ?

Ensemble, avec votre savoir-faire spécifique, nos connaissances dans l'innovation et notre compétence en matière de méthodes, nous élaborerons des stratégies d'avenir.

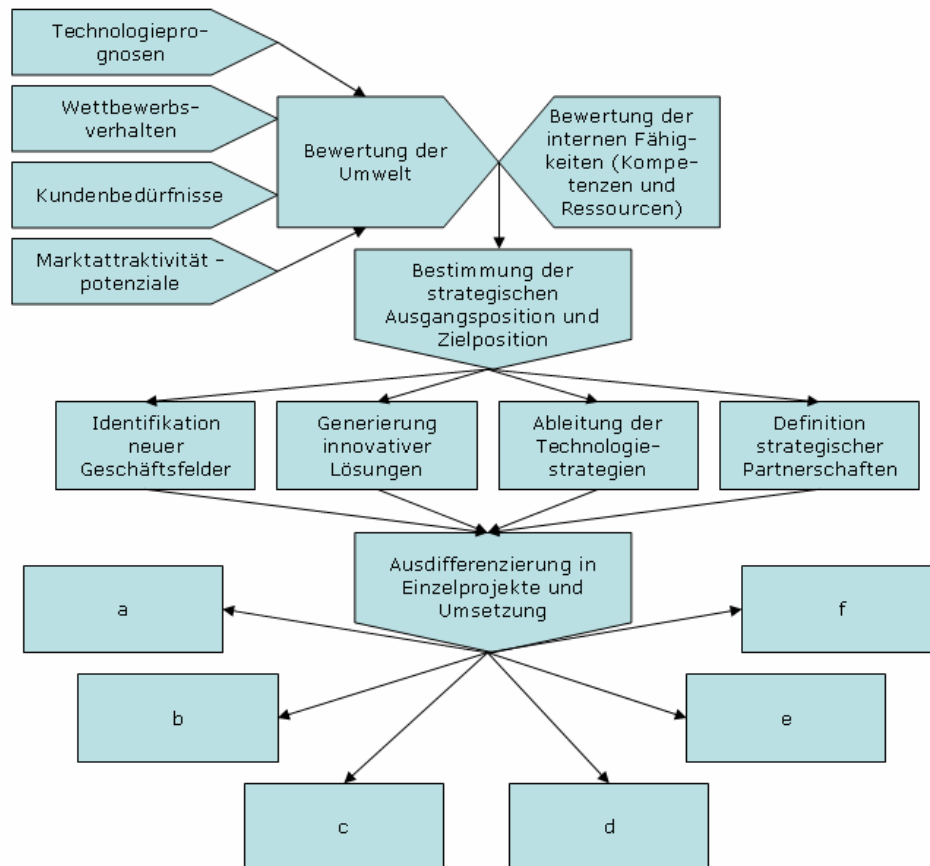
Bénéfice

- Vous étendez votre champ d'activité avec des produits et des processus innovants et réorganisez sur le long terme votre modèle commercial
- Vous renforcez votre force d'innovation et la culture d'innovation de votre entreprise
- Vous améliorez l'orientation marché de votre entreprise avec une sécurité de pronostic accrue
- La création de valeur est améliorée et une nouvelle source de croissance sur le long terme mise sur rail
- De nouvelles coopérations se développent

Méthode

La méthode d'élaboration d'une stratégie d'innovation comprend essentiellement :

- Analyse des champs technologies, méthodes, marchés, clients et concurrence
- Analyse de capacité quant à votre cœur de métier, la création de valeur et les principaux champs d'activité
- Analyse SWOT dans les domaines produits, clients et marchés, méthodes, technologies et processus
- Détermination de la situation de départ et des objectifs de l'entreprise
- Définition des champs d'activité stratégiques, des champs d'action et du positionnement sur le marché
- Elaboration des options et définition des axes d'effort
- Recherche et évaluation des nouvelles idées
- Définition des partenariats stratégiques
- Définition des projets d'innovation stratégiques qui peuvent être mis en œuvre



Public cible

Entrepreneurs, responsables du développement et responsables du marketing qui planifient avec des processus d'innovation structurés de nouveaux champs d'activité et produits innovants avec roadmaps, des développements de processus, des développements de ressources et des développements organisationnels.

Durée et organisation

Le développement d'une stratégie d'innovation prend env. quatre mois et est réalisé en étroite collaboration avec l'entreprise.