

Check-list: comment trouver de nouvelles idées

Les idées innovantes ne sont pas toujours évidentes. Cette check-list est une aide à la recherche systématique de nouvelles idées.

Getting ready: la mise au point	
<input type="checkbox"/>	Nous savons dans quels domaines nous nécessitons des innovations <ul style="list-style-type: none"> - dans les produits et services - dans les processus internes - dans la commercialisation - dans le modèle commercial
<input type="checkbox"/>	Nous savons dans quels domaines nous devons rechercher des idées d'innovation, par exemple <ul style="list-style-type: none"> - tendances du marché - tendances technologiques - besoins de la clientèle - comportement des concurrents
<input type="checkbox"/>	Nous disposons de sources d'informations à l'aide desquelles nous pouvons observer les tendances et développements pertinents, par exemple <ul style="list-style-type: none"> - réactions des clients/analyse des problèmes des clients - rapports dans des revues spécialisées et les médias - formation continue, salons - nouvelles normes et lois
<input type="checkbox"/>	Nous étudions souvent les besoins de notre clientèle et les prenons systématiquement en compte dans la recherche de nouvelles idées.
Getting far: l'ouverture	
<input type="checkbox"/>	Nous connaissons de différentes méthodes de génération d'idées et les appliquons de façon consciente. Nous prenons garde à réaliser un bon compromis entre des méthodes structurées et plutôt intuitives comme <ul style="list-style-type: none"> - le crowdsourcing - la consultation des clients/l'observation des clients - l'innovation ouverte - le brainstorming
<input type="checkbox"/>	Les méthodes mises en œuvre correspondent aux forces et aux compétences de nos collaborateurs et de l'entreprise dans son ensemble.
<input type="checkbox"/>	Lors de la génération d'idées, nous intégrons consciemment des connaissances qui sont extérieures à notre entreprise.
<input type="checkbox"/>	Pour la recherche de nouveaux secteurs d'activité ou d'innovations dans le modèle commercial, nous regardons en dehors de notre propre branche et recherchons consciemment l'échange avec des entreprises d'autres branches.
Getting done: l'arrivée	
<input type="checkbox"/>	Nous avons évalué et trié par priorité nos idées innovantes en fonction des aspects suivants: <ul style="list-style-type: none"> - point de vue de l'entreprise/des clients/du marché - objectifs techniques - objectifs économiques - objectifs temporels (voir article page 20)

Recommandation

Plus vous pouvez cocher de cases bleues, plus il sera facile à votre entreprise de trouver des idées innovantes. Au contraire, pour chaque affirmation que vous ne pouvez pas confirmer, vous disposez d'un potentiel d'amélioration. Prenez des mesures correspondantes, par exemple en rendant plus clair votre besoin d'innovations, en examinant les méthodes adaptées de génération d'idées ou en évaluant systématiquement vos idées.