

**LES LEVIERS  
DE  
L'INNOVATION**

Ivan Gavriloff

© KAOS 2012



# INNOVATION

- Pourquoi faut-il innover ?
  - *Des exemples...*
- Comment faire ?
  - *La respiration de l'intelligence créative*
- En conclusion : évidences ou secrets

# DEFINITION

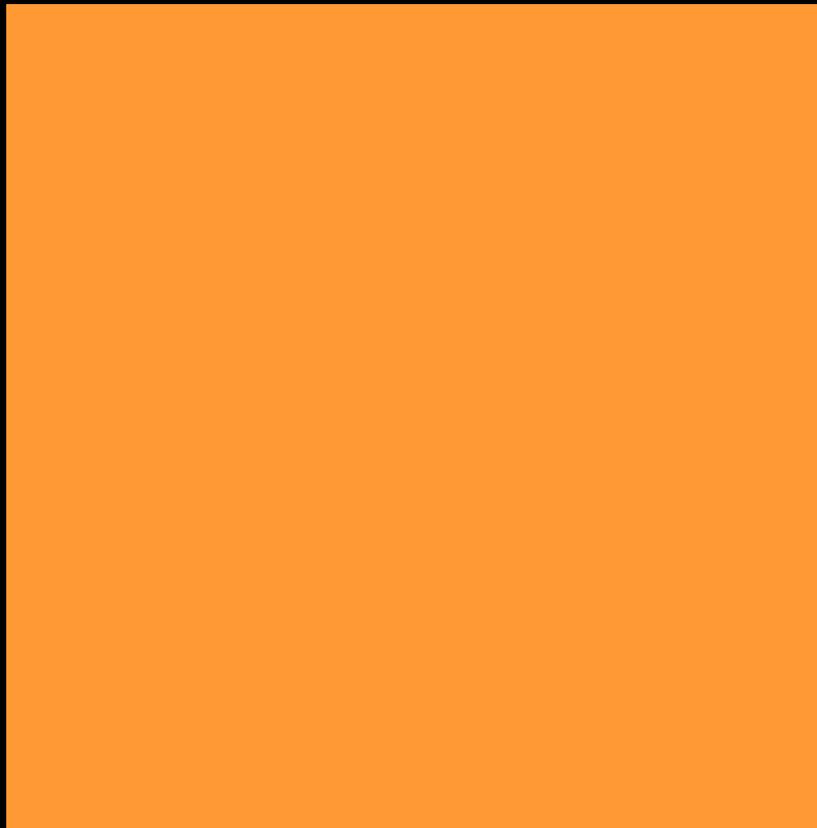
□ C'est nouveau et ça marche !



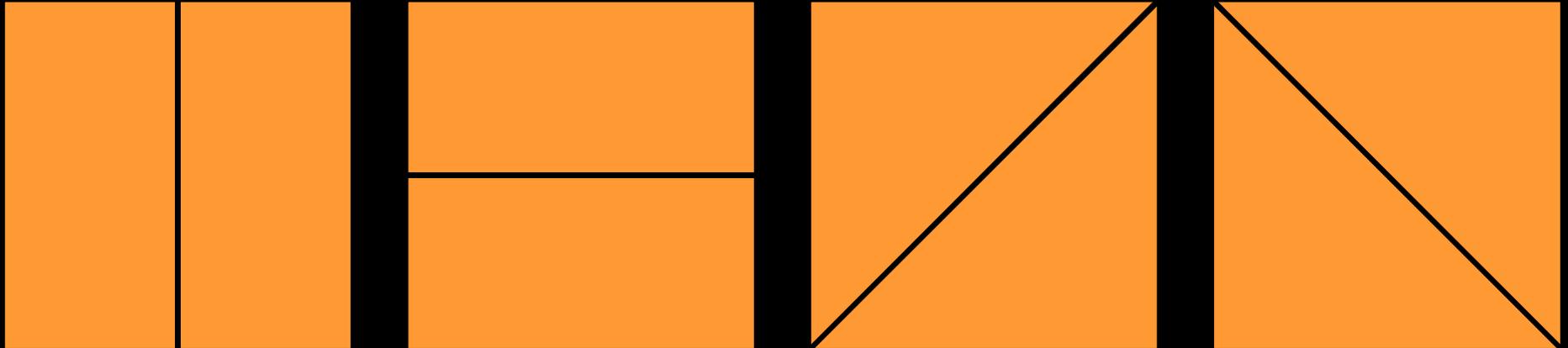
*7 de Conté, casiers plastiques*

# Exercice du carré

- ▮ Trouvez le plus de façons possibles de couper ce carré en deux parties égales et superposables.

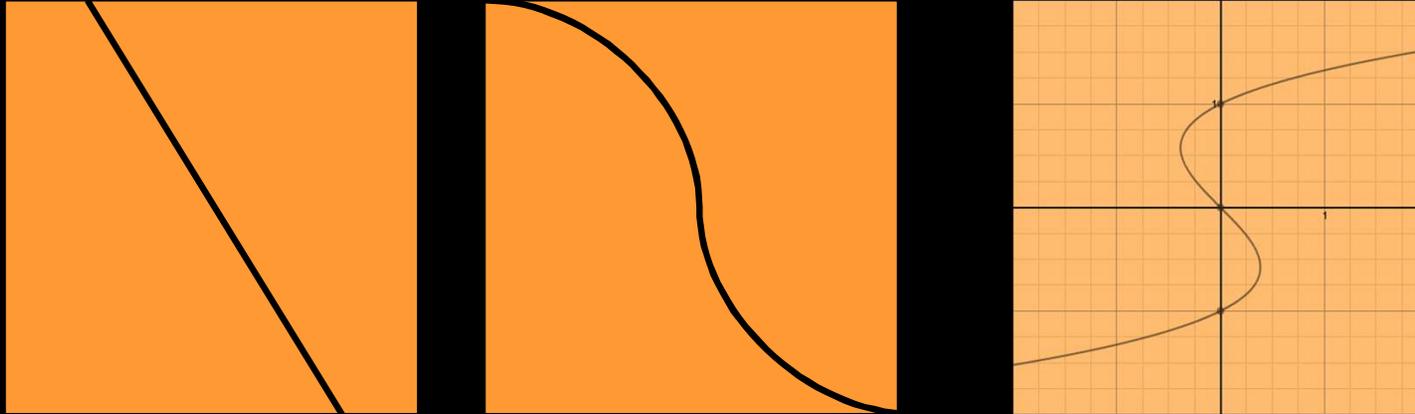


# 4 solutions immédiates



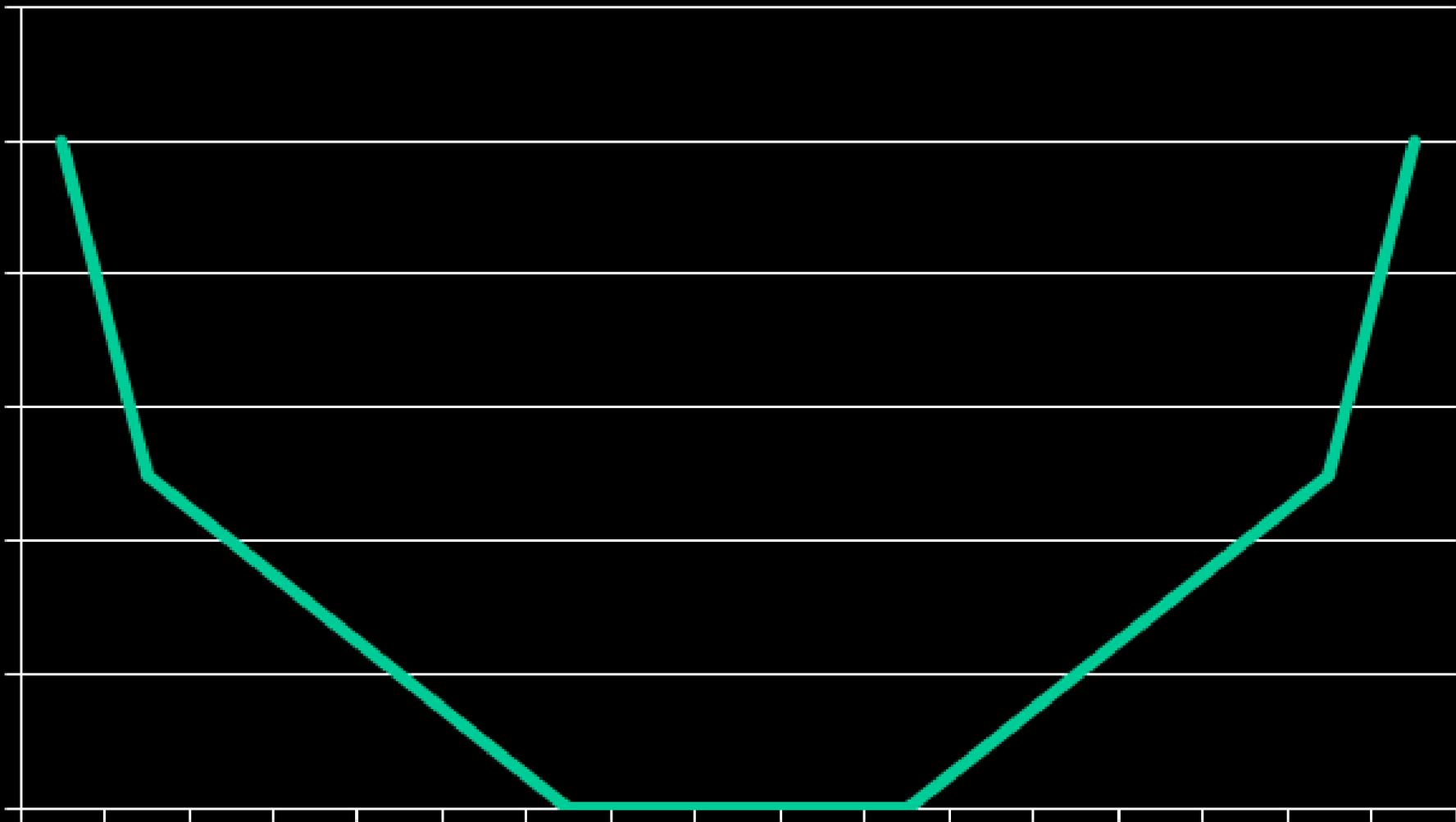
□ L'exercice commence maintenant !

# Une infinité de solutions

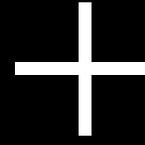
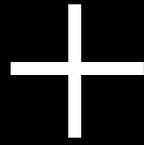
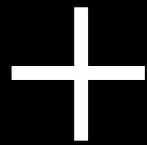
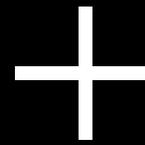
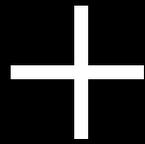
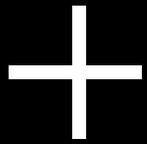
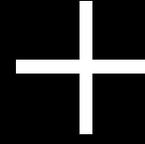
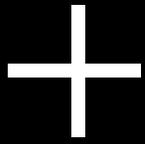
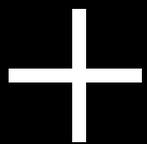


- Tout ce qui est symétrique par rapport au centre fonctionne.

# La courbe de la créativité est en U



# LES 9 CROIX

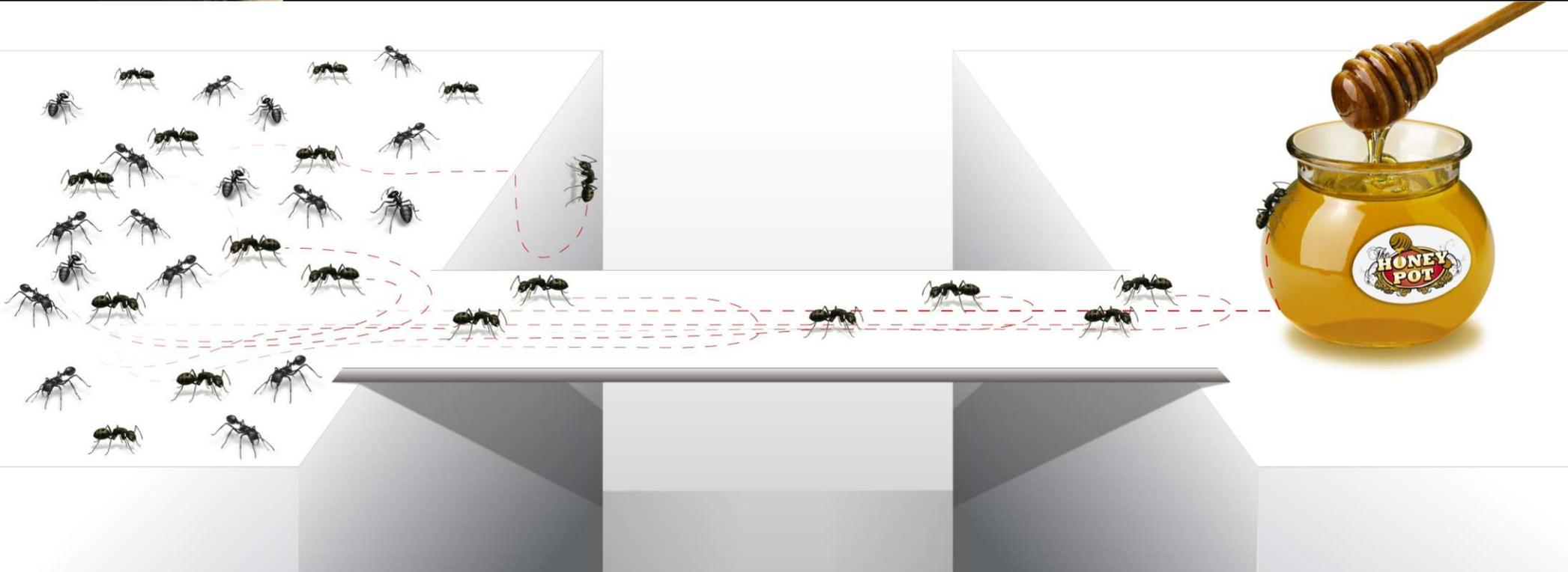


# INTELLIGENCE COLLECTIVE

kaos

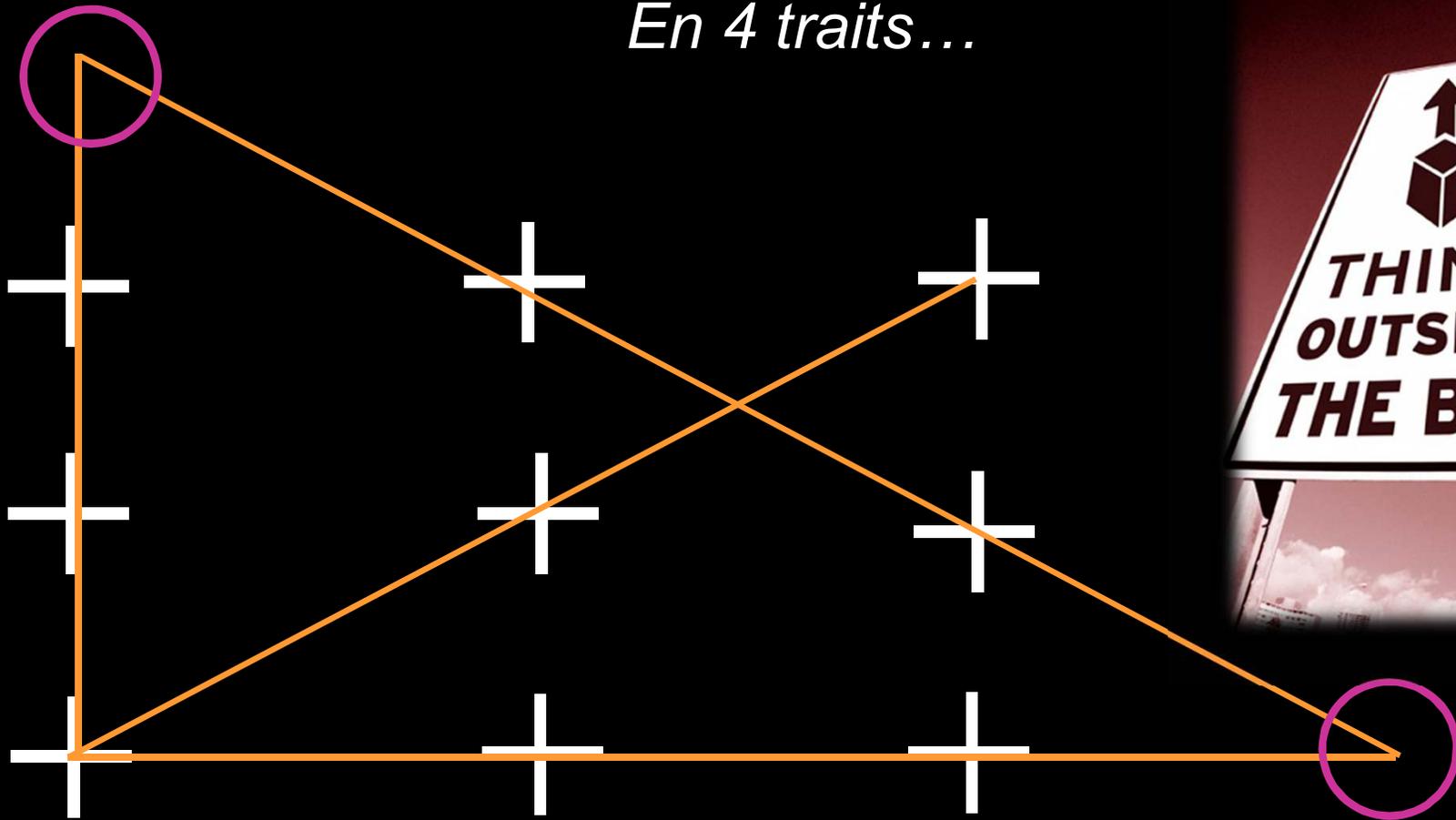
## □ L'expérience des fourmis d'Ilya Prigogine

*(prix Nobel de Chimie 1977)*



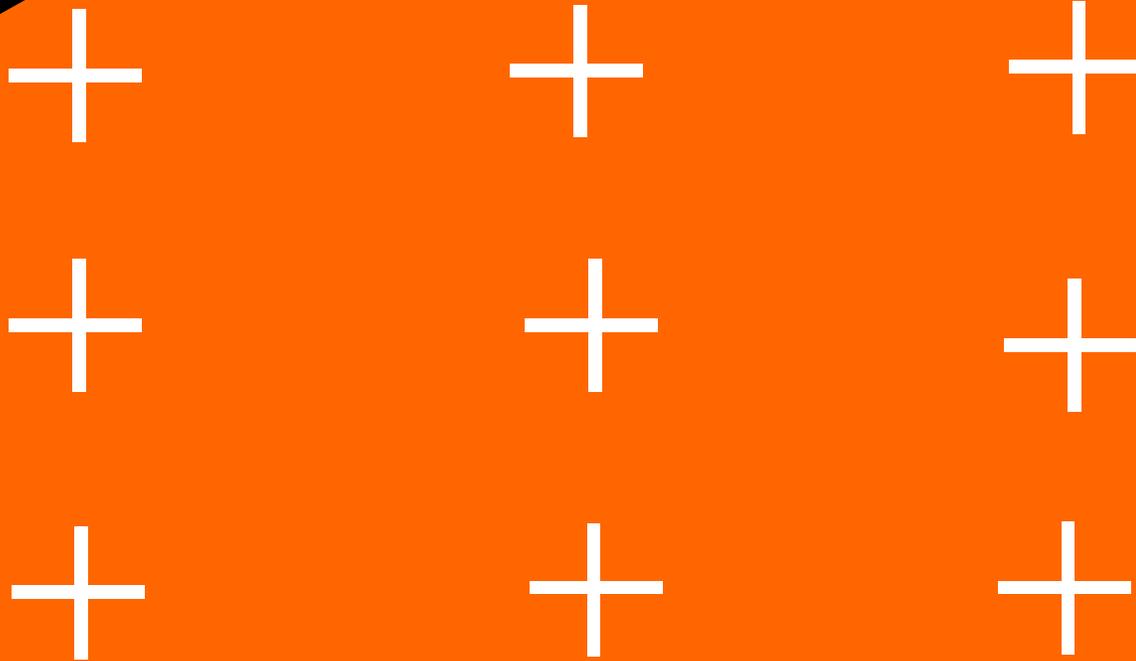
# LES 9 CROIX

*En 4 traits...*



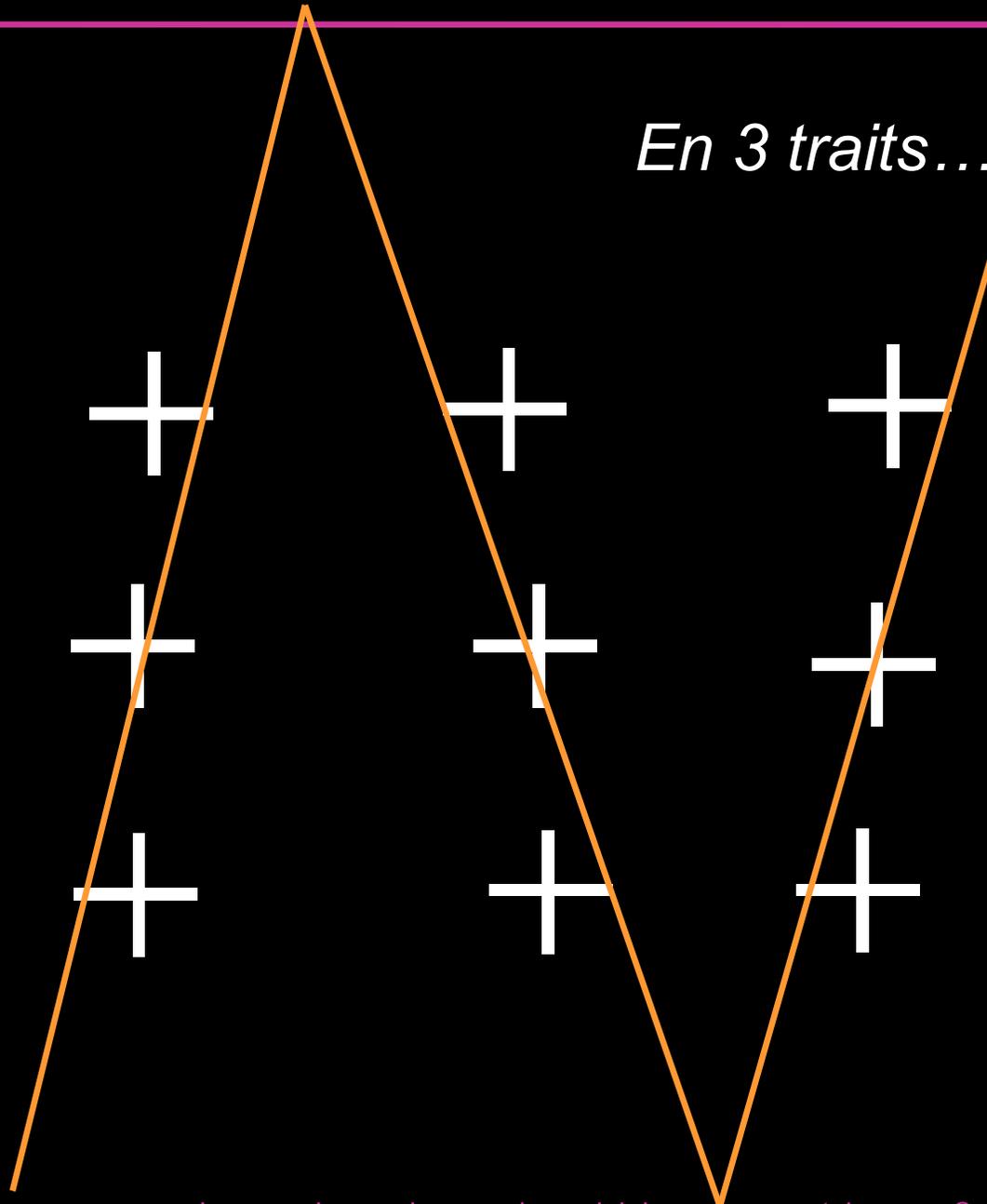
# LES 9 CROIX

*En 1 trait...*



# LES 9 CROIX

*En 3 traits...*



# "Je trouve quand je ne cherche plus"

kaos

1. Information
2. Incubation
3. Illumination
4. Validation

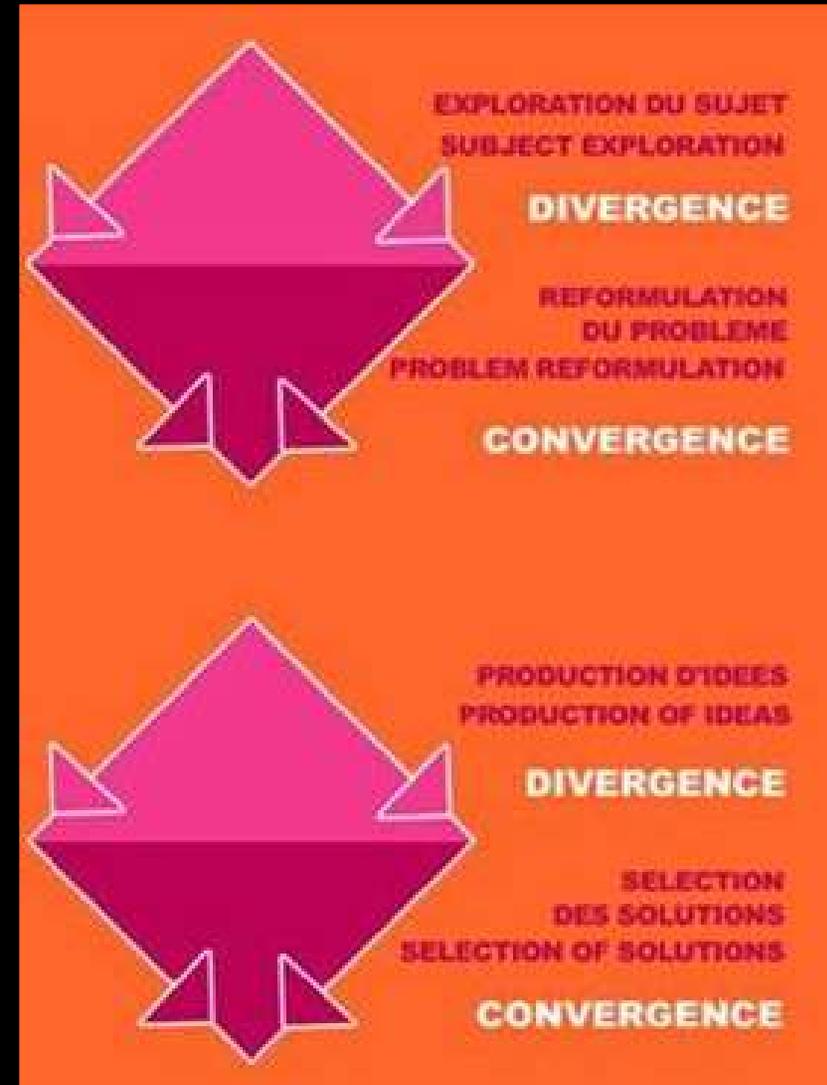


Henri Poincaré (1854-1912)

# Le Secret de la respiration créative

□ Divergence/Convergence

□ Ne faire qu'une seule chose à la fois !



# 1- INFORMATION

*« Les experts sont ceux qui se trompent dans les règles » (Paul Valéry)*



*"Les objets plus lourds que l'air ne voleront jamais !"*



*"Rien ne se perd, rien ne se crée".*

# Ne pas seulement chercher les clefs sous le lampadaire allumé !

kaos

□ Un automobiliste roule tous phares éteints sur une route déserte. Les lampadaires le long de la route sont éteints et il n'y a pas de lune.

Tout à coup, une personne habillée en noir traverse la route juste devant la voiture qui freine et la laisse ainsi passer.

Comment l'automobiliste a-t-il su qu'un piéton traversait ?





# TECHNIQUES D'EXPLORATION

# Les 5 pourquoi

kaos



# L'avocat de l'ange

kaos



# Le "What if" process

kaos



Fritz Strobl, pour la dernière course de sa  
carrière, Coupe du Monde 2009

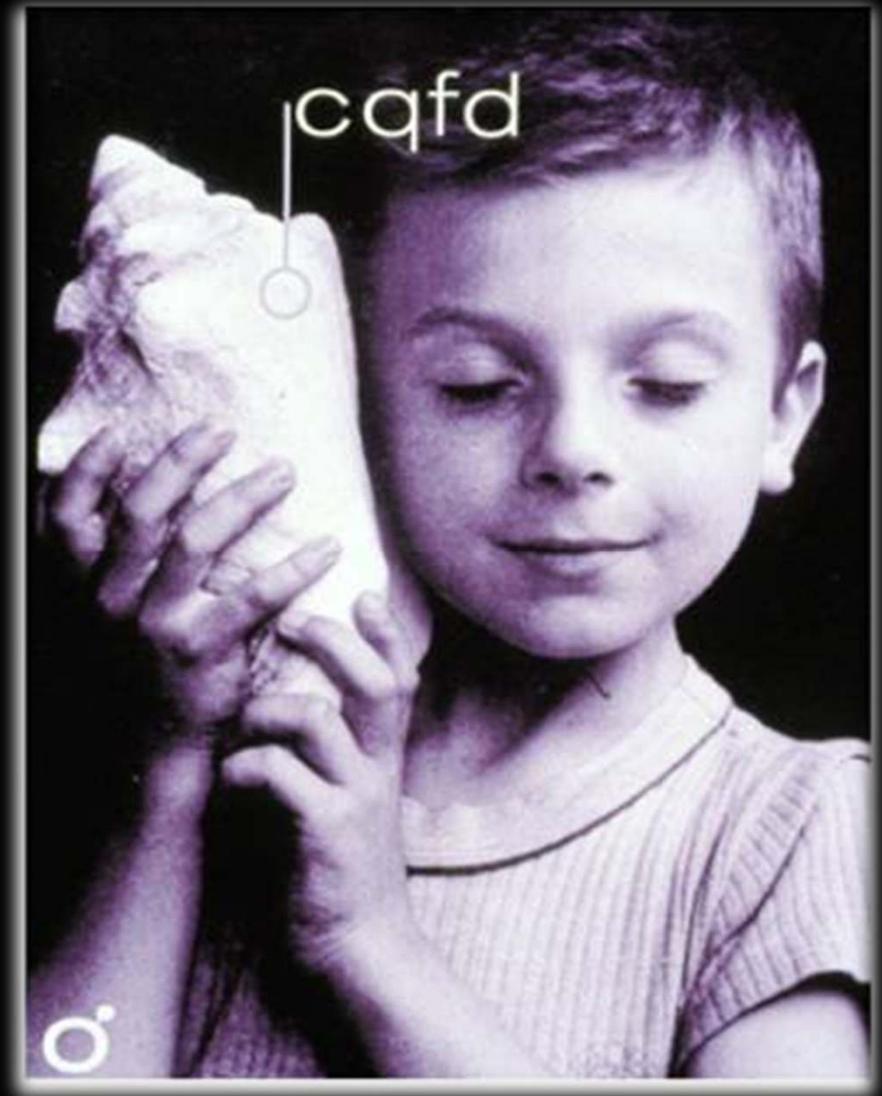
# Les questions du Martien

kaos



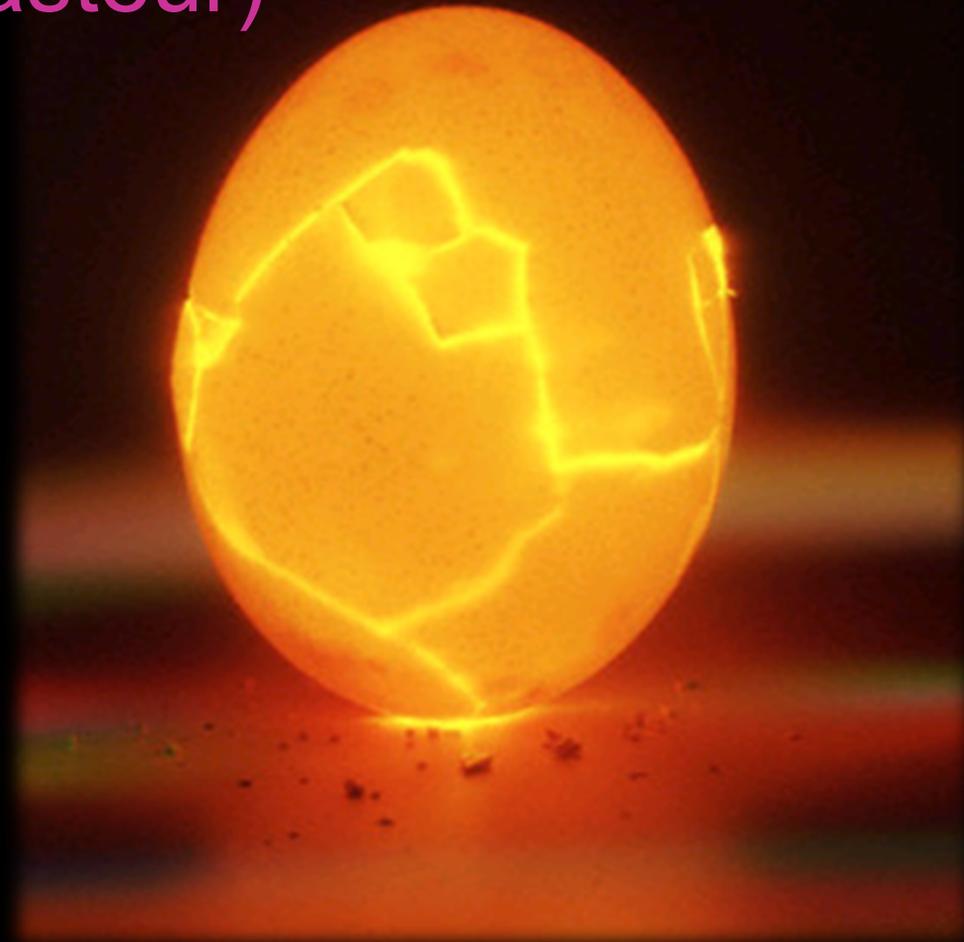
# Une règle : CQFD

- ▮ pas de **C**ritique ni de commentaire
- ▮ de la **Q**uantité
- ▮ du **F**arfelu
- ▮ **D**éveloppez les idées des autres



# 2- INCUBATION

« *Le hasard ne sert que les esprits préparés* »  
(Louis Pasteur)



□ « Lier » les informations



# TECHNIQUES D'INCUBATION

# Le rythme alpha, le rêve

kaos



*Einstein  
Kekulé et le benzène*

# L'analogie

« *Faites-moi de cet œuf une voiture* »

Philippe Guédon, concepteur de la Renault Espace.



# L'empathie



# Le brainwriting

1. Chacun prend une feuille blanche et écrit lisiblement une idée pour répondre à la question posée
2. Transmettez ensuite la feuille à votre voisin de gauche. Vous recevez vous-même la feuille de votre voisin de droite, vous la lisez et ajoutez une nouvelle idée en rebond.
3. Continuez jusqu'à ce que chaque feuille revienne à l'auteur de la première ligne (elle aura donc fait un tour). Lisez-la et entourez la meilleure idée selon vous.
4. Chacun lit l'idée qu'il a retenue.
5. La table sélectionne son best of.

# 3- ILLUMINATION

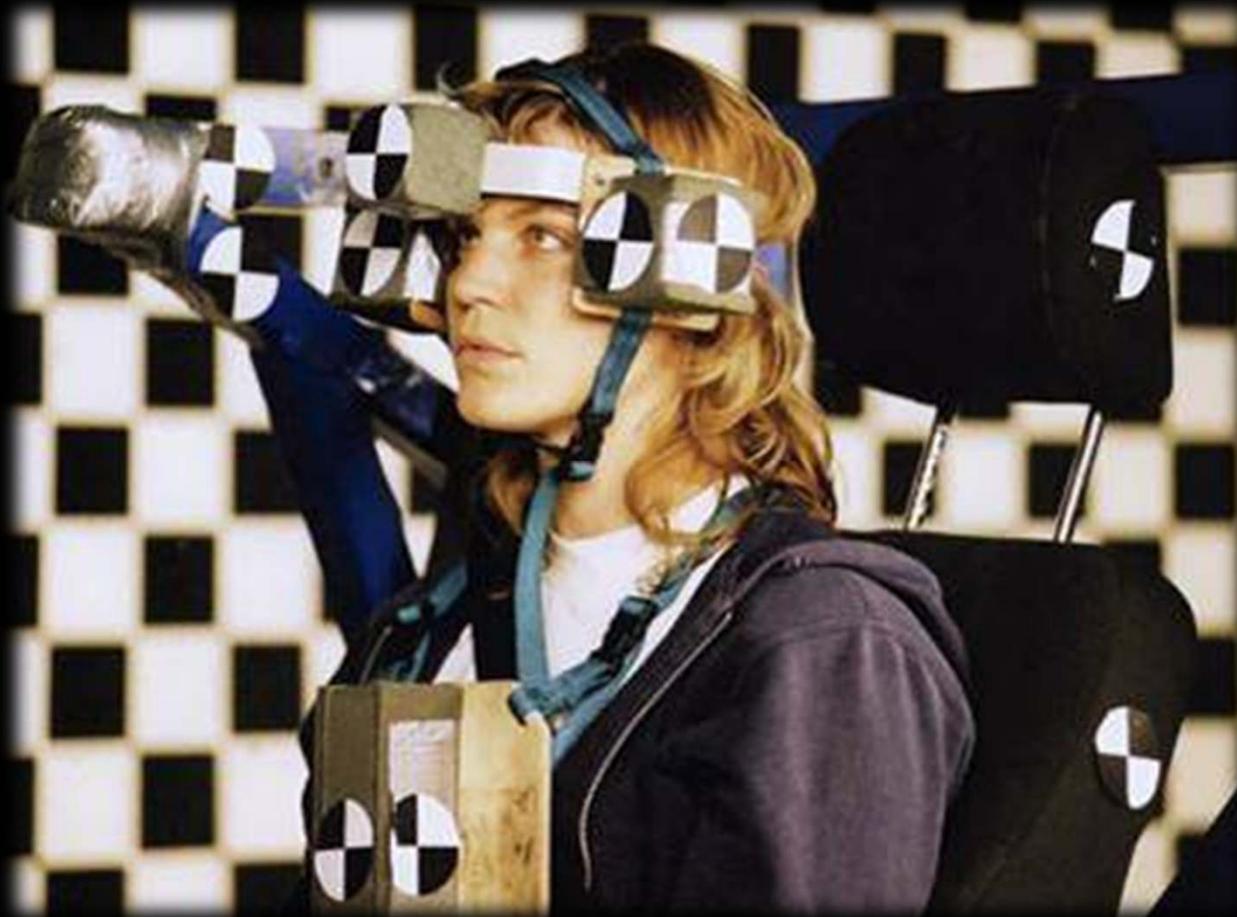
## "εὕρηκα" (Archimède)



*Newton's apple  
Golfe du Mexique*

# 4- VALIDATION

*"Solum credo quod video"*  
(Saint Thomas)



*La bactérie de l'ulcère : le  
Nobel aux codécouvreurs  
Waren et Marshall*

*Sommelweiss*

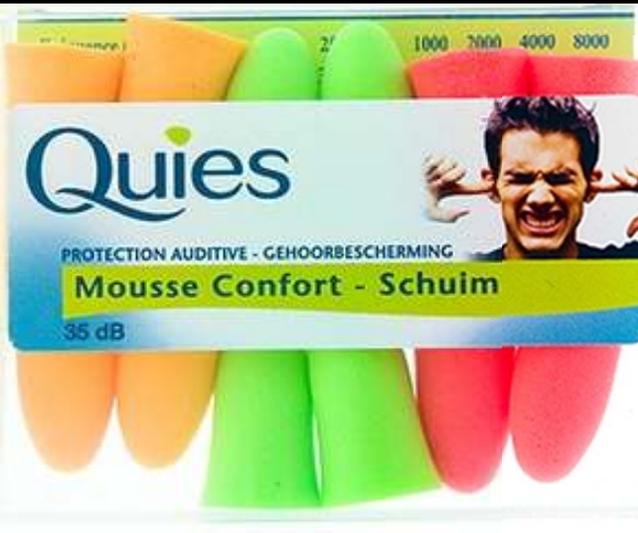
# Questions à la salle...

- ▣ Vous vous appelez Quies, vous avez 90 ans et vous êtes le leader mondial des bouchons en cire pour les oreilles. Vous faites quoi « après » ?



# Quiies

kaos



Quiies

## Anti-ronflement

Pastilles à sucer **INNOVATION**

### Ronflement important

- Action renforcée
- Efficacité longue durée

Complément alimentaire

The advertisement features a background image of a woman in a white lab coat looking at a man who is lying in bed and snoring. The text is arranged in a clean, modern layout with a green and white color scheme.

# Partez toujours des besoins du client !

kaos



# Worst-case scenario créatif

- Un concurrent arrive sur le marché et il vous fait cauchemarder. **Que fait-il ?**



# Transpositions fécondes

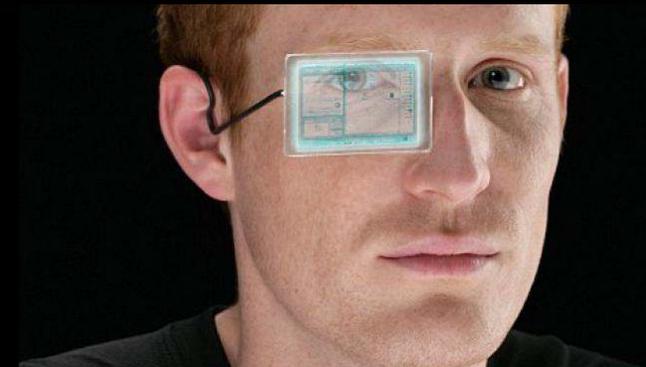
- Une entreprise de services vous impressionne. **Laquelle ? Pourquoi ?** Qu'est-ce que ça donnerait si vous appliquiez ses **recettes de succès ?**



# Dans la peau d'une start-up

- Le Codir vous propose de lancer une **nouvelle activité**. Vous proposez quoi ?
  - Quelle offre ?
  - Quels clients ?
  - Quel prix ?
  - Quelle innovation ?
  - Etc.

Google



*70% dans le cœur de métier  
20% dans les métiers connexes  
10% out of the box*

# LES 9 LEVIERS

**Hommes**

**Matières**

**Produits**

**Gestion**

**Stratégie**

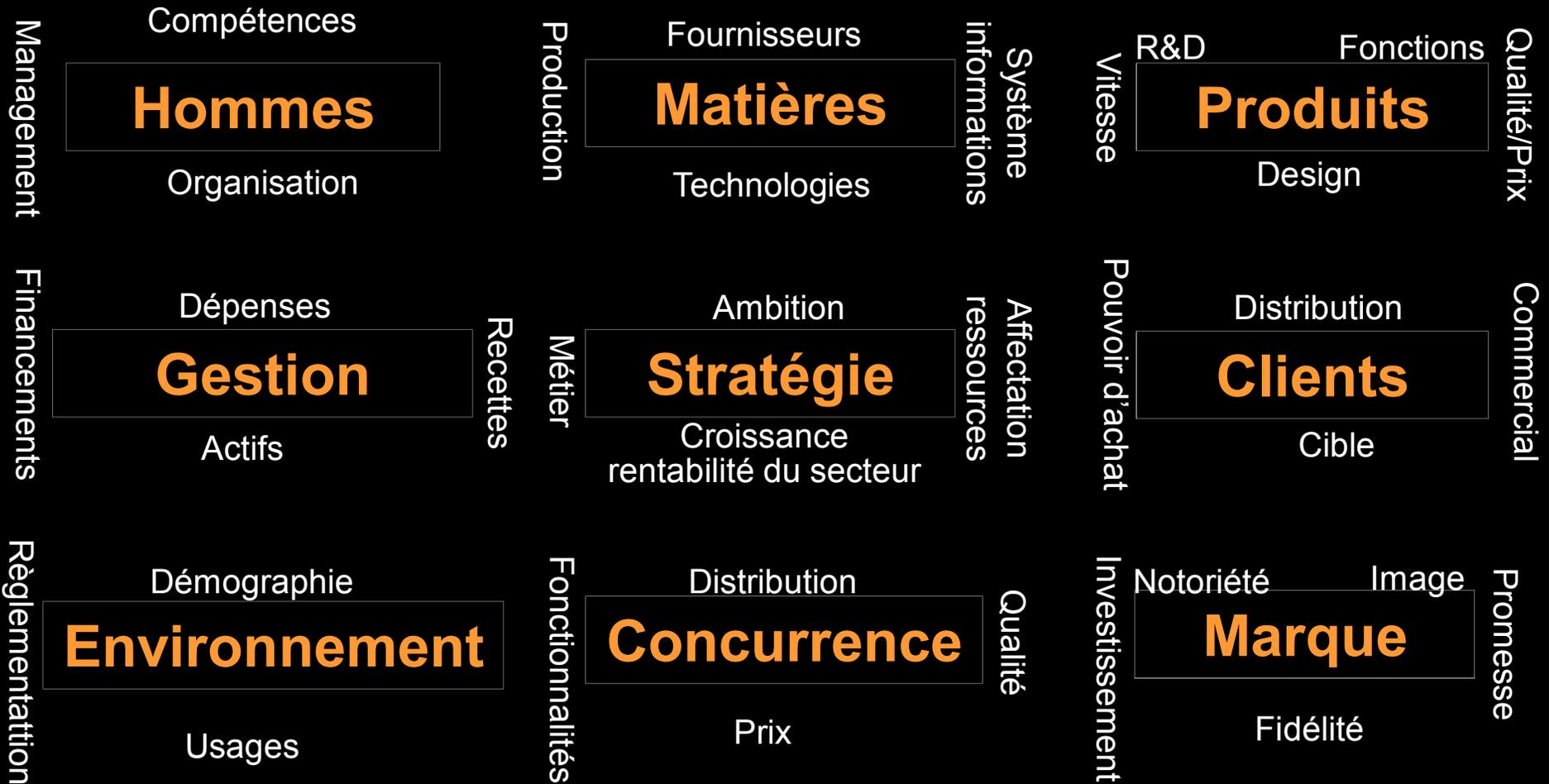
**Clients**

**Environnement**

**Concurrence**

**Marque**

# LES 9 LEVIERS





# LES 9 LEVIERS B2C

kaos



marque



cible



produit



technologie



positionnement



service



management



distribution



société



MAIRIE DE PARIS



# LES 9 LEVIERS B2B

kaos



marque



cible



produit



technologie



positionnement



service



management



distribution



société



# OÙ SONT VOS LEVIERS ?

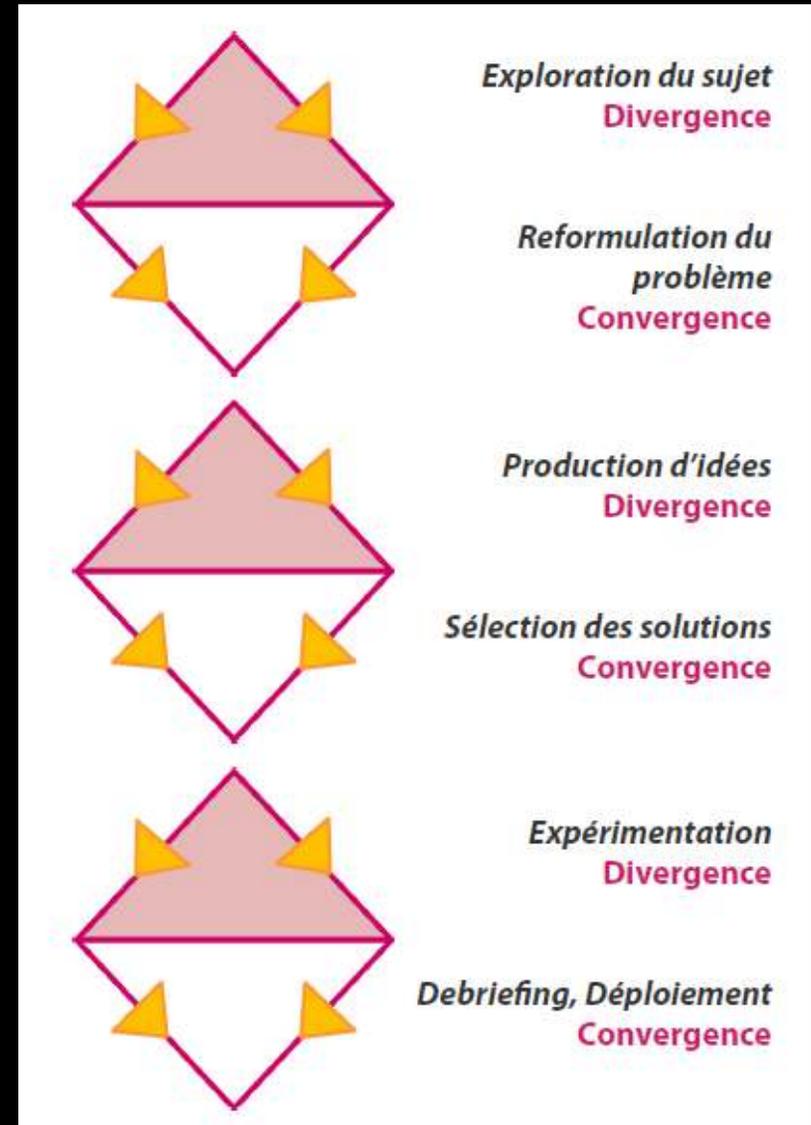
- Hommes, Services, Produits, Clients, Marque, Concurrence, Environnement, Gestion, Stratégie...



*Roy René, L'Oréal, Atlas, Pasquier, Sheba, MiniMarket, Netscape...*

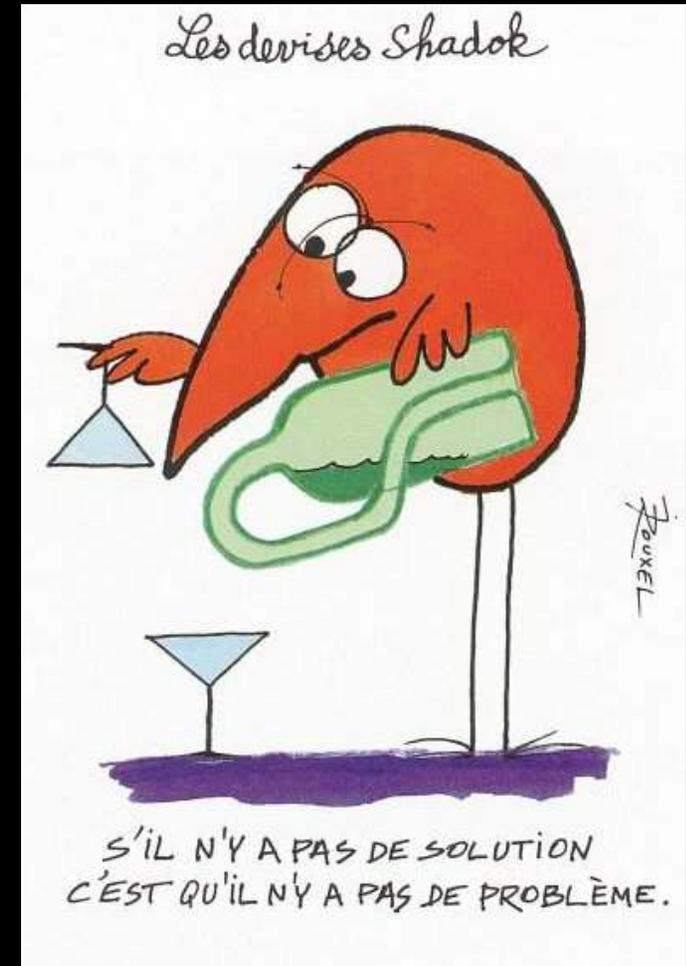
# LA RESPIRATION DE L'INTELLIGENCE CRÉATIVE

1. Se poser les bonnes questions
2. Imaginer
3. Faire



# 1) SE POSER LES BONNES QUESTIONS

- Se poser les bonnes questions, *ambitieuses et paradoxales*  
“Comment écouter de la musique tout en jouant au golf ?”  
(Akio Morita).
- Aller au-delà des demandes exprimées,
- Combiner des besoins



Xerox, Schneider Electric, Mac Do...

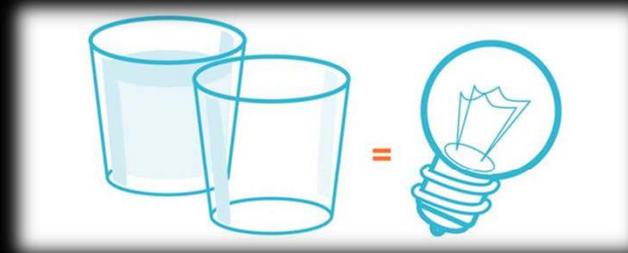


# 2) IMAGINER

□ Hybrider



□ Simplifier



□ Curiositer

*France Telecom, P'tit Filou, Legris*



# EMPATHIE

□ “Je n’ai jamais évité l’influence des autres” (Matisse)





# ANALOGIE

raccord  
instantané  
Legris



# 3) FAIRE

- Prototyper
- Tester
- Communiquer

*Post-it, Marconi, BigBertha...*



# UNE METHODE EN 3 TEMPS : DIVERGENCE / CONVERGENCE / TEST

1. Imaginer

2. Savoir choisir :

– attraits-atouts, prix de revient, qualité...

3. Expérimenter, essayer :

– prototypes, tests...

4. Ré-imaginer



# 100% de ceux qui ont trouvé... ont cherché !

kaos



où se trouvent vos leviers d'innovation ?

CRÉATION DE NOMS

**arte** TOTAL **excellium**  
**Bebloom** *Créateur de Bouquets* **Zapetti**  
**Avenance** — Élior —

NOUVEAUX PRODUITS

**ORANGINA** **SAINT-GOBAIN** L'ORÉAL  
**lejaby** **BOIRON** **TOTAL**  
**Edendim** **Schneider Electric**

REPOSITIONNEMENT MARQUE

**voies-navigables** **QUELLE.** **BH**  
**voyages-sncf.com** **Galeries Lafayette**

CONQUÊTE DE CIBLE

**Voici** **COFIDIS** **TPS**  
**CL**

CIRCUIT DISTRIBUTION

**LA REDOUTE**  
**Nocibé**

RELATION CLIENT

**astro center.fr** **symrise** **Roche**  
**UCB**

CHOIX TECHNOLOGIQUES

**SANFORD.** **Carcelor**

NOUVEAUX SERVICES

**france telecom** **3suisses**  
**GÉNÉRALE DE SANTÉ**

MODÈS DE COMMUNICATION

**Pernod Ricard** **Michelin**  
**Ford** **IBM**



Il faut beaucoup de Kaos dans la tête pour accoucher d'une étoile qui danse

**kaos**  
 consulting

- ◆ CONSEIL EN INNOVATION
- ◆ CREATION DE NOMS
- ◆ BRAINSTORMING & NETWORKING

[www.kaosconsulting.com](http://www.kaosconsulting.com)

10, avenue de la Grande Armée - 75017 Paris - Tél. 01 56 68 11 30 - Fax. 01 56 68 11 42