

La créativité par la pratique



L'innovation est un **processus** qui
consiste à
introduire sur le marché, dans une
technique, dans un mode de vie,

- une façon de faire nouvelle,
- un produit ou service nouveau,
 - une nouvelle idée,
un nouveau concept.

Introduire quelque chose de
nouveau quelque part.

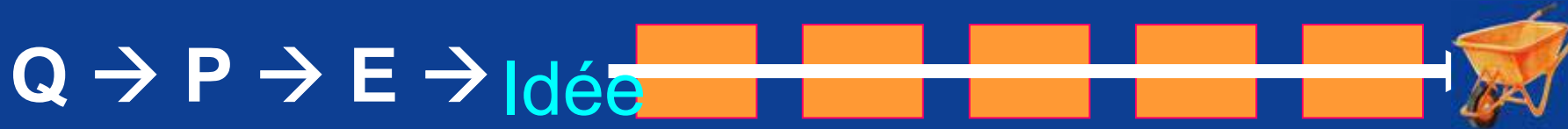




Processus
créatif

- Formulation du problème (ce que l'on recherche) ;
Question ?
 - Production d'idées ou suggestions de solutions ;
 - Evaluation des idées émises ;
-
- Décision → la solution à suivre ;
 - Application, mise en œuvre, réalisation → Action

La créativité fait partie du processus d'innovation.



Donc pas d'innovation sans créativité

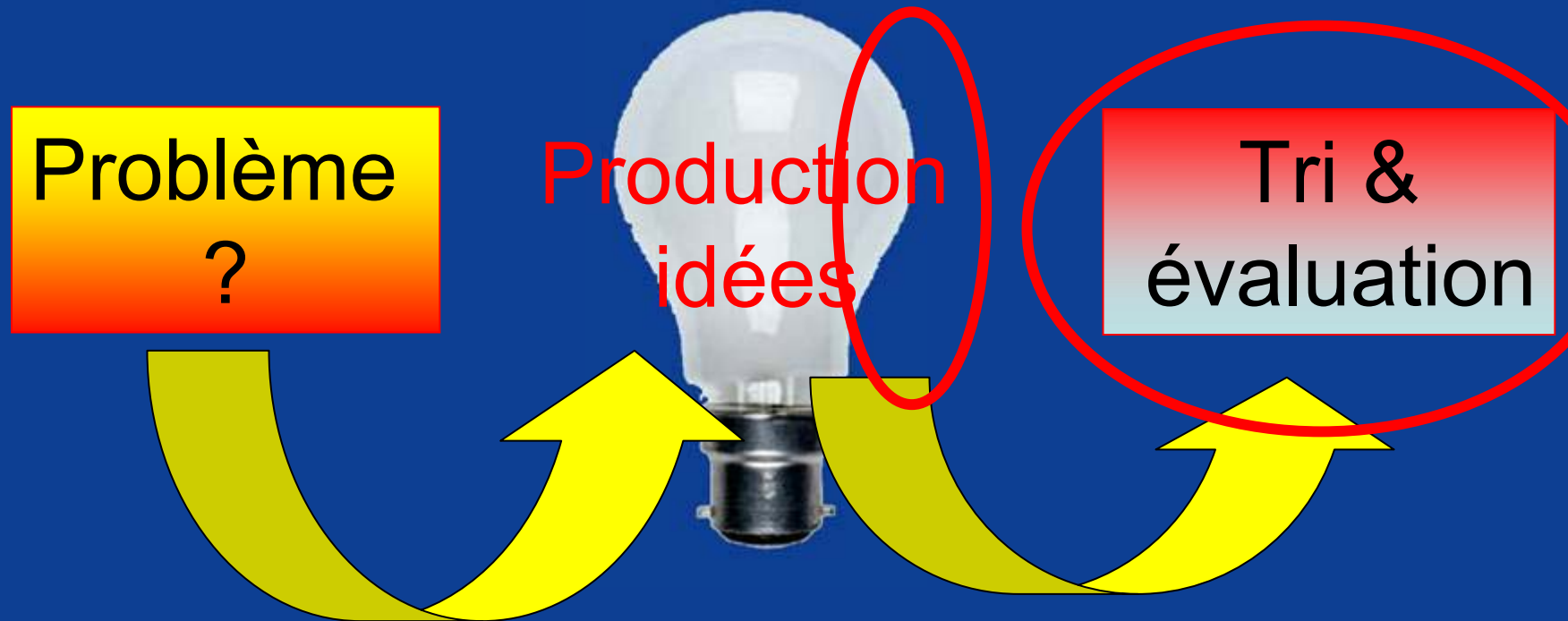




INNOVATION

Créativité

Processus créatif



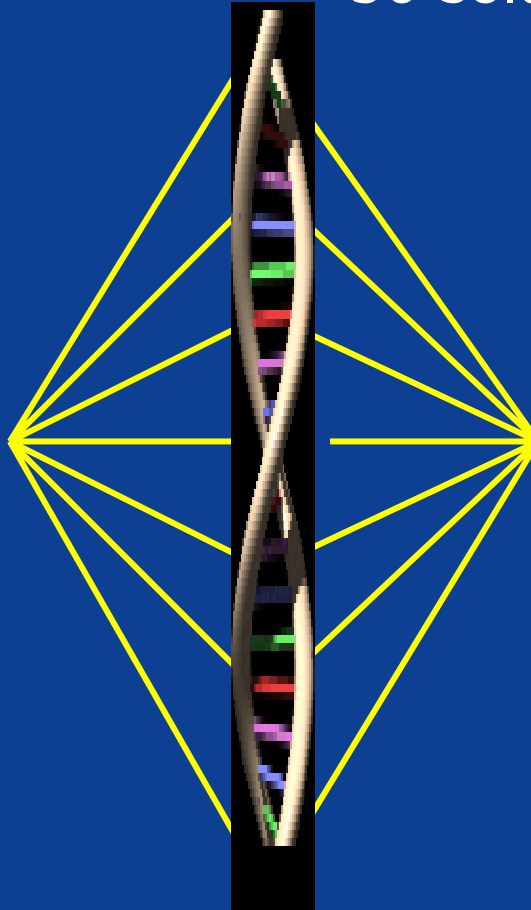
Créativité = ouvrir

Décision = fermer

1 problème → 50 solutions

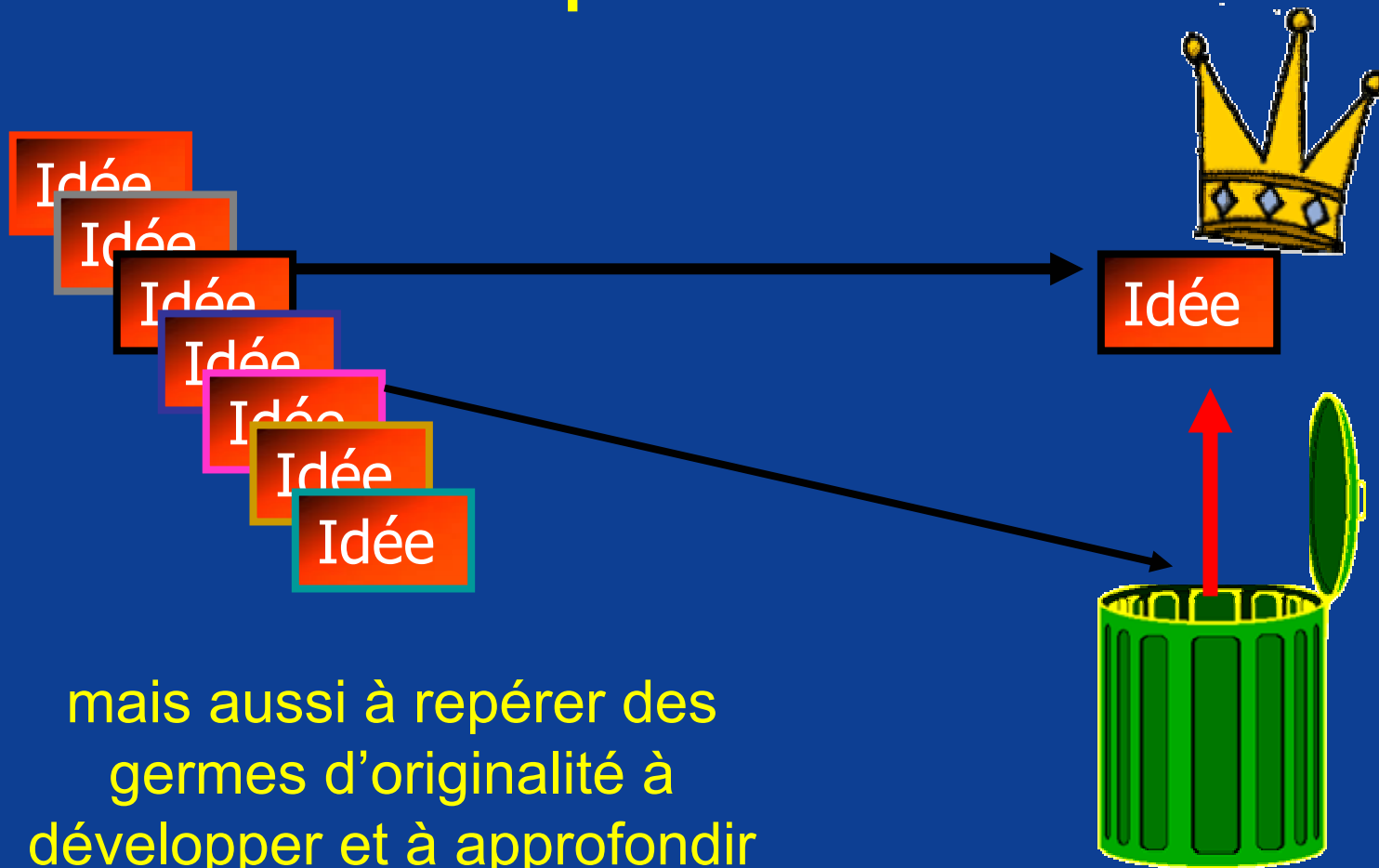
50 solutions → 1 retenue

Problème



Choix

Le tri conduit à retenir les plus pertinentes

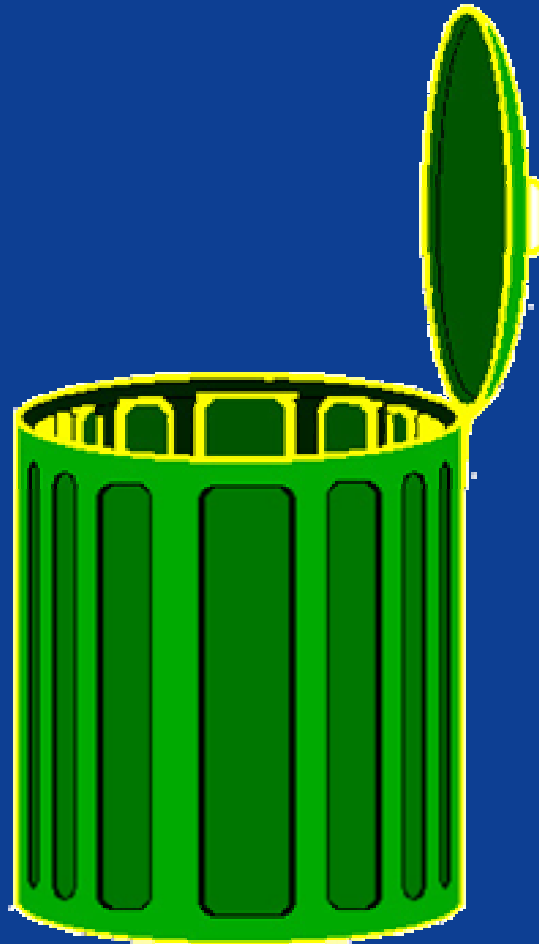


mais aussi à repérer des
germes d'originalité à
développer et à approfondir

1ère étape



Éliminer les idées qui n'ont rien à voir avec le problème de départ



Comment augmenter mes ventes ?



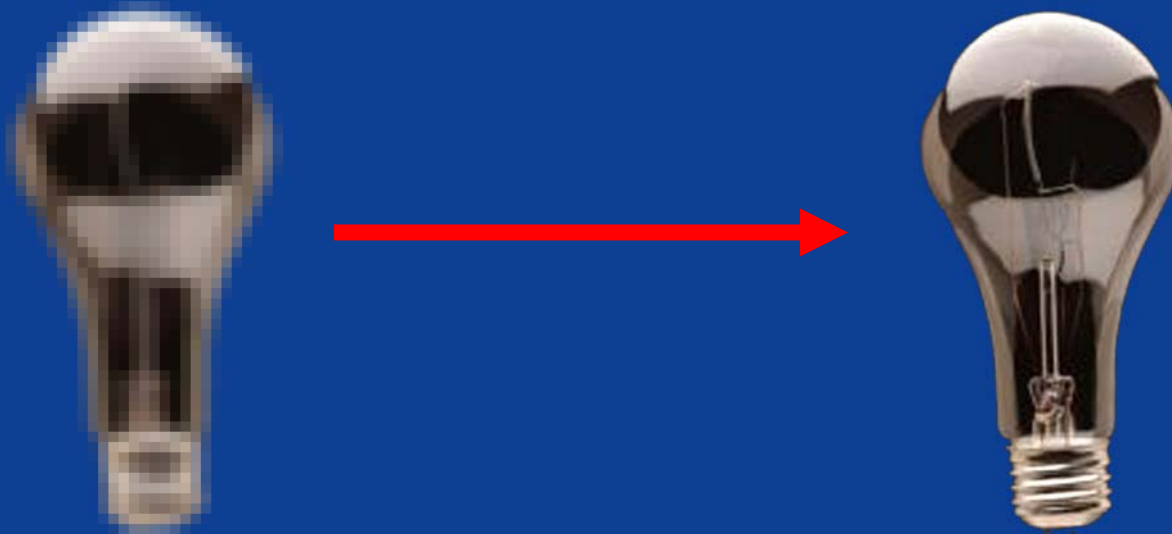
Idées émises

- Faire de la publicité,
- Changer le look de mon emballage,
- Changer le design de l'objet,
- Trouver un slogan choc
- ~~• *Reposez-vous sur nous*~~
- Mettre les services en avant et non le produit, ...

2ème étape



La mise en forme des idées

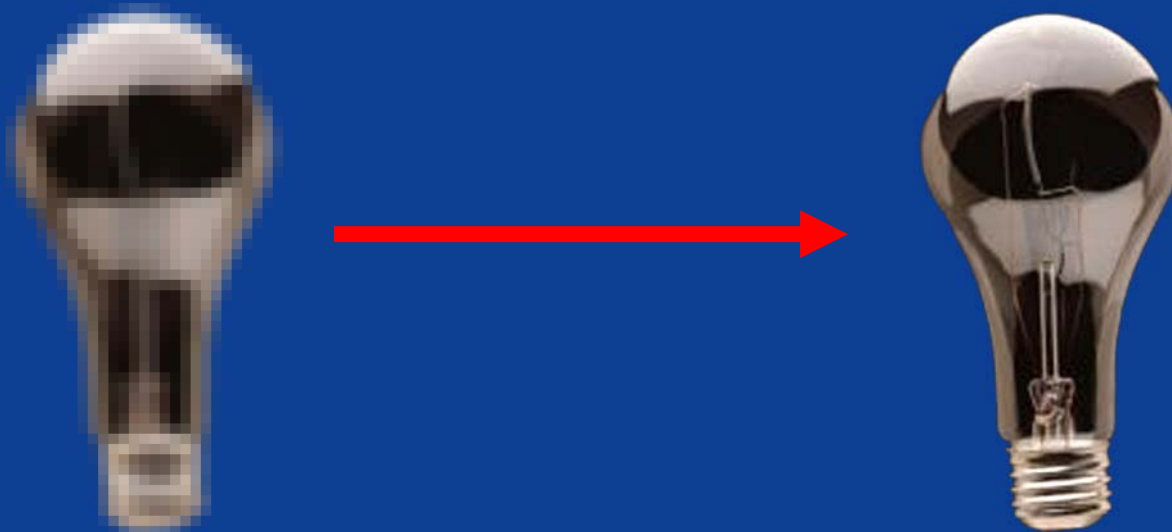


Les idées recueillies lors des
séances de production d'idées
ne sont jamais ou très rarement
parfaitement adaptées **au**
problème de départ.

Des idées floues,
Des pistes de solutions,
Des solutions incomplètes,
Des réponses partielles
Etc,...



C'est pourquoi, il est nécessaire
de forcer la réponse à s'adapter
à la question.



L'avocat de l'ange



Qu'est-ce qui est bon dans cette idée ?

- ce que j'aime dans cette idée , c'est....
- parce que.....
- en quoi elle répond à tout ou partie de notre objectif.....
- ce que je propose pour **l'améliorer, l'enrichir.....**

Combiner des idées entre elles



Toutes les idées obtenues doivent être analysées dans le but d'en sélectionner une ou plusieurs qui sera mise en œuvre ou développée.

Comment faire ?

3ème étape

Le tri



- Relier entre elles les idées qui peuvent l'être sous un "concept générique" c'est la méthode de clustering,
- Elaborer une grille de sélection des concepts obtenus en pondérant les critères de sélection,
- Identifier les concepts génériques les mieux notés et les faire valider en termes de faisabilité par chaque direction métier susceptible de devoir les appliquer,

4ème étape évaluer les idées



Quels sont les outils servant à choisir et décider ?



Hasard



**Sur 100 idées de produit lancé,
moins de 5 deviennent un
succès commercial.**



© Eric Lardinois, 2006

La majorité

La plus « démocratique » puisqu'il offre la parole à tous et donne raison au plus grand nombre.

Mais la majorité n'est pas forcément dans le vrai. Une idée de valeur peut venir d'un membre minoritaire.

La moyenne / la médiane

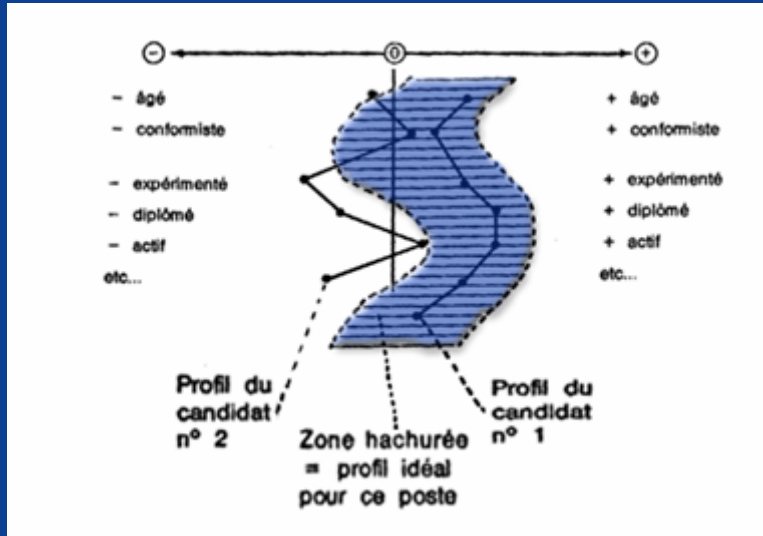
« Au milieu se tient la vérité » dit le proverbe.

Dix examinateurs jugent un projet. On additionne leurs notes et l'on divise par dix.

On obtient ainsi la note moyenne attribuée au projet.

Le graphe de notation

Cette méthode permet de faire une évaluation (donner des notes) et de comparer plusieurs cas au cas idéal, le « profil ».



Ensuite déterminer
une zone acceptable.

Chaque sujet est
représenté sur le
graphe par une série
de points.

Premièrement dessiner le
profil idéal par une ligne
précise sur un graphe
contenant en ordonnées les
différents critères et en
abscisse leur échelle de
cotation.

La méthode Philips 66

Cette méthode concerne les grands groupes.

Vous pouvez diviser l'entreprise en nombreux petits groupes qui réfléchiront au problème et choisiront un rapporteur pour représenter leur point de vue. Puis vous réunissez à leur tour les rapporteurs en petits groupes... puis les rapporteurs des rapporteurs, etc.

Vous obtenez ainsi une pyramide de groupes et d'opinions, chaque étage représentant la synthèse des étages inférieurs.

Quand toute cette matière arrive au sommet, cela représente non pas toute la récolte mais la synthèse des synthèses, soit l'opinion globale de l'ensemble des salariés.

La grille d'évaluation

La grille d'évaluation avec des critères est la méthode la plus utilisée.

Qu'est-ce qu'un critère ?

Les critères sont les qualités que l'on attend de la solution idéale.

Solutions	Facilité	Pas cher	Motivant	Vendable	Total
N°1	5	4	1	5	15
N°2	4	5	4	4	17
N°3	8	8	2	1	19
N°4	2	4	4	6	16
N°5	7	6	7	5	25
N°6	6	1	1	2	10

Après avoir noté de 1 à 9, horizontalement, tous les critères de chaque solution et fait le total des points, vous verrez quelle solution correspond le mieux à vos critères de choix.

	1	2	3	4
Efficacité	Résout peu ou pas le problème	Résout une part du problème posé	Résout largement le problème posé	Répond parfaitement au problème posé.
Originalité	Proposition classique, évidente	Proposition inspirée de solution courante	Proposition en partie innovante	Proposition totalement inédite
Faisabilité	Parait très difficile à mettre en œuvre	Peu facile à concrétiser	Faisable en grande partie	Totalement réalisable.

Matrice multicritères

- **La complexité de mise en œuvre ;**
- **L'opportunité ;**
- **L'opportunisme ;**
- **L'efficacité ;**
- **Le caractère humainement acceptable ;**
- **Le coût ;**
- **Le temps nécessaire à la mise en œuvre.**

		Opportunité				Complexité					
		Résout le problème	Résout presque le problème	Résout le problème à 50%	Résout le problème	Simple à mettre en œuvre	Demande peu de matériel	Demande de matériel de haute technologie	Demande de personnel et de très haut niveau		
Opportunité	Offre des désavantages étrangers au problème									À très peu de chances de réussir sauf en cas de situation(s) exceptionnelle(s)	Efficacité
	Offre des désavantages mais aussi quelques avantages étrangers au problème									À 50 % de chance de réussir	
	Avantages et désavantages équitables en importance									À 75 % de chance de réussir	
	Offre quelques désavantages mais surtout plus d'avantages étrangers au problème									Devrait réussir sauf en cas de situation(s) exceptionnelle(s)	
	Offre des avantages étrangers au problème sans désavantages en contrepartie									À toutes les chances de réussir	

Il suffit de placer chaque idée dans la case correspondante pour avoir une vision claire de la hiérarchie des solutions trouvées.

Principe de la rationalité relative des choix managériaux



Herbert Simon
Prix Nobel 1978

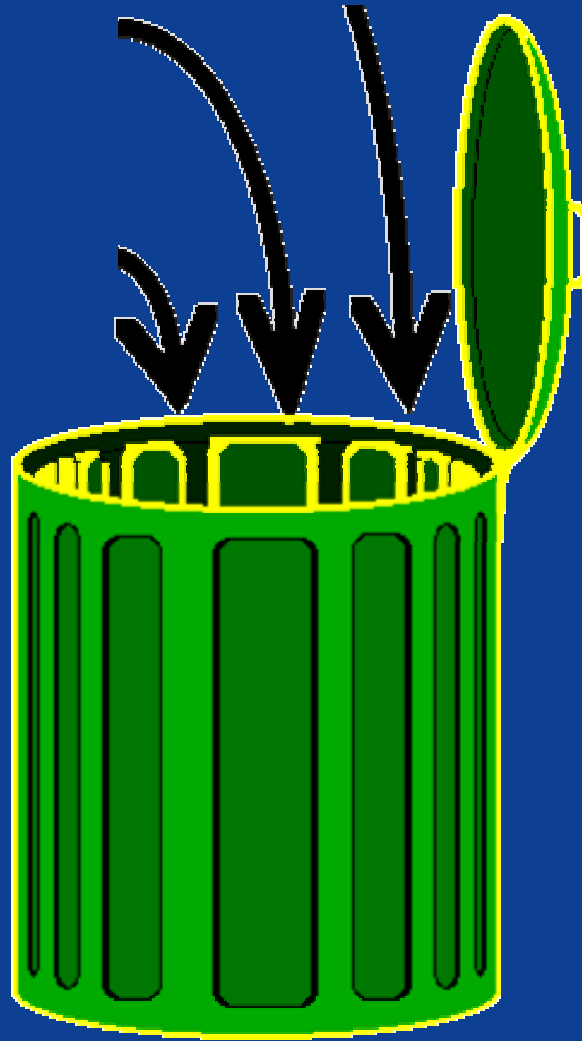


Face à une décision difficile, le manager s'arrête à la première solution qui intuitivement le rassure et lui plaît.

S'il poursuit sa réflexion, c'est juste pour justifier sa décision



Que faire avec les idées non retenues?



S'en servir comme nouveaux stimulants

