Innover en entreprise, d’accord, mais comment… ?

Innover est primordial pour une entreprise et ce, pour les jeunes entreprises ou start-ups qui démarrent, bien sûr, mais aussi pour les entreprises qui sont déjà bien implantées. Avec les nouvelles technologies de communication et la concurrence croissante, il faut en effet se démarquer rapidement avec de nouveaux produits et avoir en permanence une longueur d’avance par rapport à son concurrent. Alors comment faire pour rester créatif et stimuler la génération de nouvelles idées dans son entreprise?
De nombreuses méthodes ont été développées pour favoriser l’innovation en entreprise. Certaines méthodes sont déjà bien connues du grand public et faciles à mettre en place, d’autres sont plus originales et demandent de se former ou d’être accompagné. Voici donc un aperçu de quelques méthodes, de la plus abordable à la plus sophistiquée.

Le brainstorming

Le brainstorming, ou remue-méninges, est une **technique de résolution de problème par un groupe de personnes sous la direction d'un animateur**. Elle a été créée en 1939 par Alex Osborn, vice-président d'une agence de publicité américaine, pour trouver un nombre important d'idées publicitaires et promotionnelles pour les clients (1).

Le processus du brainstorming comporte 2 étapes :

Etape 1 (environ 15 min) : le groupe émet les idées sans restriction (« pensée divergente ») selon deux principes que sont la suspension du jugement et la recherche la plus étendue possible.

L'animateur incite les personnes du groupe à s'exprimer, note toutes les propositions et s'assure que 4 règles sont respectées :

1. ne pas critiquer,
2. se laisser aller, être spontané,
3. rebondir sur les idées exprimées,
4. chercher à obtenir le plus grand nombre d'idées possibles sans imposer ses idées

Etape 2 (sans limite de temps) : le groupe rassemble les idées avec l'aide de l'animateur, et fait appel au raisonnement (« pensée convergente ») pour trier et évaluer les idées, transformer les idées brutes en solutions.

Pour un maximum d'efficacité, il vaut mieux limiter le nombre de participants, 10 personnes étant le nombre optimal.

Les « + » : cette méthode n'implique pas de prérequis spécifique et peut être facilement organisée. Le brainstorming apporte aussi un bénéfice général à l'entreprise en renforçant les liens et la cohésion des équipes.

Les «-» : du fait de l'effet de groupe, certaines personnes peuvent prendre le lead tandis que d'autres, se sentant moins à l'aise, auront du mal à s'exprimer.

Le Creative Problem Solving

Le Creative Problem Solving est une **méthode dérivée du brainstorming, un peu plus élaborée.**

Elle comprend 3 étapes : 1-Clarification de l'objectif, 2-Recherche de solutions et 3- Préparation de l'action (1). Chaque étape est considérée comme une respiration et se découpe en deux temps

: à l’inspiration (divergence), on récolte toutes les idées sans jugement puis, à l’expiration (convergence), on filtre les idées pour ne garder que ce qui est bénéfique. Ces deux temps doivent être séquentiels. Bien les distinguer permet de s’obliger à explorer le champ des possibilités et de mieux fonctionner en groupe.

Trois rôles sont définis :

- Le **client** est le détenteur du problème, le porteur du projet, il s’assure que le groupe suive le fil conducteur du problème et n’en dévie pas ;
- L’**animateur** définit le groupe ressource en fonction de l'objectif du client et est le garant de la bonne application de la méthode ;
- Le **groupe ressource** aide le client à différentes étapes de la réflexion, en fonction des choix faits par l'animateur et le client. Tout au long du processus, le groupe ressource peut varier, en taille et en types de participants (équipe projet, équipe projet étendue, groupe ressource "externe", etc.)

Cette méthode est utilisée et reconnue comme une source du succès de grandes entreprises américaines telles qu’IBM (2).

La technique SCAMPER

Suite au brainstorming, Alex Osborn a élaboré en 1953 la technique SCAMPER. Elle constitue la 3ème et dernière étape d’une méthode de résolution de problème : 1) Identification du problème, 2) Reformulation du problème (souvent sous forme de questions) et 3) Soumission du problème aux questions SCAMPER (3). Le principe est de faire l’examen d’une idée, d’un sujet, d’un produit, d’un problème, etc., sous différents angles de manière à « concasser » l’objet du problème.

Le concassage s’opère grâce à l’application de questions facilitantes composant l’acronyme SCAMPER :

- S pour Substituer : est-il possible de substituer ou de remplacer un élément (idée, produit, personne) par un autre afin de générer des changements, des améliorations ou des idées inattendues ?
- C pour Combiner : quels éléments peut-on combiner, associer ou mettre ensemble pour multiplier les usages possibles que l’on peut en faire ? la combinaison peut concerner les idées, les concepts ou même les personnes.
- A pour Adapter : De qui ou de quoi pourrait-on s’inspirer pour la réalisation de tel ou tel projet ? Dans quel contexte, différent de l’actuel, pourrait-on placer l’objet du problème ?
- M pour Modifier et Magnifier : Quels éléments peut-on modifier sur un produit, un projet ou

une idée pour le transformer ? L'objet de la modification peut être la taille, la couleur, la forme, l'étendue, etc.

- P pour Produire ou trouver un autre usage : Quel autre usage ou autre application peut-on faire d'un produit, d'un concept, d'une idée, d'un projet, etc ?
- E pour Eliminer : Parmi les idées générées, quelles sont celles qui sont essentielles ? Y-a-t-il des idées, des règles, une partie d'un projet, etc. que l'on peut supprimer ?
- R pour Renverser et Réorganiser : Qu'est-ce que cela donne si on renverse le problème ou le produit ?

Le fait de voir et revoir le problème sous différents points de vue facilite ainsi l'émergence d'idées et de solutions potentielles qui n'auraient pas pu voir le jour si le problème avait

été conservé dans son contexte d'origine.

Le hackathon

Le terme hackathon vient de la contraction du verbe "to hack" (pirater ou « bidouiller » pour contourner un problème ou une restriction) et du nom "marathon".

Le hackathon est souvent défini comme le **marathon de l'innovation**. **Pendant un ou deux jours, des groupes de personnes de différents profils et compétences se retrouvent pour travailler sur la conception de produits innovants. L'objectif est de créer un prototype, tester sa viabilité et l'améliorer, ensemble et en un temps limité.** Le hackathon nécessite beaucoup d'effort d'organisation logistique, la constitution d'un jury d'experts et de financeurs (4). Le hackathon est un lieu très favorable à l'"open innovation".

Les premiers hackathons ont eu lieu à la fin des années 90 aux États-Unis et se sont démocratisés dans les années 2000 un peu partout dans le monde. Les hackathons, courants dans la Silicon Valley et au sein des entreprises du secteur informatique (Facebook, Google, Netflix, Amazon, etc.), s'invitent de plus en plus dans les entreprises de secteurs très variés. En France, Axa, Orange, Pernod Ricard, la SNCF, la RATP, Kronenbourg en ont organisé. Non seulement le hackathon s'intègre à la stratégie d'entreprise mais les sociétés qui les organisent ouvrent leurs hackathons à tous ceux qui souhaitent contribuer à l'effort de recherche et développement (5,6).

Entreprise ou bien amateur, vous avez maintenant le choix de la méthode, il ne reste plus qu'à innover !

Sources :

1. https://www.seemy.com/fr/2016/06/brainstorming-collecter-maximum-didees-minimum-de-temps.html
2. http://www.creativite.net/j-innove-comme-on-respire-olwen-wolfe/
3. https://www.seemy.com/fr/2016/08/generer-multiplier-idees-grace-a-technique-de-concassage-scamper.html
4. http://lesclesdedemain.lemonde.fr/point-de-vue-clesdedemain/c-est-quoi-un-hackathon-_a-96-5777.html
5. http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2014/03/31/32001-20140331ARTFIG00112-hackathons-les-marathons-de-l-innovation-font-courir-les-geants-de-l-industrie-et-des-services.php
6. https://www.seemy.com/fr/2016/09/hackathonle-marathon-de-linnovation.html

Crédits photos :Innovate disign. Idea icon. Flat illustration , vector - © djvstock - Fotolia Brainstorming concepts.- © REDPIXEL - Fotolia Business men standing on winning podium and holding trophy winner cup - © creatarka - Fotolia