

Isabelle Macquart



Designer
un
projet
innovant

Guide opérationnel

Pour élaborer une stratégie en phase
avec les attentes terrain

Designer un projet innovant

par Isabelle Macquart

©Copyright Hodea éditions – juin 2015 – 38 rue Godefroy Cavaignac 75011 Paris

www.hodea.fr

ISBN 978-2-9553475-0-8



Avant Propos

L'apprentissage par la lecture des ouvrages de stratégie est souvent malaisé. Soit les exemples proposés sont variés mais peu explicites, soit ce sont des cas d'école génériques trop souvent infantilisants. Dans le premier cas, on manque de savoir-faire, dans le second, de réalisme.

Ce livre propose une alternative, associant démarche stratégique calibrée et principes de mise en œuvre adaptés.

Il combine analyse des grandes méthodologies d'organisation (démarche et outils) et réalisation d'un « vrai » projet, que le lecteur découvrira au fil des pages.

En cela, cet ouvrage est une véritable invitation à la construction de « son » modèle stratégique.

L'histoire de ce livre a débuté par un appel à projet concernant une nouvelle offre d'investissement pour la diaspora africaine.

Cela a été l'occasion dans le cadre de mon agence de construire un projet innovant pour un continent d'avenir, l'Afrique. Le thème et le contexte m'ont permis de concevoir une proposition en lien avec mes valeurs. Très rapidement, je me suis orientée vers le développement via les PME, persuadée que la liberté d'entreprendre est la voie.

Schumpetérienne, forcément schumpetérienne !

Lorsque le projet a été finalisé, j'ai eu la chance d'être sélectionnée par la Bank Attijariwafa pour le Sommet International de l'Entrepreneuriat 2014 à Marrakech.


L'intérêt qu'il a suscité ainsi que les nombreux porteurs de projet que j'ai croisés au Maroc, et que je croise chaque jour, me confortent dans la volonté de transmettre la démarche que j'ai mise en œuvre de manière pédagogique, pour que naissent les nouveaux bâtisseurs du monde de demain, plus beau, plus juste.



La conscience n'est qu'un mot à l'usage des lâches, inventé tout d'abord pour tenir les forts en respect. Ayons nos bras forts pour conscience, nos épées pour loi.

Richard III, Shakespeare, 1592

Qu'est-ce qu'un projet innovant ?



C'est un projet qui incorpore au moins une innovation de produit, de procédé, de commercialisation ou d'organisation.

Selon le Manuel d'Oslo, Guide de référence de l'innovation pour l'OCDE

L'innovation de produit

L'introduction d'un bien ou d'un service nouveau. Cette définition inclut les améliorations sensibles des spécifications techniques, des composants et des matières, du logiciel intégré, de la convivialité ou autres caractéristiques fonctionnelles.

L'innovation de procédé

La mise en œuvre d'une méthode de production ou de distribution nouvelle ou sensiblement améliorée. Cette notion implique des changements significatifs dans les techniques, le matériel ou le logiciel.

L'innovation de commercialisation

La mise en œuvre d'une nouvelle méthode de commercialisation impliquant des changements significatifs de la conception ou du conditionnement, du placement, de la promotion ou de la tarification d'un produit.

L'innovation d'organisation

La mise en œuvre d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de la firme.


www.oecd.org

Introduction

Qu'est-ce qu'élaborer une stratégie en phase avec les attentes terrain ?

C'est une démarche qui vise à s'imprégner de son écosystème et à explorer les attentes des usagers, des acheteurs, des influenceurs, des partenaires et même de ceux qui ne sont pas intéressés, les « non-clients ». L'objectif est de connaître les véritables attentes et de construire des offres pertinentes.

Cette adéquation stratégie-terrain permet à tout projet d'être réaliste attractive et pérenne.



Stratégie : démarche qui, en fonction d'un environnement donné, d'un historique donné et d'une ambition donnée, détermine un but à atteindre ainsi que les actions correspondantes.

La chaîne de valeur de l'offre – Maîtrise des processus stratégie, marketing, design et communication

Christophe Chaptal de Chanteloup
De Boeck, février 2015

Structure

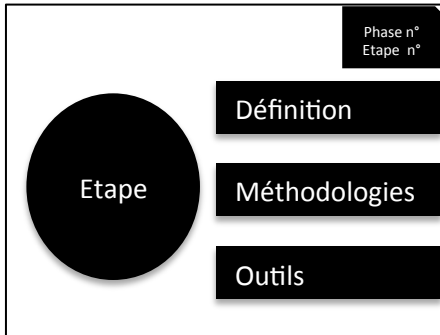
Trois phases

Cet ouvrage se compose :

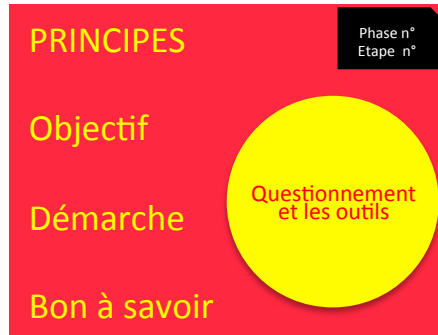
- **d'une analyse stratégique** : explorer l'écosystème pour construire un nouveau modèle économique
- **d'un prototype** : expérimenter la mécanique
- **de projections financières organisationnelles et stratégiques** : évaluer le projet et sa mise en place

10 étapes séquencées par des repères visuels

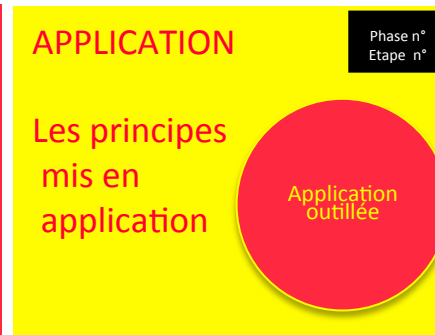
Avant chaque étape, on situe



On met en avant les points clés



On applique ces grands principes au projet



On clôt par la présentation au client



Sommaire

Phase I - Construire l'offre : analyse stratégique

Etape 1 - Définir le projet

Etape 2 - Explorer l'écosystème

- a. Contexte
- b. Cibles
- c. Opportunités

Etape 3 - Designer l'offre

- a. Offre et cibles
- b. Activités clés
- c. Fonctionnement

Etape 4 - Optimiser la chaîne de valeur

- a. Positionnement
- b. Bénéfices

Phase II - Prototyper le projet

Etape 5 - Crowdfunding

- a. Noter
- b. Explorer
- c. Analyser
- d. Designer
- e. Mettre en ligne

Etape 6 - Incubateur

Etape 7 - Clusters

Phase III - Prévoir, planifier, piloter

Etape 8 - Prévoir : projections financières

Etape 9 - Planifier les actions

Etape 10 - Piloter : construire et suivre la stratégie (KPI)

On ne peut se passer d'une méthode pour se mettre en quête de la vérité des choses.

Discours de la méthode, René Descartes, 1637