

Canevas : Axes stratégiques: Roue de l'innovation

« Explorer systématiquement où et comment vous différencier au-delà des seuls produits »

Le canevas de la « Roue de l'innovation » vous aide à explorer systématiquement où et comment vous différencier, au-delà des seuls produits. Il reprend l'esprit de « Ten types of innovation » de Larry Keely en le complétant et l'élargissant à des modèles d'affaires plus durables, en intégrant l'impact, l'écologie, les alliances et l'organisation. L'objectif est de faire émerger quelques axes d'innovation cohérents avec votre identité, vos enjeux économiques et vos responsabilités sociétales et environnementales. Ce canevas vous aide à dépasser une vision réductrice de l'innovation pour l'envisager comme une transformation possible de toutes les dimensions de votre modèle d'affaires.

Marché et commercialisation			
<i>Quels nouveaux marchés pouvons-nous explorer ?</i>			
Produits et services	Relations et service clientèle	Environnement et écologie	Communication et distribution
<i>Comment améliorer ou créer nos prestations ?</i>	<i>Comment enrichir la relation client ?</i>	<i>Comment réduire l'impact environnemental ?</i>	<i>Quels nouveaux canaux utiliser ?</i>
Marque et image	Impact et engagement	Modèle économique	Processus internes et externes
<i>Comment renforcer notre marque ?</i>	<i>Quel impact créer chez nos publics ?</i>	<i>Comment repenser nos revenus et nos coûts ?</i>	<i>Comment optimiser nos processus ?</i>
Chaîne d'approvisionnement	Structure et organisation	Réseau et alliances	Conception et design
<i>Comment innover dans l'approvisionnement ?</i>	<i>Comment repenser l'organisation ?</i>	<i>Quels partenariats et alliances développer ?</i>	<i>Comment innover dans la conception ?</i>

Ce que ce canevas aide à clarifier

- Les nouveaux marchés et segments à explorer pour développer votre activité
- Les améliorations ou créations possibles de vos produits et services
- Les innovations relationnelles pour enrichir l'expérience client
- Les leviers pour réduire votre impact environnemental
- Les nouveaux canaux de communication et distribution à utiliser

- Les moyens de renforcer votre marque et votre image
- Les manières de créer et mesurer votre impact auprès de vos publics
- Les évolutions possibles de votre modèle économique
- Les optimisations de vos processus internes et externes
- Les innovations dans votre chaîne d'approvisionnement
- Les transformations organisationnelles à envisager
- Les partenariats et alliances stratégiques à développer
- Les nouvelles approches de conception et de design à adopter

Comment il est structuré

Le canevas se présente comme une roue couvrant treize dimensions possibles de l'innovation, organisées du plus externe (marché et commercialisation) au plus interne (conception et design), en passant par l'offre, la relation, l'impact, le modèle économique, les processus, l'organisation et les alliances. Chaque dimension correspond à un bloc qui vous invite à explorer des opportunités d'innovation spécifiques. Cette structure vous aide à voir l'innovation comme un système complet plutôt que comme une série d'actions isolées, et à identifier les combinaisons de plusieurs types d'innovation qui créent les différenciations les plus robustes.

Les blocs du canevas

1. Marché et commercialisation

Question : Quels nouveaux marchés pouvons-nous explorer ?

Ce bloc explore la manière dont vous pouvez innover sur vos marchés et votre approche commerciale. Vous identifiez de nouveaux segments, territoires ou contextes d'usage où votre proposition de valeur pourrait être pertinente, et vous réfléchissez à d'autres manières de vous positionner : spécialisation, approche de niche, offres adaptées à des publics spécifiques. Commencez par là où vous avez déjà des signaux positifs plutôt que par des marchés entièrement inconnus.

2. Produits et services

Question : Comment améliorer ou créer nos prestations ?

Ce bloc traite de l'innovation sur ce que vous proposez : caractéristiques, performance, complémentarité, niveau de personnalisation. Vous listez les améliorations possibles de vos prestations : nouvelles fonctionnalités, meilleure performance, *bundling* ou *unbundling* d'éléments, variantes de formats, options de personnalisation, services complémentaires. Assurez-vous que chaque innovation produit/service réponde à un besoin bien identifié.

3. Relations et service clientèle

Question : Comment enrichir la relation client ?

Ce bloc concerne la manière dont vous innovez dans la relation avec vos clients et bénéficiaires, avant, pendant et après la prestation. Vous analysez votre parcours relationnel et imaginez comment l'enrichir : nouveaux points de contact, accompagnement renforcé, services après-vente, espaces d'échange entre clients, services proactifs. Pensez à la relation comme à une expérience complète, pas seulement comme à une série de transactions.

4. Environnement et écologie

Question : Comment réduire l'impact environnemental ?

Ce bloc explore les innovations visant à réduire votre impact environnemental ou à créer des impacts positifs tangibles : éco-conception, sobriété, circularité, réparabilité, valorisation des ressources. Vous identifiez vos principaux impacts environnementaux liés à vos produits et services et imaginez des améliorations : matériaux, emballages, durabilité, réutilisation, fin de vie, services plutôt que produits. Intégrez dès la conception les contraintes environnementales.

5. Communication et distribution

Question : Quels nouveaux canaux utiliser ?

Ce bloc porte sur l'innovation dans vos canaux : comment vous faites connaître vos offres et comment elles arrivent concrètement jusqu'aux clients et bénéficiaires. Vous passez en revue vos canaux actuels et identifiez de nouvelles possibilités : partenaires distributeurs, plateformes en ligne, événements, essais gratuits, démonstrations, ventes via réseaux existants, circuits-courts. Choisissez quelques canaux vraiment adaptés à vos publics et à vos capacités.

6. Marque et image

Question : Comment renforcer notre marque ?

Ce bloc traite de la manière dont vous pouvez innover sur votre identité perçue : personnalité de marque, univers, signaux de confiance, usages inattendus de votre marque, communauté autour de celle-ci. Vous réfléchissez à ce que votre marque représente aujourd'hui et à ce qu'elle pourrait incarner demain : promesse, ton, symboles, univers visuel, causes associées. Veillez à ce que votre marque reflète réellement vos pratiques.

7. Impact et engagement

Question : Quel impact créer chez nos publics ?

Ce bloc explore les innovations liées à l'impact que vous créez et à la manière dont vous engagez vos publics autour de celui-ci : mesure, narration, implication, effets directs et indirects. Vous clarifiez quel impact vous voulez maximiser et imaginez des innovations pour le renforcer : nouveaux formats d'offre, nouveaux bénéficiaires, dispositifs de mesure, formes d'engagement. L'impact devient un vrai levier stratégique lorsqu'il influence vos choix de priorités.

8. Modèle économique

Question : Comment repenser nos revenus et nos coûts ?

Ce bloc concerne l'innovation dans votre modèle de revenus et de coûts : types de revenus, récurrence, structure de coûts, partage de valeur, mécanismes de tarification. Vous analysez votre modèle actuel et explorez d'autres configurations : abonnements, licences, freemium, paiement à l'usage, résultats partagés, prix différenciés, services autour de produits, mutualisation de coûts. Vérifiez l'alignement entre votre modèle économique, vos valeurs et votre impact.

9. Processus internes et externes

Question : Comment optimiser nos processus ?

Ce bloc porte sur l'innovation dans vos processus : comment vous produisez, organisez, coordonnez et améliorez vos activités. Vous identifiez vos processus clés et interrogez-les : automatisation possible, simplification, participation des clients, amélioration continue, digitalisation, standardisation versus sur-mesure. Priorisez les processus qui ont un impact direct sur la satisfaction, la qualité ou la capacité à délivrer vos promesses.

10. Chaîne d'approvisionnement

Question : Comment innover dans l'approvisionnement ?

Ce bloc concerne les innovations dans votre approvisionnement : choix des fournisseurs, critères de sélection, localisation, logistique, relations avec la chaîne de valeur. Vous examinez vos sources d'approvisionnement et explorez d'autres approches : circuits courts, critères sociaux et environnementaux, collaborations plus profondes avec certains fournisseurs, mutualisation logistique, transparence sur la chaîne. Traitez vos fournisseurs stratégiques comme des partenaires.

11. Structure et organisation

Question : Comment repenser l'organisation ?

Ce bloc explore les innovations organisationnelles : structure hiérarchique ou en réseau, distribution des responsabilités, modes de gouvernance, conditions de travail, participation des collaborateurs. Vous analysez votre organisation actuelle et imaginez des évolutions : plus d'autonomie, d'équipes transversales, de gouvernance partagée, de flexibilité, d'espaces de codécision. L'innovation organisationnelle doit rester au service de votre mission et de vos personnes.

12. Réseau et alliances

Question : Quels partenariats et alliances développer ?

Ce bloc traite de l'innovation par le réseau : partenariats, alliances, écosystèmes, mutualisations. Vous identifiez quels types de partenaires pourraient compléter vos forces et imaginez des formes d'alliance : co-développement, partage de ressources, offres conjointes, mutualisation de services, partenariats territoriaux. Cherchez des alliances où chacun gagne et où vos valeurs sont compatibles.

13. Conception et design

Question : Comment innover dans la conception ?

Ce bloc porte sur l'innovation dans la conception : manière d'observer les besoins, d'impliquer les utilisateurs, de structurer les idées, de prototyper et de tester. Vous interrogez vos pratiques actuelles de conception et imaginez des approches plus participatives et itératives : co-design avec les utilisateurs, ateliers d'idéation, prototypage rapide, tests terrain, concours d'idées. Voyez la conception comme un processus continu d'apprentissage avec le terrain.

Conseils d'utilisation

- Ne cherchez pas à innover simultanément sur toutes les dimensions : identifiez 2 à 4 leviers prioritaires
- Combinez plusieurs types d'innovation pour créer une différenciation plus robuste et plus difficile à copier
- Veillez à la cohérence entre vos innovations et votre identité : toute innovation ne convient pas à toute organisation
- Testez vos innovations de manière progressive et itérative plutôt que de déployer de grands programmes rigides
- Impliquez vos parties prenantes (clients, équipes, partenaires) dans l'exploration et le test des innovations
- Reliez vos axes d'innovation à vos axes stratégiques globaux pour garantir la cohérence d'ensemble
- Revisitez régulièrement cette roue pour ajuster vos priorités d'innovation à mesure que votre contexte évolue

Prolongement dans la plateforme

Cette fiche donne une vue d'ensemble du canevas de la Roue de l'innovation et de sa logique de remplissage. Dans la plateforme, le travail peut aller plus loin grâce aux textes d'aide détaillés pour chaque bloc, aux autres canevas liés qui nourrissent votre réflexion stratégique et à une exploration plus progressive de la cohérence entre vos choix d'innovation et votre modèle d'affaires global.

1. Allez sur <https://coach.my-sbm.ch/>.
2. Créez votre compte.
3. Utilisez le menu « Modélisation » et poursuivez votre exploration.