

# Le marketing de l'innovation



Proposer des solutions innovantes à ses clients

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de disrupter vos pratiques marketing pour proposer des solutions innovantes.

## PROGRAMME

### Intégrer les enjeux du marketing de l'innovation

- Identifier les types d'innovation : de l'innovation comportementale à l'innovation de rupture.
- Établir le diagnostic de l'innovation.
- Bâtir un climat favorisant l'innovation.

### Exploiter les nouvelles tendances pour innover

- L'open innovation ou l'innovation collaborative.
- La co-innovation clients ou utilisateurs.
- Le crowdsourcing.
- L'innovation frugale.
- Le réseau d'innovateurs.

### Saisir et capturer les possibles

- S'approprier les 4 types de veille possibles.

- Définir, élargir ou disrupter son marché de référence.
- Maîtriser les techniques d'exploration, d'écoute et de captation de signaux bas.
- Utiliser les insights clients pour transformer un signal en opportunités.
- Exploiter la carte d'empathie utilisateurs pour identifier leurs besoins.

### Disrupter son business model ou sa proposition de valeur

- Utiliser le business model canvas d'OTERWALDER.
- Redéfinir sa proposition de valeur.
- Appliquer l'approche BOS – Blue Ocean Strategy.
- S'inspirer des nouvelles approches d'innovation centrées expérience client et utilisateur.
- Le cas Uber : ubériser ou se faire ubériser ?

### Exploiter le Design Thinking et le Service Design au service de l'innovation

- Identifier l'apport de la pensée « Design Thinking » au marketing de l'innovation.
- Établir un processus de Design Thinking : des 6 phases du Design Thinking au double diamant du Service Design.
- Utiliser le sprint de service dans sa stratégie.
- Maîtriser les techniques de créativité design au service de l'innovation.

## MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation.

## PERFECTIONNEMENT

Code : NP

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1420 € (repas inclus)

## OBJECTIFS

- Intégrer les nouvelles tendances du marketing de l'innovation.
- Saisir les opportunités du marché pour innover.
- Disrupter son business model avec le Design Thinking.

## PRÉREQUIS

Avoir un bon niveau de pratique marketing.

## PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne impliquée dans un process d'innovation.

## PLANNING

### Paris

31 janvier au 1er février 2019\*

23 - 24 avril 2019

11 - 12 juin 2019\*

28 - 29 octobre 2019\*

2 - 3 décembre 2019\*

27 - 28 janvier 2020

\* : sessions également à Lyon, Bordeaux, Lille et Nantes.