

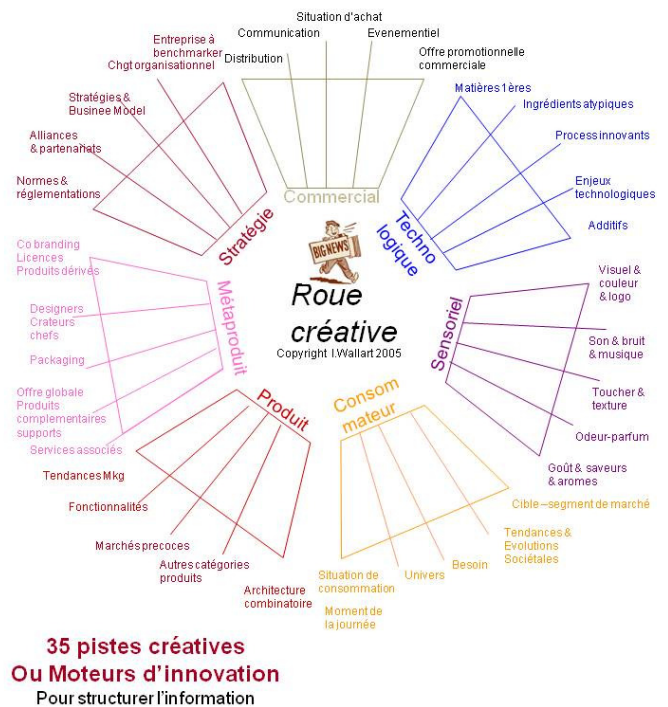
Notez les **informations ou Idées**  
 qui vous semblent susceptibles d'alimenter la créativité de votre entreprise

Il est possible d'alimenter  **systématiquement**  
 la démarche d'innovation de l'entreprise !

A partir d'une revue de presse ou démarche de veille

- 1) **Détectez la** ou les « **pépite(s)** » d'innovation dans chaque nouveau produit ou nouvelle stratégie **Pour passer de l'information à l'idée !**
- 2) **Structurez & Capitalisez l'information** ou la **bonne idée / en vue d'innover**
  - dans un outil ( BDD, Blog, MindMap ...)
  - autour de 35 « moteurs » d'innovation identifiés et répartis en 7 Familles
    - du produit
    - du « méta-produit »
    - du technologique
    - du commercial
    - de la stratégie
    - du consommateur
    - du sensoriel
- 3) **Croisez Créativement** les infos/**idées en fonction de votre objectif d'innovation** pour avoir des idées innovantes ..

Faites tourner la roue de la créativité



**Où se trouve la nouveauté dans un nouveau produit ?**

35 choix implicites de nouveauté ou non dans un concept de produit ?



Un(e) nouveau (nouvelle) ..(catégorie de produit)  
 Destiné à la cible  
 Dans l'univers de  
 Il(elle) est conçu(e) pour  
 -satisfaire le besoin de  
 -Etre utilisé (situation de consommation)  
 -Lors de , avant ou après ( moment de la journée)  
 -Pour répondre à un enjeu sociétal tel que ..

Inscrit dans la **tendance**  
 Il(elle) doit permettre de  
 - (fonctionnalité)  
 Et/ou (fonctionnalité)  
 Il(elle) peut s'inspirer du **marché précoce** de(s)  
 Formulé dans une nouvelle (architecture) de type ..  
 Ou en fusionnant/ s'inspirant d'une **autre catégorie de produit** typique /mode ou familier

Son originalité peut être renforcée par un package-mix ou une **offre globale**  
 Qui Intègre ou supprime les **produits support. Complémentaire et coordonné**  
 Ou qui met l'accent sur un **packaging** de type ...  
 Il est possible également de proposer comme **service associé** ...  
 Ce produit pourrait être **signé par un chef, créateur, designer ou artiste** comme...

Il peut être conçu spécialement pour l'**événement**  
 Distribué via le(s) (ou la) (**circuit distribution**)  
 Commercialement il peut être acheté  
 Par ... (**situation d'achat**)  
 Proposé avec une nouvelle (**offre promotionnelle**)  
 Quant à la **communication** elle peut se baser sur ...



Technologiquement, il peut être conçu pour répondre aux exigences de l'enjeu technologique transversal suivant  
 Ou reposer sur une nouvelle technologie  
 Ou un nouveau processus tel que  
 Ou répondre à une nouvelle norme ou réglementation tel que ..

Il peut être intéressant d'intégrer  
 -une nouvelle matière 1 ère telle que  
 Ou un ingrédient atypique tel que  
 Ou exploiter les propriétés fonctionnelles ou chimique d'un additif comme..

Ne pas oublier le côté sensoriel du produit,  
 En s'intéressant aux propriétés suivantes  
 Couleur, visuel, forme, logo  
 Son, bruit, musique  
 Toucher et texture  
 Odeur, parfum,  
 Gout, saveur, arôme.

L'entreprise pourrait s'organiser pour...  
 Conduire un changement organisationnel tel que...  
 Pour s'améliorer ou acquérir une nouvelle compétence

Suivre une nouvelle stratégie comme ...  
 Ou un nouveau Business Model  
 Pourrait s'inspirer d'un benchmark comme ...  
 L'entreprise pourrait collaborer avec ..(partenaire)

# METHODOLOGIE DE LA ROUE DE CREATIVITE –

Notez les **informations ou Idées**

qui vous semblent susceptibles d'alimenter la créativité de votre entreprise

Tous droits réservés . [Isabelle.Wallart@polytech-lille.fr](mailto:Isabelle.Wallart@polytech-lille.fr) [www.rouedecreativite.com](http://www.rouedecreativite.com)

## Informations Commerciales

Sources d'info :



### Circuit de distribution :

Ex /

### Stratégie de communication :

Ex :

### Offre promotionnelle & animation :

Ex :

### Evènementiel :

Ex :

### Situation d'achat :

Ex :

## Informations Produit

Sources d'info :



### Tendance Marketing / Positionnement :

Ex :

### Fonctionnalité :

Ex :

### Architecture :

Ex :

### Catégorie de Produits typiques avec lesquels fusionner :

Ex :

### Marché précoce /international :

Ex :

## Informations Technologiques

Sources d'info :



### Matériau /Matière 1ère :

Ex :

### Ingrédient atypique (Mode) :

Ex :

### Technologie & Process:

Ex :

### Enjeu Technologique transversal :

Ex :

### Additif:

Ex :

## Informations Stratégie

Sources d'info :



### Business Model ou Stratégie :

Ex :

### Entreprise Benchmark :

Ex :

### Changement organisationnel:

Ex : xx...

### Norme & Réglementation:

Ex :

### Alliance ou Partenariat :

Ex :

## Informations Méta- Produit

Sources d'info :



### Packaging :

Ex :

### Co-branding /Licences Produits dérivés :

Ex :

### Créateur, Désigner, Chef, Artiste:

Ex :

### Service associé:

Ex :

### Offre globale /Produits supports ou complémentaires :

Ex :

## Informations Sensorielles

Sources d'info :



### Visuel, Forme, Couleur, Logo:

Ex :

### Son, Bruit, Musique :

Ex :

### Toucher, Texture:

Ex :

### Goût, Saveur, Arôme.:

Ex :

### Odeur, Parfum :

Ex :

## Les informations

### Consommateur

Sources d'info :



### Cible consommateur & Segment de marché :

Ex :

### Besoin :

Ex :

### Univers:

Ex :

### Enjeu et Tendances sociétaux:

Ex :

### Moment et Situation de consommation :

Ex :

## Mon objectif d'innovation :

- créer de la valeur
- créer de la variété
- réduire les coûts
- mettre du marketing
- trouver de nouveaux débouchés
- relancer le marché, la consommation
- rajeunir le marché, la marque
- créer un attachement à la marque
- autre :

## Votre idée de nouveau produit ?

Sélectionnez 6 moteurs adaptés à l'objectif choisi / 35 possibles  
Et croisez les informations...pour rebondir créativement !

	Moteur 1	Moteur 2	Moteur 3
Moteur 4 :			
Moteur 5 :			
Moteur 6 :			

Mes 10 pistes d'innovation identifiées sont :

«Extraordinary is the New Ordinary»  
The Cool Hunter

