

Explorer et concevoir de
nouvelles approches innovantes

EN CAPITALISANT SUR DES EXPÉRIENCES MÉTIER DIVERSIFIÉES

Les entreprises sont confrontées à des problèmes de plus en plus complexes de la part de leurs clients auxquelles elle souhaitent apporter des solutions très concrètes.

Ainsi, des entreprises telles que D'leteren, SDWorx, Orange, STIB, SPIE, d'horizons variés se sont regroupées au sein de l'écosystème MobiHub pour co-crédier de nouveaux services relatifs à la mobilité urbaine.

La co-crédiation (mode Design Thinking) relève d'une approche 'inter-entreprises' pour d'velopper des stratgies innovantes en vue d'adresser des problmes complexes emanant d'ecosystmes (par la mobilit urbaine, ...).

L'approche 'inter-entreprises' permet de tirer parti des forces de chacune des entreprises participantes et ainsi crer un environnement qui accleure la mise sur le march de solutions innovantes, enrichies des competences et des experiences de chacune des entreprises partenaires. Le fait de travailler dans un modele 'inter-entreprises' au lieu de 'intra-entreprise' creer un effet de levier qui accleure l'innovation d'un effet lineraire a un effet exponentiel.

La mise en oeuvre du Design Thinking se decompose en **3 ÉTAPES**

1.

L'**IMMERSION** est la combinaison de recherches sur les enjeux de l'ecosysteme a adresser, sur l'identification des forces de chacun des partenaires et des solutions a apporter a l'ecosysteme. A ce stade, il est egalement essentiel de bien selectionner les participants de chacune des entreprises partenaires qui participeront aux ateliers de co-crédiation (pas que des dirigeants, mais essentiellement des personnes qui ont un fort contact avec le terrain).



2.

La **CO-CRÉATION** est un workshop collaboratif intensif de 2 jours qui permet de générer une multitude d'idées émanant de personnes d'horizons et de fonctions différentes. La technique utilisée est celle de 'l'Intelligence Collective'.

3.

Le **PROJECT DESIGN** synthétise de manière structurée toutes les idées émises sur la technique du BMC (Business Model Canvas) afin de donner une dimension marketing et économique des projets qui ont émergé du workshop. L'outcome du Design Thinking est une décision à la fois individuelle et collective des différents partenaires d'un Go/No Go. En cas de Go, il sera question de développer un MVP (Minimum Viable Product) qui concrétisera les idées générées pour adresser les enjeux de l'écosystème avec des réponses concrètes.

C'est le métier de Tomorrow Now de réunir les partenaires utiles (qui peuvent être un mix de start-ups et/ou de Corporates) pour former un groupe de Design Thinking avec un engagement fort de la Direction Générale qui veut s'inscrire dans un modèle de co-création pour développer de nouveaux marchés.

Avez-vous déjà envisager les opportunités que représentent la co-création commerciale ou industrielle pour votre entreprise en exploitant les complémentarités de partenaires métier ?

Entrepreneur et consultant, Thierry Janssen fonde son approche sur sa large expérience en matière de (i) mise en œuvre de solutions technologiques pour différencier les entreprises, que ce soit en matière d'offres clients ou de processus d'exécution, et de (ii) conduite des équipes vers des initiatives entrepreneuriales.

Ses services permettent aux Conseils d'Administration d'intégrer les mutations de marché dans leur vision stratégique et aux dirigeants exécutifs de mettre en œuvre les mécanismes de l'innovation avec les équipes.

**Pour approfondir ce thème, n'hésitez pas à contacter Thierry Janssen:
thierry.janssen@tomorrownow.be ou +32 478 98 33 61**