

## La force d'innovation garantit l'avenir de votre entreprise

Vous vous êtes déjà posé la question d'où votre gamme d'offres est issue ? Votre fourniture et logistique, vos propres produits et services ainsi que votre soutien par les chaînes de vente ? Cette gamme dans laquelle le client est en tête est le résultat d'innovations précédentes.

Avec la «**machine d'innovation de HPO**» et le «**HPO Customer Experience Design**» vous développez votre offre avec une approche systématique, créative et orientée client de manière à ce qu'elle continuera à enchanter vos clients dans l'avenir.

Innovation résulte de la combinaison de créativité et discipline. La dernière est garantie par la méthodologie de la machine d'innovation de HPO. Ce défi réside dans le fait que l'innovation a besoin de compétences diverses, qu'elle se déroule à des vitesses différentes et qu'elle a lieu à des endroits différents.

Un nouveau modèle automobile attendu tous les ans se compose de composants dont la durée de développement était de 5 à 10 ans. A cela s'ajoute que le développement de ces composants se faisait dans des centres de compétences divers. C'est la raison pour laquelle il est impossible d'intégrer toutes les activités innovantes dans un seul processus d'innovation. La gestion d'innovation à succès exige une multitude de processus d'innovation coordonnés les uns aux autres qui sont aménagés de différentes ressources et compétences. Les délais de commercialisation pourraient être réduits de 75% grâce à un découplage raisonnable et une spécialisation de ces processus.

La **machine d'innovation de HPO** assure que ces processus sont bien définis et exécutés. La machine est basée sur la proposition de valeurs qui reflète les besoins de clients. Ce principe présenté à l'aide d'un exemple de référence sera expliqué à la page 2.

Le deuxième élément pour l'innovation est la créativité. Avec le concept de «**HPO Customer Experience Design (CED)**» celle-ci est exécutée dans la pratique et proche du client. Une collection de modules coordonnés les uns aux autres aide à se débarrasser de façons de penser conventionnelles ainsi qu'à découvrir des demandes de clients et à les travailler systématiquement. CED peut commencer 'bottom-up' avec des ateliers dans des petites équipes et peut mener, si nécessaire, à la gestion de grands projets. Vous trouverez une vue d'ensemble et un exemple de référence à la page 3.



Dr. Thierry Lalive d'Epinay  
Managing Partner HPO AG



Matthias Müller  
Businesspartner HPO AG





Dr. Ulrich Urlau  
Membre de la direction de l'entreprise et directeur du 'Business Development Swiss Steel AG'

«L'innovation globale est décisive pour le positionnement à succès de Swiss Steel. En raison de cette grande importance nous nous sommes décidés il y a 5 ans à développer et à opérer une machine d'innovation avec le soutien de HPO. Après 5 ans d'opération il se montre que Swiss Steel a pu consolider, grâce à un grand taux d'innovation, sa première position dans la compétition croissante. Tous les domaines de l'entreprise sont intégrés systématiquement dans le processus d'innovation. A cause de leur participation active l'engagement à l'implémentation est grand. Nous sommes sûrs que grâce à cette approche globale et systématique nous pourrions continuer à augmenter notre compétitivité dans l'avenir et que nous sommes fin prêts pour l'avenir.»

## Swiss Steel AG

# Machine d'innovation avec des résultats durables

Dans la compétition Swiss Steel se profile sur ses concurrents par de nouveaux produits innovants. Une innovation systématique et structurée est ainsi la clé au maintien et l'expansion de la compétitivité. Pour le garantir Swiss Steel s'est décidé pour la méthodologie de la machine d'innovation de HPO. Et tout cela avec succès.

Au cours du développement de la stratégie l'importance énorme de l'innovation a été bien reconnue. Des produits innovants sont la base pour avoir une longueur d'avance par rapport à la concurrence. Des études et des simulations ont relevé que les effets négatifs des affaires cycliques peuvent être réduits à l'aide d'un portefeuille approprié de produits.

Dans ce cas l'innovation doit être considérée de manière globale. Sur la base des tendances relevées systématiquement (marché, concurrents, environnement, technologies) les bases, les processus et méthodes sont développés qui sont encore utilisés pour le développement de nouveaux sortes d'acier mais aussi pour de nouveaux procédés de production.

### Buts du projet

Le design de la machine d'innovation se fait sur la base du processus d'innovation existant. Par son opération systématique les tendances reconnues et les demandes de clients changées devraient résulter systématiquement et rapidement dans de nouveaux produits. De plus, il faudrait développer de nouvelles sortes d'acier qui s'avèrent robustes aussi pendant des cycles négatifs. En le faisant il faut intégrer tous les domaines dans le processus. Le développeur supérieur de l'entreprise est le CEO, soutenu par la direction de l'entreprise. Eux, ils sont le comité de décision qui détermine le portefeuille d'innovation.

### Approche

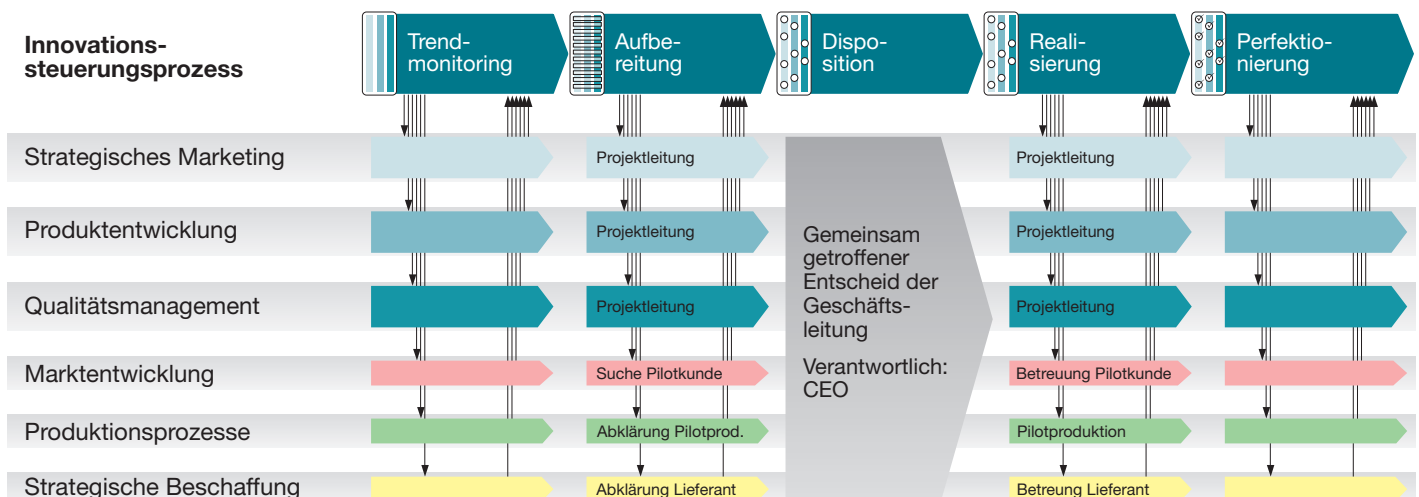
Das gewählte pragmatische und projektangepasste Vorgehen orientiert sich an der praxiserprobten HPO-Methode. L'approche pragmatique et adapté au processus qu'on choisit s'oriente à la méthodologie essayée par expérience de HPO *Macrodesign Innovationsmaschine 5Mi®*. Au cours du projet HPO agit en tant que fournisseur de méthodes, entraîneur de processus et coach. Les directeurs de l'exploitation de Swiss Steel fournissent le savoir-faire nécessaire et spécifique à l'entreprise. Leur intégration assure aussi le succès

**«Innovation concerne l'entreprise entière et doit ainsi se dérouler à ce niveau.»**

### Résultats

Cela fait 5 ans maintenant que Swiss Steel se sert de cette machine d'innovation de HPO. Au cours des années des optimisations et des adaptations nécessaires ont été faites. Grâce à cette force d'innovation Swiss Steel pouvait se maintenir bien en place pendant et après la crise économique. Par l'intégration d'une base assez large dans le développement de l'entreprise l'introduction de la machine d'innovation a mené à une réorientation. Le succès de l'entreprise n'est pas le succès de quelques-uns seulement mais de tous les employés au sein de l'entreprise.

### Innovationssteuerungsprozess



Konzeptionelle Abbildung der Innovationsmaschine der Swiss Steel AG



## Customer Experience Design crée des expériences précieuses pour le client

«HPO Customer Design Experience» explore les besoins de clients pas exprimés, il les relie avec les chances sur le marché et crée de nouvelles solutions surprenantes. C'est une discipline créative et en même temps exigeant: chaque projet est vérifié et conçu de manière conséquente selon son avantage pour le client. C'est ainsi que des propositions à valeur se produisent qui peuvent s'imposer sur le marché.

Bien que la discipline n'ait pas existé à l'époque, Henry Ford était un des plus grands designers d'expérience. Il a prononcé la phrase incomparable : «Si j'avais demandé à mes clients ce qu'ils voulaient, ils auraient dit : un meilleur cheval.» Ford a tenté sa chance : Il a compris le besoin de client de plus de vitesse et fiabilité, a reconnu les possibilités technologiques et a créé une expérience incomparable – la voiture.

Customer Experience Design (CED) est pour ainsi dire l'industrialisation de ce processus. Des équipes interdisciplinaires disposent du savoir, de l'énergie et de l'outil le soi-disant Rapid Prototyping qui fait vivre l'avenir: au cours de cycles de développement rapides la solution est éprouvée, optimisée et exposée à la réaction des investisseurs et des clients. Amazon avait mis plus de 60 cycles d'essai de prototype jusqu'à ce que le produit phare ait été fait qui a révolutionné le monde du shopping en ligne.

Avec CED la valeur ajoutée ne se fait pas par la vente d'un produit mais par la constitution d'une expérience vécue qui est programmée du premier contact avec le client (point de contact) jusqu'à la vente et le service après . Dans chaque interaction avec le client il y a du potentiel d'innovation – et des besoins spécifiques à considérer.

### Swisscom plus proche du client grâce CED

Pour Swisscom le soin du client est un des points de contact les plus importants : une enseigne critique avec laquelle la demande ou la réclamation devrait devenir une expérience positive. Dans le projet 'Best Age Customer Contact' il s'agissait de se servir de ce contact de manière que surtout des clients plus âgés atteignent une plus grande satisfaction - et des collaborateurs plus âgés puissent fournir un service à succès.

### Approche

La méthodologie centrale pour l'élaboration de solutions était le Rapid Prototyping et la mise en place de propositions de valeurs. Les deux méthodes partent du besoin du client et focalisent sur la création de valeur ajoutée pour les clients et l'entreprise. Chaque pas vers une solution est d'abord vérifié selon l'avantage du client. Dans le projet ' Best Age Customer Contact' on a développé un système de routes qui a réuni les clients avec des collaborateurs particulièrement formés et expérimentés – pour qui il y avait de l'autre côté des plans d'intervention à disposition qui garantissaient la satisfaction des besoins de clients.

### Résultats

L'intervention des collaborateurs plus âgés avait tout de suite un effet positif. L'entretien de consultation était, selon des critères subjectifs, plus complet et durait, selon des critères objectifs, seulement un peu plus longtemps. La satisfaction de client a augmenté mesurablement en quelques mois.



Günter Pfeiffer  
Membre de la direction  
d'entreprise de Swisscom AG  
jusqu'à la fin 2010

« Customer Experience Design » élargit la capacité d'une organisation de développer des images et des scénarios pour l'avenir, il exploite ses compétences de développer des solutions co-créatives et renforce la volonté de constitution et la force d'implémentation. Matthias Müller nous a soutenus dans le projet 'Best Age Customer Contact' dans la phase de la création de solutions et du prototyping. MDII se différencie avec son approche des approches de consultation traditionnelles et réalise d'un côté en peu de temps des solutions solides et prêtes et de l'autre côté une grande énergie et volonté d'implémentation se forme par la manière motivante du prototyping.»

## Est-ce que toutes les branches sont les mêmes ?

Il est étonnant de voir régulièrement à quel point les problèmes dans de différentes branches se ressemblent et comment même des approches éprouvées dans une branche peuvent être intégrées dans d'autres branches. Des processus industriels par exemple s'appliquent parfaitement dans le paysage des finances. La méthodologie de HPO est basée sur ces modèles communs et assure que les solutions les mieux possibles peuvent être élaborées.

D'autre part les branches se diffèrent. Des processus sont certes les mêmes mais les contenus sont complètement différents. Les termes et les langues se diffèrent. On ne peut pas se servir du vocabulaire d'un banquier en parlant d'une aciérie et vice versa. C'est-à-dire que d'un côté les capacités de l'abstraction et du transfert des concepts sont nécessaires pour un consultant de HPO de l'autre côté les connaissances spécifiques et profondes de différentes branches sont requises. Nous traitons et développons systématiquement notre savoir-faire et notre expérience dans les branches suivantes :

### Finance

Banques, assurances et Private Equity

### IT et Télécommunication

ICT Service Provider, Entreprises de télécom, fournisseurs de systèmes, développeurs d'applications

### Industrie

Acierie, construction de machines, construction d'installations et de composants, industrie du bâtiment

### D'autres branches :

Industrie chimique et pharmaceutique, Life Sciences, Energie, Organisations à but non lucratif, Secteur public, Aviation, Transport, Santé, Commerce et biens de consommation, Médias

## Notre nom est notre programme: Nous constituons des entreprises hautement performantes

La haute performance commence par une stratégie consistante.

Nous développons ou révisons votre stratégie.

Nous constituons votre organisation hautement performante.

Nous assurons la réalisation.

Nous augmentons votre performance avec nos propres méthodes éprouvées.

Notre impact dépasse d'au moins dix fois nos coûts.

Nous acceptons des honoraires en fonction de notre succès. Avec raison.

Pas à pas.

Vers le succès.



## Séminaires intensifs

Nous avons suscité votre intérêt ? Alors suivez un de nos séminaires intensifs.

### Contenus

Bases de l'approche d'une méthodologie intégrale, focalisation sur un sujet prioritaire, présentation d'un projet de référence issu de la pratique

### Dates et sujets prioritaires

- Jeudi, 5 mai 2011 : En forme pour l'avenir grâce à une innovation systématique
- Mardi, 30 août 2011 : Augmentation durable de performance grâce à un modèle de processus commerciaux optimal
- Mardi, 8 novembre 2011 : Culture d'entreprise – les facteurs doux souvent sous-estimés

### Heure

14.00 à 18.00, suivi par un dîner

Informations supplémentaires et inscription : [www.hpo.ch](http://www.hpo.ch).