

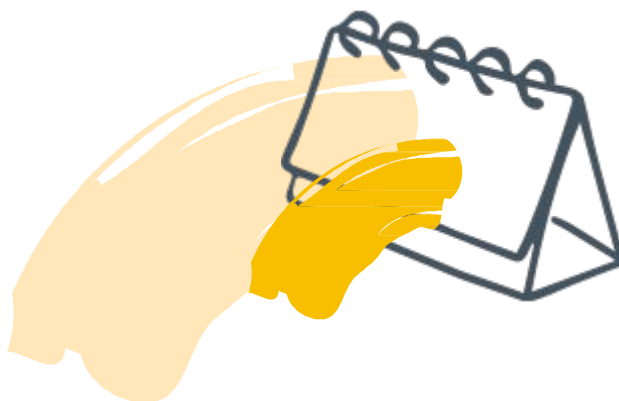
INTRODUCTION

La phase de déploiement des innovations est une phase de transfert, de transmission et aussi de communication, dont la qualité repose en bonne partie sur ce qui a été travaillé tout au long de la mission. Il convient donc d'avoir en tête les exigences d'un transfert réussi, d'une transmission outillée dès les premières étapes d'une mission.

La phase de déploiement est une étape importante en soi, il s'agit de donner les éléments les plus pertinents et les plus précis, aux décideurs et aux porteurs, pour que les solutions testées puissent être appropriées et développées en autonomie. Il s'agit de faire en sorte que chacune des parties prenantes ayant contribué puisse devenir ambassadrice.

La phase de déploiement peut constituer une itération supplémentaire pour créer les conditions d'un passage à l'échelle des innovations et donc d'amélioration du prototypage. Il s'agira, pour le dire autrement, de profiter du passage à l'échelle pour améliorer le prototype et imaginer une simplification de la production "en série".

La phase de déploiement est une phase de réflexivité stratégique : comment, par quelles étapes et quelles (futurs) actions et prises en compte d'obstacles, assurer le passage à l'échelle. La question des coûts devient à cette étape essentielle puisque les ressources conditionnent largement la réussite du passage à l'échelle.



La phase de déploiement est une phase de capacitation des porteurs de projets. L'implication lors des phases précédentes y trouve son aboutissement. Si vous avez été accompagnés par un prestataire, c'est généralement le moment où il passe la main. Cela doit être fait dans la confiance, en reconnaissant et en valorisant pleinement les capacités des futurs porteurs de projets et éventuellement, accompagné d'une approche formative.

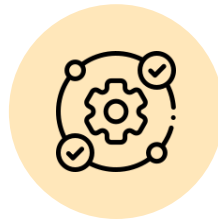
La phase de déploiement peut intégrer une dimension de communication qui peut prendre plusieurs formes : intervenir dans un séminaire, intervenir dans diverses instances, etc. La communication peut s'appuyer ici sur une nouvelle forme de légitimité, celle de la "preuve", apportée lors de la phase précédente.

La phase de déploiement permet de produire, ou d'accompagner la production de divers supports de communication interne/externe (fiches, vidéos, page web...) en puisant dans l'identité spécifique de la mission et les multiples productions, dans un esprit de diffusion et d'appropriation de la démarche et de ses enseignements.

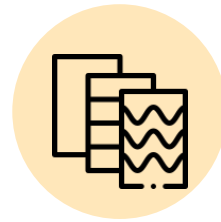
DÉPLOYER ? DÉPLOIEMENT ? MISE EN ŒUVRE OPÉRATIONNELLE ?

Le déploiement est le fait d'introduire une nouvelle solution, un nouveau service, un nouveau produit dans un contexte précis de manière coordonnée sur l'ensemble des aspects techniques, humains ou organisationnels.

UN DÉPLOIEMENT RÉUSSI REPOSE SUR :



une planification prospective de sa mise en œuvre, (rétro ingénierie)



le rassemblement des ressources et des compétences adaptées aux résultats souhaités



la construction d'un cahier des charges technique solide et complet



l'adéquation de la solution avec les besoins des utilisateurs finaux (intégration des tests utilisateurs)



une gouvernance opérationnelle efficace dans l'arbitrage des décisions



une stratégie de communication solide et impactante



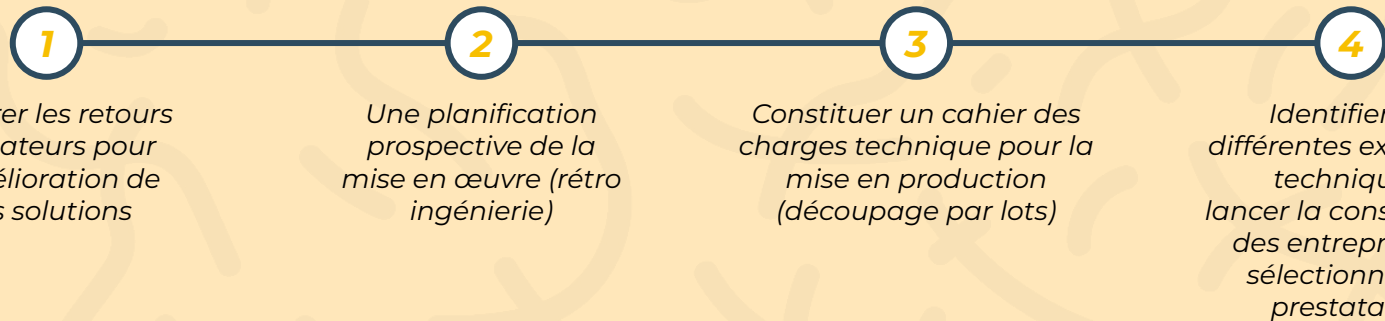
une évaluation continue des résultats recherchés et une adéquation au cahier des charges



une surveillance et un suivi de la mise en œuvre

AMÉLIORER

Processus d'OUVERTURE



ÉTAPE 1 : INTÉGRER LES RETOURS UTILISATEURS POUR L'AMÉLIORATION DE VOS SOLUTIONS

PRINCIPE 1 / Prioriser les améliorations

Après un test utilisateurs, vous pouvez avoir un grand nombre de retours et de modifications à apporter. Il est nécessaire de prioriser et de catégoriser ces retours pour organiser un plan d'action. En effet un retour ergonomique, esthétique ou structurel n'ont pas les mêmes incidences sur le développement.

PRINCIPE 2 / Étiqueter vos retours

Un outil très simple et intuitif comme TRELLO vous permettra d'étiqueter chaque retour pour prendre chaque problématique individuellement. Prenez le temps de remplir ce document qui vous servira de suivi de production.

Vous pouvez catégoriser les tickets par nature ou par priorité du problème à résoudre.

PRINCIPE 2 / Penser en version

Un grand nombre de retours ne peuvent pas être traités de front. Aussi, pensez à vos utilisateurs et à votre modèle économique pour prioriser les éléments essentiels à votre première version.

Ensuite, planifiez dans le temps des versions en y associant chaque ticket TRELLO pour lisser le travail et pensez en parallèle à votre stratégie de diffusion des différentes versions.



ÉTAPE 2 : UNE PLANIFICATION PROSPECTIVE DE LA MISE EN ŒUVRE (RÉTRO INGÉNIEURIE)

De notre point de vue, la spécificité d'une stratégie d'innovation tient à la combinaison d'une approche micro et macro.

Tout en s'intéressant à des choses trop souvent délaissées dans le monde du management (les objets concrets, les interfaces, les outils...), la conduite des transformations et de projets d'innovation doit être accompagnée par une politique de diffusion et d'implantation massive des innovations produites et évaluées comme pertinentes.

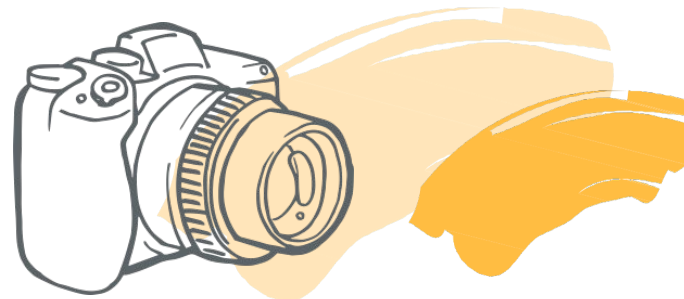
Face aux productions, notamment numériques, et la difficile gestion de données, il est nécessaire de repenser de nouvelles formes de médiation, de capitalisation et de pilotage des projets innovants.

Modes d'intervention et outils

- ▶ conception d'outils et de process de suivi d'innovation
- ▶ formalisation par la co-conception de stratégies d'innovation
- ▶ accompagnement réflexif de décideurs
- ▶ facilitation de collaborations et de coopérations
- ▶ tutorat des facilitateurs
- ▶ d'innovation

Livrables et productions

- ▶ modèles / parcours cycle de projets innovants
- ▶ outils divers (numériques, physiques...)
- ▶ stratégies d'innovation et d'appropriation
- ▶ stratégies de formation et de diffusion des innovations
- ▶ référentiels d'innovation et de compétences



ÉTAPE 3 : CONSTITUER UN CAHIER DES CHARGES TECHNIQUE POUR LA MISE EN PRODUCTION (DÉCOUPAGE PAR LOTS)

PRINCIPE 1 / Penser usages

Mettre au cœur de votre cahier des charges les usages recherchés par votre produit ou service.

Ce sont eux qui doivent guider les décisions à prendre et non la technique, dans la mesure des économies disponibles. En les inscrivant dans le cahier des charges, vous évitez au prestataire de se soustraire aux éléments qui sont le cœur de votre projet.

PRINCIPE 2 / Penser technique

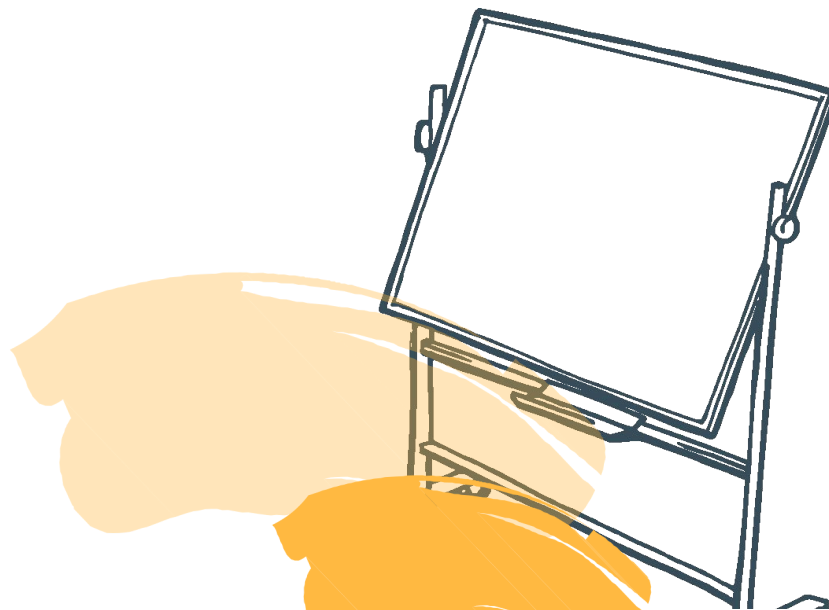
Donnez le ton, ne vous faites pas imposer de technologies ou de solutions techniques particulières.

Faites vos recherches et inscrivez les différentes prérogatives techniques à suivre qui permettent suffisamment de souplesse et de tenir le niveau technologique souhaité.

PRINCIPE 3 / Ne pas mettre tous vos oeufs dans le même panier

Même si des solutions “all inclusive” vous semblent alléchantes et plus simples mentalement à gérer, sachez que vous n’aurez plus la main sur les différentes expertises. Dans certaines innovations, la communication entre deux disciplines qui ne se connaissent pas est nécessaire, voire indispensable. Le secteur privé n’a peut-être pas déjà rencontré cette configuration et donc n’est pas forcément en capacité de constituer le bon groupement d’entreprises pour répondre à votre demande.

Aussi, le découpage par lots vous permet de garder la main sur le choix de l’ensemble des compétences nécessaires à la réalisation de votre projet.



ÉTAPE 4 : IDENTIFIER LES DIFFÉRENTES EXPERTISES TECHNIQUES, LANCER LA CONSULTATION DES ENTREPRISES ET SÉLECTIONNER LES PRESTATAIRES

PRINCIPE 1 / Prospecter et démarcher ceux qui peuvent répondre à vos défis

Mettez en place des stratégies pour identifier les potentiels partenaires ou prestataires à associer dans votre projet. La consultation n'arrive pas toujours jusqu'aux offres les plus adaptées. N'hésitez pas à adresser directement le cahier des charges à plusieurs candidats sans faire de favoritisme (bien entendu) et en laissant jouer la concurrence.

Il est essentiel d'avoir plusieurs offres pour pouvoir comparer leurs valeurs. Une offre seule peut vite vous enfermer dans une seule solution, voire que l'on vous impose une vision de votre projet sans pouvoir la mettre en balance avec une autre.

PRINCIPE 2 / Annoncer votre consultation et la rendre visible

Donnez-vous la visibilité maximale, vous pouvez faire des annonces du lancement de votre consultation. Pour cela, utilisez les matériaux et la documentation recueillie tout au long du projet (vidéo, photo, livrables etc.) De plus, vous pouvez faire des pré-annonces sur les sites officiels pour annoncer la date de publication de l'annonce.

