



TIME TO MARKET

Bench-targeting RIST en partenariat avec Ermes - Université Paris Dauphine

6 février 2016

Le thème

La vitesse de maturation d'idées, de concepts, de technologies de rupture, la vitesse d'intégration d'innovations dans un produit et de déploiement du produit vers des marchés, impliquant le cas échéant diverses fonctions, cette vélocité est souvent gage de succès dans un contexte concurrentiel exacerbé.

Dans ce programme de benchmarking, nous analyserons les différentes réalités des partenaires autour de deux questions :

- A-t-on réellement intérêt à faire des efforts coûteux d'accélération des processus d'innovation ? Le niveau d'enjeu peut dépendre, en particulier, des stratégies dominantes de chaque cas (différenciation, copie, « me too », ou « dog ») qui dépendent elles-mêmes des secteurs industriels, et plus précisément de la nature des produits/marchés. Nous analyserons aussi les enjeux d'accélération par rapport aux cycles de négociation BtoB, ainsi que les problématiques classiques coûts/qualité/délais.
- Nous chercherons également à comprendre comment les différentes organisations partenaires fonctionnent pour mettre en marché leurs produits innovants, ce qui pose problème et pourrait être amélioré en matière de rapidité. Un accent particulier sera mis sur l'irruption du digital sous ses formes multiples dans les processus d'innovation.

Les échanges organisés devraient permettre, au sein de ce benchmarking particulier, d'organiser les comparaisons et de raisonner des plans d'amélioration.

Le dispositif

Voir en annexe la présentation du concept de Bench-targeting™

La prestation comprend :

- un kick off d'une heure ou deux (analyse des attentes spécifiques du partenaire, choix de deux projets innovants, mise en œuvre concrète)
- une analyse des deux projets (2 ou 3 interviews par projet) et une interview d'un ou deux responsables innovation et/ou R&D
- la rédaction d'une monographie (validée par le partenaire)
- les monographies des autres partenaires
- la participation à un workshop d'échange avec l'ensemble des partenaires, animée par le binôme de consultants
- un document de synthèse

Les tarifs et périodes

Kick off à réaliser en mars/avril 2016

La suite du processus à réaliser de janvier à mars, à ajuster en fonction des contraintes du partenaire et des autres acteurs du benchmark.

Tarif : 6 500 euros HT

Tarif option une journée de restitution/formation (1 intervenant) : 2 120 euros HT

Les frais de transport et d'hébergement sont facturés en sus sur la base des frais réels

Modalités de règlement bench-targeting:

- 50% facturés et réglés à la commande
- 50% + frais facturés en fin de réalisation et réglés selon les conditions du client

Modalités de règlement journée option :

- facturé en fin de réalisation et réglé selon les conditions du client

Qu'est-ce que le *bench-targeting*TM?

Le *bench-targeting*TM est une forme d'intervention proposée par RIST qui consiste, sur un thème précis, à comparer de manière intelligente plusieurs entreprises ou organisations concernées (3 à 6), d'organiser des confrontations donnant lieu à l'élaboration de plans d'amélioration qui seront suivis dans le temps.

- Le *bench-targeting* est « intelligent » : il y a mobilisation sous-jacente par les intervenants des théories et modèles les plus adaptés ; les intervenants se déplacent dans chacune des entreprises et procèdent à des entretiens approfondis avec les responsables clés du domaine pour comprendre la réalité de chacun ; les comparaisons sont ainsi contextualisées ce qui permet de raisonner des plans d'action adaptés.
- Le *bench-targeting* permet des échanges en « milieu protégé » : engagement de confidentialité des intervenants et des participants, cooptation pas à pas des participants entre eux.
- Le *bench-targeting* donne rapidement des résultats : trois mois pour produire des rapports par partenaire et un premier workshop de mise en commun et définition de plans d'action. A une échéance dépendant de la nature du thème un second workshop est programmé.
- Le *bench-targeting* est relativement peu onéreux : 6 500 euros HT/organisation participante. Ce tarif inclut l'ensemble du temps de préparation de l'étude, les déplacements en région parisienne) et les entretiens dans vos locaux, la monographie spécifique à votre entreprise, les monographies des autres entreprises du benchmark, le rapport de synthèse et la participation aux workshops.

Contacts : francois.fort@rist-groupe.fr

Site : www.rist-groupe.fr

Intervenants RIST et Dauphine:



Manuel CARTIER

Manuel est maître de conférences à l'Université Paris Dauphine. Il est co-directeur de la chaire Intelligence Economique et Stratégie des Organisations. Il est Partenaire RIST, intervenant sur les problématiques de marketing/stratégie, de veille stratégique, scientifique et technologique, d'analyse des écosystèmes d'affaires (i.e. AIR LIQUIDE, MICHELIN, MORPHO, SAFAN, SAGEM, SNECMA)

Il interviendra dans le bench-targeting en back-office et en co-animation du workshop.



François FORT

François est Docteur en Sciences de Gestion de l'École des Mines de Paris et HDR de l'Université Paris Dauphine. Il a été DRH une quinzaine d'années dans des contextes variés (public et privé, français, marocain et américain, industries et services), mais comportant toujours une forte dimension science, technologie et innovation.

Aujourd'hui, il est enseignant chercheur au sein de l'Université Paris Dauphine et il dirige trois entreprises de conseil, dont RIST. Il enseigne le management du changement et anime quatre programmes de recherche : accompagnement de carrière des chercheurs et des experts, dynamiques humaines au sein des partenariats de R&D, innovation différenciante et intelligence et management de la complexité en R&D.

Il possède une expertise en management de projets complexes acquise par le pilotage d'une trentaine de grands projets (projet Dyrep du FP6, projet de formation des responsables de laboratoire de l'INSERM, projet SANOFI de réorganisation de l'expertise scientifique, projet SAFRAN de formation des experts, etc.) et de direction d'entreprise de conseil et formation.



Radu Mihail

EMBA de HEC Paris, Radu est consultant RIST depuis 2013. Il intervient sur des chantiers nécessitant un travail d'alignement des fonctions pour l'optimisation des processus d'innovation (i.e. CNES, SANOFI), ainsi que sur les programmes « innovation différenciante », particulièrement auprès des PME. Il anime également un think tank RIST concernant les roadmaps scientifiques et la gestion des incertitudes.

Il a été avant cela le vice-président responsable de l'innovation du groupe CGG. Les derniers 15 ans, ses responsabilités dans des positions managériales au sein de grands groupes (France Telecom, Motorola, CGG) en Europe et aux Etats Unis ont été liées au cycle de lancement des nouveaux produits et services – implémentation du processus de sélection des technologies, partenariats clients/fournisseurs pour le développement et le lancement des nouvelles technologies, structuration de l'activité R&D auprès des F&A.

Quand il était membre du Comité Technologique ainsi que du Comité Marketing du groupe CGG, ses préoccupations se sont concentrées sur la coordination et l'intégration des efforts des organisations R&D et marketing dans la création et la gestion d'un portefeuille de projets innovants transverses au niveau d'une corporation complexe.