

Intitule de la certification

Manager l'innovation responsable

Description du métier, de l'activité ou de la situation professionnelle à partir duquel le dispositif de formation visant la certification est initié :

Description de l'activité

Manager l'innovation responsable implique d'analyser les besoins d'une entreprise et de l'accompagner dans la mise en place et/ou le financement de ses projets d'innovation. Ils sont également amenés à conduire ces projets d'innovations responsable. Les professionnels concernés jouent ainsi un grand rôle dans l'élaboration et l'alimentation de la stratégie de l'entreprise. Ils doivent enfin communiquer autour de ces projets afin de fédérer l'ensemble des parties prenantes.

La certification s'adresse aussi bien aux décideurs d'entreprises de services que de groupes industriels, également aux :

consultant,
directeur marketing,
directeur de partenariats,
directeur digital,
engineering manager,
gérant manager,
responsable de projets multinational,
responsable innovation,
responsable marketing,
consultant en innovation,
responsable de l'innovation,
responsable de projet innovant,
responsable de financement de l'innovation et autres professionnels évoluant dans des entreprises industrielles ou de services au contact de projets innovants.

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
	MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
C1 Proposer une démarche d'innovation intégrant la dimension de service ou produit, en formalisant un concept marketing prenant en compte les spécificités des offres, en anticipant les problématiques de gestion associées afin d'en faciliter la mise en œuvre et le pilotage	<p>E1 Projet en 2 parties</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rédaction d'un dossier d'un minimum de 50 pages - Présentation orale de 20 min + questions réponses <p>Ce projet à pour objet d'(de) :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le concept marketing est formalisé - Les spécificités des offres sont prises en compte - Les modalités de traitement des problématiques sont formalisées - Le processus d'innovation est proposé
C2 Développer une démarche innovation orientée client en analysant les attentes prospects, en réalisant la segmentation du marché afin de choisir le positionnement le plus pertinent, adéquat et différenciant	<p>- analyser les besoins d'une entreprise et de l'accompagner dans la mise en place et/ou le financement de ses projets d'innovation en mobilisant et en appliquant les différents apprentissages de marketing responsable acquis au cours de la formation.</p> <p>-proposer des démarches innovantes orientées client qui prennent en considération les 3 dimensions créatrices de valeur pour ce dernier ;</p> <p>-de stimuler la créativité de l'entreprise en proposant des outils de travail, d'échange et de réflexion qui aboutissent à un projet innovant</p> <p>-d'intégrer des enjeux et obligation du développement durable (société, culture, économie, politique, marché entre autres)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le marché est segmenté - La cible est choisie et justifiée - Le mix marketing est établi (7p) <ul style="list-style-type: none"> • Produit • Prix • Place / distribution • Promotion / communication • personnel • processus • preuves matérielles - Les trois dimensions créatrices de valeur pour le client : valeur transactionnelle, valeur relationnelle et valeur expérientielle sont utilisées - L'offre de service est mise au point en utilisant le design thinking - Un business canevas est proposé (persona + empathy map + parcours client)
C3 Stimuler la créativité au sein de l'entreprise et des équipes en mettant à disposition de celles-ci les outils facilitant leur propre créativité afin d'aboutir à un projet innovant	<p>Il sera proposé en 2 parties :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un brainstorming est réalisé - Des interviews sont effectuées - Des enquêtes ont été menées et sont présentées - Des interviews clients sont prises en compte - Les idées sont justifiées

<p>C4 Proposer une radicalité dans les modèle(s) d'affaire (business model) en analysant les modèles existants, en utilisant les outils d'analyses adaptés afin de rechercher des pistes de fortes différenciations</p>	<p>La rédaction d'un dossier écrit d'un minimum de 50 pages contenant : 1/ une présentation du participant et du contexte et de l'origine du projet ; 2/ Les enjeux, les besoins et les objectifs auxquels le projet répond ; 3/ La méthodologie de recherche et d'action. Les analyses détaillées</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un business modèle d'affaires singulier cohérent avec le positionnement et viable est proposé - Une analyse comparative d'autres business modèles est présentée (benchmark)
<p>C5 Intégrer, tout au long du processus d'innovation, de la conception à la mise sur le marché, les enjeux et obligations du développement durable (société – culture – économie, politique et environnement) en intégrant systématiquement les parties prenantes (Stakeholders), en parallèle des actionnaires (Shareholders) afin d'évaluer les conséquences de l'innovation sur les parties prenantes.</p>	<p>La présentation orale dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 20 minutes de présentation et 10 minutes de questions réponses face à un jury 	<ul style="list-style-type: none"> - Une cartographie des différents acteurs impliqué avec leur degré d'implication et leur positionnement est dessinée - Les enjeux de responsabilités sont identifiés - Un plan d'actions adéquat en lien avec la problématique est proposé et justifié.
<p>C6 Anticiper les questions de responsabilité à l'occasion du développement d'innovation en comprenant, en analysant et en mesurant les différentes formes de responsabilités afin de développer des innovations responsables</p>	<p>E2 Présentation d'actions individuelles en entreprise lors d'un entretien oral de 10 minutes sur des thématiques d'innovation responsable Un power point est demandé au candidat pour illustrer sa présentation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le rôle de chacun est identifié, exprimé et diffusé - Un plan d'actions est défini en fonction du (des) problème(s) identifié(s)
<p>C7 Gérer les différentes étapes d'un projet au sein de l'organisation en prenant en compte l'ensemble des paramètres (ressources, planning) et des acteurs impliqués afin de piloter un projet dans son intégralité.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Les ressources sont adaptées en fonction des besoins - Une feuille de route claire et compréhensible par tous les acteurs (rôles et responsabilités) en anticipant les besoins de manière chronologique est établie - Un positionnement de leadership est adoptée lors de la présentation