PRESENTATION GROUPE INNOVATION

Managerial Innovation: How do firms create innovation from external sources?

Clémence Cheruy

Directeur de thèse: Isabelle Bourdon
Co-directeur: Nassim Belbaly

24 février 2015

Agenda

1. Présentation du sujet

2. Présentation des papiers

1. Présentation du sujet

Le management des Innovations

De l'innovation technologique à l'innovation managériale

Innovation technologique

Brevets, Inventions, R&D

Importance des activités support

Marketing, Design, Création de nouvelles professions, changement organisationnel

Innovation Managériale

L'invention et l'implémentation de pratiques, de processus, de structure ou de techniques qui représentent le dernier état de la connaissance et qui sont mis en œuvre (…).

Utterback and Abernathy, 1975; Abernathy and Utterback, 1978; Porter, 1985; Das and Van de Ven, 2000; Birkinshaw, Hamel et Mol, 2008

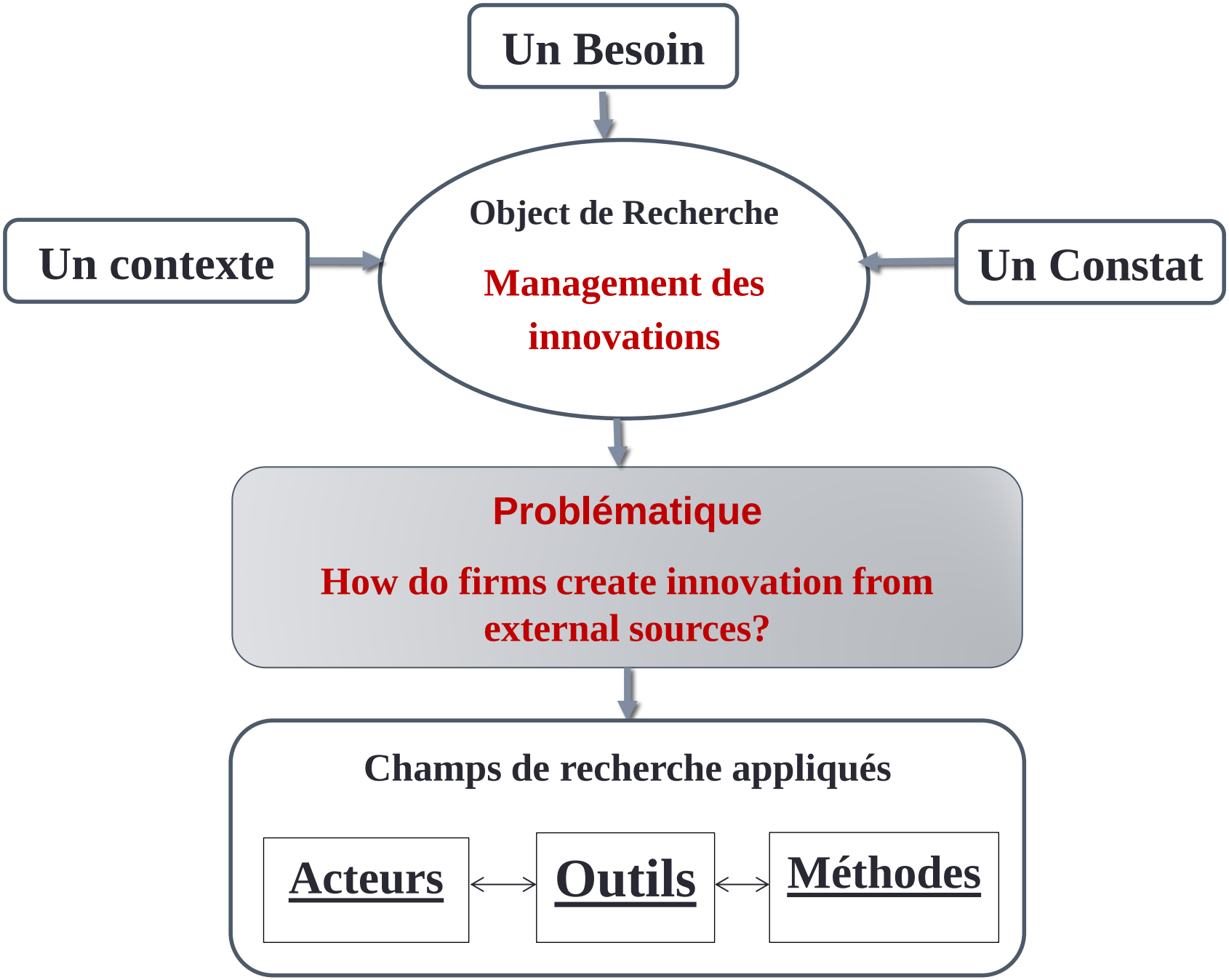
Ouverture des entreprises sur l'exterieur

Concept d'Open Innovation (Chesbrough, 2006)

- Partage de savoirs-faire et pratiques internes
- Intégration d'acteurs externes
- Ouverture des frontières de l'entreprise

➔ Notion de co-création
➔ Notion de innovation-utilisateur

Chesbrough, 2006: Von Hippel, 1986; Urban and Von Hippel, 1988; 2005


Un Besoin
Un contexte
Object de Recherche
Management des innovations
Un Constat
Problématique
How do firms create innovation from external sources?
Champs de recherche appliqués
Acteurs
Outils
Méthodes

2. Présentation des papiers

- 2.1. Paper 1: Lead user characteristics: a study of online detection
- 2.2. Paper 2: Why common users can provide innovative ideas via ideation platform
- 2.3. Paper 3: Involve customers in problem-solving process: how to catch the right customer?

Paper 1: Lead user characteristics: a study of online detection

Cadre Théorique

Lead User
Source d'innovation

- Avantage concurrentiel
- Augmente créativité des ets
- Produits mieux perçus par le marché

Caractéristiques du LU

- Ahead of trend
- Expected benefit
- Product related knowledge
- Use experience
- Involvement
- Opinion Leader

Plateforme d'Ideation

- Crowdsourcing implication du consommateur
- Puissanr outil pour challenges
- Permet l'émergence et la collection d'idées innovantes

Eric Von Hippel (1986, 1988, 2006, 2008), Cornelius Herstatt (1991), Franke and Shah (2003), John H. Roberts b, David F. Midgley (2004), Belz and Wenke Baumbach (2010)

Paper 1: Lead user characteristics: a study of online detection

étape 1

- Création de la plateforme d'idéation: Minder Platform
- Lancement du challenge

Terrain d'étude

étape 2

- Questionnaire filtre
- N = 302

Sélection des LU

étape3

- Entretiens semi-directifs
- N= 25

Exploration des caractéristiques

étape4

- Observation interne du comportement en ligne

Validation interne

Paper 1: Lead user characteristics: a study of online detection

Résultats

Hors ligne	En ligne
• Ahead of trend • Expected benefit • Product related knowledge • Use experience • Involvement • Opinion Leader	Ahead of trend ➔ Pas expert sur un produit spécifique Consumer knowledge ➔ Compétences techniques sur un produit similaire Expected Benefit ➔ pas nécessaire sur les aspects techniques

Paper 2: Why common users can provide innovative ideas via ideation platform

Cadre théorique

Créativité et Caractéristiques du LU

Franke et al. 2006; Kristensson, Gustafsson and Archer 2004; Dash, Schiffman , Berenon 1976; Kaufman 2009

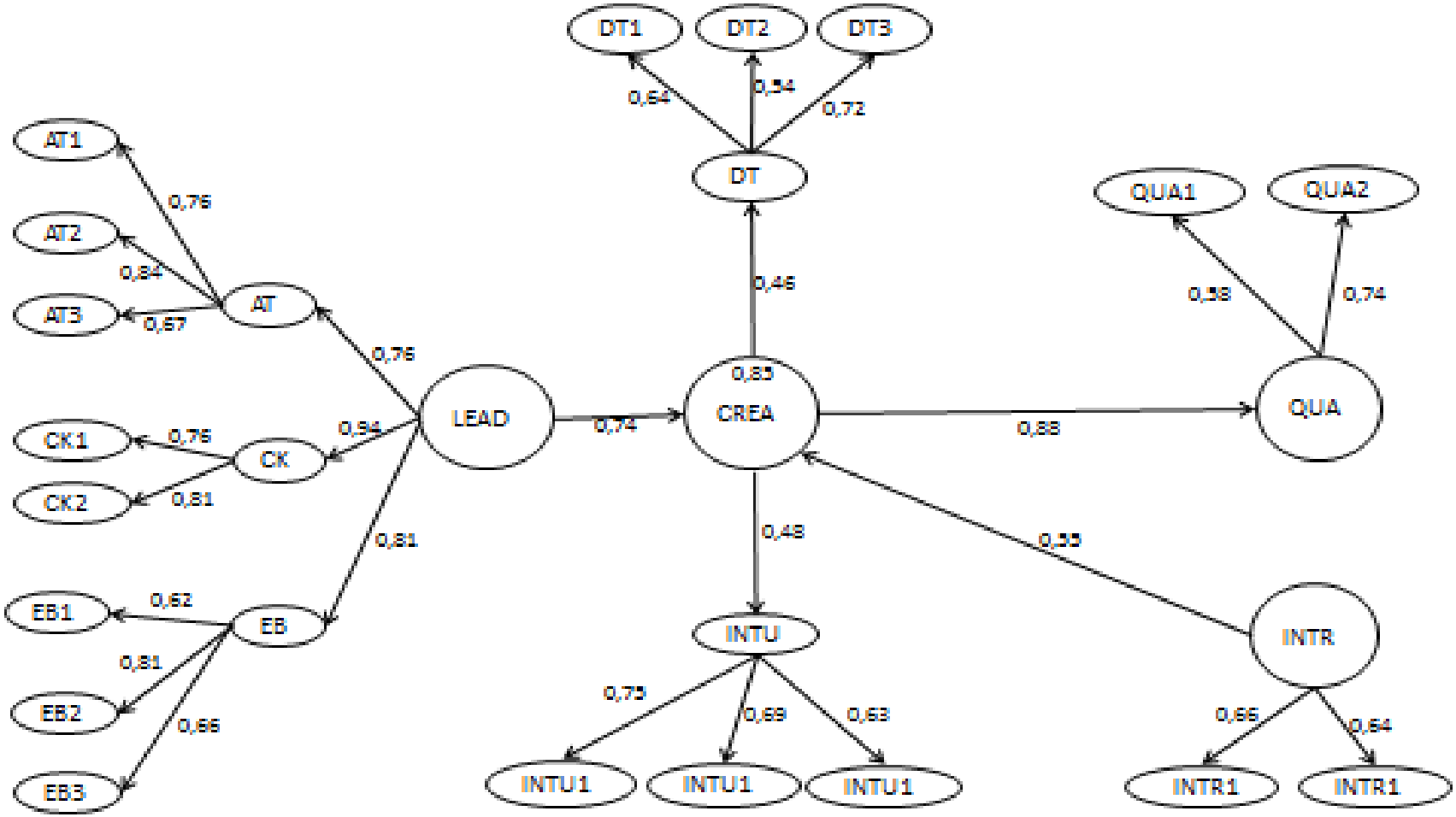
Créativité, Motivation Intrinsèque et LU

Tierney, Farmer and Graen 1999, Amabile 1997; Lakhani and Wolf 2005

Créativité et performance de l'idée

Ogawa and Piller 2006; Piller and Walcher 2006, Kristensson et al. 2004

Paper 2: Why common users can provide innovative ideas via ideation platform



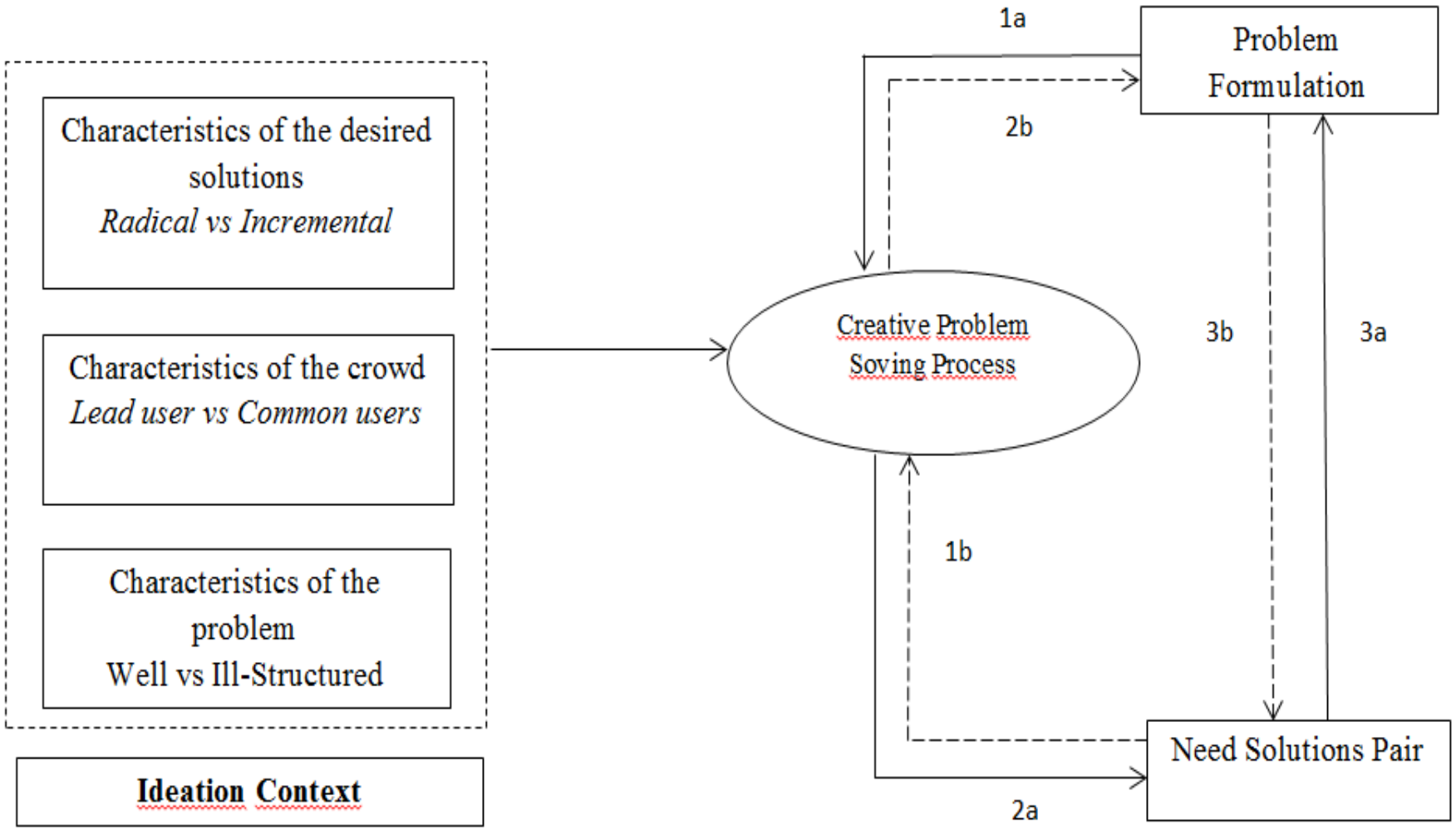
Paper 3: Involve customers in problem-solving process: how to catch the right customer?

- Avec une approche Problem-Solving
- Avec une approche Need Solution pairs

1. Construire un modèle théorique qui combine ces deux approches

2. Tester empiriquement le modèle théorique et comparer les deux approches

Model théorique



MERCI POUR VOTRE ATTENTION

c.cheruy@supco-montpellier.fr