



---

## Explorer et concevoir de nouvelles approches innovantes en capitalisant sur des expériences métier diversifiées

Les entreprises sont confrontées à des problèmes de plus en plus complexes de la part de leurs clients auxquelles elle souhaitent apporter des solutions très concrètes.

Ainsi, des entreprises telles que D'Ieteren, SDWorx, Orange, STIB, SPIE, d'horizons variés se sont regroupées au sein de l'écosystème MobiHub pour co-créeer de nouveaux services relatifs à la mobilité urbaine.

La co-création (mode Design Thinking) relève d'une approche 'inter-entreprises' pour développer des stratégies innovantes en vue d'adresser des problèmes complexes émanant d'écosystèmes (par. la mobilité urbaine, ...). Le volet 'inter-entreprises' permet de tirer parti des forces de chacune des entreprises participantes et ainsi créer un environnement qui accélère la mise sur le marché de solutions innovantes, enrichies des compétences et des expériences de chacune des entreprises partenaires. Le fait de travailler dans un modèle 'inter-entreprises' au lieu de 'intra-entreprise' crée un effet de levier qui accélère l'innovation d'un effet linéaire à un effet exponentiel.

La mise en œuvre du Design Thinking se décompose en 3 étapes

l'**immersion** est la combinaison de recherches sur les enjeux de l'écosystème à adresser, sur l'identification des forces de chacun des partenaires et des solutions à apporter à l'écosystème. A ce stade, il est également

essentiel de bien sélectionner les participants de chacune des entreprises partenaires qui participeront aux ateliers de co-création (pas que des dirigeants, mais aussi des personnes qui ont un fort contact avec le terrain)

la **co-création** est un workshop collaboratif intensif de 2 jours qui permet de générer une multitude d'idées émanant de personnes d'horizons et de fonctions différentes. La technique utilisée est celle de 'l'Intelligence Collective'.

le **Project Design** synthétise de manière structurée toutes les idées émises sur la technique du BMC (Business Model Canvas) afin de donner une dimension marketing et économique des projets qui ont émergé du workshop. L'outcome du Design Thinking est une décision à la fois individuelle et collective des différents partenaires d'un Go/No Go. En cas de Go, il sera question de développer un MVP (Minimum Viable Product) qui concrétisera les idées générées pour adresser les enjeux de l'écosystème avec des réponses concrètes.

C'est le métier de JiTM de réunir les partenaires utiles (qui peuvent être un mix de start-ups et/ou de Corporates) pour former un groupe de Design Thinking avec un engagement fort de la Direction Générale qui veut s'inscrire dans un modèle de co-création pour développer de nouveaux marchés.

### **Avez-vous déjà envisager les opportunités que représentent la co-création commerciale ou industrielle pour votre entreprise ?**

Les **Nouvelles Réalités de Marché** (NRM) sont la cause des changements d'équilibre que tout dirigeant (exécutif, Comité de Direction, ou non-exécutif, Conseil d'Administration) doit intégrer dans sa vision stratégique. Seules les entreprises agiles qui pourront anticiper ou réagir à ces **Nouvelles Réalités de Marché** garderont leur valeur et leur performance.

Just in Time Management est un cabinet-conseil composé exclusivement de dirigeants d'entreprises ([www.just-in-time-management.com](http://www.just-in-time-management.com)). Nous sommes spécialisés dans le conseil et la mise en place de business modèles adaptés aux Nouvelles Réalités de Marché dans les entreprises de taille moyenne.

Pour approfondir ce thème, contactez Thierry Janssen, fondateur de Just in Time Management : [thierry.janssen@jitm.eu](mailto:thierry.janssen@jitm.eu) ou +32 478 98 33 61.