Gestion de Projet Agile

Trop souvent nous ne remettons pas en cause ce qui existe déjà, parce que si des millions de personnes le font, c’est que c’est la meilleure manière de le faire. Mais ce n’est pas la meilleure manière; c’est juste la manière moyenne, habituelle.

Earl Nightingale,

Petit rappel…

29%

Echec : 18%

Dépassement délais et/ou couts : 53%

Réussite : 29%

Pourquoi?

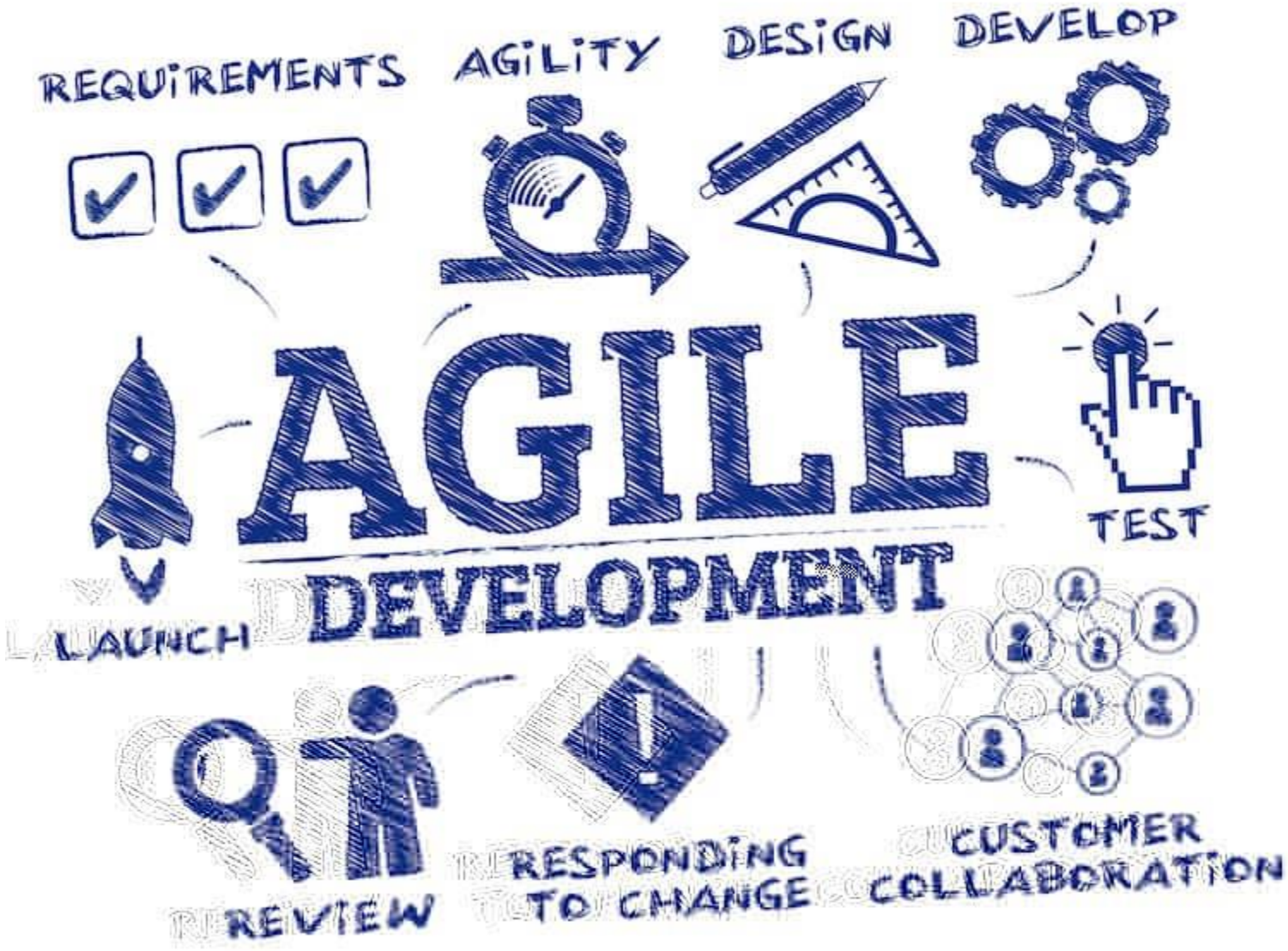
LES OBJECTIFS NE SONT PAS CLAIRS

PLANNING PAS ASSEZ TRAVAILLÉ

CONTENU PAS ASSEZ MAÎTRISÉ

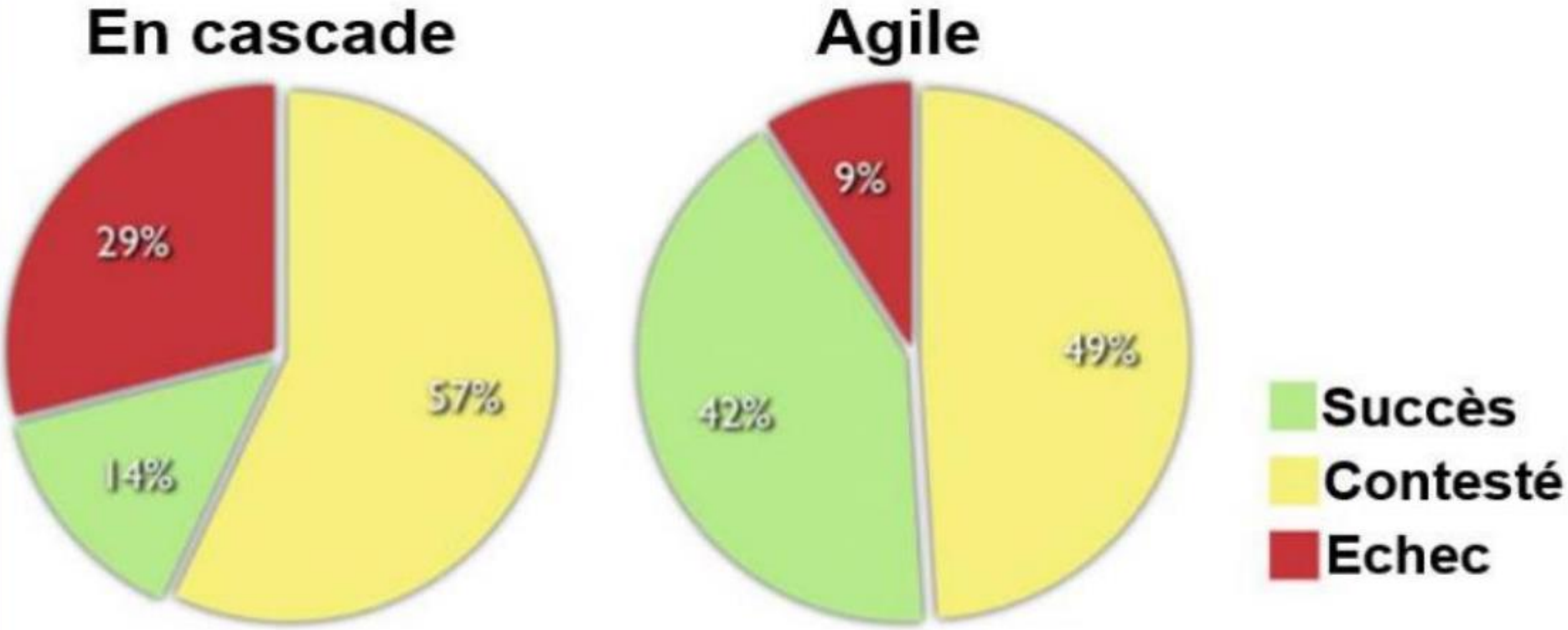
COMMUNICATION N’EST PAS CONSTRUITE

RISQUES SOUS ÉVALUÉS

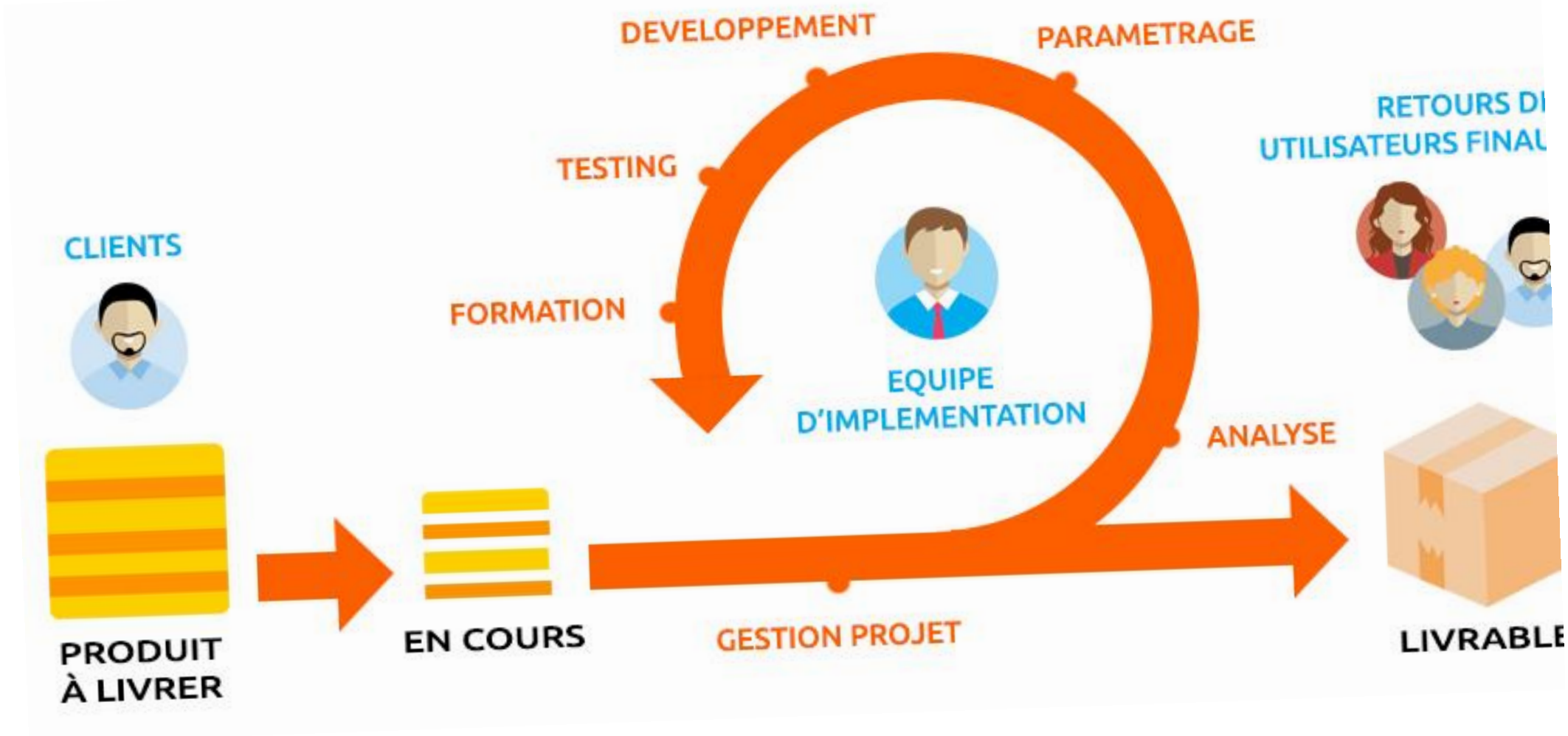

REQUIREMENTS
AGILITY
DESIGN
DEVELOP
AGILE
DEVELOPMENT
TEST
LAUNCH
REVIEW
RESPONDING TO CHANGE
CUSTOMER COLLABORATION

Objectif des méthodes agiles

- Pallier aux manques des méthodes classiques.
- Augmenter l’implication du client ou de l’utilisateur lors du processus du projet.
- Adaptation aux changements.
- Garantir la satisfaction du client.
- Assurer une bonne qualité des livrables.
- Aboutir à une vie meilleur des équipes.
- Rentabiliser, accélérer, sécuriser et fiabiliser les processus.



Résultats[1] du *The Standish Group* basés sur le coût, les délais et la qualité.


DEVELOPPEMENT
PARAMETRAGE
RETOURS DI
UTILISATEURS FINAU
TESTING
CLIENTS
FORMATION
EQUIPE
D'IMPLEMENTATION
ANALYSE
PRODUIT
À LIVRER
EN COURS
GESTION PROJET
LIVRABLE

CHALLENGE!

Projet Beta

Objectif: **Permettre à un stagiaire de trouver rapidement et simplement la réponse à une problématique technique ou non grâce à la mise à disposition d'experts métiers sur une application mobile. Le stagiaire (ou sa société) va payer en fonction du type de demande et de la durée de l'échange.**

Stagiaire = un salarié ou un particulier qui souhaite une formation ou des conseils sur un thème précis

Formateur = toute personne physique ou organisme à même de délivrer de la formation ou des conseils

Objectif 1: Définir votre vision

Document confidentiel

1- Définir la vision

- Ne peut pas être un élément de votre projet d'entreprise
- Doit être tournée vers l'extérieur
- Doit concerner directement les acteurs du terrain
- Doit concerner tous les services
- Doit être positive
- Doit être singulière
- Doit être ambitieuse presque inatteignable
- Doit pouvoir se résumer en quelques phrases
- Peut ne pas être très claire

2- Personas

Personas

De quoi s'agit-il?

L'équipe va rédiger la fiche biographique détaillée d'un utilisateur fictif de son produit: c'est ce qu'on appelle une "persona".

Le plus souvent cela prend la forme d'une page A4 avec la photo de ce personnage (découpée par exemple dans un magazine), son nom et des détails de sa situation sociale, personnelle et professionnelle: "Amanda Jones, 34 ans, attachée de presse d'un grand groupe alimentaire, etc.

on réalise autant de "personas" qu'on a identifié de cibles.

Ces fiches biographiques sont affichées dans le local de l'équipe.

3-Epics

Définition des épics

- Les « épics » sont définis en terme de lot de fonctionnalités.
- Pour les définir on se pose les questions suivantes :
- Quels groupes de fonctionnalités l’utilisateur est il prêt à essayer ?
- Quels sont les lots qu’il est prêt à payer ?
- Si on retire une fonctionnalité, « l' épic » intéresse-t-il toujours l’utilisateur ?

4- Users story

De quoi s'agit-il?

L'intégralité du travail à réaliser est découpée en incréments fonctionnels et les activités de développement s'organisent autour de ces incréments appelés "User Stories".

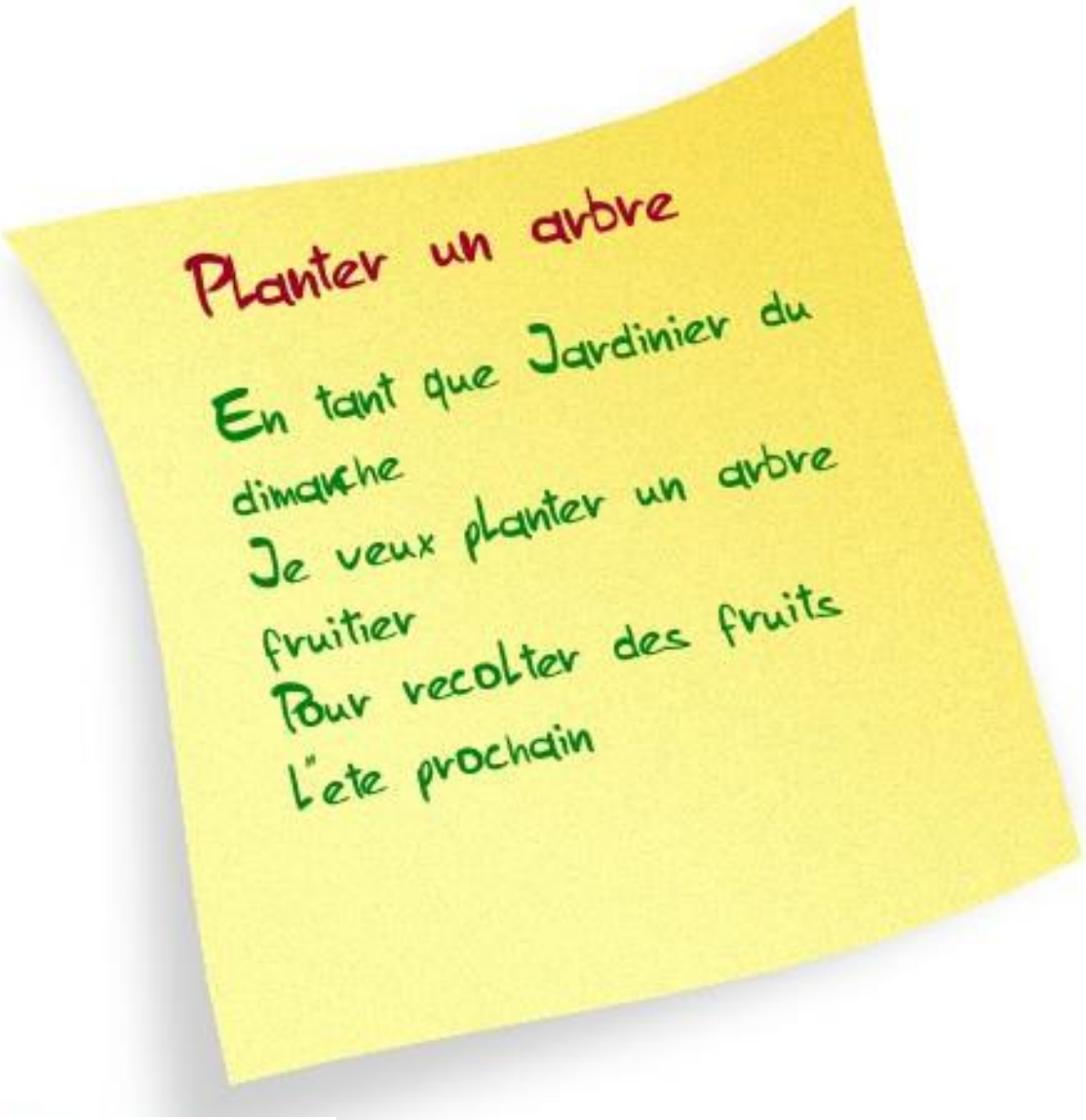
Adopter la pratique des User Stories implique de tenir pour généralement vraies un certain nombre d'hypothèses sur ces incréments: on peut les réaliser dans un ordre arbitraire, et chacun indépendamment des autres peut avoir une valeur pour l'utilisateur.

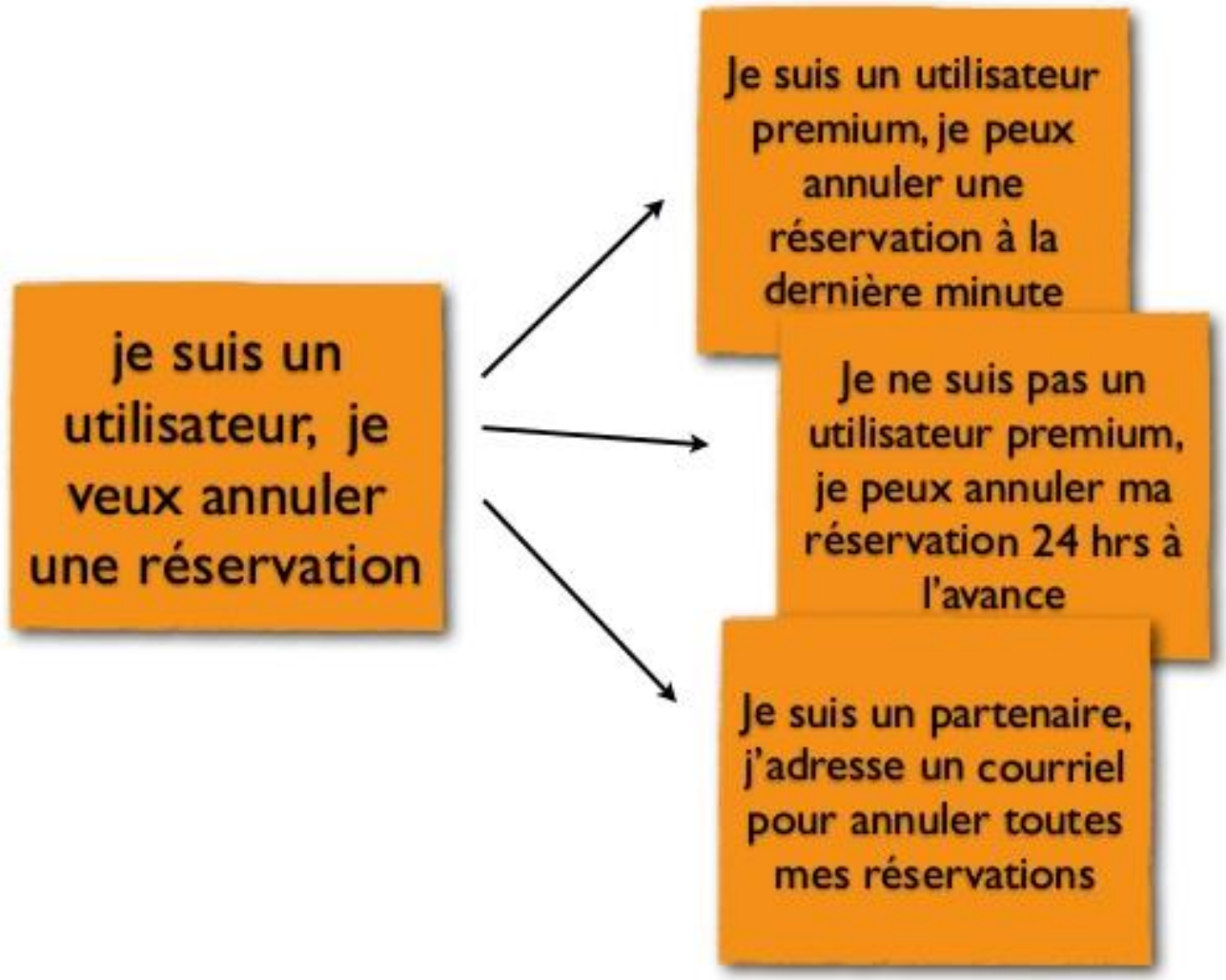
Pour rendre ces hypothèses très concrètes, on privilégie une *représentation* (on peut même parler de réification) de ces User Stories sous une forme bien précise: la fiche cartonnée ou le Post-It, qui en renforcent le caractère atomique et manipulable par tous les intervenants du projet.

En tant que < rôle/ >

Je veux < action/ >

Afin de < but/ >




je suis un utilisateur, je veux annuler une réservation
Je suis un utilisateur premium, je peux annuler une réservation à la dernière minute
Je ne suis pas un utilisateur premium, je peux annuler ma réservation 24 hrs à l'avance
Je suis un partenaire, j'adresse un courriel pour annuler toutes mes réservations

Exemple

En tant qu’administrateur entreprise

Je souhaite pouvoir donner ou non le droit à mes administrateurs cohortes de créer des catégories et ou des questions

De manière à déléguer ou non la conception de questionnaires

Pensez à définir le vocabulaire

- Utilisateur:

Individus utilisant Scorefun ou ayant été enregistré dans la base de données

- Cohorte ou cercle:

Ensemble de valeurs permettant de rattacher un utilisateur à un groupe d’utilisateurs

Ex: Cohorte top management, cohorte service RH...

- Catégorie:

Regroupe un ensemble de questions sur une thématique

Ex: conditions de travail dans l’entreprise qui va regrouper des questions sur l’ambiance, la propreté des lieux, la présence de verdure dans les locaux...)

Et la hiérarchie des comptes

- **Super Admin Scorefun :** A tous les droits et peut supprimer des informations dans les BDD
  - **Admin:** Peut désactiver mais pas supprimer des données, il a accès à tous les champs et peut créer et intégrer des données
    - **Super admin entreprise:** Il peut accéder aux données de plusieurs entreprises; Ex: DRH qui doit gérer plusieurs filiales
      - **Administrateur entreprise ou association :** Accès à toutes les données de l'entreprise. Il ne peut pas supprimer mais désactiver des données. Il peut aussi signaler des informations à l'admin et au super admin
        - **Administrateur cohorte :** Visibilité sur une cohorte, s'il en a le droit peut créer des catégories et des questions. Il a la visibilité sur sa cohorte et peut voir qui utilise l'application et les statistiques sur le tableau de bord. Il peut aussi envoyer des notifications push à sa cohorte
- **Utilisateur:** Peut voir son profil

Plan de la séance

Etape 1 : Décomposer le projet en Users story

Etape 2: Conception de l'arborescence

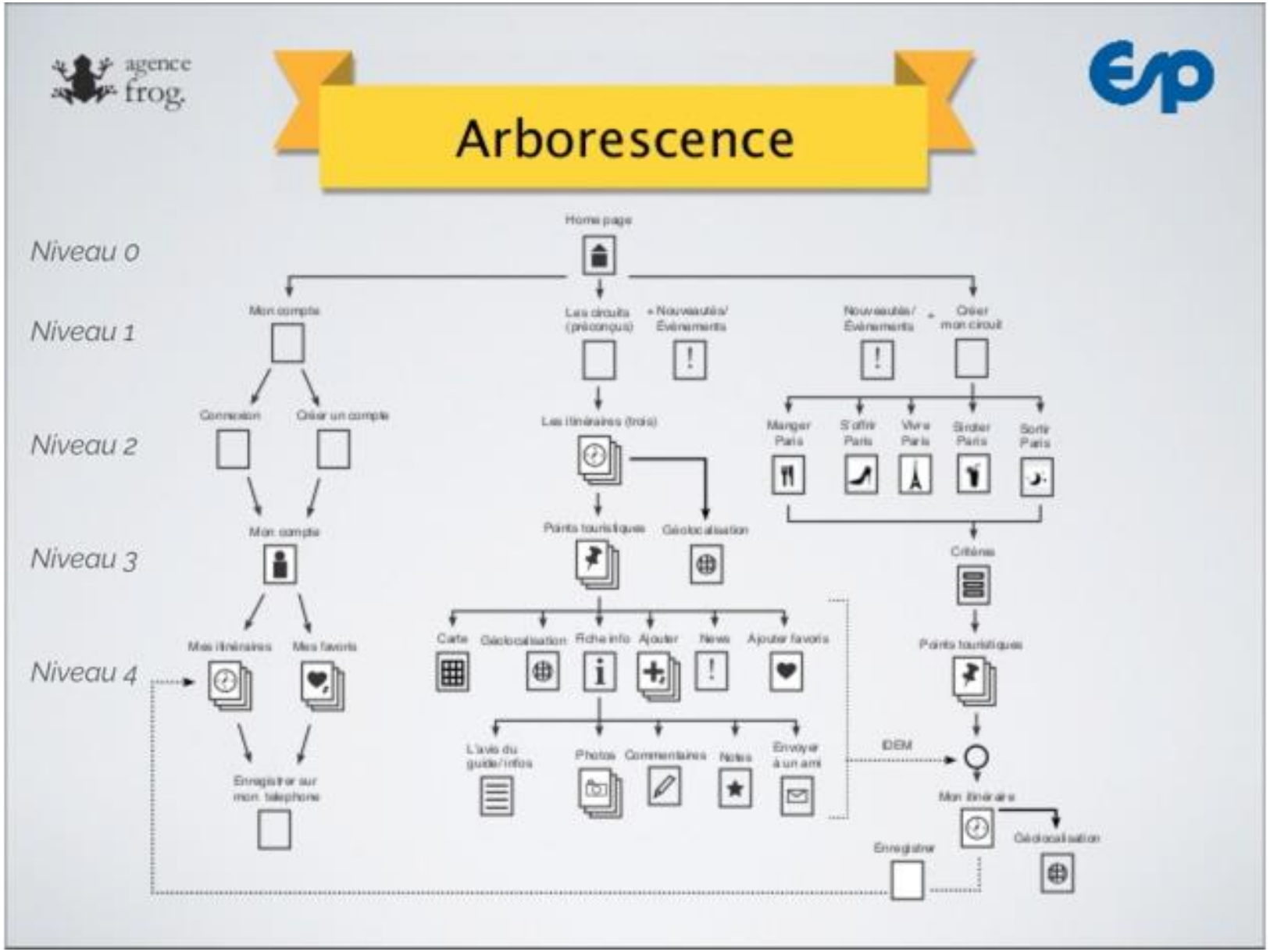
Etape 3: Zoning

Etape 4 : Wireframe

Etape 5 : Mock-up

Etape 6 : Prototype

Etape 2 : Conception de l’arborescence

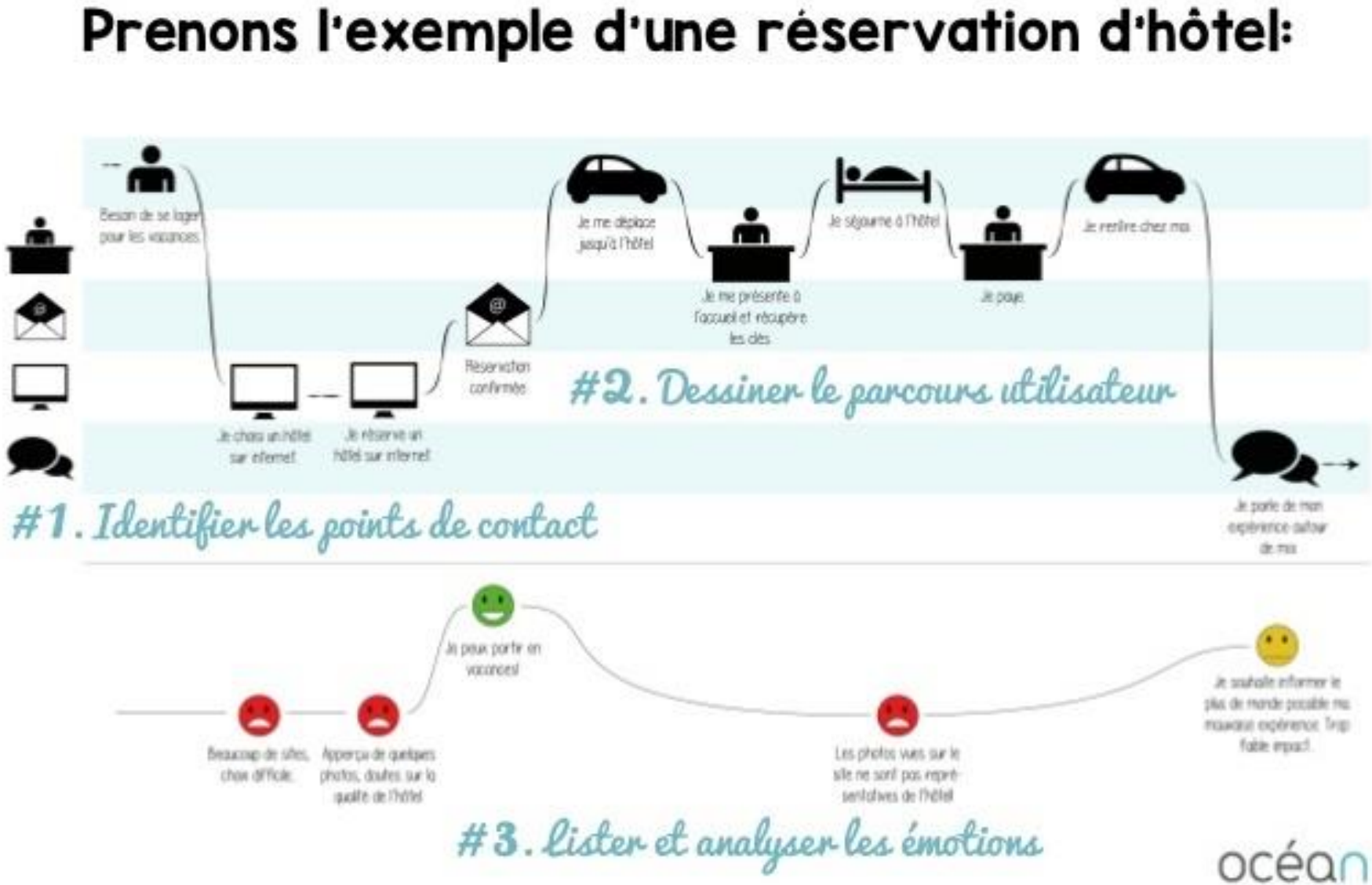


Etape 2 : Conception de l’arborescence

Concevoir votre arborescence arrive normalement après le choix des fonctionnalités de votre application…

- Quelles sont les fonctionnalités principales ?
  - Celles sans lesquelles l’appli ne fonctionne pas
  - Celles qui vous démarquent de vos concurrents
  - Celles qui apportent une vraie valeur ajoutée à l’utilisateur
- Quelles sont les fonctionnalités secondaires ?
  - Celles qui ne sont pas critiques pour le lancement du produit
  - Celles qui n’apportent pas une valeur ajoutée immédiate à l’utilisateur
  - Celles qui nécessitent un développement lourd et donc un budget lourd

Pensez parcours utilisateur



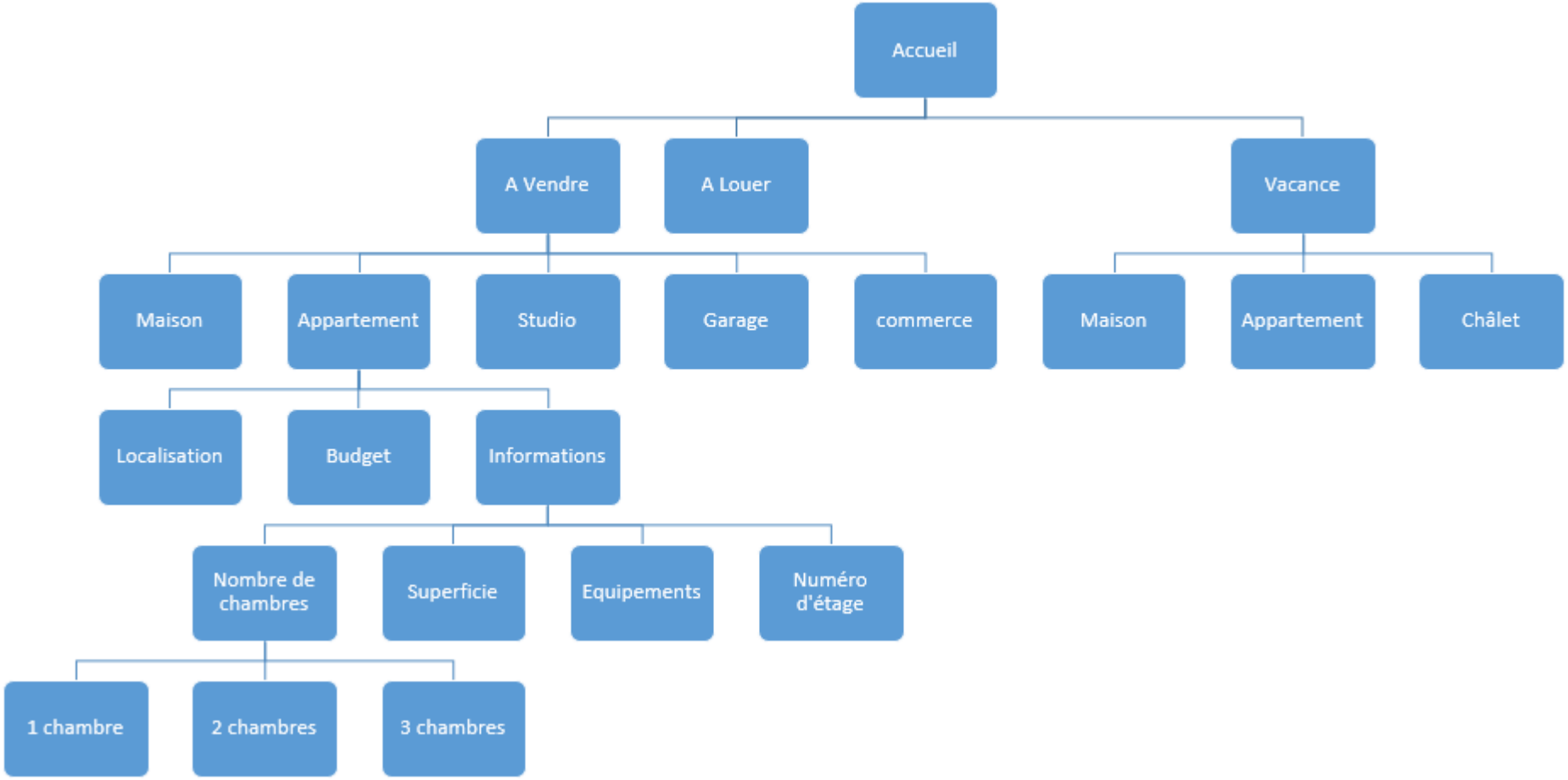
Etape 2 : Conception de l’arborescence

Structurer vos pages

Dans cette étape, faites preuve d’organisation et de cohérence pour regrouper les informations utiles et cohérentes sur des mêmes pages. Par exemple, sur une page utilisateur, vous allez regrouper toutes les informations relatives à cet utilisateur. Pour une application d’actualité, vous définirez une page pour chaque article ayant la même structure.

Etape 2 : Conception de l’arborescence

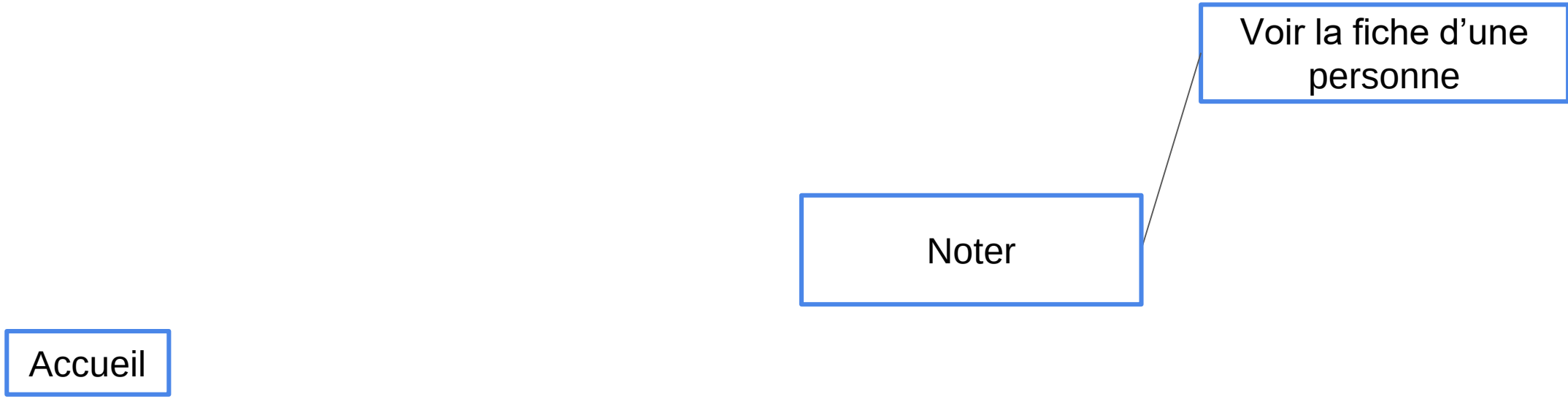
Exemple



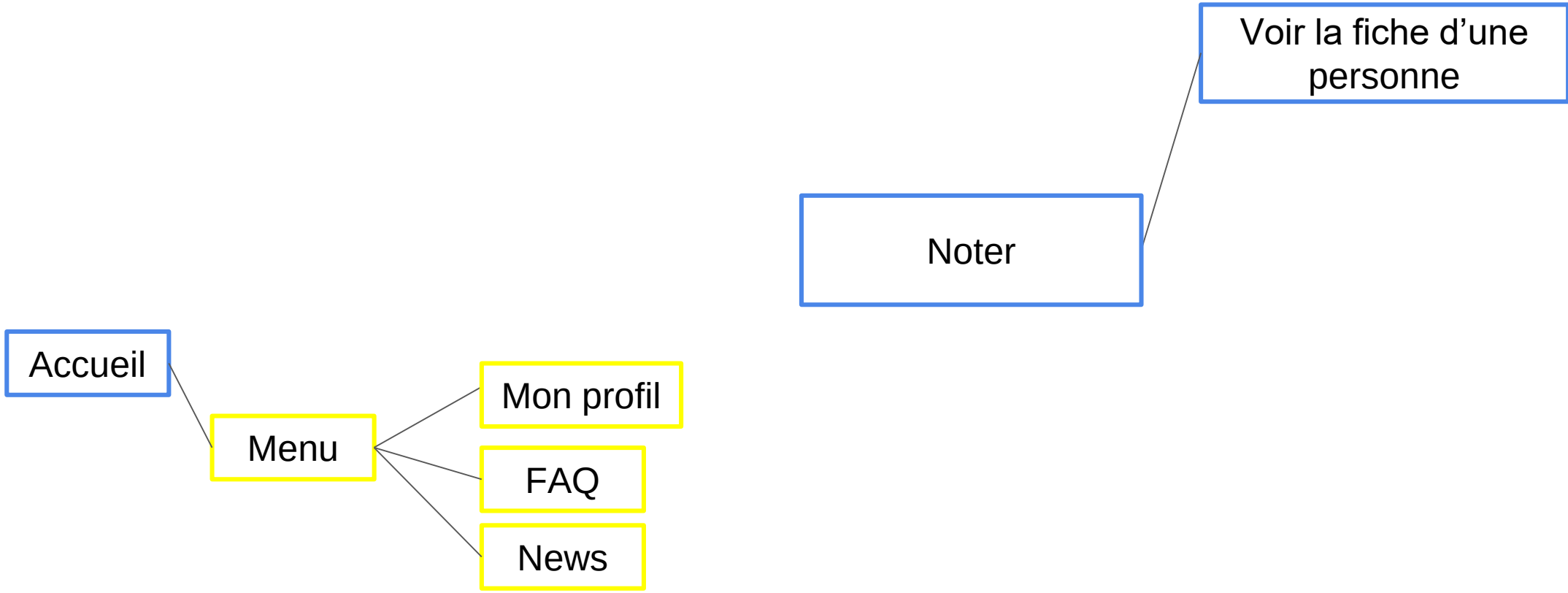
Etape 2 : Conception de l’arborescence

Exemple Scorefun

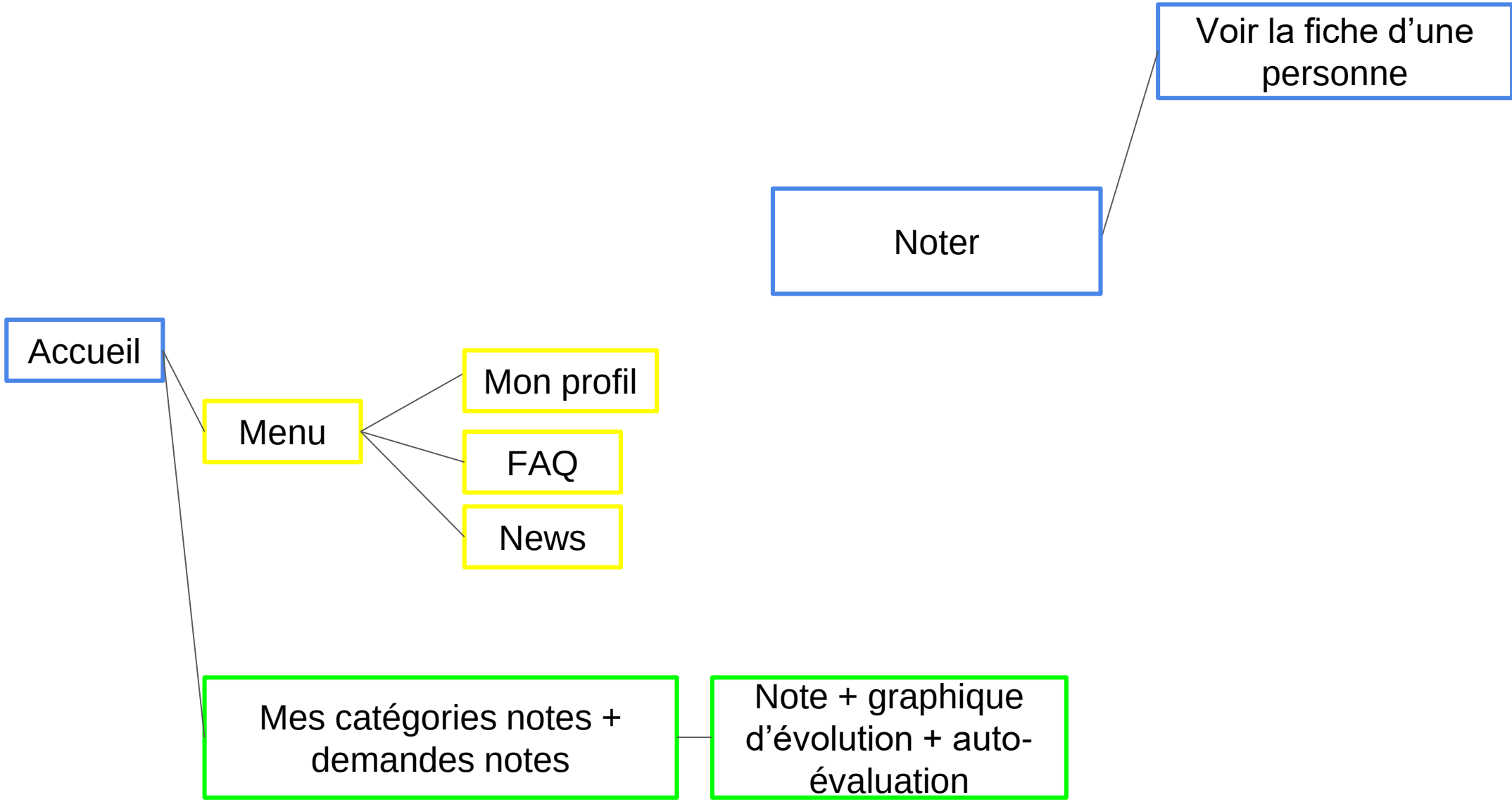
Back1



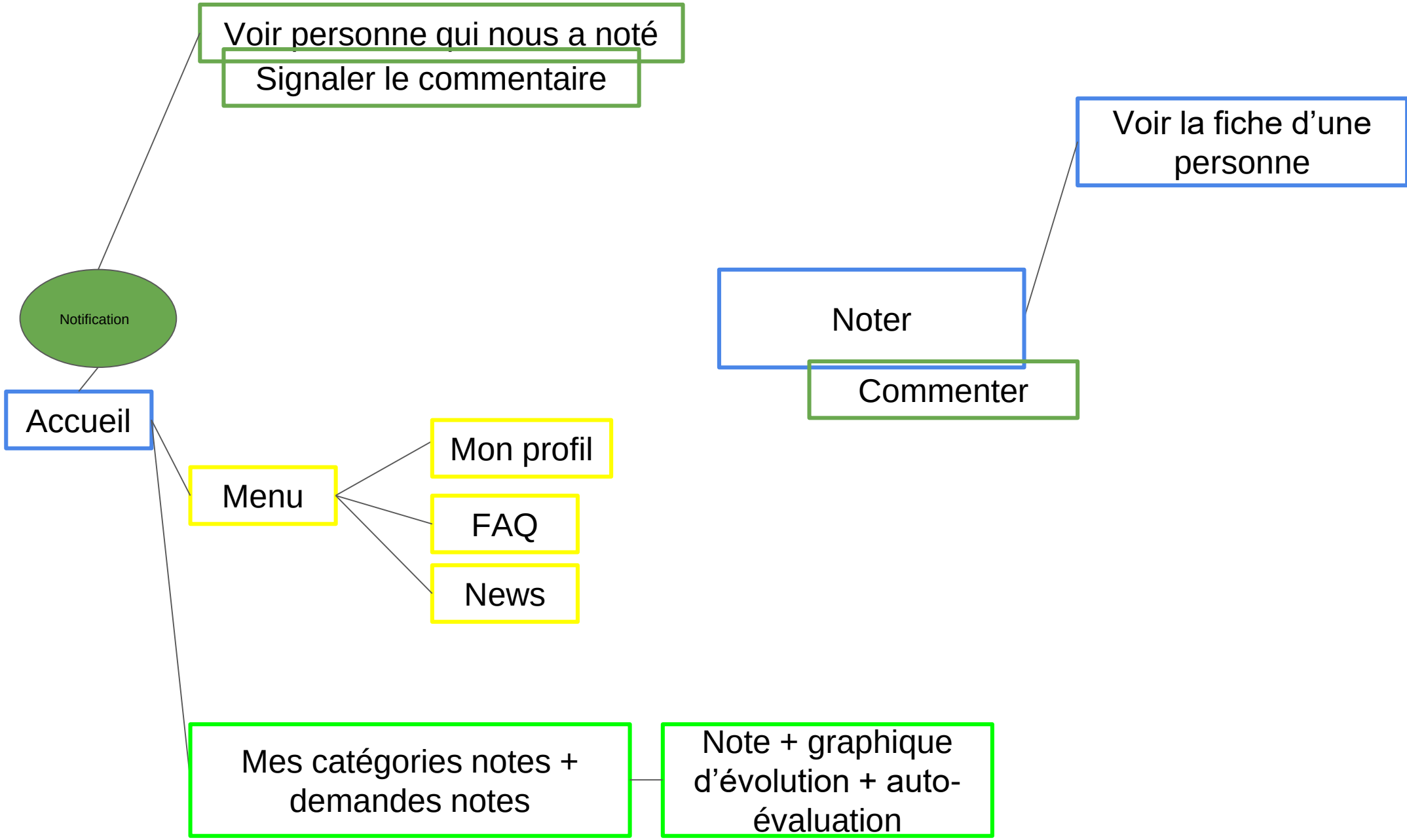
Back2


Voir la fiche d’une personne
Noter
Accueil
Menu
Mon profil
FAQ
News

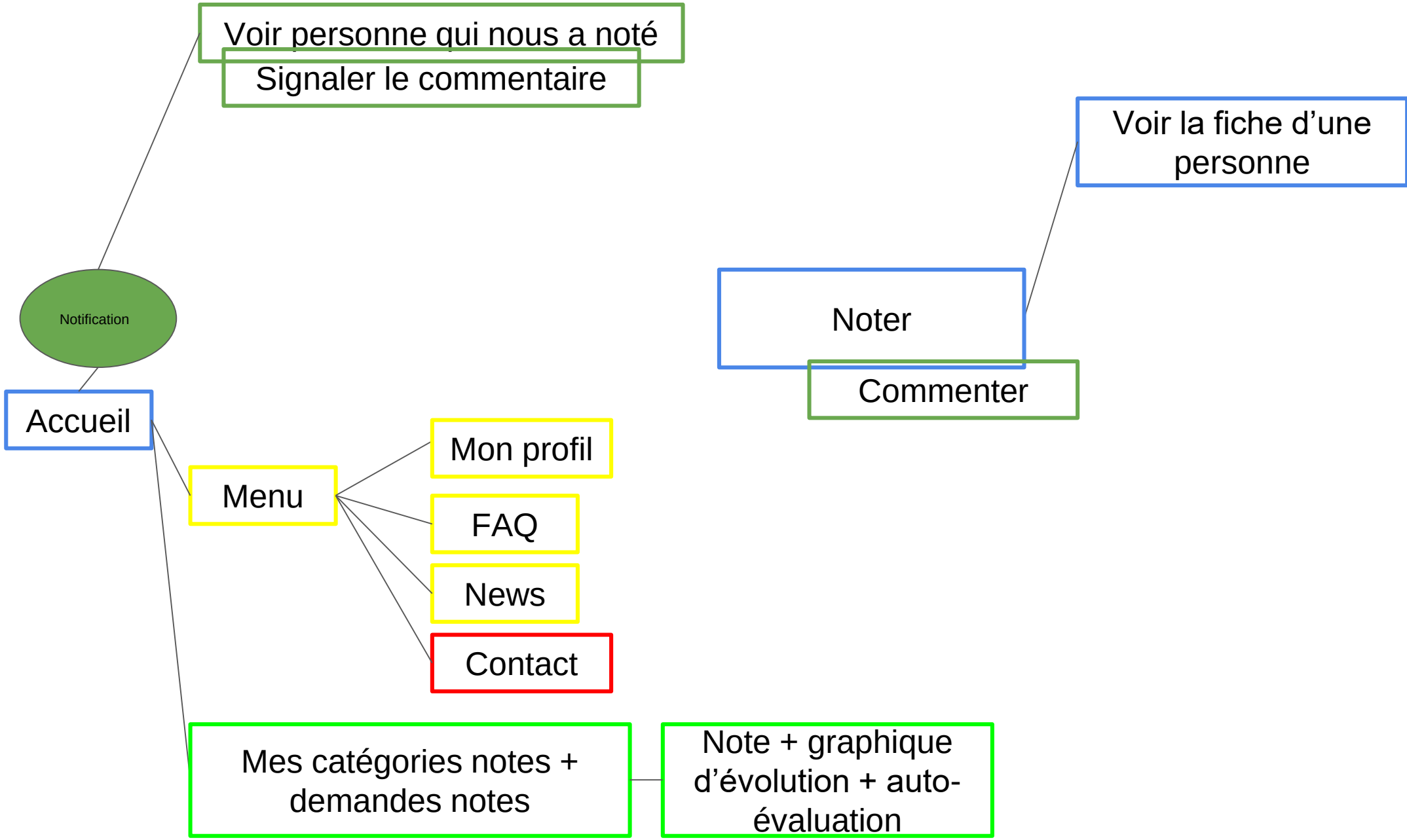
Back3


Voir la fiche d'une personne
Noter
Accueil
Menu
Mon profil
FAQ
News
Mes catégories notes + demandes notes
Note + graphique d'évolution + auto-évaluation

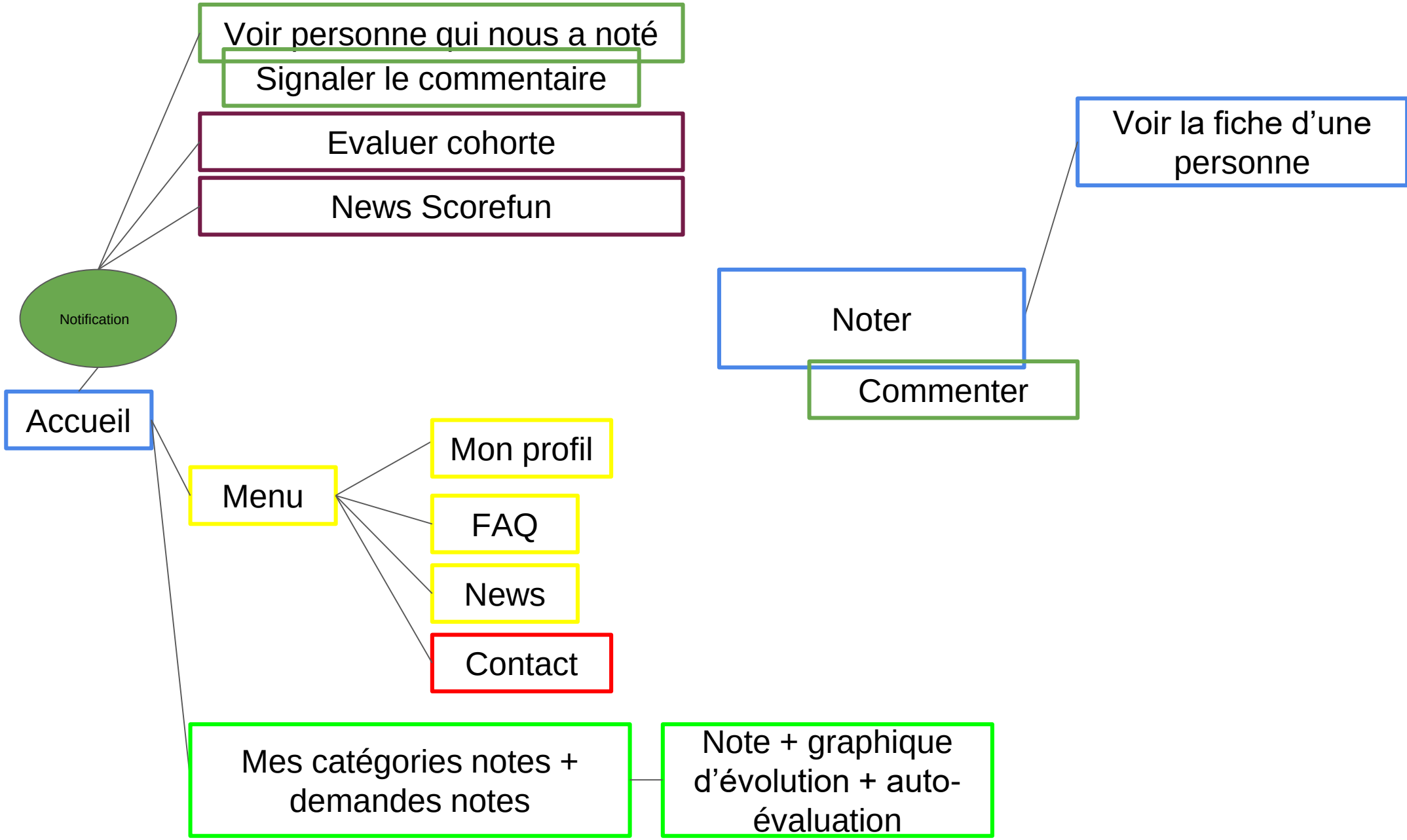
Back4


Voir personne qui nous a noté
Signaler le commentaire
Voir la fiche d'une personne
Notification
Noter
Commenter
Accueil
Menu
Mon profil
FAQ
News
Mes catégories notes + demandes notes
Note + graphique d'évolution + auto-évaluation

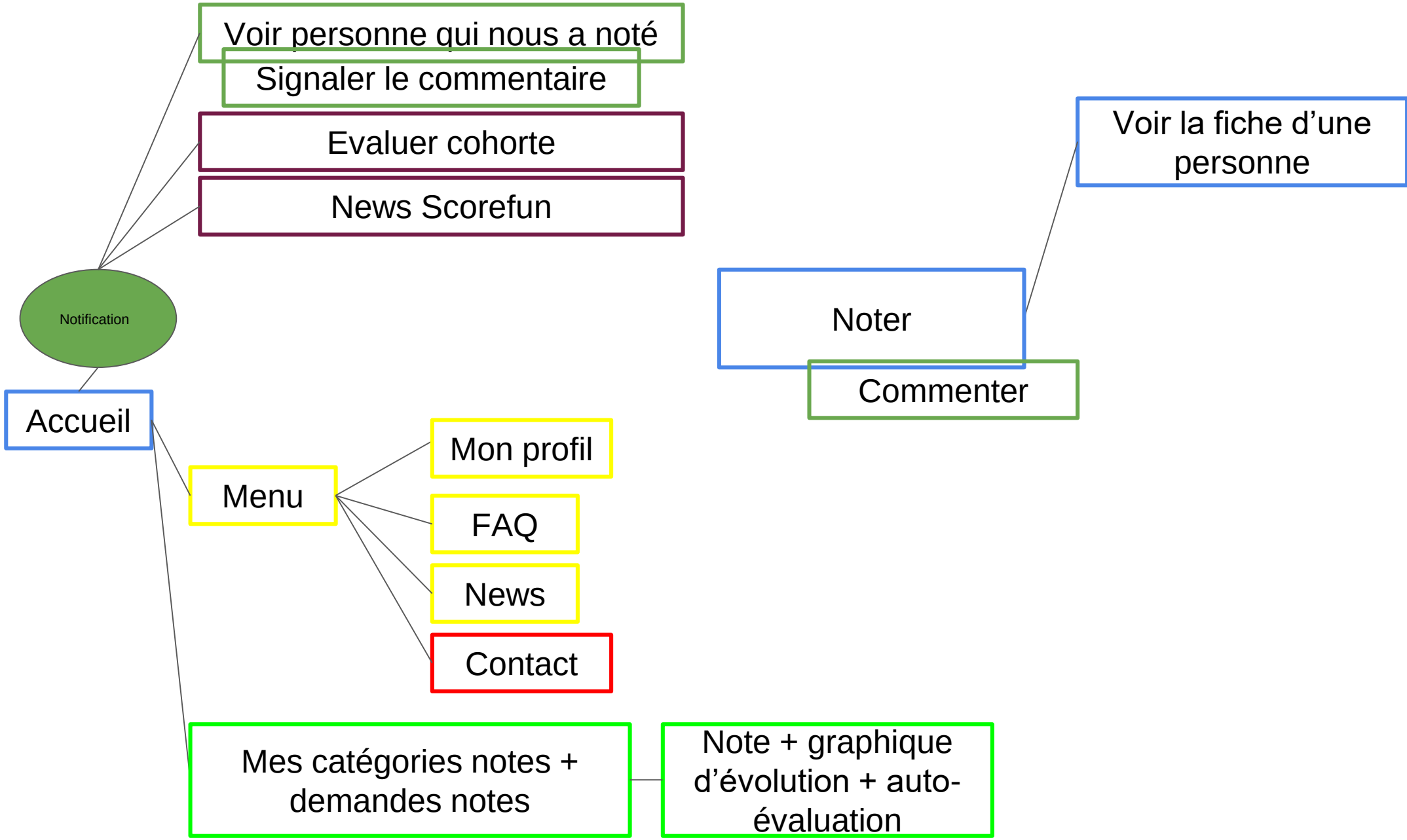
Back5


Voir personne qui nous a noté
Signaler le commentaire
Voir la fiche d'une personne
Notification
Noter
Commenter
Accueil
Menu
Mon profil
FAQ
News
Contact
Mes catégories notes + demandes notes
Note + graphique d'évolution + auto-évaluation

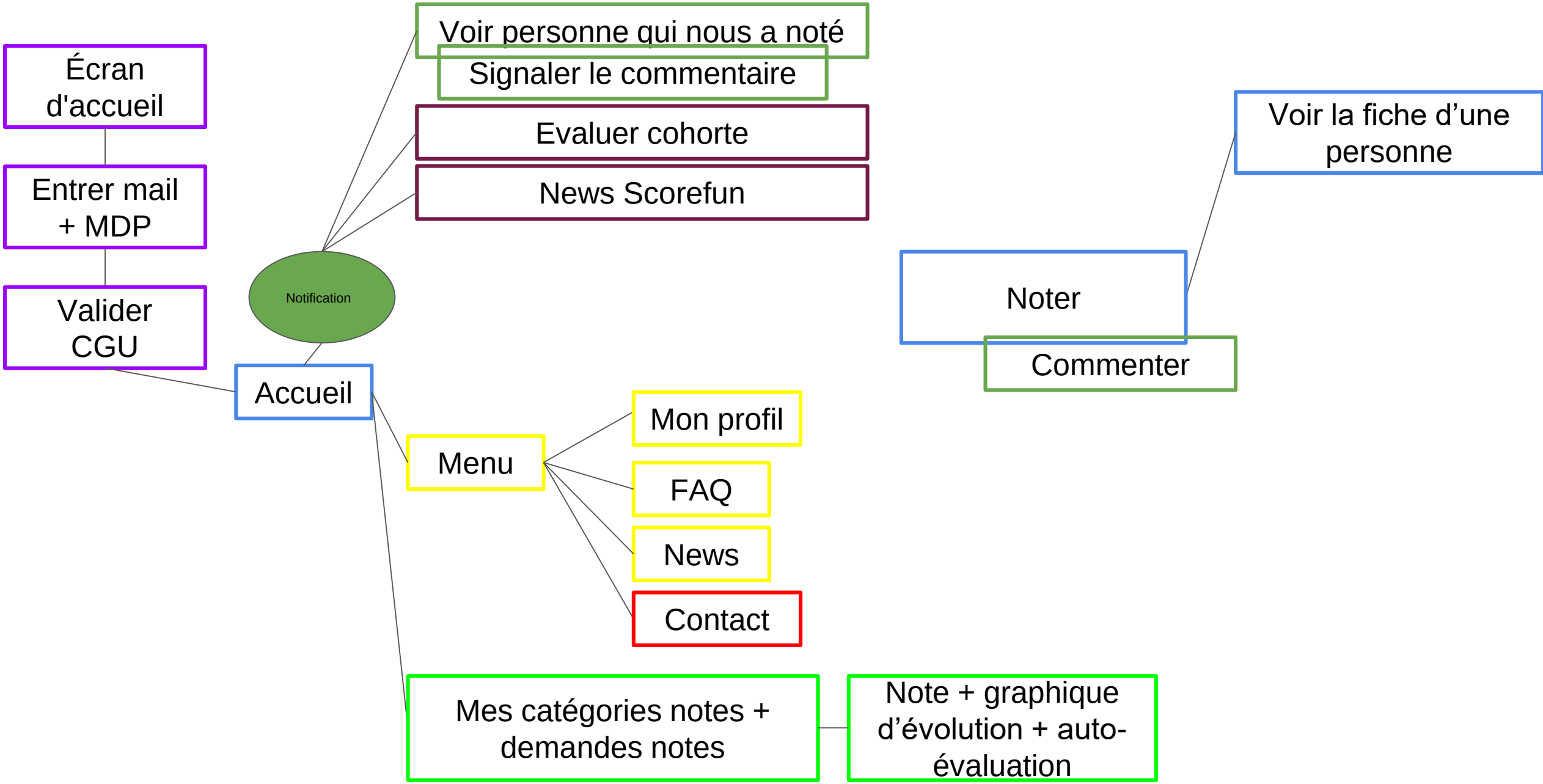
Back6


Voir personne qui nous a noté
Signaler le commentaire
Evaluer cohorte
News Scorefun
Notification
Accueil
Menu
Mon profil
FAQ
News
Contact
Mes catégories notes + demandes notes
Note + graphique d'évolution + auto-évaluation
Noter
Commenter
Voir la fiche d'une personne

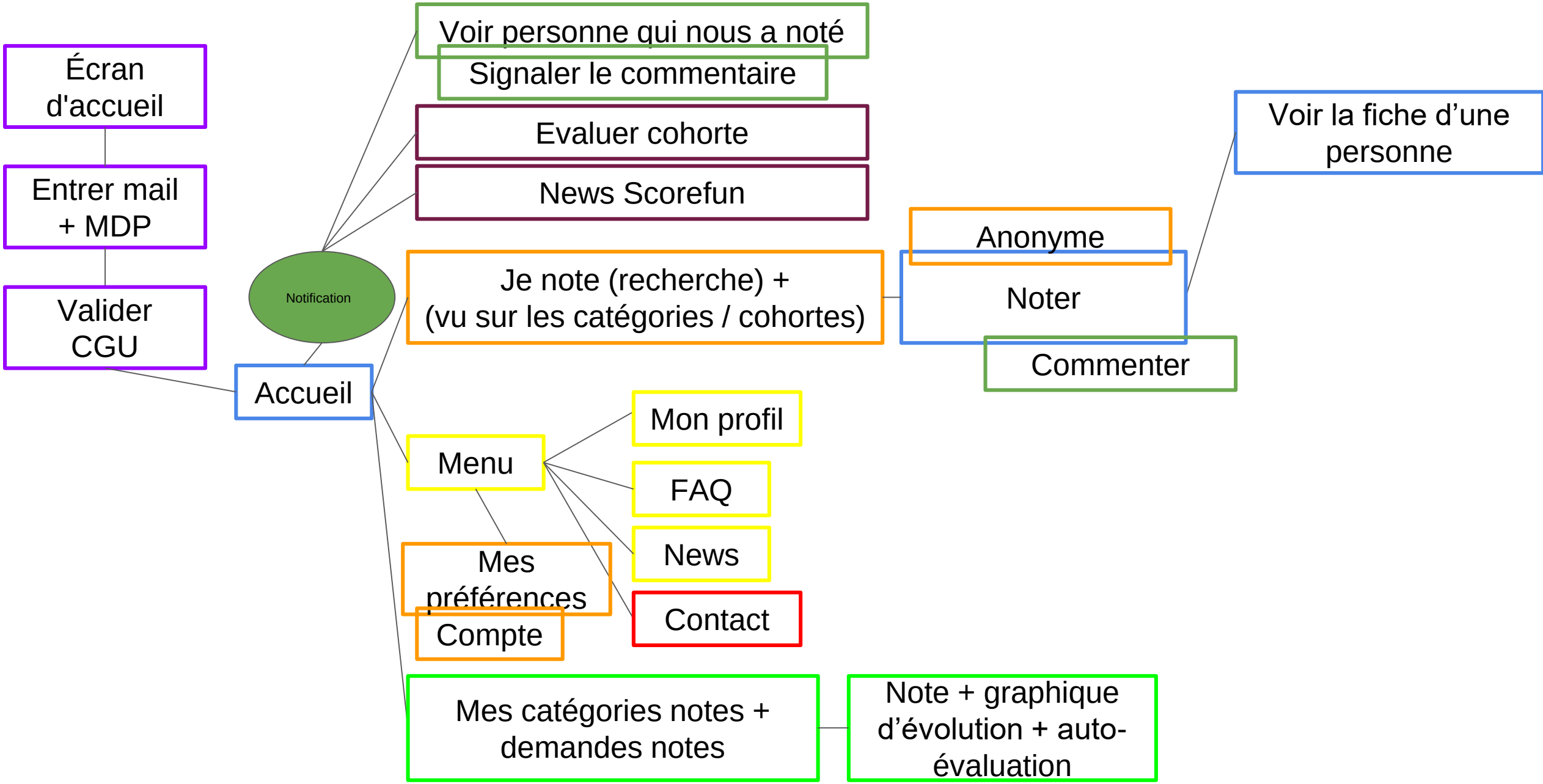
Back5


Voir personne qui nous a noté
Signaler le commentaire
Evaluer cohorte
News Scorefun
Notification
Accueil
Menu
Mon profil
FAQ
News
Contact
Mes catégories notes + demandes notes
Note + graphique d'évolution + auto-évaluation
Noter
Commenter
Voir la fiche d'une personne

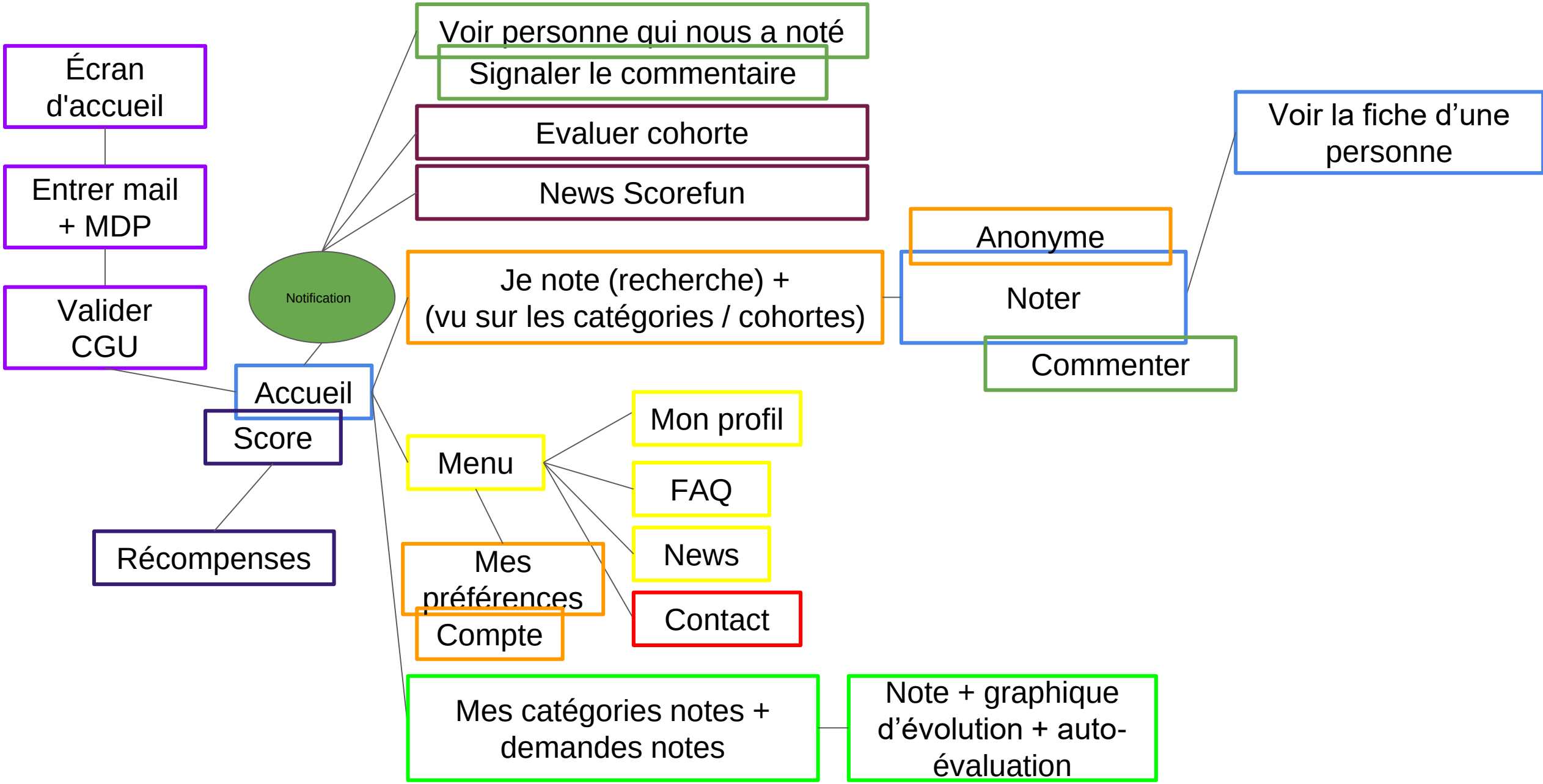
Back7


Écran d'accueil
Entrer mail + MDP
Valider CGU
Notification
Voir personne qui nous a noté
Signaler le commentaire
Evaluer cohorte
News Scorefun
Accueil
Menu
Mon profil
FAQ
News
Contact
Mes catégories notes + demandes notes
Note + graphique d'évolution + auto-évaluation
Noter
Commenter
Voir la fiche d'une personne

Back8


Écran d'accueil
Entrer mail + MDP
Valider CGU
Accueil
Notification
Voir personne qui nous a noté
Signaler le commentaire
Evaluer cohorte
News Scorefun
Je note (recherche) + (vu sur les catégories / cohortes)
Anonyme
Noter
Commenter
Voir la fiche d'une personne
Menu
Mon profil
FAQ
News
Contact
Mes préférences
Compte
Mes catégories notes + demandes notes
Note + graphique d'évolution + auto-évaluation

Back9


Écran d'accueil
Entrer mail + MDP
Valider CGU
Notification
Accueil
Score
Récompenses
Voir personne qui nous a noté
Signaler le commentaire
Evaluer cohorte
News Scorefun
Je note (recherche) + (vu sur les catégories / cohortes)
Anonyme
Noter
Commenter
Voir la fiche d'une personne
Menu
Mon profil
FAQ
News
Contact
Mes préférences
Compte
Mes catégories notes + demandes notes
Note + graphique d'évolution + auto-évaluation

Plan de la séance

Etape 1 : Décomposer le projet en Users story

Etape 2: Conception de l'arborescence

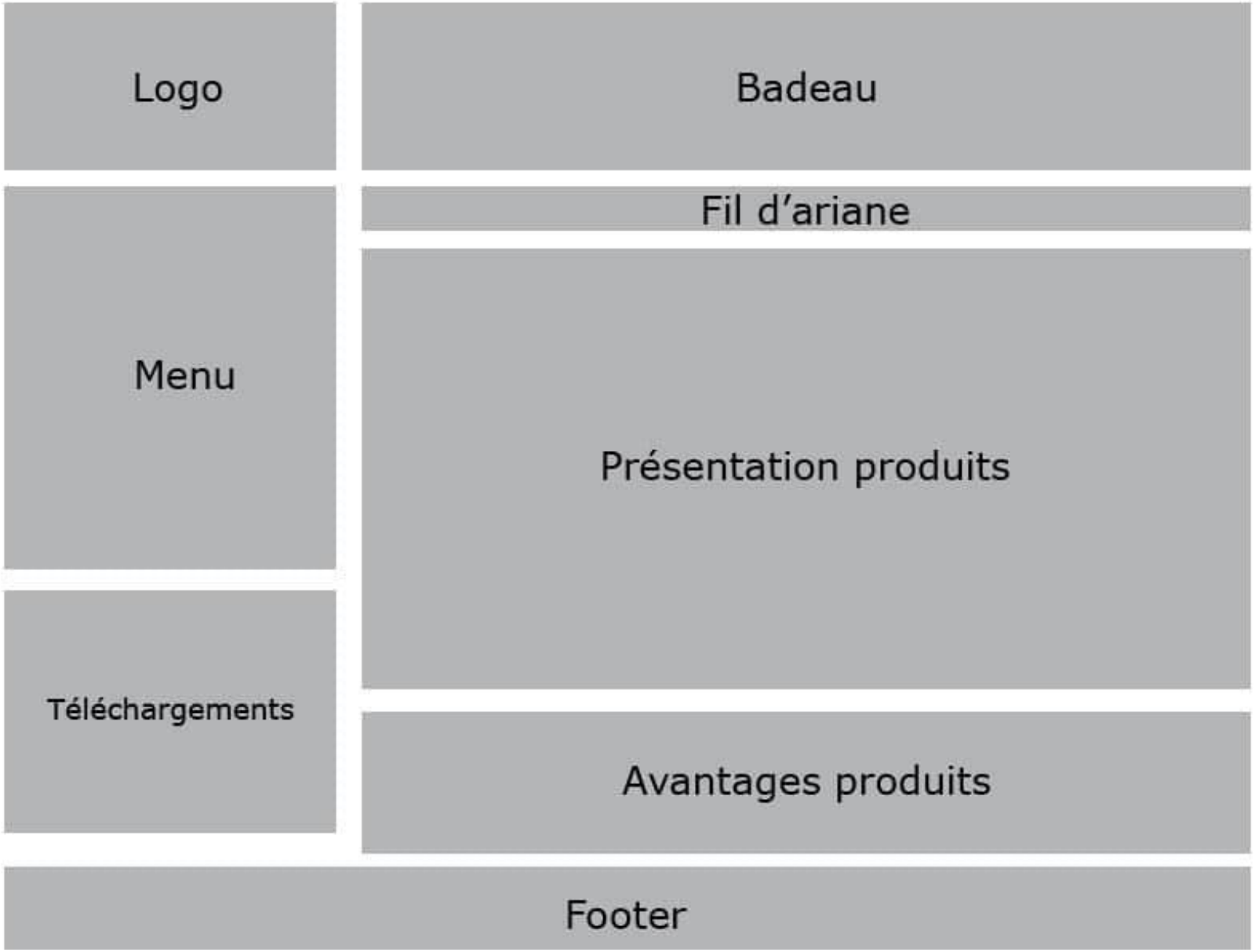
Etape 3: Zoning

Etape 4 : Wireframe

Etape 5 : Mockup

Etape 6 : Prototype

Etape3 : Zoning



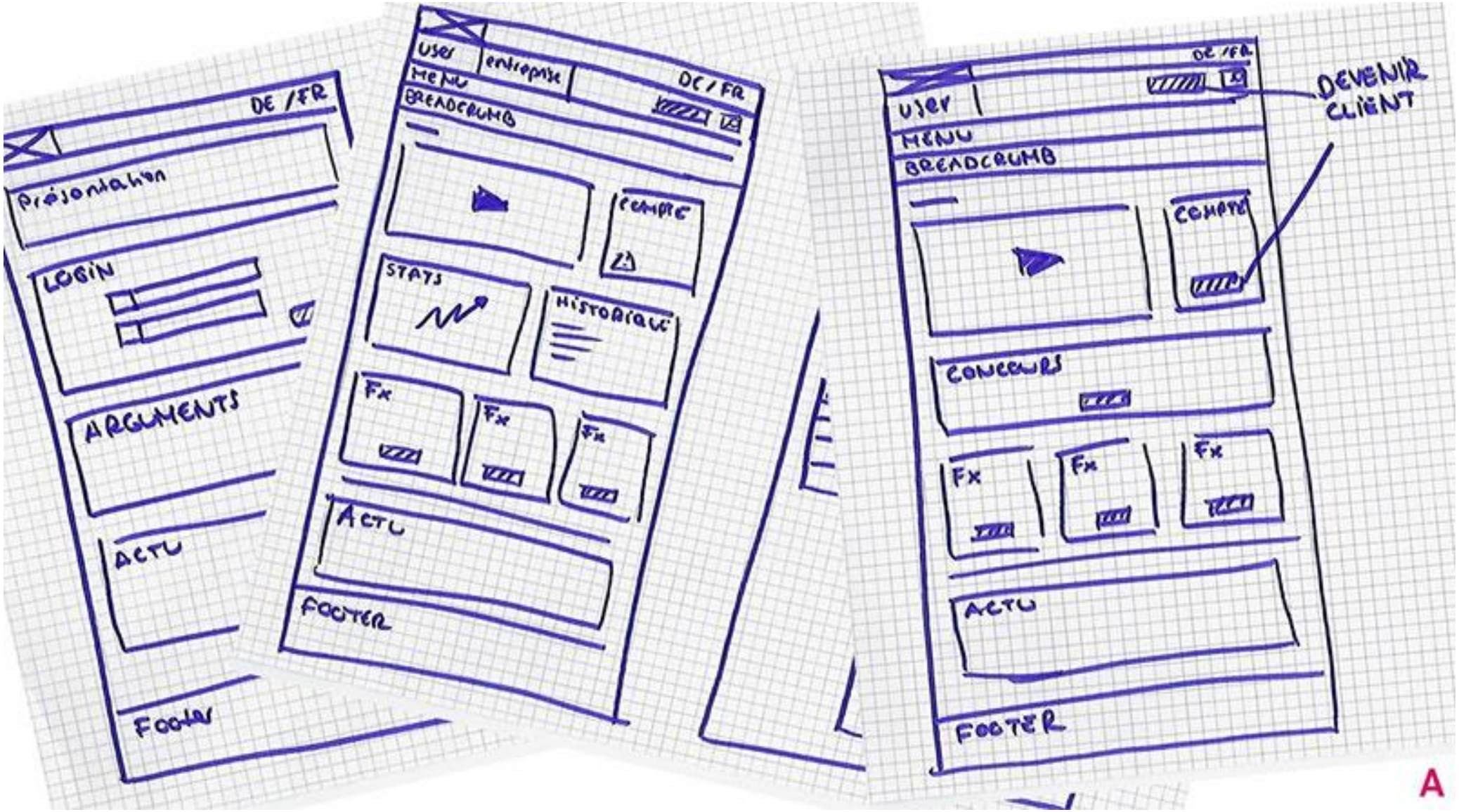
Etape3 : Zoning

Le zoning permet de schématiser “grossièrement” une page web ou un écran d’application grâce à l’utilisation de blocs.

L’objectif est de présenter l’emplacement des zones de contenu et grandes fonctionnalités.

Le zoning permet de présenter une première approche d’un projet pour valider (ou réajuster) les grands axes et ainsi, pouvoir réaliser les wireframes qui en découlent.

Etape3 : Zoning



Plan de la séance

Etape 1 : Décomposer le projet en Users story

Etape 2: Conception de l'arborescence

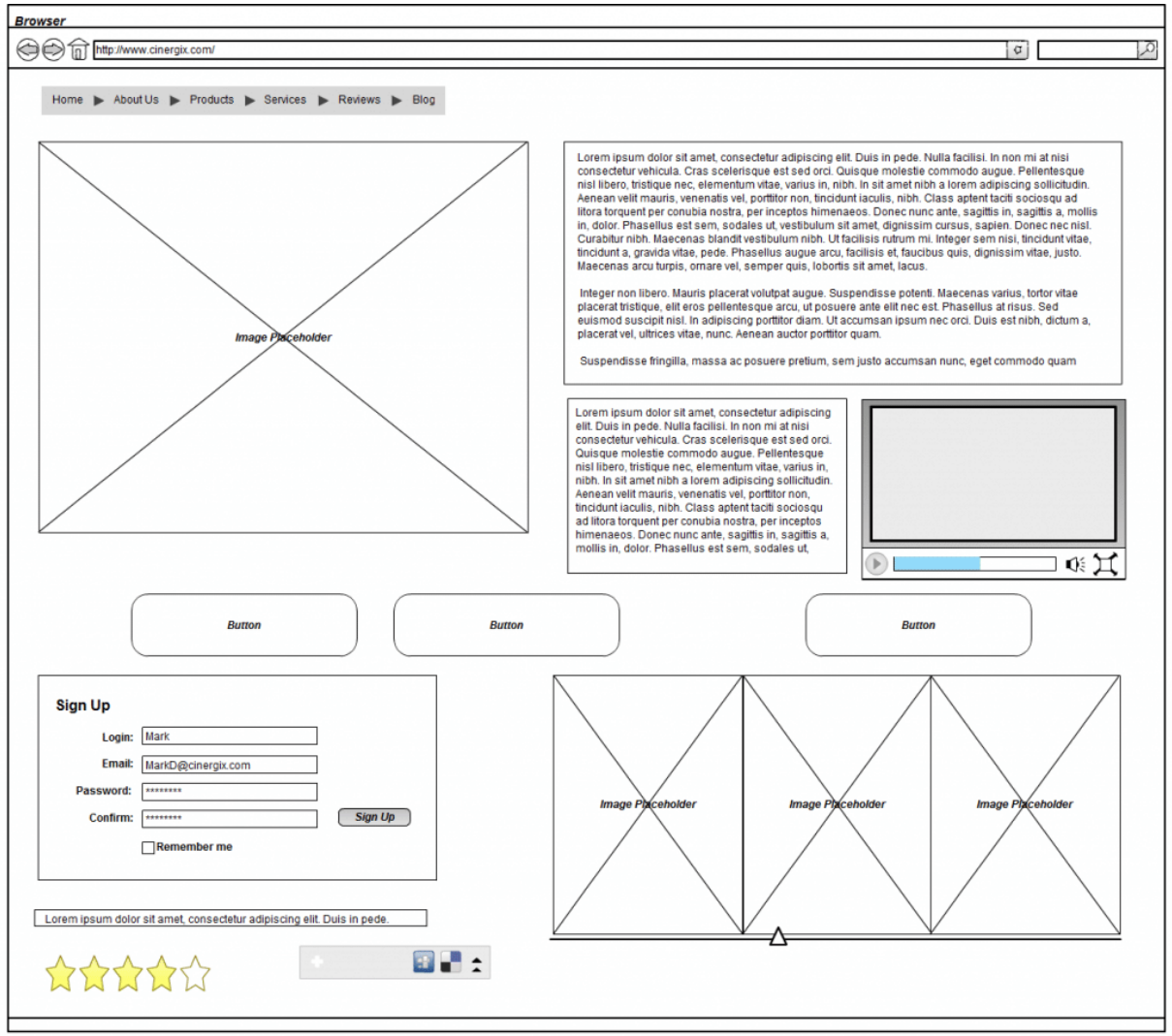
Etape 3: Zoning

Etape 4 : Wireframe

Etape 5 : Mockup

Etape 6 : Prototype

Etape 4 : Wireframe



Etape 4 : Wireframe

Les wireframes exploitent les zoning réalisés juste avant pour préciser chaque bloc en introduisant les contenus présents (images, textes, vidéos, etc…).

Les contenus sont parfois fictifs pour mieux se projeter.

Etape 4 : Wireframe

Une wireframe a pour objectif de définir l’organisation précise, la structure des éléments, les formes (de façon sommaire) et les contenus présents, sans aucune notion graphique. Cependant, à ce stade, les interfaces sont conçues en prenant en compte les standards et souhaits ergonomiques.

Etape 4 : Wireframe

Des logiciels de conception d’interfaces permettent de transformer ces “images” d’une interface en véritable pages HTML navigables et dynamiques (on appelle alors cela des mockups). Il est ainsi possible d’insérer des liens vers les pages, rendre un formulaire fonctionnel, etc…Les actions restent sommaires mais parfois utiles pour mieux se projeter avec le client ou le prestataire.

Etape 4 : Wireframe

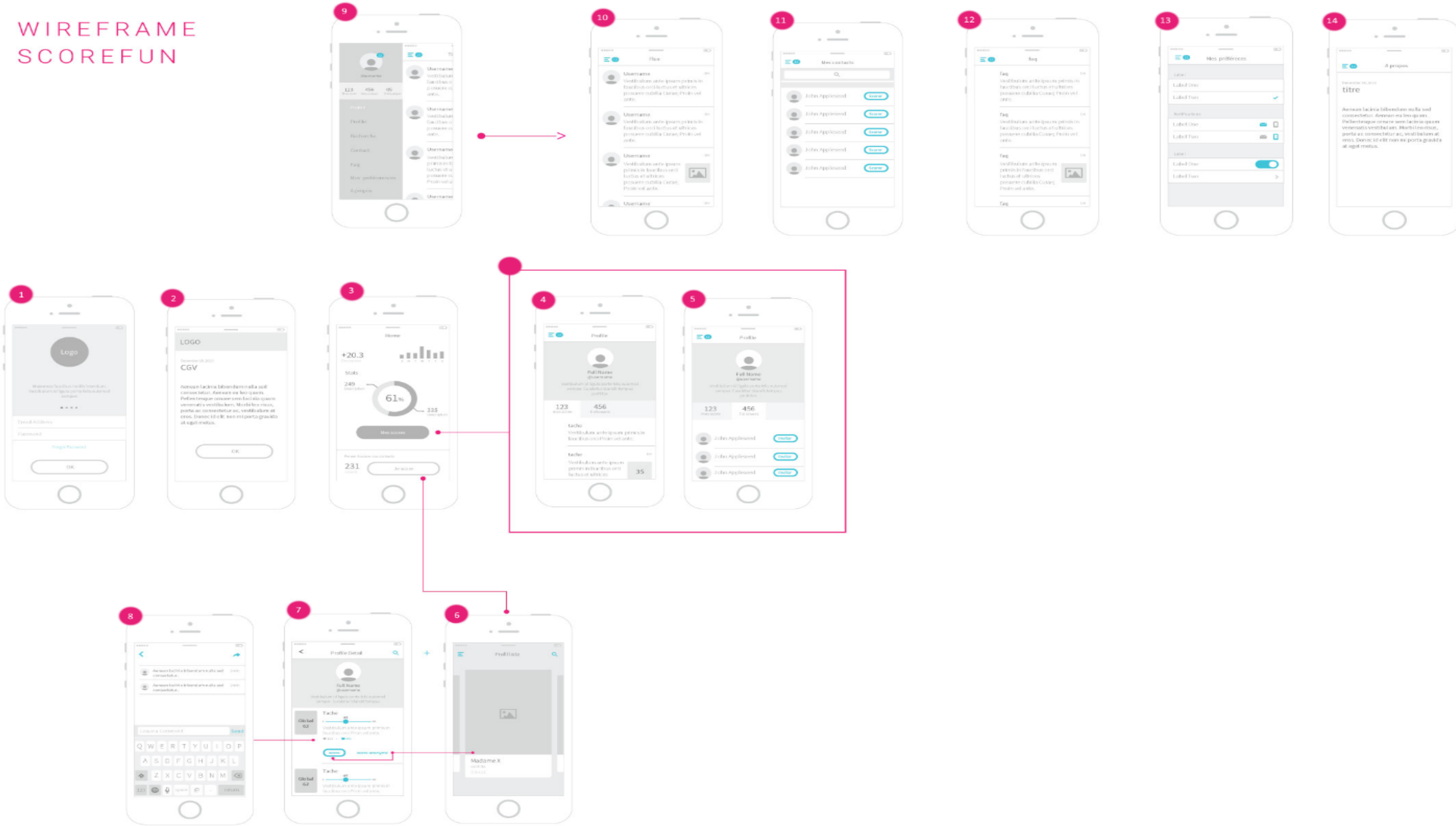
Une fois les wireframes validées, elles sont utilisées comme base de réflexion par les directeurs artistiques / web designers afin de concevoir les maquettes.

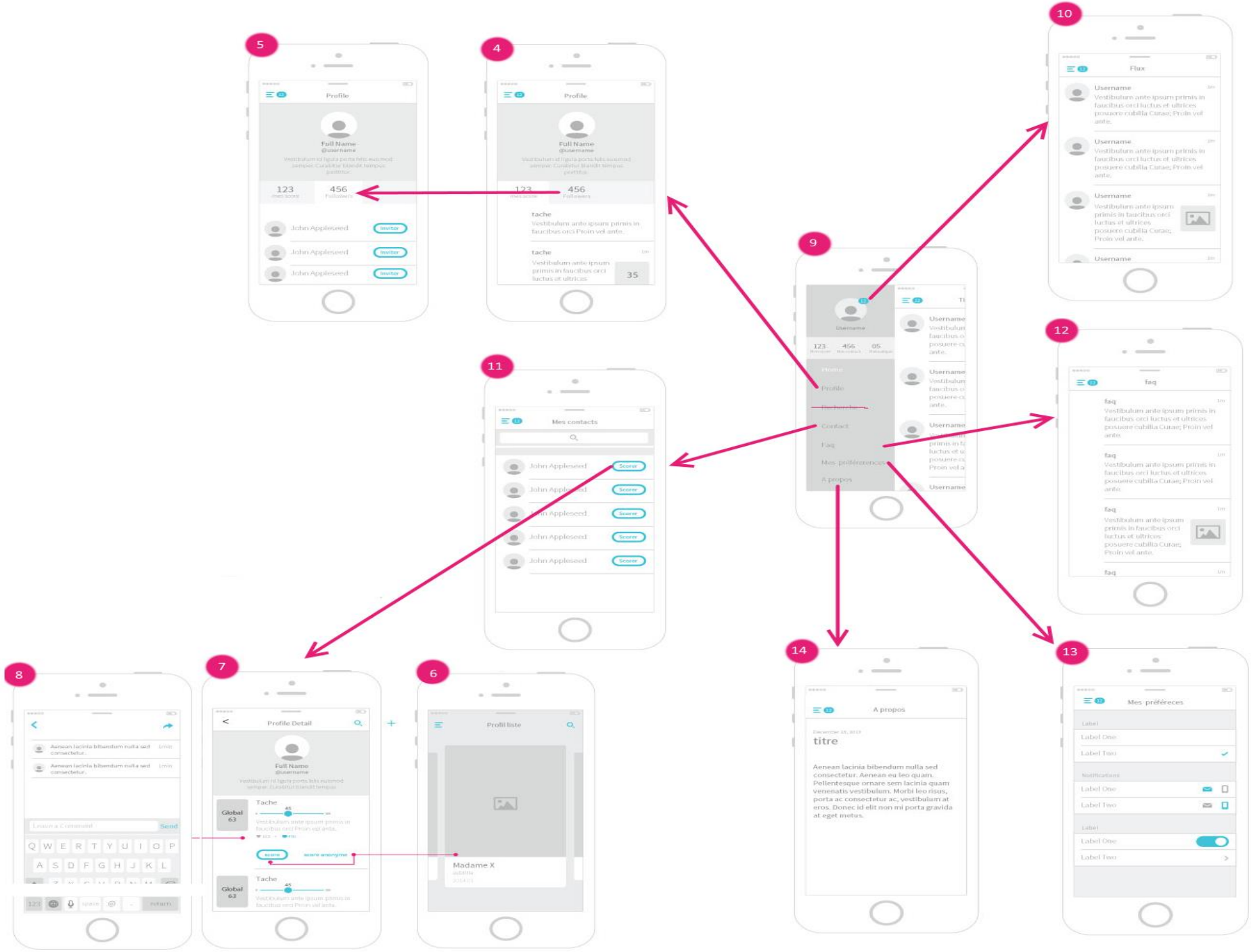
.

Etape 4 : Wireframe

Exemple si vous sous-traitez à un ux designer

WIREFRAME
SCOREFUN




5
Profile
Full Name
@username
123
456
Followers
John Appleseed
Inviter
4
Profile
Full Name
@username
123
456
Followers
tache
Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci Proin vel ante.
tache
Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices
35
10
Flux
Username
Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Proin vel ante.
9
Username
123
456
05
Home
Profile
Contact
Faq
Mes préférences
A propos
11
Mes contacts
John Appleseed
Scorer
12
faq
Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Proin vel ante.
8
Aenean lacinia bibendum nulla sed consectetur.
Send
7
Profile Detail
Full Name
@username
Global
63
Tache
Score
score anonyme
6
Profil liste
Madame X
14
A propos
titre
Aenean lacinia bibendum nulla sed consectetur. Aenean eu leo quam. Pellentesque ornare sem lacinia quam venenatis vestibulum. Morbi leo risus, porta ac consectetur ac, vestibulum at eros. Donec id elit non mi porta gravida at eget metus.
13
Mes préféreces
Label
Label One
Label Two
Notifications
Label One
Label Two
Label
Label One
Label Two

Questions	Réponses
Les CGV et FAQ sont elles celles de l’appli uniquement ou doit on également incorporer (via l’api donc) celles du client finale ?	On doit les incorporer, elles changeront en fonction du client

Pourquoi un wireframe si complet?

THEME FOREST

Unlimited WordPress themes, plugins & video downloads! From $16.50/m

- Popular Items
- Admin Templates
- Corporate
- Creative
- Entertainment
- Mobile
- Nonprofit
- Personal
- Retail
- Specialty Pages
- Technology
- Wedding
- Miscellaneous

Search within these results

Search

332 HTML Mobile Website Templates.

× Filter & Refine

All prices are in USD

Sort: Newest items

Category

- **All categories** 44,516
- **Site Templates** 15,265
- **Mobile** 332

Tags

- Mobile 211
- Android 148
- Responsive 141
- Phonegap 122
- Cordova 110
- Ios 96
- Mobile App 95

/ Site Templates / Mobile Clear all

Mobile & App Templates - Blogs in HTML

by Osumstudio in Mobile

- MobileAT - Responsive Mobile Website Template
- Easy to Read Designs
- Good for Bloggers and Individuals

Tags: apps, blog, blogger, blogging, creative, design, html,... See all tags

$18

9 Sales

Last updated: 28 Dec 18

Preview

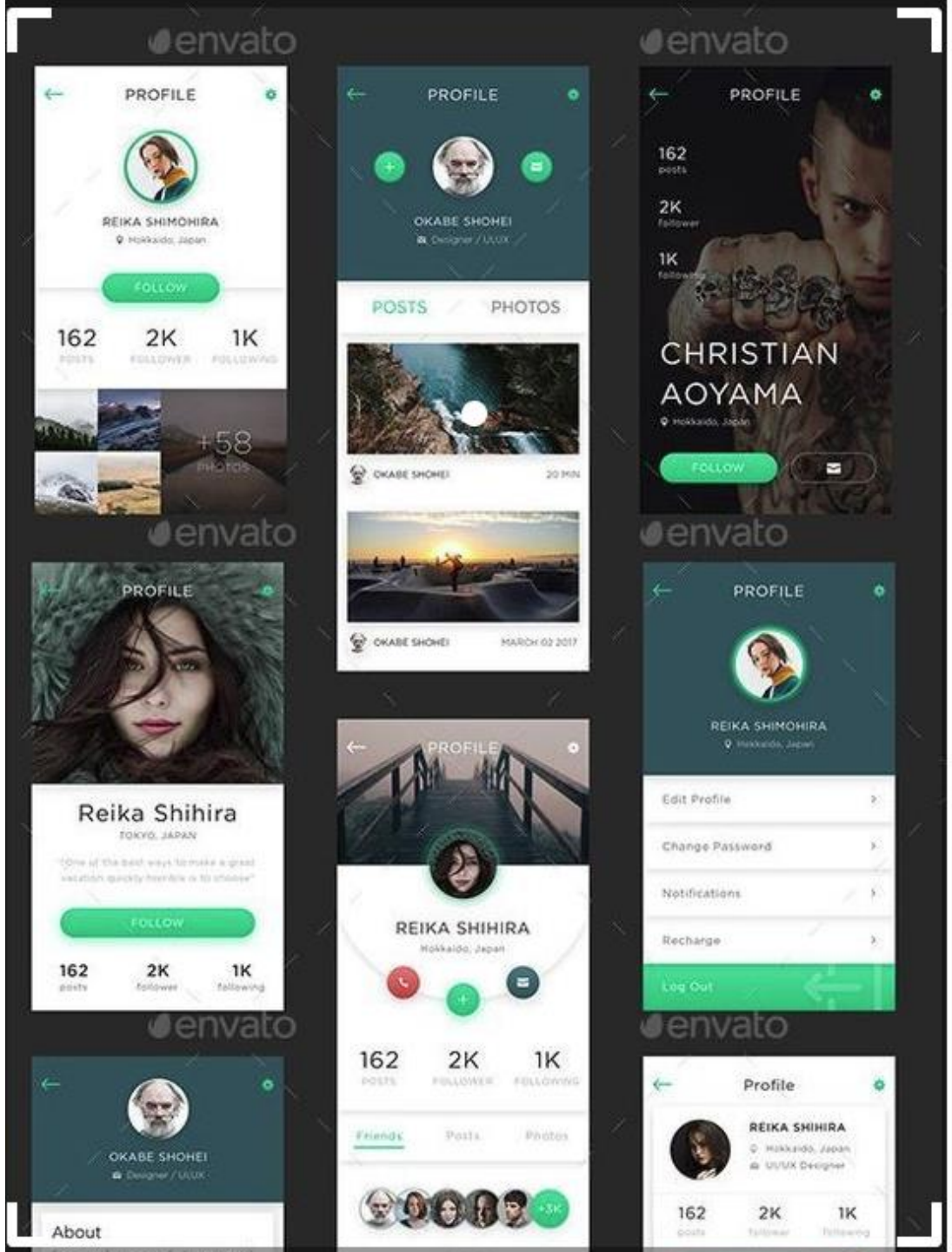
Eleco - Mobile Template

by aStylers in Mobile

- Easy Customize
- Light and Dark Version

$11

4 Sales


PROFILE
REIKA SHIMOHIRA
FOLLOW
162
2K
1K
+58
PROFILE
OKABE SHOHEI
POSTS
PHOTOS
OKABE SHOHEI
20 MIN
OKABE SHOHEI
MARCH 02 2017
PROFILE
162
2K
1K
CHRISTIAN AOYAMA
FOLLOW
PROFILE
Reika Shihira
TOKYO, JAPAN
FOLLOW
162
2K
1K
PROFILE
REIKA SHIMOHIRA
Edit Profile
Change Password
Notifications
Recharge
Log Out
PROFILE
REIKA SHIHIRA
162
2K
1K
Friends
Posts
Photos
OKABE SHOHEI
About
Profile
REIKA SHIHIRA
162
2K
1K

Combien ça coûte un Ux designer?

Plan de la séance

Etape 1 : Décomposer le projet en Users story

Etape 2: Conception de l'arborescence

Etape 3: Zoning

Etape 4 : Wireframe

Etape 5 : Mock-up

Etape 6 : Prototype

Etape 5 : Mock-up

Un mockup permet de transformer une wireframe en page interactive. Il est alors possible d’ajouter des liens afin de présenter les principes de navigation du projet. Il est même possible de rendre un formulaire fonctionnel afin de faire des simulations, en intégrant les exigences techniques et donc, l’affichage de messages d’erreur ou de confirmation en fonction des informations saisies.

Un wireframe au format HTML est donc un mockup SI l’interface est interactive.

Etape 5 : Mock-up

Outils:

axure RP

Sketch

in

Lunacy β

m

Etape 5 : Mock-up

https://invis.io/VPIW2PSX3C9

Plan de la séance

Etape 1 : Décomposer le projet en Users story

Etape 2: Conception de l'arborescence

Etape 3: Zoning

Etape 4 : Wireframe

Etape 5 : Mock-up

Etape 6 : Prototype

Etape 6 : Prototype

Un prototype a pour but de valider les technologies permettant d’assurer le bon fonctionnement du projet. Les interfaces deviennent alors fonctionnelles pour tester et valider les technologies.

Un prototype peut être exclusivement à but expérimental, sans réutilisation dans le projet réel, où bien être une première version du projet en cours de production.

Et Après…

Définition des story points

Définition du contenu des itérations

Définition du mot fin

Développement

Test Itérations

Ce projet est il innovant?

Afin de mieux identifier la valeur créée, il est nécessaire de catégoriser et de caractériser l’innovation en fonction de 3 critères que l’on va croiser :

1. Nature,

2. Objet,

3. Intensité.

Les quatre NATURES d’innovation

- Innovation Technologique
- Innovation d’USAGE
- Innovation sociale
- Innovation d’AUTRE NATURE

Innovation TECHNOLOGIQUE

- Définition : consiste à créer ou à intégrer une technologie nouvelle ou améliorée, ou une combinaison de technologies, avec pour objectif de répondre à un besoin du marché ou anticiper sur des besoins actuels ou futurs.

- Illustration : Le premier Vélo électrique Matra pour pédaler plus facilement dans la montée, le premier logiciel de traitement de texte, l’utilisation d’une nouvelle molécule pour traiter le cancer, ou le premier logiciel de téléconférence sur le WEB,...

Innovation d’USAGE

- Définition : changement introduit dans la manière d’utiliser le produit ou de consommer le service. La mise en place d’une nouvelle facilité d’usage pour répondre à des besoins du marché ou anticiper sur des futurs besoins.

- Illustration : Les vélos en libre-service, qui modifient la manière d’utiliser le vélo, qu’on ne possède plus mais qu’on loue ; les mobiles de nouvelle génération, qui, en plus de téléphoner, proposent de payer, écouter de la musique, photographier… mais aussi l’Occitane et son cosmétique à préparer soi-même,...

Innovation SOCIALE

- Définition : consiste à élaborer des réponses nouvelles à des besoins sociaux nouveaux ou mal satisfaits, en impliquant la participation et la coopération des acteurs concernés, notamment des utilisateurs et usagers. Ces innovations concernent aussi bien le produit ou service, que le mode d’organisation, de distribution, dans des domaines comme le vieillissement, la petite enfance, le logement, la santé, la lutte contre la pauvreté, l’exclusion, les discriminations…
- Illustration : Grameen Bank propose des microcrédits à destination de populations spécifiques, Max Havelaar propose le commerce équitable qui permet de rétribuer de façon plus juste les producteurs…

Innovation d’AUTRE NATURE

- Définition : Pour ne pas se fermer à d’autres natures d’innovation, et même si elle n'est pas recommandée, la nature "autre" a été créée. IL s'agit le plus souvent d'innovations créatives et artistiques (recettes, concept, mode, goûts alimentaires, loisirs, architecture, métiers d’art, ...) dont la défendabilité est très délicate (gros investissements marketing / marque) et l'avantage concurrentiel très aléatoire (sauf si zone de chalandise restreinte).
- Attention il peut s'agir d'une évolution normale de l'entreprise qui s'adapte à un environnement cyclique (non innovant)

Les quatre OBJETS d’innovation

- Innovation de PRODUITS (OU SERVICES)
- Innovation de PROCEDES (OU PROCESSUS)
- Innovation de MARKETING (OU COMMERCIALISATION)
- Innovation d’ORGANISATION

Innovation de PRODUITS (OU SERVICES)

- Définition : L’innovation de produits ou services est la création ou l’amélioration d'un produit ou offre d'une prestation de services qui crée une valeur nouvelle ou supplémentaire pour le marché.
- Illustration : Le premier ordinateur personnel Macintosh, l’iPad, la voiture hybride, le stylo à bille Bic,...

Innovation de PROCEDES (OU PROCESSUS)

- Définition : la mise en œuvre de nouvelles techniques ou l’amélioration des techniques pour la production de biens ou la réalisation de prestations de services. Elle intègre la mise au point ou l'adoption de méthodes de production, mais aussi de logistique, nouvelles ou améliorées.

- Illustration : La gestion de production assistée par ordinateur (G.P.A.O.), la culture hors-sol (production de certains légumes toute l’année), le self-service dans la restauration (Mc Donald), le système de traçabilité des marchandises par code à barres,...

Innovation de MARKETING (OU COMMERCIALISATION)

- Définition : implique des changements significatifs dans la conception/design, dans le conditionnement/packaging du produit ou du service, dans son mode de commercialisation, sa promotion, son modèle économique ou sa tarification..

- Illustration : Les offres fidélité ORCHESTRA (achat des vêtements à moindre coût grâce à un abonnement), les formules « all inclusive » du Club Med au début des années 80, la presse gratuite fondant la totalité de ses revenus sur la publicité tout comme la monétisation de l’audience des sites web,…

Innovation d’ORGANISATION

- Définition : consiste à introduire une nouvelle méthode ou une méthode améliorée dans les pratiques de management de l'entreprise, l'organisation du travail ou les relations extérieures (coopération, stratégie d’alliance etc.). L’innovation d’organisation est liée aux aspects humains/managériaux de l’entreprise.

- Illustration : La nouvelle organisation matricielle de Renault qui a permit la création de la Twingo, la stratégie d’alliance « Star Alliance » regroupant pour la 1ère fois des compagnies aériennes, et qui a ainsi permis de proposer aux clients une gamme d’offres plus élargie,...

Les quatre INTENSITES d’innovation

- Intensité de RUPTURE
- Intensité INCREMENTALE
- Intensité d’ASSEMBLAGE
- Intensité d’ADAPTATION

Intensité de RUPTURE

- Définition : c’est la modification profonde de l’état de la technique et/ou des conditions d’usage par le marché ou d’une nouveauté sociale majeure. L’innovation de rupture permet un changement majeur de l’état de l’art par rapport à la concurrence pour créer de nouveaux marchés et/ou modifier les comportements de consommation. Elle peut avoir un caractère radical voire révolutionnaire. Le niveau de risque et d’incertitude est très élevé voire parfois total. Le marché est souvent à créer.

- Illustration : Passage de la Cassette VHS au DVD, passage de la location du DVD à la VOD, création du téléphone mobile, les verres de contact, le premier hôtel de glace, le Mc Drive qui permet de commander au volant et manger dans la voiture,...

Intensité INCREMENTALE

- Définition : ne bouleverse pas les conditions d’usage et l’état de la technique ou de l’offre sociale, mais y apporte une amélioration sensible. Le niveau de risque et d’incertitude est élevé à modéré. Le marché est souvent concurrentiel (concurrence directe ou indirecte)
- Illustration : Remplacement des souris à bille par des souris optiques, remplacement des verres de contact par des lentilles de contact, évolutions successives du téléphone portable (2G, 3G,…),…

Intensité d’ASSEMBLAGE

- Définition : associe plusieurs offres ou innovations existantes pour en créer une nouvelle. L’association de deux ou plusieurs composants d’un produit ou service peut amener à une innovation caractérisée d’assemblage. C’est la combinaison des composants qui permet une amélioration du produit ou service et/ou de nouvelles performances. Le niveau de risque et d’incertitude est modéré. Le marché peut être à créer.

- Illustration : La Kinect Xbox qui associe une caméra de télémétrie au software développé par Microsoft vidéo, le Kite Surf qui associe le principe de la planche de surf avec une voile de type parapente, les premières offres packagées dans le tourisme (hôtels, golf, spa, découverte,…).

Intensité d’ADAPTATION

- Définition : consiste à dupliquer ou à adapter une innovation d’un secteur vers un autre secteur, ou d’un usage vers un autre usage. C’est l’adaptation d’une solution précédemment connue sur un secteur mais comportant les modifications nécessaires pour son application dans d’autres conditions, notamment son adaptation aux conditions locales. Le niveau de risque et d’incertitude est relativement faible. Le marché est souvent concurrentiel.
- Illustration : L’Autolib, inspirée du Velib, concept de « drive » pour les courses en hypermarché inspirée du « drive » restauration rapide, le packaging de la comporte à boire Materne inspiré par le berlingo de lait concentré Nestlé,...

Risques, Incertitude, Valeur créée, Originalité, Défendabilité, Barrières à l'entrée, potentiel, durabilité, mobilisation de fonds propres, ...

+ ← −

RUPTURE	INCREMENTALE	ASSEMBLAGE	ADAPTATION
Modifie profondément la nature	Améliore sensiblement la nature	Association de plusieurs ex/innovations pour en créer une nouvelle	Adaptation d'une solution connue pour un même usage ou d'autres usages

− → +

Faibles temps de R&D, Time to market, vitesse de mise en marché, rapidité du succès commercial, ...