



Votre entreprise est-elle innovante?

Par Anne-Marie Auger, Consultante

Août 2005

Face à la montée de la concurrence internationale, l'innovation est sans aucun doute une des stratégies qui aidera nos organisations à demeurer compétitives en améliorant leur productivité ou en repensant leur modèle d'affaires, tout en tenant compte des nouveaux impératifs du marché.

Certaines caractéristiques sont communes à l'ensemble des petites entreprises qui connaissent le succès et la croissance. Ces caractéristiques gravitent autour de deux pôles : la productivité, faisant référence à l'optimisation des ressources financières, opérationnelles et humaines; et les stratégies d'affaires, faisant référence aux facteurs externes, tout aussi bien du côté des fournisseurs, de la clientèle ou de la compétition.

Regardons ces caractéristiques de plus près :

Une position dominante sur le marché

Les petites entreprises innovantes détiennent une part de marché relativement importante dans leur niche par rapport à leurs concurrents. Ces entreprises limitent leur domaine d'activité à des combinaisons produit/marché très spécifiques, ou bien elles pratiquent une stratégie de différenciation par laquelle leurs produits se distingueront de la concurrence.

C'est ainsi que l'interaction de l'entreprise avec son environnement extérieur permet de la distinguer vis-à-vis de ses concurrents. Les possibilités de présenter une image « unique » résident presque toujours dans une spécificité susceptible de donner à l'entreprise cette position unique sur le marché. Il peut s'agir d'un produit ou d'une clientèle spécifique, d'une façon originale d'offrir le service à la clientèle. L'accent peut être mis sur la qualité du produit, sur sa marque, sur la valeur qu'il représente pour le client, lesquels sont autant d'éléments essentiels de l'image et de la stratégie

La création de valeur-client

Les petites entreprises innovantes accordent une importance capitale à la création de valeur-client. Ces entreprises se caractérisent par des performances élevées dans une série d'avantages compétitifs tels que le service à la clientèle ou l'introduction de nouveaux produits; elles veillent surtout à combiner plusieurs avantages en faveur du client. Elles adaptent leur offre aux besoins de leurs clientèles et misent sur la « valeur-client » comme élément de différenciation.

L'agilité

Les petites entreprises innovantes sont agiles et les entreprises agiles sont innovantes... L'agilité conditionne la rapidité avec laquelle l'entreprise a la possibilité et la volonté de modifier ses façons de

faire pour tirer parti des occasions et faire face aux menaces du marché. Les PME innovantes se distinguent par leur capacité à modifier leur position sur le marché et/ou leur stratégie de compétition ainsi que par leur faculté d'adaptation rapide aux exigences de leur environnement.

Les PME agiles sont les premières et les plus rapides à proposer de nouveaux produits à forte valeur ajoutée, à recourir à de nouvelles technologies, à remodeler leurs processus internes en ce qui concerne la gestion des opérations, des ressources humaines et/ou informationnelles, ou à proposer de « nouvelles expériences clients ».

La gestion des connaissances

Les petites entreprises innovantes accordent une place importante à la gestion de leurs connaissances, que ce soit la gestion de leur base de compétences ou de l'information stratégique de marché, qu'elles acquièrent grâce à des pratiques de veille effectuée sur une base régulière et à des enquêtes clients détaillées. Elles possèdent en outre une capacité de créer de nouvelles idées, de nouveaux procédés et processus, de nouvelles manières de faire affaire avec la clientèle. Elles connaissent très peu de résistance au changement.

La fluidité de l'information et de la communication constitue une des bases de cette ouverture au changement, créant un climat organisationnel propice à la création et à l'échange des idées nouvelles.

Une vision à long terme

Enfin, les petites entreprises innovantes pensent et agissent à partir d'un horizon à long terme. Le « ici et maintenant » possède certes son importance ? fabriquer, vendre, livrer ? mais ce processus, le day to day, s'effectue dans une perspective à long terme. Cette perspective repose sur des valeurs qui permettront à l'entreprise de donner un sens à l'innovation et donc à l'organisation.

Les caractéristiques d'une entreprise innovante ne se résument donc pas à la maîtrise d'une nouvelle technologie de pointe, ni au lancement d'un nouveau produit. Elles touchent à la fois l'organisation, la manière dont l'organisation fait face à un environnement de plus en plus complexe et la façon dont elle livre ses produits et services à ses clients.

Pour en savoir plus

Participez au colloque « Innover pour mieux concurrencer » organisé par SECOR-TAKTIK, le 27 octobre 2005 dans le cadre des activités du 30e anniversaire de SECOR.

Consultez l'article paru dans la Revue PME, mai 2005, « Diagnostic Innovation », élaboré par Kathy Megyery, associée de SECOR-TAKTIK

Information : Danièle Lajeunesse, 514 866 5827