

Sommaire

Introduction.....	1
Chapitre 1 – Au commencement était l’opportunité... ..	7
L’identification des besoins	9
La solution innovante	13
Besoin + solution = opportunité	14
Chapitre 2 – Il n’y a pas que la technologie !	19
Ne pas confondre invention et innovation	21
La protection de l’innovation	21
Démocratiser l’innovation	27
Place à l’imagination !	28
Chapitre 3 – Dans la tête des décideurs	33
Le profil des décideurs	35
L’arbre de décision	36
Chapitre 4 – Il était une fois un besoin... ..	39
Rédiger la déclaration d’opportunité	41
Le rôle de la mission	44
Vérifier la compatibilité de l’opportunité avec la mission	46
La contribution aux ICP de l’organisation	48
Chapitre 5 – Au service des parties prenantes	51
Les parties prenantes	53
Les aspirations des parties prenantes	55

<i>Drivers et satisfiers</i>	56
Les contraintes à prendre en compte	58
Chapitre 6 – La loi du plus concurrentiel	63
Identifier les principaux acteurs du marché	65
Les critères de décision des clients (CDC)	67
La check-list des 5 F	72
Le benchmarking	75
Où exceller ?	78
Chapitre 7 – Top-modèle (économique)	81
La nécessité d'un modèle économique	83
Analyse de la chaîne de valeur	84
Choix du modèle économique	85
Des limites indispensables	90
Quelques principes de succès	91
Chapitre 8 – Histoire d'ECU	95
La raison irrésistible d'achat	97
La déclaration d'ECU	99
L' <i>elevator pitch</i>	103
Chapitre 9 – <i>Time to Kiss</i>	105
Les indicateurs de succès	107
Se donner un horizon	109
Se fixer des objectifs	110
La définition du succès est un contrat	111
Les terminators d'opportunité	113
Chapitre 10 – Les facteurs sonneront plus de trois fois	115
L'identification des facteurs	117
Les différentes sortes de facteurs	118
L'analyse des facteurs	120
La gestion des risques	123

SOMMAIRE

Chapitre 11 – Barricadé dans ses incertitudes	127
Lister les incertitudes	129
Déterminer les incertitudes prioritaires	131
Réduire le niveau des incertitudes	132
La surveillance des incertitudes	134
Chapitre 12 – Le passage à l'action tactique	137
Les barrières à l'entrée	139
Les actions tactiques	140
Chapitre 13 – Un plan pour ne pas rester en plan	153
Un plan cohérent	155
Des vérifications s'imposent	156
Les effets collatéraux	157
Chapitre 14 – Le passage à la caisse	161
L'évaluation des ressources	163
Projections financières	165
L'obtention des ressources	165
Chapitre 15 – Pourquoi faire du IpOp ?	169
A-t-on les moyens d'échouer ?	171
Les avantages du modèle IpOp	171
Les limites du modèle IpOp	174
Chapitre 16 – L'art de faire la cour	177
Le plan d'affaires	179
L' <i>opportunity case</i>	180
La rédaction de l' <i>opportunity case</i>	182
Et après ?	194
Chapitre 17 – La résistance s'organise	195
L'innovation est un défi managérial	197
Un espace de liberté indispensable	199

CONCEVOIR ET LANCER UN PROJET

Chapitre 18 – Après l’IpOp, le MpOp	201
Autonomiser pour régner	203
Les piliers du MpOp	204
Les avantages du management par les opportunités	213
Conclusion	217
Annexe	219
Glossaire	225
Remerciements	231