



Innover et conquérir

Dans un environnement en évolution permanente (concurrence accrue, attentes clients évolutives, digitalisation accélérée), **l'innovation devient vitale pour rester compétitif et continuer à se développer**. Elle permet non seulement d'attirer de nouveaux clients, mais aussi de renforcer l'engagement des équipes, d'améliorer la rentabilité et de se différencier durablement.

C'est dans cet esprit que Clémence Boisselet, experte en stratégie d'entreprise et en analyse financière, a partagé une méthode accessible et structurée pour permettre aux entrepreneurs d'innover efficacement, à leur échelle, et de conquérir de nouveaux marchés sans s'épuiser.

Vous retrouverez dans cette fiche de synthèse les principes de cette **méthode accessible aux TPE-PME pour** :

- **stimuler l'innovation** dans les produits, services ou processus,
- **structurer** cette dynamique pour en faire un levier de conquête durable,
- **prendre des décisions** en lien avec sa vision, ses moyens et ses ambitions.

Objectif

Vous fournir un cadre clair pour **innover avec méthode, conquérir de nouveaux marchés** et **structurer une croissance pérenne**, quel que soit le niveau de maturité de l'entreprise.

💬 « L'innovation, ce n'est pas le gadget futuriste, c'est ce qui crée de la valeur durable pour vos clients et votre entreprise. » - Clémence Boisselet



(re)Voir le replay du webinar :
<https://www.youtube.com/watch?v=SHilMQxorCM>

1. COMPRENDRE CE QU'EST L'INNOVATION

L'innovation ne se limite ni aux startups high-tech, ni à l'adoption de technologies de rupture.

Elle peut prendre **des formes très variées** :

- améliorer un produit existant,
- changer sa manière de communiquer,
- ajuster son processus de vente,
- proposer une offre plus adaptée à son public.

Le point commun : elle **crée de la valeur perçue** par le client ou l'entreprise (gain de temps, facilité, nouveauté, économie...).

Démystifier l'innovation

Ce qu'elle est :

- Une **amélioration continue**, une adaptation, une nouvelle manière de faire.
- Une réponse concrète à un **besoin client mal adressé**.
- Une façon de **se différencier intelligemment**.

Ce qu'elle n'est pas :

- Un copier-coller de la concurrence.
- Une démarche réservée aux grandes entreprises ou aux secteurs technologiques.

💡 Conseil

Faites régulièrement le point sur ce que vos clients trouvent utile, ce qu'ils aimeraient changer, ce qui les freine... L'innovation commence par l'écoute.

2. INNOVER SANS EXPLOSER SON BUDGET

« *Non, l'innovation n'est pas réservée aux grandes entreprises.* »

L'innovation ne demande pas toujours de gros moyens. Il existe aussi des innovations "frugales", fondées sur l'optimisation des ressources existantes.

Par exemple, une innovation peut s'appuyer sur :

- la création d'un nouveau service ou format (webinaire, pack, version express...),
- la réorganisation d'un processus (accueil client, livraison...),
- le repositionnement d'une offre existante pour une cible différente,
- l'optimisation d'un canal existant (ex. : LinkedIn, SEO),
- le recyclage d'un contenu pour toucher une nouvelle cible.

Le plus important est d'**oser tester à petite échelle** avant de déployer plus largement.

💡 Conseil

Bloquez chaque mois 2 à 3 heures pour imaginer puis tester une micro innovation. Cela peut être un nouveau message d'accroche, une offre groupée, une landing page spécifique...

★ Règle d'or : **tester – ajuster – consolider.**

3. ALIGNER L'INNOVATION AVEC SA VISION STRATÉGIQUE

« *Innover pour innover ne sert à rien si cela ne vous rapproche pas de vos objectifs.* »

Avant toute démarche, **posez-vous les bonnes questions** :

- Où souhaitez-vous être dans 3, 5 ou 10 ans ?
- Que voulez-vous changer ou atteindre ?
- À quels besoins clients ou enjeux internes votre innovation doit-elle répondre ?

C'est ce cap stratégique qui vous aidera à hiérarchiser vos idées et à prioriser les bonnes actions.

💡 Conseil

Utilisez la **méthode SMART** pour cadrer vos objectifs : **Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste, Temporellement défini.**



04

4. INNOVER POUR CONQUÉRIR DE NOUVEAUX MARCHÉS

"Le bon message à la bonne cible, appuyé par une offre alignée, devient une force de conquête."

Innover ne suffit pas, encore faut-il **transformer l'innovation en conquête commerciale**.

Cela peut se faire par :

- l'entrée sur un nouveau segment (TPE, startups, secteur médical...),
- l'adaptation de l'offre pour répondre à des attentes précises,
- la création d'un produit ou service différenciant (automatisation, formation, conseil...),
- une communication adaptée (LinkedIn, témoignages clients, formats gratuits...).

Structurez votre démarche grâce à **la matrice Ansoff**, outil visuel pour classer ses idées d'innovation et prioriser ses efforts.

Ce cadrage permet de faire des choix éclairés, mesurés et réalistes sur :

- la **pénétration de marché** (vendre plus aux clients existants),
- le **développement de produits** (créer une nouvelle offre pour vos clients actuels),
- le **développement de marché** (proposer une offre existante à de nouveaux clients),
- la **diversification** (nouvelle offre pour une nouvelle cible).

💡 Conseil

Testez d'abord vos idées dans la zone "produits existants / marchés existants", c'est là que les retours sont les plus rapides à observer.

05

5. STRUCTURER L'ENTREPRISE POUR FAIRE DURER LA DYNAMIQUE

"Pas de conquête durable sans colonne vertébrale solide."

L'innovation n'a d'impact que si l'entreprise est structurée pour l'accueillir.

Cela passe par :

- des **rôles définis** et une **organisation claire**,
- des **indicateurs de pilotage adaptés** (financiers ET non financiers),
- une **vision partagée** et une **feuille de route priorisée**,
- l'**implication des collaborateurs**, en lien avec leur expertise.

💡 Conseil

Priorisez la mise en place :

- de **processus efficaces**,
- d'une **structure agile**, capable de s'adapter,
- d'une **vision ambitieuse mais réaliste**, déclinée dans le temps.

06

6. CULTIVER UN ÉTAT D'ESPRIT PROPICE À L'INNOVATION

Ce n'est pas tant la créativité qui manque aux entrepreneurs que **le temps de se poser pour explorer**.

Les qualités essentielles pour innover :

- **Curiosité** : regarder ce qui se fait ailleurs.
- **Ouverture au changement** : accepter que ce qui a marché hier ne fonctionnera peut-être plus demain.
- **Créativité pragmatique** : trouver des solutions simples à des problèmes concrets.

À RETENIR

- L'innovation est **un état d'esprit** avant d'être une dépense.
- Elle se nourrit de votre vision, de vos clients, de votre équipe.
- Elle s'apprend, se structure, se teste, s'améliore.
- Elle vous aide à **rester en mouvement**, à **vous différencier**, à **construire votre avenir**.

« Innover et conquérir, c'est avant tout être acteur de son avenir, plutôt que spectateur du marché. »

SECOND SOUFFLE C'EST...

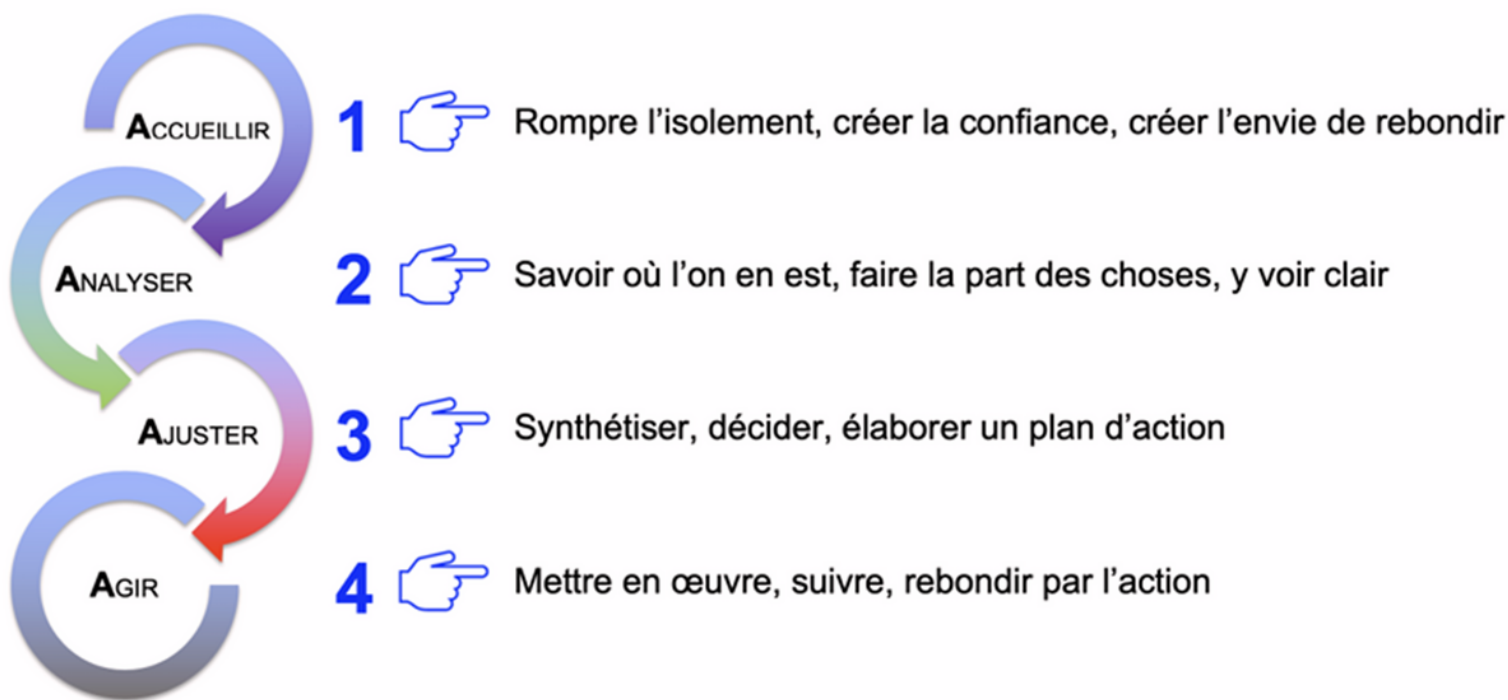
UN ACCOMPAGNEMENT

-  Tous les entrepreneurs TPE/PME en difficulté en activité*
-  Totalelement **gratuitement**
-  Sans condition
-  Sans limite de temps

**Pour les entrepreneurs ayant cessé leur activité ou en cours de liquidation judiciaire, nous passons la main à notre partenaire*



UNE METHODE



UN POINT DE CONTACT

Site web www.secondsouffle.org dès la Home Page

