

5 minutes pour comprendre C-K, une méthode pour manager l'innovation

Vous n'avez pas lu les plus de 1 500 pages de publications scientifiques autour de la Théorie C-K ? Aucun problème, Stim vous a concocté un résumé pour en comprendre les principes simplement et briller en société.

Temps de lecture : minute

6 août 2018

Republication du 12 juillet 2017

Vous en conviendrez sûrement, l'humanité n'a pas attendu C-K pour innover ! Dès l'ère préhistorique, les premiers hommes innovaient déjà. Alors pourquoi nous parle-t-on toujours plus d'innovation, devenu un "buzzword" dans les médias et les entreprises ? Simplement parce qu'aujourd'hui, tout va plus vite ! Les spécialistes de l'innovation appellent cela une "Ère d'innovation intensive" (rien que ça !).

Les entreprises doivent donc faire face à un challenge inédit : concevoir des produits à un rythme jamais atteint auparavant. L'éclair de génie de l'inventeur du 18ème siècle ou la recherche hasardeuse du 20ème siècle ne suffisent plus ! Pour survivre et résister à la disruption, l'entreprise doit se doter d'outils pour organiser, manager et piloter l'innovation de manière pérenne. C'est là que C-K entre en scène.

C-K, c'est quoi ?

Dit simplement, C-K est une méthode qui permet d'inventer des produits ou services très innovants et de piloter le processus d'innovation associé. On appelle ça faire de l'innovation de rupture, ou disruptive, ou radicale. En utilisant C-K, on peut par exemple réinventer un produit (une voiture), un service (la banque de détail), ou un processus (la livraison de colis).

C-K est à l'innovation ce que la cartographie d'un navigateur est à l'exploration des océans. On l'utilise pour tracer des pistes d'innovation à explorer, décider des pistes prioritaires sur lesquelles s'engager et utiliser les nouvelles connaissances apprises sur une piste pour mettre la cartographie à jour et investiguer la piste suivante.

Cette méthode réunit deux mondes jusque-là séparés : le monde de la créativité (Concept Space) et le monde de la connaissance (Knowledge space). Le lien entre ces deux espaces permet de décupler, de manière structurée, la capacité de chacun à créer du nouveau. Plus besoin d'être un inventeur de génie pour innover !

C-K, comment ça marche ?

C'est facile, (presque) tout est dans le nom ! C-K fonctionne en s'appuyant sur deux espaces, l'espace des Concepts et l'espace des connaissances - Knowledge.

Le premier, l'espace C, est celui de la nouveauté, de l'imaginaire, des idées et de l'impossible : c'est là que l'on va faire muter le produit ou le service sur lequel on souhaite innover. Par exemple, si on veut faire muter le parapluie, on peut imaginer " un parapluie sans toile " ou " le

parapluie qui sèche son utilisateur ". C'est dans cet espace que vont apparaître les concepts nouveaux, qui n'existent pas aujourd'hui.

Mais tout le monde le sait bien, les idées ne suffisent pas en matière d'innovation.

" It's the disease of thinking that a really great idea is 90% of the work.[...] There's just a tremendous amount of craftsmanship in between a great idea and a great product "

Steve Jobs interview by Robert X. Cringely in 1995

Pour aller plus loin, il manque un deuxième monde, celui qui va permettre de rendre ces concepts réels. C'est l'espace K. Si l'on veut concevoir " le parapluie qui sèche son utilisateur ", alors il faudra chercher des connaissances très différentes de celles liées au parapluie que l'on connaît tous aujourd'hui, qui n'a pas de "pouvoir séchant". Par exemple, les technologies utilisées par le sèche-main Dyson pourront permettre d'affiner cette idée.

Grâce à cette nouvelle connaissance, on peut raffiner notre concept dans l'espace C : " un parapluie qui sèche l'utilisateur avec un jet d'air à grande vitesse ". Cela dit, on ne sait toujours pas si ce concept est réalisable. Pour cela il faut retourner dans l'espace des connaissances et déterminer, entre autres, s'il est possible d'utiliser cette technologie pour sécher quelque chose de plus grand qu'une main.

En suivant cette logique d'allers-retours entre les espaces C et K, jusqu'à obtenir un objet totalement nouveau et réalisable grâce aux connaissances acquises au fur et à mesure.

C-K, une énième méthode pour innover ?

C-K permet de réinventer un produit ou un service sous ses 4 dimensions à la fois :

1. Sa valeur pour le client ;
2. Son business model ;
3. Ses fonctions ;
4. Ses technologies.

Pour reprendre l'exemple du parapluie, C-K poussera le concepteur à repenser aussi bien le fait "qu'un parapluie est vendu comme produit" que le fait "qu'un parapluie est constitué d'une toile en tissu". C-K est aussi le seul dispositif qui guide le concepteur pour générer des propositions avec une originalité croissante sur chacune de ces dimensions (dans l'espace C) puis de les évaluer (avec l'espace K).

Ainsi, pour le concepteur, cette méthode augmente les probabilités d'identifier et développer des concepts disruptifs à fort potentiel. Pour la direction générale, elle supporte la construction d'une stratégie robuste qui protège l'entreprise contre les innovations extérieures (de nouveaux entrants ou de la concurrence) qu'elle n'aurait pas anticipées sinon.

C-K, ça fonctionne ?

Deux exemples sont déjà bien connus dans l'industrie aéronautique. Chez SAFRAN, C-K a été utilisé pour piloter un grand programme d'innovation qui visait à repenser les moteurs d'hélicoptère. Plus de trente personnes ont ainsi participé à la construction du futur de leur entreprise. Des gains de consommation de carburant 10 fois supérieurs aux gains induits par

les innovations habituelles ont ainsi pu être réalisés.

Le groupe THALES quant à lui mobilise cette méthode pour piloter l'innovation sur les cockpits du futur. Aujourd'hui, des démonstrateurs de cockpit bien connus du monde l'aéronautique sont issus de ces travaux et font référence dans l'industrie.

Plus généralement, C-K est utilisé par de nombreux autres secteurs pour penser les services de logistique de demain, la mobilité du futur, les services du futur dans la banque ou encore le packaging de demain dans la grande distribution.

Qui peut l'utiliser ?

C-K peut s'appliquer à plusieurs niveaux de l'entreprise :

- Au niveau de la direction générale ou direction innovation afin de construire une stratégie d'innovation ambitieuse et garder un coup d'avance sur la concurrence ;
- Au niveau du le chef de projet pour rendre un projet plus innovant et le piloter efficacement ;
- Au niveau de l'ingénieur pour proposer des solutions innovantes. Les startups peuvent aussi l'utiliser pour disrupter une industrie ou préparer leurs futures évolutions.

Et voilà ! Désormais vous savez l'essentiel sur la méthode C-K pour briller en société. La prochaine étape ? Apprenez à construire vous-même votre carte C-K avec un guide en 6 étapes !

