

Un salon de l'innovation en marketing...

Organisé avec le soutien de la Sowalfin et le partenariat de l'a.s.b.l. « Les jeunes entreprises », le cours « Projet d'innovation » permet aux étudiants en marketing de développer et de tester leur créativité. Une activité qui se conclut en beauté par un « salon de l'innovation ».

Murielle Lejeune

Enseignante

HELMo Sainte-Marie

m.lejeune@helmo.be

Sandrine Pirnay

Enseignante

HELMo Sainte-Marie

s.pirnay@helmo.be

Laurence Jonet

Enseignante

HELMo Sainte-Marie

l.jonet@helmo.be

SOWALFIN

CRÉATION

La créativité et l'innovation sont au cœur du marketing...

On le perd parfois de vue, mais le propre du marketing, son core business, c'est de créer de la valeur. C'est ce qui le différencie de la publicité ou de la vente par exemple. Chaque fois qu'un marketeur identifie un besoin sur le marché (une « demande ») et qu'il détermine un produit qui lui correspond (une « offre »), il crée de la valeur en mettant en présence cette offre et cette demande sur le marché. Concrètement, il s'agit, dans un premier temps, de comprendre la demande — qu'elle soit explicite ou implicite — présente sur le marché, d'analyser l'offre existante et de répondre aux demandes non rencontrées, souvent en innovant en rebondissant sur les opportunités du marché.

Comment enseigner et développer ces compétences spécifiques que sont la créativité et l'innovation ?

Autant
apprendre en
se rapprochant
le plus possible
de la réalité





Simuler un lancement de produit en prenant son P.I.E.D. [5].

Autant apprendre en se rapprochant le plus possible de la réalité. En partenariat avec une entreprise, les étudiants en marketing de HELMo Sainte-Marie développent leur créativité et leur sens de l'innovation en simulant le lancement d'un nouveau produit sur le marché.

1. Voir notamment, dans le Chapitre 3, les articles : « Madame Bobine n'aime pas le bricolage » et « C'est audacieux et dérangeant et cela aborde l'art contemporain ».

Nous avons croisé plusieurs fois, dans ce numéro de Edith, l'analyse du processus créatif selon le modèle « P.I.E.D.S. » : Problème — Idéation — Evaluation — Décision — Se lancer¹. Sans grande surprise, les étudiants de marketing passent eux aussi par les différentes étapes de ce processus.

Dans un premier temps, selon les étapes du processus P.I.E.D.S., ils sont confrontés à un problème (Par exemple : « Lancer sur le marché une combinaison de sport conforme aux

principes du développement durable ») ; dans un second temps, en équipe, ils explorent cette difficulté à l'occasion d'un brainstorming, dans un troisième temps, le résultat de cette réflexion est évalué, ce qui peut conduire à des ajustements. Dans un quatrième temps, lorsque le jeu de la pensée divergente et de la pensée convergente a débouché sur une proposition créative, la décision est prise de réaliser un prototype du produit. Enfin, dernière étape, le produit est confronté aux attentes du marché.

Un salon de l'innovation pour se confronter au réel

Au terme du processus créatif, le « lancement » du produit proprement dit a lieu lors du « Salon de l'innovation ». Il ne s'agit pas véritablement de le commercialiser, mais de le « tester » auprès d'acheteurs potentiels. Un partenariat a été développé avec plusieurs galeries commerçantes

qui accueillent le salon. En partenariat avec la section Publicité de St. Luc, les étudiants de HELMo conçoivent des visuels attractifs et montent un stand dans la galerie pour présenter leur produit. Les entreprises partenaires et leurs clients sont évidemment invités. Pendant toute la durée du salon, les étudiants vont à la rencontre des clients, présentent leur produit et analysent leurs réactions.

À la fin du salon, un « prix » est décerné au meilleur produit par l'a.s.b.l. « Les jeunes entrepreneurs ». L'an dernier, lors du YEP (Young Enterprises Projet) Challenge, le prix a été attribué à un mini-scanner portatif à destination des malvoyants, leur permettant de connaître les qualités nutritives d'un produit alimentaire en scannant un QR Code...



SÉLECTION
YEP CHALLENGE 2021



LJE | LES JEUNES
ENTREPRISES