

Modélisation de la valeur(s) dans les différentes étapes d'un projet d'exploration centré-humain

inPROCESS

Entreprise : InProcess

Période : **2023 – 2024**

Tuteur entreprise : Mélissa ALAUZE, Head of Innovation Strategy

Lieu : 247 rue du Faubourg St Martin, 75010 PARIS

InProcess / Pôle *Innovation Strategy*

Nous vous proposons de rejoindre l'équipe *Innovation Strategy* chez InProcess, pour être au cœur de la conception des expériences de demain et soutenir la croissance de nos clients.

Chez InProcess, l'innovation ne tombe pas du ciel, elle se construit.

Pionnière en France, InProcess est une agence de design et d'innovation centrée-humain. Nous concevons des expériences pour nos clients en pensant d'abord au service que nous rendons à leurs utilisateurs. Nous pensons que l'innovation n'est pas un métier mais une pratique collective qui associe différentes disciplines (design, sciences humaines, business, ingénierie, marketing,..). Notre expertise est de savoir faire travailler ces disciplines ensemble.

Descriptif du projet

Notre méthodologie d'innovation certifiée, *l'Iris*, s'inspire du concept du Double Diamant théorisé par le British Design Council. Véritable ingénierie de projet d'innovation exploratoire, notre méthode articule trois expertises clés que sont les Sciences Humaines et Sociales, le design d'expérience et la stratégie de l'innovation. Chez InProcess il n'y a pas de chef de projet mais une co-responsabilité du trinôme (designer / anthropologue / stratégeste) afin de « jouer » avec la complexité inhérente aux projets d'innovation.

Le pôle *Innovation Strategy* a pour ambition de porter la valeur générée tout au long du processus d'innovation centré-humain et de la traduire en valeur pour l'entreprise. Toutefois, la valeur de ces projets d'innovation « *en train de se faire* » a parfois du mal à trouver pleinement échos dans des organisations historiquement structurées autour de processus traditionnels de gestion. En effet, les méthodes d'exploration issues des Sciences Humaines et du design viennent parfois se confronter aux méthodes de management de la valeur (de son identification et qualification à sa projection et évaluation). Les outils actuels de modélisation de la valeur sont peu adaptés à nos projets d'exploration, qui, débouchant sur des innovations incrémentales et de ruptures adressent aussi bien les enjeux courts termes et longs termes des entreprises.

L'intégration de cette notion de "valeur" et de sa modélisation dans les étapes structurantes de notre méthode (des premiers *insights* ethnographiques aux temps de co-construction créative, des prototypes à leur feuille de route stratégique) est essentielle pour aider les projets d'innovation exploratoire à avoir plus d'impact et à révéler leur potentiel pour que l'organisation veille à les mener à bien. A cette problématique s'ajoute un point de vigilance : en incluant de nouveaux outils et briques méthodologiques centrés "business/entreprise" nous devons veiller à ne pas parasiter et dénaturer notre méthode d'innovation qui se veut centrée-humain avant tout.

Méthodologie envisagée

- **Dès avril 2023** : idéalement l'étudiant rejoindra l'équipe lors d'un stage (non obligatoire) afin de se familiariser le plus tôt possible avec notre méthode d'innovation en étant intégré dans un trinôme projet. Ce stage permettra à l'étudiant de :
 - comprendre le marché de nos clients, leur organisation et leurs enjeux ;
 - construire des méthodologies d'innovation adaptées aux besoins clients ;
 - gérer plusieurs projets de front : relation directe avec les clients, gestion du budget, gestion de l'organisation administrative et logistique, reporting ;
 - contribuer à la réussite du projet avec les équipes Études et Design : participation aux phases de recherche, d'analyse et de créativité.
 - être capable de s'articuler avec les équipes études et design, faciliter les échanges avec les différents métiers pour structurer et coconstruire l'ensemble des livrables de chacune des phases.

- **Dès septembre 2023** : l'étudiant pourra commencer à mener des expérimentations de modélisation de la valeur dans les différentes étapes de notre méthode d'innovation. Le test itératif d'une variété d'outils et méthodes pourrait permettre par exemple de croiser *insights* qualitatifs avec données quantitatives, qualifier des formes de valeur (économiques mais pas seulement) et des kpi adaptés aux processus d'exploration, identifier le potentiel d'opportunités d'innovation (aussi prospectives soient-elles) et leur poids en termes de marché ou impact dans la stratégie de l'entreprise, etc.

En menant ces expérimentations dans des différents projets aux enjeux variés, une étude comparative pourra être menée. Ce travail nécessitera d'adopter une posture de praticien-réflexif pour mettre en perspective les différentes actions menées et venir consolider progressivement de nouvelles briques méthodologiques centrées-*business* compatibles avec les expertises déjà en présence issues du design et des Sciences Humaines.

Profil(s) recherché(s)

1 poste à pourvoir

Formation :

Profil école de commerce privilégié, mais offre non fermée aux autres profils



Date de début souhaitée :
Dès avril 2023 si possible

Compétences et intérêts :

- faire preuve de curiosité, de dynamisme et de rigueur dans son travail ;
- savoir évoluer dans un contexte de changement, au sein de projets variés (innovation produit, service, organisations, etc. tous secteurs confondus) ;
- aimer travailler en équipe pluridisciplinaire et être capable d'une grande autonomie ;
- être familier avec les méthodes d'innovation et notamment le Design Thinking : compréhension du design et des sciences humaines ;
- première expérience en analyse de marché, veille concurrentielle et veille stratégique appréciée ;
- niveau d'anglais courant. La pratique d'autres langues est un plus.