

## 2.3 Le point d'innovation idéal - Sweet Spot of Innovation

Chaque nouvelle idée commerciale est inévitablement liée à des innovations plus ou moins importantes. La question qui se pose est de savoir si l'idée peut se maintenir dans la réalité. Un examen minutieux de l'idée devrait permettre de répondre à trois questions : L'offre est-elle souhaitable ? L'offre est-elle réalisable ? L'offre est-elle viable ? Si la réponse à ces trois questions est positive, le point d'innovation idéal – le « sweet spot of innovation », le point d'innovation idéal, est à portée de main.

### Désirabilité de l'offre (« est-elle souhaitable ? »)

Y a-t-il une demande pour l'offre ? Existe-t-il un marché pour l'offre ?

Aspect	Vérification/Hypothèse	☹☹	☹	☺	☺☺
<b>Clientèle clé</b>	Il existe un groupe cible spécifique et suffisamment important qui est enthousiasmé par l'offre et qui y a souvent recours!				
<b>Promesse à la clientèle</b>	L'offre répond à un grand souhait de la clientèle (groupe cible), elle lui est taillée sur mesure et unique!				
<b>Ressources forestières</b>	L'offre est bien adaptée au développement de la forêt et concorde avec les autres objectifs de l'entreprise et de la société!				

☹☹: pas du tout rempli; ☹: partiellement non rempli; ☺: partiellement rempli; ☺☺: pleinement rempli.

### Faisabilité de l'offre (« Est-ce que nous pouvons le faire ? »)

Nos ressources nous permettent-elles de fournir l'offre dans la qualité, la quantité & le délai requis ?

Aspect	Vérification/Hypothèse	☹☹	☹	☺	☺☺
<b>Activités clés</b>	Nous disposons du savoir-faire, de la technique et des moyens nécessaires pour fournir à temps la quantité et la qualité souhaitées!				
<b>Chaîne de création de valeur</b>	Nous connaissons la chaîne de création de valeur et disposons de bons contacts avec les autres acteurs de la chaîne!				
<b>Ressources/coûts</b>	Nous connaissons les coûts exacts de la mise à disposition de l'offre!				

☹☹: pas du tout rempli; ☹: partiellement non rempli; ☺: partiellement rempli; ☺☺: pleinement rempli.

### Viabilité de l'offre (« est-elle durable ? »)

L'offre est-elle viable sur le marché ? L'offre génère-t-elle suffisamment de revenus pour couvrir les dépenses et les risques ?

Aspect	Vérification/Hypothèse	☹☹	☹	☺	☺☺
<b>Relation à la clientèle</b>	Nous entretenons des contacts réguliers avec notre clientèle et avons une bonne relation de confiance avec elle !				
<b>Canaux</b>	Nous disposons des canaux et des moyens de communication pour assurer la distribution et atteindre continuellement le groupe cible !				
<b>Mécanisme de rendement</b>	Le mécanisme de financement est fait de telle manière qu'il couvre au moins les dépenses et les risques !				

☹☹: pas du tout rempli; ☹: partiellement non rempli; ☺: partiellement rempli; ☺☺: pleinement rempli.

#### Sources:

**Bland, D.J., Osterwalder, A., 2020:** Testing Business Ideas. Wiley, 348 p.

**Osterwalder, A., Pigneur, Y., 2011:** Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus, 280 p.

