

Le marketing de l'innovation

Proposer des solutions innovantes à ses clients

2 jours (14 heures)

Perfectionnement

Présentiel ou classe à distance

à partir de

1 570 € HT par personne (TVA en vigueur)

 Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 25/09/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.

Dans un monde où l'innovation est la clé pour devancer les attentes des clients, **se différencier** de ses concurrents et gagner de nouveaux marchés, maîtriser le marketing de l'innovation est essentiel pour **rester compétitif**.

Cette formation vous propose une exploration approfondie des **nouvelles tendances de l'innovation**. En intégrant ces connaissances, vous serez en mesure de saisir pleinement les occasions d'innover et de **transformer votre business model** grâce au design thinking. Apprenez à structurer et à promouvoir vos innovations pour en maximiser l'impact sur le marché.

Pourquoi se former sur le marketing de l'innovation ?

- Comprendre les **processus d'innovation** et les intégrer dans vos stratégies marketing.
- Apprendre à **positionner vos innovations** de manière attractive sur le marché.

Rejoignez-nous pour découvrir comment mettre l'innovation au cœur de votre stratégie marketing et disrupter vos pratiques marketing.

Objectifs

- Intégrer les nouvelles tendances du marketing de l'innovation.
- Saisir les opportunités du marché pour innover.
- Disrupter son business model avec le design thinking.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

Compétences acquises

Disrupter ses pratiques marketing pour proposer des solutions innovantes.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

À qui s'adresse cette formation ?

Toute personne impliquée dans un process d'innovation.

Prérequis

Avoir un bon niveau de pratique marketing.

Programme

1 Pendant votre formation

Le marketing de l'innovation

Modules distanciels

- E-quizz en amont/aval de la formation.

Intégrer les enjeux du marketing de l'innovation

- Identifier les types d'innovation – de l'innovation incrémentale à l'innovation de rupture.
- Intégrer les enjeux de l'innovation et adopter les pratiques des « best performers » – maîtriser le cycle d'innovation et la courbe d'adoption de l'innovation.

Atelier : Établir le diagnostic de son portefeuille d'innovation.

Saisir et capturer les opportunités

- S'approprier les 4 types de veille pour challenger ses pratiques.
- Maîtriser les techniques d'exploration, d'écoute et de captation des signaux faibles.
- Exploiter la carte d'empathie utilisateurs pour identifier les besoins.

Atelier : Construire la carte d'empathie et identifier les besoins clients.

Maitriser la démarche innovation et les étapes fondamentales pour faire émerger des concepts performants

- Maitriser les étapes d'une démarche innovation efficace.
- Adopter la bonne stratégie d'innovation : « technology driven », « market reader », « need seeker ».
- Identifier les opportunités d'innovation pour son organisation.
- Utiliser les insights pour transformer les signaux en opportunités.

Atelier : Identifier les Zones d'opportunités pour son organisation avec des outils efficaces.

Identifier les sources de génération d'idées

- Savoir distinguer créativité et innovation.
- Les sources et outils de la créativité.
- Innover à partir des insights clients.
- Découvrir et pratiquer les outils de la créativité pour enrichir ses idées d'innovation.

Atelier : idéation avec les principaux outils de créativité.

Adopter en interne un processus innovation structuré

- Structurer le processus innovation et ses outils appropriés pour atteindre les objectifs définis.
- Adopter le Funnel d'innovation.
- Définir la « Road map » et son portefeuille d'innovation.
- Savoir prioriser ses projets d'innovations avec la méthode du scoring.

Renforcer ou Disrupter sa proposition de valeur

- S'inspirer des nouvelles approches d'innovation centrées expériences client et utilisateur pour renouveler sa proposition de valeur.
- Utiliser le triangle d'or pour renforcer son concept d'offre.
- Utiliser la méthode « HMW » ou l'Océan Bleue pour disrupter son offre.

Exploiter le Design Thinking

- Identifier l'apport de la pensée « design thinking » au marketing de l'innovation.
- Expérimenter un processus de design thinking : des 6 phases du design thinking au double diamant du service design.
- Les différentes techniques de prototypages.
- Utiliser le sprint de service dans sa stratégie.
- Maitriser les techniques de créativité design au service de l'innovation.

Atelier : cas pratique sur le développement d'un projet en utilisant la démarche design thinking.

Adopter une posture innovante et bâtir un environnement propice à l'innovation

- Renforcer la créativité de ses équipes.
- Valoriser la curiosité et le droit à l'erreur pour développer et soutenir la posture d'innovateur.
- Réactivité, agilité et créativité : façonner un climat favorisant l'innovation.

- Encourager la collaboration et la transversalité, mettre en place les conditions de l'engagement.

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

[Nous contacter pour en savoir plus →](#)

Intervenants

François GRAFFAN

Formateur expert en marketing, expérience client et innovation

Dorota WALCZAK

Facilitatrice, formatrice et coach en Design Thinking et pratiques collaboratives.

Modalités pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre un **apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

Détails de la session

Du 16 novembre 2026 au 17 novembre 2026 (2 jours / 14 heures)

Paris

Du 16 novembre 2026 au 17 novembre 2026 Paris

- 16 novembre 2026 9h00 – 17h30
- 17 novembre 2026 9h00 – 17h30