



Valoriser les idées



Фондация на бизнеса за образованието
Business Foundation for Education



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



AGITATEUR NUMÉRIQUE
DEPUIS 1999



CITIZENS
IN POWER



innovation hive



ASSOCIATION HEXAGONALE
de l'Innovation Sociale et de l'Éducation



Фондация на бизнеса за образованието

Partenariat



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Sommaire



1. Introduction
2. Objectifs d'apprentissage
3. Théorie
 - Le prix de la grande idée
 - Par où commencer
 - Le paradoxe de l'évaluation
 - Les pièges de l'évaluation
 - Définissez votre hiérarchie de valeurs
 - Retour à la réflexion sur le design
 - Autres méthodes d'évaluation
 - Résumé
4. Exemples/Bonnes pratiques
5. Quiz
6. Références



Introduction



Ce module vise à vous aider à comprendre et à être capable de tirer le meilleur parti des idées et des opportunités qui se présentent à vous. Pour cela, vous devez être capable de faire la différence et de juger de la valeur en termes sociaux, culturels et économiques. Et être capable de l'exécuter d'une manière appropriée.

Le module se concentre principalement sur le processus d'évaluation et sur la prédiction de la valeur que pourraient avoir les idées.



Objectifs d'apprentissage



Comprendre les concepts modernes d'évaluation et de prédiction de la valeur que les idées pourraient avoir en termes de différentes perspectives, telles que sociales, culturelles, économiques, environnementales, etc.



Être capable d'appliquer différentes méthodes et techniques d'évaluation des idées.



Objectifs d'apprentissage



Comprendre le rôle de l'évaluateur et être capable de surmonter les pièges et les difficultés du processus d'évaluation des idées.



Réévaluer l'importance et être capable d'appliquer sa propre créativité, ses valeurs personnelles et professionnelles aux nouvelles idées que l'on souhaite adopter.





Le prix de la grande idée

Les grandes idées sans exécution n'ont aucune valeur. En revanche, une idée modeste avec une exécution brillante, peut avoir un impact significatif et générer des bénéfices et de la durabilité.

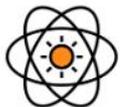
Pour augmenter les chances de réussite de la mise en œuvre d'une idée, l'entrepreneur doit :

- comprendre comment évaluer les idées en termes de **perspective sociale, culturelle et économique**
- connaître et être capable d'appliquer différentes **techniques, outils et approches** pour l'évaluation des idées et l'organisation de l'exécution.
- savoir **évaluer les** besoins en **ressources** et établir un plan d'affaires
- soyez prêt à **passer au numérique et à l'Internet**.



Évaluez vos idées en termes de perspective sociale, culturelle, environnementale et économique.

Pourquoi évaluer les idées



De nombreux exemples montrent comment de **grandes idées** peuvent se transformer en **grands désastres** : l'énergie nucléaire - transformée en arme ; le plastique - transformé en pollution mondiale ; internet - transformé en dépendance ; le système scolaire - transformé en société analphabète.

Il est inutile de juger le passé, mais c'est notre meilleur professeur pour expliquer pourquoi nous devons **évaluer** nos idées avant de commencer à les mettre en œuvre !

Nous pouvons l'appeler **l'ÉTHIQUE** de l'innovation et de la création. Et au-delà du profit lui-même, nous devons évaluer l'impact de nos idées sur **l'environnement, la société, la culture, les industries, le travail...** si nous voulons un avenir significatif pour l'humanité.



Quels sont les plus gros problèmes de l'endroit où vous vivez ?

Utilisez certaines données et statistiques officielles pour comprendre l'impact des problèmes sur la communauté et l'environnement.

Réfléchissez à la façon dont vos compétences, vos connaissances, votre expérience, peuvent contribuer à ces problèmes ?



Par où commencer



Comprendre les valeurs sociales

La valeur sociale représente la valeur nette totale qu'une organisation ou une personne apporte à la société. C'est ce qu'on appelle le **contrat social** entre vous, votre équipe ou votre organisation, et la société. La valeur sociale d'une idée est l'impact total du résultat de l'idée/produit/service, dans la société. La société bénéficie d'idées et de solutions qui répondent à ses besoins et contribuent à faire évoluer les mentalités en termes de responsabilité et de durabilité.

Vous en avez besoin :

- **Comprendre les besoins** de la société. Comment ?
En communiquant avec les gens.
- **Faites participer la** société à vos projets. Laissez-la tester et vous donner son avis et ses idées.
- **Respectez les** autres composantes de l'écosystème
- le culturel, l'environnemental, le moral, l'économique.
- **Établissez la confiance** par toutes vos actions.
Soyez transparent et tenez vos promesses.



Par où commencer



Respecter les valeurs culturelles

Vous devez prendre en considération le contexte culturel dans lequel vous souhaitez appliquer vos idées. En particulier dans une société multiculturelle où la langue, les traditions et les coutumes, les connaissances, la nourriture, les valeurs, les relations internes, le code vestimentaire, la religion, la sexualité, etc. peuvent varier considérablement.

Intégrer les questions environnementales

Vous devez intégrer l'aspect environnemental dans vos nouvelles idées, solutions, produits et services que vous êtes sur le point de proposer. Les innovations ont également pour but de changer les mentalités, et pas seulement de satisfaire les besoins des utilisateurs.



Être économiquement raisonnable

Profiter de ses propres idées et innovations fait partie des objectifs que vous pouvez avoir. Assurez-vous de comprendre le marché et d'être capable de prévoir, de planifier, d'organiser, de trouver des investisseurs et d'exécuter vos idées. Évaluer les avantages que promet une idée par rapport au coût de son développement (l'investissement).



Le paradoxe de l'évaluation

L'évaluation des nouvelles idées est une tâche délicate et difficile, quels que soient les outils utilisés ou l'expérience acquise.

"NOUVEAU" signifie quelque chose que nous ne connaissons pas, que nous n'avons pas encore expérimenté et sur lequel nous avons peu d'informations et de données.

Il existe deux situations de base dans lesquelles vous devez évaluer des idées :

1. Lorsque vous évaluez des **idées liées à une activité existante**. Alors vous avez besoin de **mesures rationnelles** de l'activité établie. Simple.
2. Lorsque vous évaluez des **idées** qui sont complètement nouvelles et innovantes. Alors les mesures traditionnelles ne fonctionnent tout simplement pas (le **dilemme de l'innovateur**). Vous avez besoin d'un **tas d'outils, d'approches, de techniques, de créativité et de personnes différentes pour vous aider**.

Dans tous les cas, vous aurez besoin d'un **ensemble de critères différents** (qualitatifs et quantitatifs, chacun avec un poids différent), pour considérer les différents aspects et dimensions de l'idée.

Vous pourrez ensuite **évaluer les résultats et classer les idées**.

Les données et les chiffres que vous utiliserez ne seront peut-être pas tout à fait exacts, mais cette approche vous donnera une meilleure chance d'évaluer plus d'aspects de l'idée.

TIPS & TRICKS :

- Faites participer davantage de personnes et faites en sorte que le processus soit transparent, créatif et axé sur un objectif précis.
- Pour des idées différentes, utilisez des méthodes différentes !
- Inscrivez l'évaluation des idées dans votre parcours de développement professionnel et personnel.



Les pièges de l'évaluation

La pratique de l'évaluation des nouvelles idées est assez nouvelle dans notre vie. Ce n'est que récemment que les spécialistes ont été confrontés au défi d'évaluer un si grand nombre d'idées d'autres personnes, afin de sélectionner et d'investir dans certaines d'entre elles.

Les professionnels passent toujours à côté de compétences ou regardent les choses de manière unilatérale, de leur propre point de vue uniquement. Ils peuvent privilégier les idées de personnes qu'ils connaissent ou qui leur ressemblent davantage, ou qu'ils apprécient, ou dont ils sont les amis/collègues, ou encore se concentrer sur les idées les plus faciles.

Les critères les plus utilisés sont cependant la **NOVAILLITÉ** (pour examiner les similitudes et les différences avec les produits/services qui existent déjà), la **FAISABILITÉ** (pour analyser si l'idée est quelque chose que vous pouvez mettre en œuvre en fonction des ressources auxquelles vous avez accès et si vous pouvez être compétitif sur le marché), et le **POTENTIEL DE MARCHÉ** (pour évaluer le revenu potentiel d'un produit ou d'un service à un moment donné).

Cependant, il n'existe pas de définitions unifiées de ce en quoi consiste une bonne idée. Car les bonnes idées peuvent avoir des avantages très divers.

La rentabilité financière n'est qu'une petite partie de la définition d'une "bonne idée", avec l'impact global, la durabilité, les besoins satisfaits, les personnes impliquées, etc.



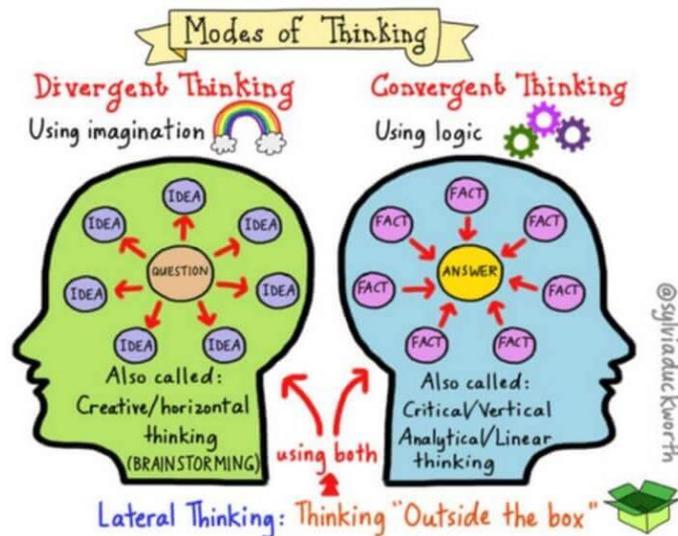


Bonnes pratiques

Une étude montre que les personnes qui sont des créateurs d'idées ont plus de succès dans le rôle d'évaluateur que les personnes qui ne sont pas créatives mais qui ont le rôle de gestionnaire, en raison de la combinaison de la **pensée divergente** (génération d'idées), de la **pensée convergente** (évaluation d'idées) et de la **pensée latérale** (réflexion hors des sentiers battus) dans le rôle de créateur, alors que le rôle de gestionnaire ne met l'accent que sur la pensée convergente.

La **prévision créative** permet alors de mieux relier la créativité et l'innovation et devrait faire partie du processus d'évaluation aux côtés des approches marketing traditionnelles.

Il faut également tenir compte d'un autre élément important : les **personnes qui se cachent derrière l'idée**, avec toute leur énergie, leur motivation, leurs valeurs, leurs pulsions, pour faire de leurs idées une réalité. Ces éléments sont difficiles à évaluer avec des formules et des outils marketing ou financiers.



www.teachthought.com/critical-thinking/3-modes-of-thought-divergent-convergent-thinking/

Théorie de la hiérarchie des valeurs

Comme nous comprenons que le plus grand défi est de sélectionner les idées, plutôt que de les générer, la question est la suivante :

Comment pouvez-vous décider des idées à adopter et de celles à laisser de côté ?

Le frère aîné de Walt Disney, Roy Disney, l'a bien défini :

"Lorsque vos valeurs sont claires pour vous, prendre des décisions devient plus facile !".

La première (mais cruciale) technique d'évaluation simple est la **hiérarchie des valeurs**, qui met en correspondance vos décisions avec vos valeurs personnelles ou organisationnelles.

EXEMPLE : Si vos plus hautes valeurs sont la confiance et le respect, il est peu probable d'aller à leur rencontre et de proposer une solution, un service ou un produit qui n'a pas encore fait ses preuves et qui pourrait décevoir vos utilisateurs finaux.



thefamouspeople.com



[Comment évaluer vos idées en utilisant une hiérarchie de valeurs](#)
(3 min)



Pouvez-vous établir votre propre hiérarchie de valeurs ? Sont-elles semblables à celles de vos collègues ?



Définissez votre hiérarchie de valeurs

Rester en contact avec vos valeurs vous donnera un pivot dans les situations où vous devez faire un choix.

Ces valeurs sont généralement stables, bien qu'elles puissent changer au cours de votre vie. C'est pourquoi vous pouvez les revisiter de temps en temps et vous assurer que vous êtes sur la voie que vous souhaitez !

Il existe deux approches fondamentales pour définir vos valeurs :

- Pour choisir parmi une liste de valeurs & pour décrire comment vous voulez les utiliser.
- Faire un tour d'horizon des différents moments de votre vie où vous avez été heureux et satisfait, ainsi que des personnes que vous admirez, et analyser les valeurs qui sont à la base de tout cela.

Exercice :

Choisissez l'une des méthodes et définissez vos valeurs professionnelles et personnelles que vous vous efforcez d'appliquer dans votre vie quotidienne et votre travail ! Choisissez les 3 qui sont les plus importants pour vous en ce moment !

Bonnes pratiques :

Vous pouvez utiliser cette liste pour :

- Prenez des décisions.
- Choisissez un emploi ou un poste dans une organisation.
- Appliquer un certain comportement ou une certaine solution.
- Aidez vos clients (les personnes pour lesquelles vous essayez d'inventer une solution) à comprendre leurs valeurs.



Retour à la réflexion sur le design

Etapes 4 et 5 - Prototype, test, retour d'information et amélioration.

Comme nous l'avons déjà évoqué dans le module précédent, la méthode Design Thinking est l'une des plus utilisées pour générer des idées et les évaluer.

Au cours des trois premières étapes, vous définissez le profil de vos utilisateurs, leurs besoins ou leurs problèmes, et vous trouvez des idées pour les aider. Aux étapes 4 et 5, vous créez votre ou vos premiers prototypes et vous les testez. Pourquoi ? Parce que c'est moins cher, plus rapide, et que vous obtenez un précieux retour d'information et des idées pour des développements ou des corrections ultérieurs.

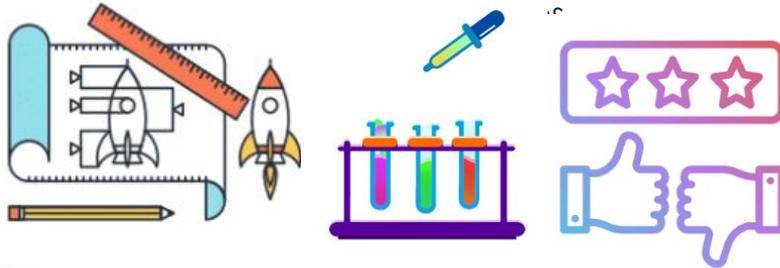


Retour à la réflexion sur le design

Conseils et astuces

Création d'un prototype

- Utilisez votre équipe pour vous aider.
- Esquissez un prototype rapide et peu coûteux pour chaque idée.
- Critiquer, itérer et rejeter les prototypes qui ne sont pas idéaux.
- Trouvez la meilleure solution possible et éliminez toutes les



Tester

Une fois que vous avez un prototype gagnant, vous pouvez le tester auprès de vos utilisateurs.

- Observez comment les gens utilisent le prototype.
- Ne les expliquez pas, ne les montrez pas non plus.
- La façon dont ils interagissent avec le prototype vous donnera un aperçu de sa qualité.
- Demandez-leur de vous faire part de leurs impressions.
- Le retour d'information vous amènera à redéfinir le produit ou à réévaluer les besoins des utilisateurs.
- L'améliorer (à ce stade, vous devrez peut-être reprendre le processus de réflexion sur la conception depuis le début, afin de générer de nouvelles idées et d'évaluer les besoins).



Autres méthodes d'évaluation

Matrice d'évaluation (matrice d'évaluation du concept ou matrice d'évaluation de l'innovation)

The screenshot shows the 'Idea Evaluation Matrix: Step 2' interface. It features a table with columns for 'Time', 'Cost', 'Potential Impact', and 'Monetary Impact'. The rows include 'Criteria Coefficient', 'Idea A', 'Weighted rating', 'Idea B', 'Weighted rating', and an ellipsis. The URL <https://ideadrop.co/idea-management/idea-evaluation-matrix/> is visible at the bottom.

IDEA DROP	Time	Cost	Potential Impact	Monetary Impact	
Criteria Coefficient					
Idea A					
Weighted rating					
Idea B					
Weighted rating					
...					

Pour comprendre la signification et le poids des critères choisis dans le processus d'évaluation des idées, vous pouvez avoir besoin d'un outil pour vous aider à les visualiser tous. C'est ce qu'on appelle une **matrice**. Il existe différents types de matrices, mais une fois que vous l'avez compris, vous pouvez créer la vôtre.

Nous allons présenter ici les six étapes du processus de la matrice d'évaluation :

- **Étape 1** : Sélectionnez les idées à soumettre à votre matrice. Ce sont les idées que vous voulez comparer.
- **Étape 2** : Choisissez vos critères de sélection des idées, par exemple : Le temps, le coût, les impacts potentiels (sociaux, culturels, environnementaux, monétaires), le lien avec les objectifs stratégiques, etc.



Matrice d'évaluation

Étape 3 : Noter vos critères / coefficient de critères

L'échelle peut aller de 1 (le plus bas), au nombre de critères que vous avez (par exemple 5 -

IDEA DROP	Time	Cost	Potential Impact	Monetary Impact	
Criteria Coefficient	1	2	3	5	

Étape 4 : noter chaque idée

Sur la base des critères que vous avez choisis, notez de 1 à 5 la mesure dans laquelle chaque idée répond à chacun des critères que vous avez choisis.

Par exemple, si l'idée A est très efficace en termes de coût, elle est notée 5, et si son impact monétaire est faible, elle est notée 1.

IDEA DROP	Time	Cost	Potential Impact	Monetary Impact	
Criteria Coefficient	1	2	3	5	
Idea A	5	4	3	1	



Matrice d'évaluation

Étape 5 : Calculer le score pondéré de chaque idée

Faites-le comme indiqué dans l'exemple ci-dessous :

- Trouvez le score pondéré en multipliant le coefficient du critère par le score de l'idée.
- Vous devrez calculer ces notes pondérées pour chaque idée en fonction de chacun de vos critères.

IDEA DROP	Time	Cost	Potential Impact	Monetary Impact	
Criteria Coefficient	1	2	3	5	
Idea A	5	4	3	1	
Weighted rating	1x5=5	2x4=8	3x3=9	5x1=5	
Idea B	2	3	4	5	
Weighted rating	1x2=2	2x3=6	3x4=12	5x5=25	



Matrice d'évaluation

Étape 6 : Additionnez les scores pondérés et comparez le score total de toutes les idées.

L'étape finale consiste à additionner les scores pondérés et à les inscrire dans la dernière colonne de la matrice.

Comparez ces scores pour évaluer quelles idées sont les plus viables (les scores les plus élevés) et celles qui le sont le moins. Choisissez les meilleures idées et continuez !

IDEA DROP	Time	Cost	Potential Impact	Monetary Impact	TOTAL
Criteria Coefficient	1	2	3	5	
Idea A	5	4	3	1	
Weighted rating	1x5=5	2x4=8	3x3=9	5x1=5	sum=27
Idea B	2	3	4	5	
Weighted rating	1x2=2	2x3=6	3x4=12	5x5=25	sum=45

Conseils et astuces

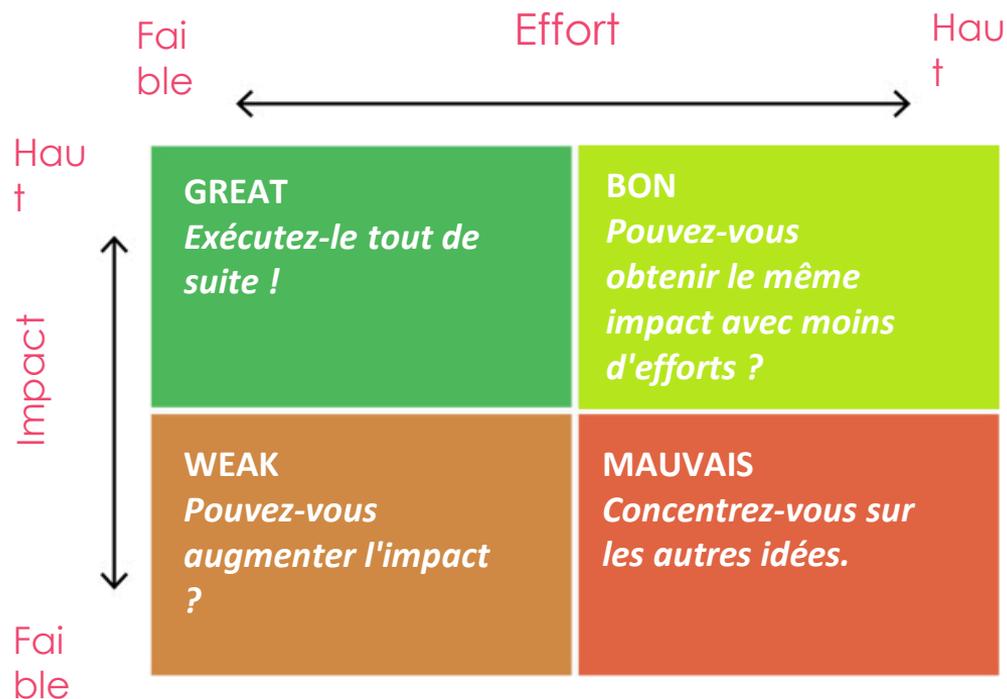
Si vous avez des centaines d'idées à filtrer, vous aurez peut-être besoin d'une autre étape avant d'utiliser la matrice d'évaluation. Vous pouvez organiser un concours, et laisser les gens voter, commenter, évaluer librement. Cela vous aidera également à comprendre la perspective, l'attitude et les besoins des clients. Et vous aurez moins d'idées à comparer et à choisir.



Matrice d'évaluation 2

Une fois que vous avez classé vos idées, vous pouvez utiliser un autre type de matrice, pour les visualiser toutes, en utilisant cette fois les facteurs **IMPACT** et **EFFORT**.

Cela peut vous aider à soutenir les idées, qui peuvent facilement aller dans le champ supérieur gauche.



<https://hatrabbits.com/en/evaluation-matrix-download/>

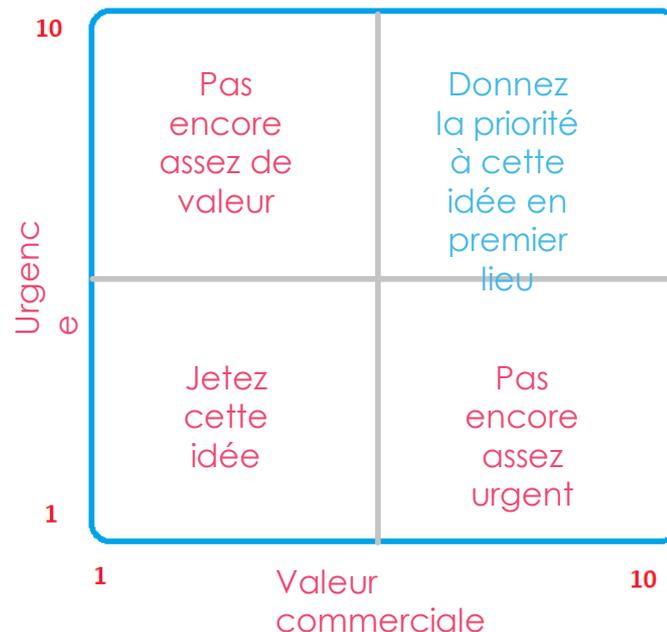


Matrice d'évaluation 3

Urgence vs. valeur commerciale - Matrice

Cette méthode vous aide à hiérarchiser les idées, les solutions et les besoins à satisfaire en priorité. En particulier lorsque vous travaillez avec des personnes ou des problèmes environnementaux. Vous devez répondre à deux questions :

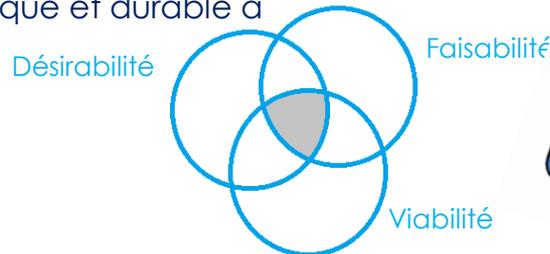
- Quelle est l'urgence de cette idée ?
- Quelle est la valeur commerciale de l'idée (quel est le coût de l'idée par rapport à la valeur qu'elle apporte) ?
- Et notez-les de 1 à 10.
- Il est assez évident de savoir quelles idées doivent avoir un "Go" et un "No-Go".



Autres méthodes d'évaluation

Les trois optiques de l'innovation

1. Rassemblez différentes idées.
2. Prenez ces idées et passez-les à travers la matrice des trois lentilles de l'innovation :
 - **Désirabilité** : Dans quelle mesure cette idée est-elle souhaitée ? Quel problème résout-elle ? Comment savez-vous qu'elle est importante (mesures, données, statistiques) ?
 - **Faisabilité** : Dans quelle mesure cette idée peut-elle devenir une réalité ? Combien cela coûte-t-il ?
 - **Viabilité** : quelle est la solidité de cette idée dans le temps ? Contient-elle un modèle économique et durable à maintenir ?



Liste de contrôle des questions sur les idées

Vous devez vous concentrer sur les questions auxquelles il faut répondre pour faire évoluer une idée et commencer à la tester. Ce peut être différent pour chaque occasion. **Exemple** :

- Votre idée est-elle légale ?
- Quel est son impact sur l'environnement ?
- Aura-t-elle un effet négatif ?
- Qui est votre concurrent ?
- Qui l'achètera ?
- Combien cela coûtera-t-il de mettre votre idée sur le marché ?



Autres méthodes d'évaluation

Analyse coûts-avantages

Les investisseurs (et vous) devraient s'intéresser au coût des idées. Une analyse de la somme de tous les coûts pourrait vous aider à décider si vous devez accepter ou non l'idée.

Vous pouvez inclure des dépenses comme :

- coûts de développement du prototype
- protection des brevets
- responsabilité du produit
- fabrication
- distribution et entrée sur le marché
- et bien d'autres encore...



Technique Delphi

Une méthode de prévision systématique utilisant l'opinion d'experts indépendants pour évaluer la validité d'une idée. Elle est utilisée pour prendre des décisions sur des questions complexes en se basant sur des opinions individuelles. Cette méthode est similaire aux groupes de discussion qui sont largement utilisés dans la recherche marketing.



Résumé

Il existe de **nombreuses méthodes**, approches et techniques pour évaluer les idées en termes de perspective sociale, culturelle, environnementale, etc. Parfois, il est même difficile de choisir **par où commencer** et quelle méthode choisir. N'oubliez pas que vous devez **évaluer plusieurs éléments différents**, et non un seul. Le tableau suivant vous aidera à **les garder à l'esprit**.

VALEUR DES IDÉES POUR LE CLIENT/ Questions de base :

- **Nécessité** : Comment les utilisateurs évalueront-ils la nécessité des produits basés sur l'idée ?
- **Nouveauté** : Comment les utilisateurs évalueront-ils la nouveauté de l'idée introduite ?
- **Utilité** : Comment les utilisateurs évalueront-ils l'utilité de l'idée apportée au produit ?
- **Facilité d'utilisation** : comment les utilisateurs évalueront-ils la facilité d'utilisation du produit ?

VALEUR MARCHANDE DES IDÉES / Questions de base :

- **La concurrence** : Quelle est la compétitivité de l'idée par rapport à l'idée intégrée dans le produit du concurrent ?
- **Acheteur** : Quelle est la compétitivité de l'idée par rapport aux attentes des clients ?
- **Le marché** : Comment l'idée se situe-t-elle par rapport aux attentes du marché ?



Résumé

VALEUR TECHNIQUE ET DE PRODUCTION DES IDÉES /

Questions de base :

- **La productivité** : Comment l'idée affecte-t-elle la possibilité de produire ?
- **Fonctionnalité** : Comment l'idée affecte-t-elle la fonctionnalité du produit ?
- **Fiabilité** : Comment l'idée affecte-t-elle la fiabilité du produit ?
- **La sécurité** : Comment l'idée affecte-t-elle la sécurité du produit ?
- **Écologie et environnement** : L'idée affecte-t-elle l'environnement et comment ?
- **Esthétique** : L'idée affecte-t-elle l'esthétique du produit ?



VALEUR FINANCIÈRE DES IDÉES

/ Questions de base :

- **Volume des ventes** : Quel est l'impact de l'idée sur le volume de vente attendu du produit ?
- **Taux de rendement** : Comment les idées affectent-elles le taux de retour sur investissement ?
- **Le temps de récupération** : Comment les idées affectent-elles le temps de récupération ?
- **Investisseurs potentiels** : existe-t-il des investisseurs qui souhaitent investir dans de telles idées ?

Bonnes pratiques

La génération et l'évaluation d'idées sont deux outils puissants, qui peuvent aider les organisations à se développer et à tirer le meilleur parti du potentiel des personnes.

Ils peuvent être utilisés dans le cadre d'un travail quotidien de routine ou d'une activité de renforcement de l'esprit d'équipe/événement.

Leur application dans une organisation est une garantie :

- Amélioration de la coopération, de la confiance et de l'engagement des personnes envers les projets dans lesquels elles sont impliquées ;
- Une meilleure communication - interne et externe ;
- Meilleure compréhension des clients et des utilisateurs finaux ;
- De meilleurs services et produits ;
- De meilleurs processus de vente ;
- Développement personnel et professionnel ;
- De meilleures chances de partenariat ;
- Innovation et développement ;
- Meilleur impact global dans la société.

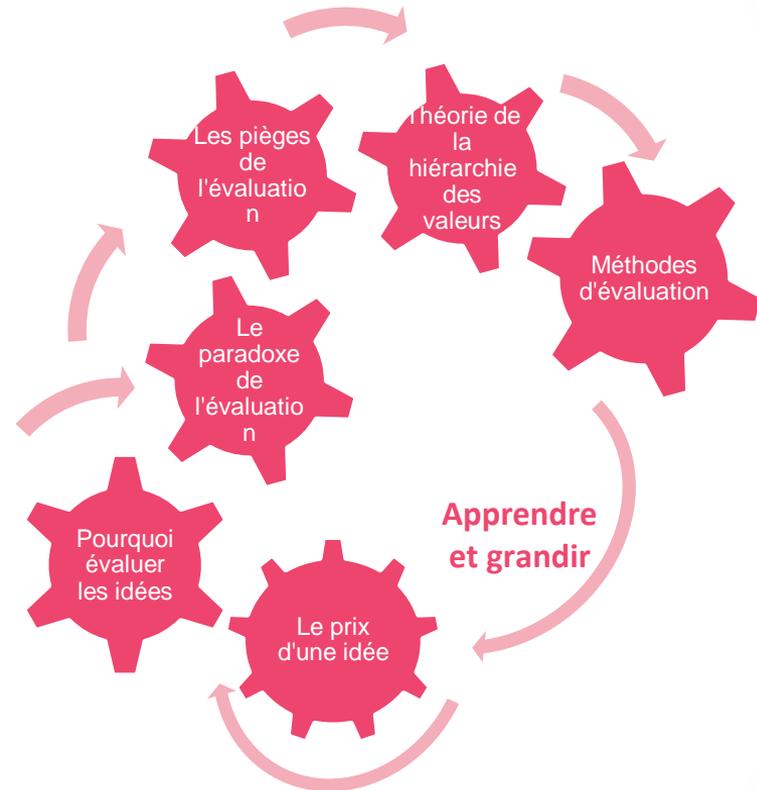
Bonnes pratiques de grandes idées transformées en réalité après des processus d'évaluation :

1. *La proposition de valeur d'Uber* est pratique : il suffit d'appuyer sur un bouton pour qu'une voiture arrive, le chauffeur sait où vous allez et le paiement se fait sans argent liquide.
2. Disposer de son propre site web sans *casse-tête technique* : vous pouvez avoir une belle page de renvoi sans équipe informatique en utilisant la plateforme d'optimisation d'*Unbounce*.
3. *Gamera Rocket Stove* - ancienne technologie de combustion efficace du bois avec presque aucune émission nocive. Sa capacité est étonnamment élevée avec une très faible consommation de petits morceaux de bois.



Aperçu du module

- Vous venez de passer le module *Valorisation des idées*, qui fait partie du programme DiGiPort Development.
- Comme dernier outil de ce module, nous vous proposons la **SYNTHÈSE** des différentes méthodes d'évaluation des idées.
- Apprendre de son propre parcours est l'un des outils les plus puissants de son développement.
- Réfléchir sur vous-même, les événements, les personnes, vous donnera plus de confiance et d'inspiration dans votre travail et votre vie. Et bien d'autres idées encore !
- Veillez à respecter les droits d'auteur, les licences et les bonnes pratiques en la matière !



Quizzes



1. Pour augmenter les chances de réussite de la mise en œuvre d'une idée, l'entrepreneur doit :
 - a. Avoir une expérience de l'évaluation
 - b. Comprendre les perspectives sociales, culturelles, environnementales et économiques des idées.
 - c. Être soi-même un créateur
 - d. Travailler en équipe avec d'autres professionnels
 - e. **Tout ce qui précède**
 - f. Aucune de ces réponses
2. La valeur sociale est synonyme de :
 - a. **Besoins de la société ou de groupes spécifiques**
 - b. le prix que les gens sont prêts à payer pour le nouveau produit/service
 - c. Les concurrents sur le marché ayant des idées similaires
3. Le paradoxe de l'évaluation est le suivant :
 - a. **Vous devez évaluer quelque chose que vous ne connaissez pas et sur lequel vous n'avez encore aucune information.**
 - b. Les évaluateurs doivent retenir au moins une idée de la proposition.
 - c. Les évaluateurs doivent prendre en considération uniquement le point de vue des investisseurs.
4. L'aspect financier et économique de la nouvelle idée n'est pas important :
 - a. **Véritable**
 - b. Faux
5. Les propres valeurs personnelles et professionnelles comptent dans le processus d'évaluation :
 - a. **Véritable**
 - b. Faux



Références

- [Valoriser les idées](#)
- [Quatre idées clés pour la création de valeur sociale](#)
- [Comment évaluer vos idées à l'aide d'une hiérarchie de valeur](#)
- [Comment utiliser le "design thinking" dans le processus de conception UX ?](#)
- [Comment savoir quelles sont les idées que votre entreprise doit exploiter ?](#)
- [L'équilibre sur la corde raide de la créativité : Prévoir le succès des idées nouvelles dans les organisations](#)
- [Matrice d'évaluation des idées : Guide étape par étape](#)
- [Comment choisir les meilleures idées après un brainstorming ?](#)
- [Les 4 meilleures méthodes pour évaluer les idées pour votre pipeline d'innovation](#)

Pour en savoir plus / Regarder :

- [Comment tester n'importe quelle idée d'entreprise ou de produit avec de vrais clients → 3 étapes simples.](#)
- [6 étapes pour découvrir vos valeurs fondamentales](#)
- [Comment définir vos valeurs personnelles](#)
- [Mon parcours professionnel, Université Carnegie Mellon](#)
- [Un modèle d'évaluation et de sélection d'idées pour l'innovation de produits](#)
- [Gestion de l'innovation - Le guide ultime](#)

Images gratuites dans le module par :

- [masscommunicationtalk.com](#)
- [canva.com](#)
- [thefamouspeople.com](#)
- [ideadrop.com](#)

