

Business Models dans l'innovation

Créer de la valeur sur les nouveaux marchés nécessite le plus souvent de repenser le *business model* de l'entreprise.

Ce guide épaulé les porteurs d'innovation en leur apportant les outils pour mieux maîtriser et analyser la dimension stratégique de leur projet. Les études de cas présentées dans cet ouvrage sont le fruit d'une étroite collaboration entre les professionnels et les chercheurs en management de l'innovation.

Trois grandes problématiques sont mises en avant :

- l'identification des sources de valeur chez les clients potentiels ;
- la position de l'entreprise dans son écosystème ;
- l'évolution des *business models* dans la durée et dans le temps.

Pour chaque cas étudié, les problèmes stratégiques sont posés avec les moyens de management, afin d'aider les lecteurs à réfléchir et à agir dans leur projet d'innovation.

Auteur : Valérie Chanal

Edition : **Presses** universitaires de Grenoble (PUG)

