

Commercialisation de l'innovation : du laboratoire au marché

Description de la formation

Dans un contexte où les entreprises technologiques doivent innover plus vite que jamais, de nombreuses solutions prometteuses échouent avant même d'atteindre leur marché. La raison est rarement technique : elle provient d'un manque d'alignement entre l'ingénierie, les ventes, les clients et les cycles de commercialisation. Cette formation permet de comprendre pourquoi certaines innovations réussissent, pourquoi d'autres s'effondrent, et comment développer les réflexes nécessaires pour transformer une idée en un produit qui trouve réellement son marché. Cette formation permettra aux participants de maîtriser les principes modernes de commercialisation, d'identifier le bon moment pour lancer une innovation, de collaborer efficacement entre ingénieurs et commerciaux, et d'utiliser des méthodes simples pour impliquer un client innovateur dans les phases critiques. Ils développeront une compréhension claire du go-to-market, du sweet spot de lancement, des rôles respectifs de la R&D et des ventes, ainsi que des meilleures pratiques pour sécuriser le succès commercial d'un produit technologique.

Objectifs pédagogiques

1. Identifier les phases du cycle d'innovation et reconnaître les conditions favorables à la commercialisation d'un produit technologique.
2. Analyser les rôles, forces et limites des ingénieurs et des commerciaux afin d'améliorer la collaboration interfonctionnelle.
3. Appliquer des outils modernes (Jobs To Be Done, slicing, MVP, boucle 3R) pour structurer un prototype, un pilote ou une première version commercialisable.
4. Évaluer les risques liés à un lancement prématuré ou tardif et décider d'un sweet spot approprié.
5. Concevoir un mini go-to-market incluant : date de release, cycle de vente, client pilote, découpage de livrable et stratégie d'engagement.

Contenu

Comprendre l'innovation

- Innovation vs invention
- Triangle Desirable – Feasible – Viable
- Pourquoi les innovations échouent
- Les 6 phases du cycle d'innovation

Collaboration ingénieurs – commerciaux

- Forces & limites de chaque rôle
- Book Smart vs Street Smart
- Le langage commun : Jobs To Be Done
- Points d'ancrage de collaboration

Timing & commercialisation

- Sweet spot commercial
- Modèle Release – Sales Cycle
- Go-to-market = Release – cycle de vente
- Construction d'un pipeline précoce

Co-développement & livrables

- Choisir un client pilote
- Dire non / cadrer les attentes
- Découper un livrable (Product slicing)
- Micro-releases

Commercialisation de l'innovation : du laboratoire au marché

Boucle d'incubation

- The 3R Loop : Read ? Refine ? Release
- Feedback client stratégique
- Engagement réaliste et durable

Études de cas et simulations

- Cas d'échec d'innovation
- Cas de succès via co-développement
- Simulation complète d'un lancement

Clientèle visée

Ingénieurs, professionnels techniques, responsables de R&D, responsables produit, gestionnaires d'innovation, vendeurs techniques et équipes commerciales B2B ou toute personne impliquée dans les projets technologiques nécessitant une mise en marché.

À savoir lorsque cette formation est en ligne

Nos formations en ligne sont diffusées sous forme de classes virtuelles interactives et nous travaillons avec la plateforme Zoom.

Vous devez avoir un ordinateur avec un bon accès à Internet ainsi qu'une caméra, un micro et des haut-parleurs afin de participer à la formation. La caméra doit être fonctionnelle et être ouverte tout au long de la formation pour faciliter les échanges avec le formateur et le volet pratique de la formation.

Formateur(s)

Pierre-François Allaire

Fort de plus de vingt ans d'expérience en ventes, stratégie commerciale et développement international, Pierre-François a créé, dirigé des équipes performantes dans des environnements technologiques exigeants. Pierre-François est reconnu pour sa capacité à bâtir des organisations commerciales robustes, à déployer des stratégies de mise en marché ambitieuses et à naviguer avec finesse dans des contextes internationaux complexes. Son expertise s'étend de la gestion de réseaux mondiaux de distribution à la direction de projets de transformation, en passant par la négociation de partenariats à haut enjeu. Son expérience couvre les secteurs technologiques avancés, notamment la simulation en temps réel, l'ingénierie électrique et les systèmes HIL. Il a occupé des rôles clés en direction des ventes, stratégie, marketing et développement d'affaires à l'échelle mondiale.

Durée

1 jour(s) pour un total de 7 heure(s).

Coût par participant en formation publique

607 \$

Prochaines dates en formation publique

21 octobre 2026 (Classe virtuelle)

Commercialisation de l'innovation : du laboratoire au marché

La bonne formation au bon moment. ÉTS FORMATION est le leader universitaire en formation continue avec plus de 8000 participants et participantes formés annuellement et une offre de plus de 300 différentes formations. Nos formations sont pratiques et pragmatiques et affichent un taux de satisfaction supérieur à 90 %. Consultez notre programmation complète au <http://www.etsformation.ca/>