

Sommaire

Avant-propos de l'édition actualisée et augmentée.....	VII
Préface	IX

Partie I

Les idées des salariés

La non-utilisation des idées.....	1
L'importance des idées créatives : Joseph Schumpeter.....	3
La force des idées concrètes.....	6
Un petit morceau d'acier pour une solution géante.....	7
Le rangement de bureau qui améliore le cash-flow	9
L'étiquette autocollante.....	11
La passion de la quincaillerie.....	14
Pam's tool.....	15
Les idées des salariés de première ligne.....	18
Être sur la frontière de l'entreprise	20
Les canons de 155 mm qui s'abîmaient si vite.....	20
Les camions qui disparaissaient de la circulation	21
Expertise et grandes idées.....	24
L'invention du millénaire.....	25
Friedrich von Hayek et le secret des gens de terrain	29
SMI : un système pour encourager, réaliser et reconnaître les idées de tous ...	33
De bons Systèmes de Management des Idées (SMI)	34
De bons SMI européens.....	36
Les aspects clés d'un bon SMI.....	40
Le benchmarking profond	40
Un processus très simple et rapide de traitement des idées.....	41
La reconnaissance.....	41
L'implication complète du management de proximité.....	42
L'implication démontrée par la direction	42

Partie II

Acquérir la vision de la croissance

Regard sur l'Europe	45
De la Belle Époque à nos jours	47
Les bénéfiques de la croissance	50
Les conditions de la croissance : choix et attitude.....	50
Qu'est-ce qu'une attitude entrepreneuriale ?	52
General Electric : la croissance et Jack Welch.....	53
Les leçons des entreprises les plus performantes à long terme	55
Le mythe du héros charismatique	56
Le mythe en sport, en politique et en économie.....	58
Système : des mécanismes qui se renforcent mutuellement	60
Les systèmes de progrès.....	62
Le système d'innovation.....	62
Croissance par le Système de Management des Idées	65
Les idées sont l'affaire de tous	65
Les idées et l'environnement mouvant	66
Acquérir la compréhension profonde par le benchmarking profond.....	68
Les principes du benchmarking profond	72
La sous-utilisation du benchmarking en Europe.....	78
Le benchmarking profond des meilleurs SMI en Europe	80
Rencontrer le directeur qui pilote le SMI	80
Rencontrer le responsable du SMI	81
Rencontrer plusieurs auteurs d'idées.....	83
Rencontrer des managers intermédiaires.....	86
Rencontrer de nouveau le responsable du SMI.....	86
Rencontrer le directeur d'établissement	87

Partie III

Système de Management des Idées

Le pourquoi du système.....	91
L'implication de la direction.....	95
L'implication des managers intermédiaires.....	98
Rapidité de la réponse et de la réalisation des idées	104
Simplicité du processus de traitement des idées.....	111
Encore plus simple et plus rapide : la Réalisation Totale par l'Auteur	118
La reconnaissance	124
« Je ne cherche plus de petits trucs »	125

Un lien direct entre l'idée et la récompense : le poison de la créativité.....	127
La démarche des idées au goulag et ailleurs	130
Faire croire qu'émettre et réaliser des idées ne fait pas partie du travail....	134
Quel est le coût des mesures de reconnaissance d'un bon SMI ?.....	136
Difficile de renoncer à la récompense dans l'entreprise.....	138
La finalité : une entreprise innovante ; un moyen : un SMI élégant	143

Partie IV

Gérer l'innovation

Innover ou disparaître	147
Quelle sorte d'attention porter à l'innovation ?.....	150
Jackpot de l'innovation radicale contre amélioration continue.....	152
Le jackpot de l'innovation est-il un rêve réaliste ?.....	154
Qu'est-ce qu'un bon management de l'innovation ?	158
Le SMI, pilier du bon management de l'innovation.....	165

Partie V

Éveiller le potentiel créatif de vos salariés

Comment démarrer le management des idées dans votre entreprise	171
La check-list du diagnostic.....	172
a. La vision de la direction.....	172
b. Le processus de traitement des idées.....	173
c. Le schéma de reconnaissance.....	174
d. Les indices de performance	175
e. L'implication du management intermédiaire.....	176
Que faire maintenant ?	178
Épilogue.....	179
Notes.....	197
Index	205