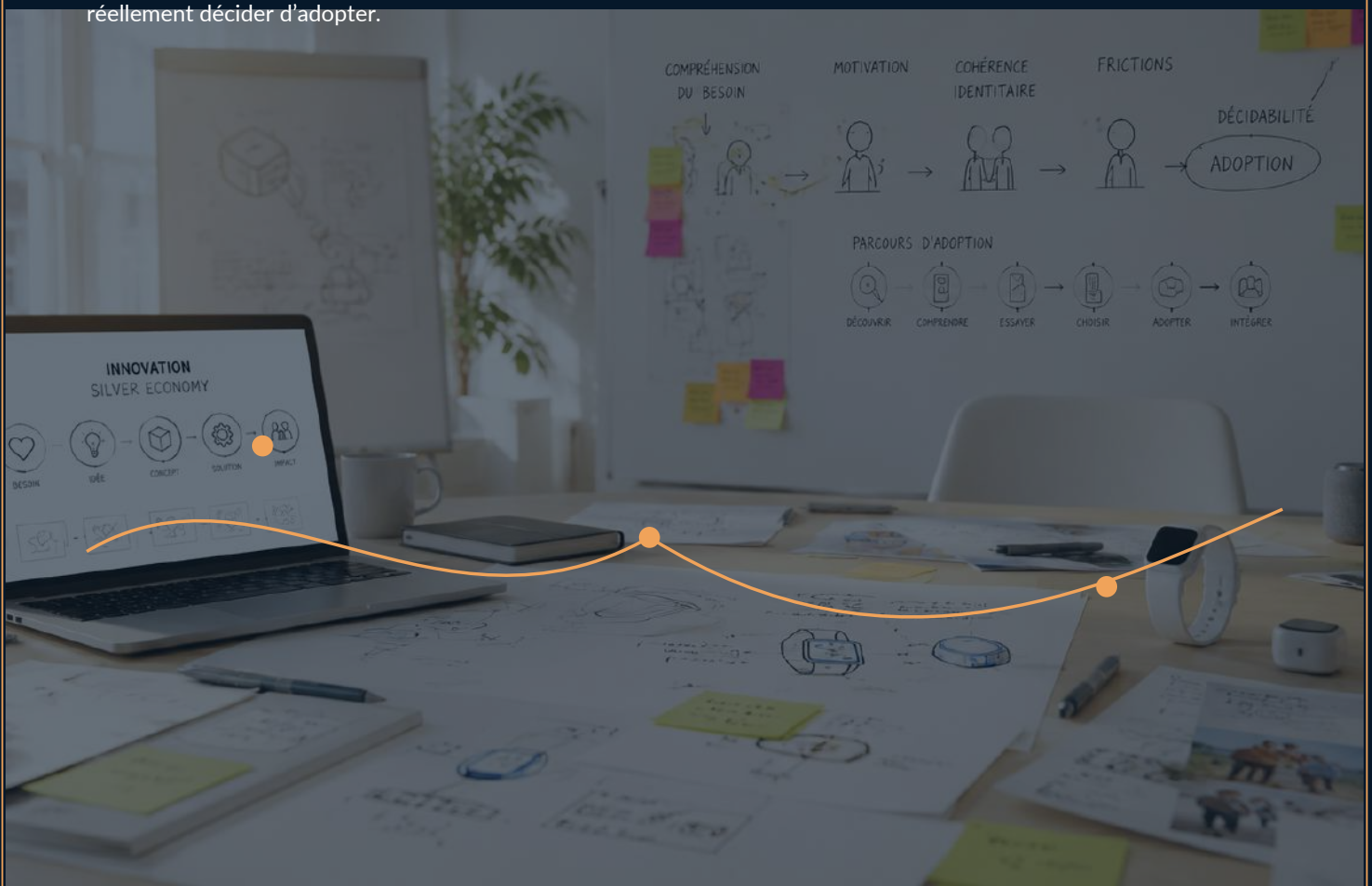


STS Decidable Innovation®

Concevoir des innovations que les seniors peuvent
réellement décider d'adopter.



Une innovation utile ne suffit pas toujours :
elle doit devenir **décidable**.

“

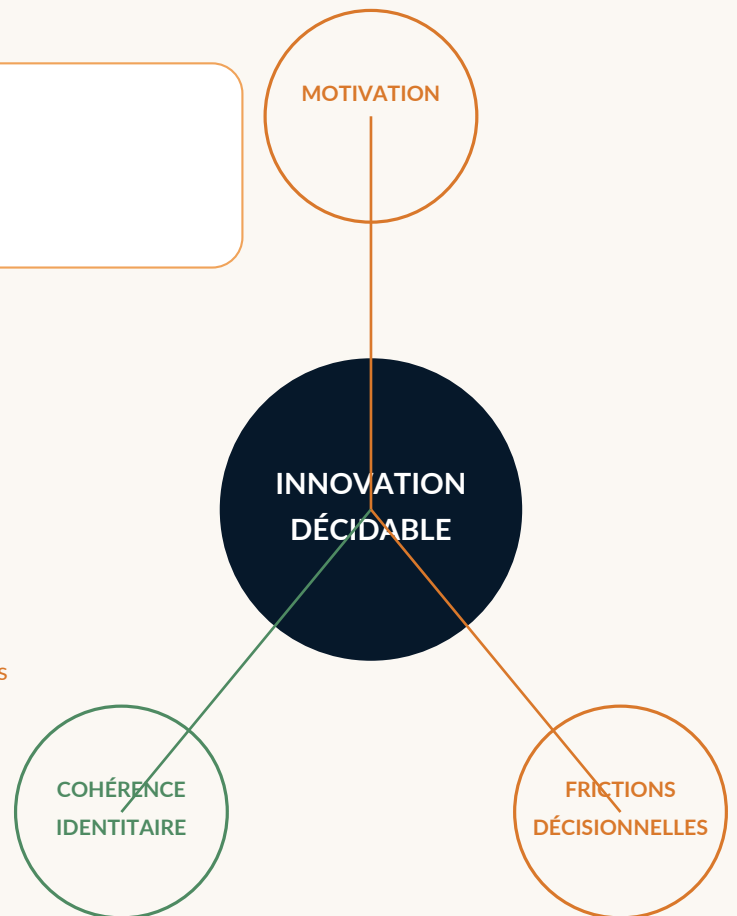
Pourquoi les innovations seniors ne se diffusent pas toujours

Le problème n'est pas toujours l'innovation.
C'est souvent la décision qu'elle exige.

Dans la Silver Économie, une solution peut répondre à un besoin réel, être techniquement performante et séduire lors d'une présentation... sans être choisie, achetée ou durablement utilisée.

Le blocage apparaît lorsque l'innovation demande à la personne d'accepter une identité, un changement ou un niveau d'engagement qu'elle juge trop coûteux.

STS Decidable Innovation® analyse l'innovation à travers les trois forces STS et le modèle 4MA.



Le marché potentiel n'est pas le marché activable



RÉALISÉ
déjà convaincu



FRUSTRÉ
attend mieux



RÉFRAC TAIRE
refuse la catégorie



HORS CHAMP
non activable

Une démarche opérationnelle pour transformer un concept en innovation adoptable

STS Decidable Innovation® ne remplace pas les méthodes de conception ou de design. Elle ajoute la dimension souvent absente : la décision réelle d'adoption. La démarche part d'un projet concret et intervient avant, pendant ou après le développement.



1. Décision recherchée

Clarifier ce que l'innovation demande réellement à la personne.

2. Marché activable

Identifier avec les 4MA qui peut réellement entrer dans la décision.

3. Système d'acteurs

Comprendre qui utilise, influence, choisit, paie ou peut bloquer.

4. Trois forces STS

Évaluer motivation, cohérence identitaire et frictions décisionnelles.

5. Portes d'entrée

Imaginer plusieurs promesses, usages et niveaux d'engagement.

6. Tests de décision

Mesurer les actes réels : essai, choix, engagement et adoption.

“

L'objectif n'est pas seulement de savoir si l'innovation plaît, mais si elle peut réellement entrer dans la vie de la personne.

INNOVER POUR ÊTRE ADOPTÉ, PAS SEULEMENT POUR ÊTRE UTILE

Une approche destinée aux directions innovation, marketing et produit qui veulent réduire le risque d'échec et mieux activer les marchés seniors.

POUR LES ÉQUIPES

- **Marché mieux ciblé**
Distinguer besoin, intérêt et marché activable.
- **Concepts plus justes**
Préserver identité, liberté et contrôle.
- **Tests plus fiables**
Observer les décisions, pas seulement les opinions.
- **Arbitrages plus rapides**
Prioriser les leviers qui changent l'adoption.

POUR L'ENTREPRISE

- **Moins de risques**
Détecter les blocages avant d'investir davantage.
- **Diffusion facilitée**
Créer un parcours d'essai et d'adoption progressif.
- **Meilleure différenciation**
Innover au-delà des fonctionnalités techniques.
- **Potentiel élargi**
Travailler l'ambivalence et le marché réfractaire.

FORMATS POSSIBLES

ATELIER STRATÉGIQUE

1 journée autour d'un projet réel

DIAGNOSTIC D'INNOVATION

Analyse de la décidabilité du concept

ACCOMPAGNEMENT

Du cadrage aux tests d'adoption

FRÉDÉRIC SERRIÈRE

Depuis plus de 25 ans, Frédéric Serrière accompagne les entreprises sur les marchés seniors et la Silver Économie.

Créateur du Modèle STS®, il croise stratégie, marketing, psychologie de la décision et expérience terrain pour aider les organisations à concevoir des offres plus décidables.

ÉCHANGEONS SUR VOTRE PROJET D'INNOVATION

www.modele-sts.com • fserriere@fredericserriere.com • 09 50 02 03 94