



Albéric TELLIER

2020 | 288 pages

Hors collection

978-2-37647-345-7 **45\$ PAPIER**

éditions
ems
MANAGEMENT
& SOCIÉTÉ

NOUVELLES VIBRATIONS

S'inspirer des stars du rock, de la pop et du hip-hop pour innover

Elvis Presley, Serge Gainsbourg, Led Zeppelin, Kate Bush, Beyoncé, Daft Punk, Kendrick Lamar, Rihanna : ces artistes n'ont pas seulement marqué l'histoire de la musique, ils ont aussi façonné et transformé une industrie, n'hésitant pas à bousculer les pratiques en vigueur pour mieux s'imposer. Ces grands noms du rock, de la pop, ou du hip-hop sont aussi des innovateurs qui peuvent inspirer tous ceux qui veulent développer des idées nouvelles.

En mobilisant, de manière très accessible, les résultats les plus importants de la recherche sur la créativité et l'innovation, l'auteur montre comment les œuvres musicales naissent, prennent forme et se diffusent. Le lecteur pourra ainsi découvrir l'histoire souvent mouvementée de groupes sur la route du succès, les déceptions de créateurs de nouveaux instruments convaincus de leur réussite, et l'ambiance qui règne au sein des camps d'écriture où des équipes travaillent sans relâche à la création des hits de demain.

Dans le monde de la musique enregistrée, il est nécessaire d'innover sous peine de disparaître. Et les leçons que l'on peut tirer en étudiant les musiciens qui produisent des œuvres, ou leurs labels qui imaginent de nouvelles techniques pour les soutenir, sont utilisables dans bien d'autres domaines. Ce livre s'adresse aux passionnés de musique, aux professionnels en charge des projets d'innovation, et à tous ceux qui veulent mieux comprendre le processus par lequel une idée créative devient un produit ou service à succès.

TABLE DES MATIÈRES

1^{RE} PARTIE. CONVAINCRE DES CLIENTS

1. Kate Bush, *Never for Ever*. De l'utilisation à l'usage : l'appropriation de l'innovation
2. AC/DC, *Back in Black*. Enrichir l'expérience client
3. The Flaming Lips, *Zaireeka*. La création de valeur
4. Beyoncé, *BEYONCÉ*. Le lancement de l'innovation : effet d'annonce ou effet de surprise ?

2^E PARTIE. INTÉGRER DES COMMUNAUTÉS

5. Grateful Dead, *American Beauty*. Créer et mobiliser une communauté de fans
6. Bob Dylan, *Highway 61 Revisited*. Accepter le conflit avec la communauté des fans
7. Kendrick Lamar, *Damn*. Faire appel aux communautés pour innover
8. Rihanna, *Rated R*. Les espaces collaboratifs d'innovation

3^E PARTIE. GÉRER LES CONFLITS

9. The Police, *Synchronicity*. Quand les tensions internes nourrissent les projets d'innovation
10. Frank Sinatra, *In the Wee Small Hours* vs. Elvis Presley, *Heartbreak Hotel*. Les guerres de standards
11. Blur, *The Great Escape* vs. Oasis, *(What's the Story) Morning Glory?*. Quand la concurrence profite à tous les protagonistes
12. The Notorious B.I.G., *Ready to Die* vs. Tupac, *All Eyez on Me*. Quand la concurrence nuit à tous les protagonistes : l'effet Reine Rouge

4^E PARTIE. SURMONTER LES ÉCHECS

13. Prefab Sprout, *Jordan: The Comeback*. L'incapacité à suivre le rythme
14. Serge Gainsbourg, *Histoire de Melody Nelson* & Françoise Hardy, *La question*. La bonne idée au mauvais moment
15. The Who, *Who's Next*. La mauvaise idée au bon moment
16. Metallica, *St. Anger*. Apprendre de ses échecs et rebondir

5^E PARTIE. COMPRENDRE LES SUCCÈS

17. Katy Perry, *Teenage Dream* & Taylor Swift, *1989*. L'art de pivoter
18. Stephen Duffy, *Music in Colors* & Robbie Williams, *Intensive Care*. Quand le succès dépend du succès : l'effet Matthieu
19. Daft Punk, *Random Access Memories*. Puiser dans le passé pour concevoir le futur
20. Led Zeppelin, *Led Zeppelin IV*. Oublier les recettes du succès... pour réussir à nouveau

AUTEUR

ALBÉRIC TELLIER est Docteur en sciences de gestion, agrégé des Universités, Professeur de management de l'innovation à l'Université Paris-Dauphine, Université PSL. Au sein de l'équipe M-Lab du centre de recherche DRM (UMR CNRS 7088), il développe des travaux sur les stratégies et l'organisation de l'innovation qui ont été publiés dans de nombreuses revues académiques françaises et internationales.

Ont participé à cet ouvrage : Franck Aggeri (Mines ParisTech, Université PSL) et Émilie Ruiz (Université de Strasbourg).



 **Presses
de l'Université
du Québec**

50 ans
de savoir