

Pourquoi votre avenir *dépend* de la stratégie et de la curiosité

Pour l'Association des commissions des accidents du travail du Canada (ACATC)

Salut, je m'appelle Fenton 🖐️



IVEY





What We Do

We tackle complex challenges through human-centered design.

WHAT WE DO ●

OUR CLIENTS ●

CASE STORIES ●

Doblin is a global innovation firm that combines leading business experience, user research, and a design-led approach to help clients across a broad spectrum of industries. Leading organizations work with us to transform their field, build businesses, and spur ongoing innovation within their company.



We help you Set Innovation Strategy

Working alongside senior leaders, we explore how forces of change might impact your enterprise and industry and where, in that seemingly chaotic





John Tory ✓

Aug 28, 2018 · 🌐

Jennifer Keesmaat wants Toronto to secede from Ontario, Canada.

Is that a good idea?



RE-ELECT
**JOHN
TORY**
MAYOR



John Tory ✓

@JohnTory

On the Scarborough subway, I agree with Karen.

“The issue has been discussed. A decision has been made, and I think we should just move forward.”

Unfortunately, my opponent disagrees.



On the Scarborough subway, I agree with Karen.

8:50 PM · Sep 7, 2018 · Twitter Web Client







A men's brand, Faculty, launches with nail polish — and seed funding from Estée Lauder

Connie Loizos

@cookie / 9:16 pm PDT • June 8, 2021



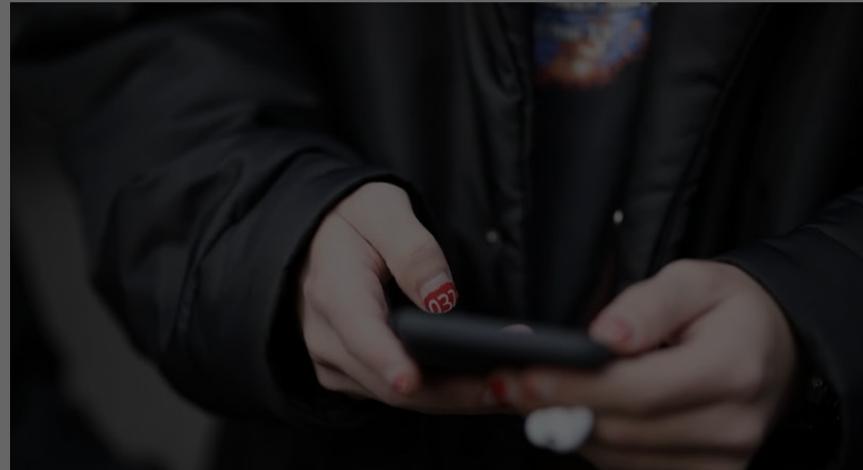
FACULTY

THE WALL STREET JOURNAL.

LIFE & WORK | STYLE & FASHION | ON TREND

Men's Nail Polish Is Taking Off—Why Now?

Influenced by celebrities like Bad Bunny, Harry Styles and A\$AP Rocky, young guys nationwide are turning to nail polish. And companies are meeting the demand with muted 'male' shades



BEAUTY > PRODUCTS

Faculty Receives Investment From USC Quarterback Caleb Williams

The brand also launched a campaign film, "Daydream," promoting their newest nail colors.

By **Obi Anyanwu**

February 7, 2022, 12:01am

SHARE



Fenton Jagdeo is the youngest TTC commissioner in history. Here's how he plans to get transit back on track

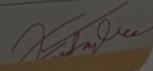
BY COURTNEY SHEA | PHOTOGRAPHY BY ERIN LEYDON | MAY 25, 2022





Deloitte. 

Deloitte x OCADU SFI Strategy Competition Winner **\$700.00**

Seven Hundred  DOLLARS



Habit

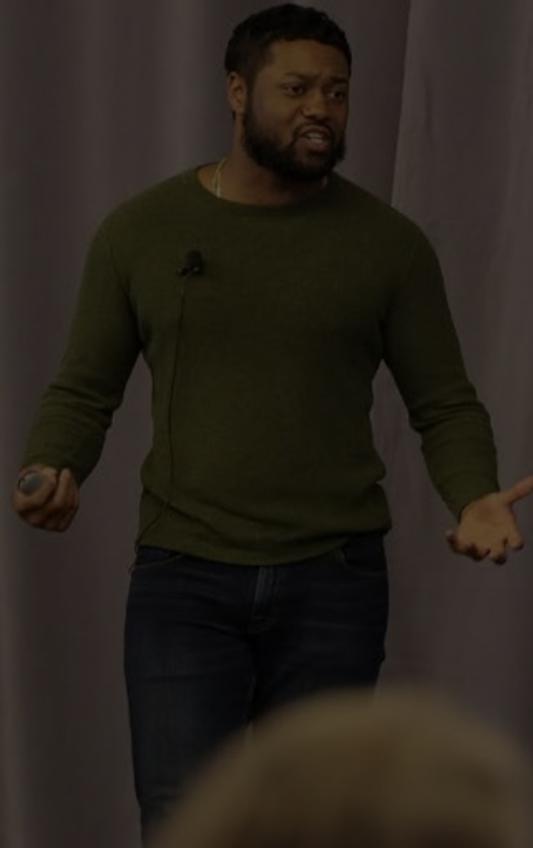
Habit







نيوم NEOM
BUILDING A LIVABLE CITY



Habitat for Humanity
2021 ED/CEO Summit
ReConnected
Toronto, ON | November 18-19



NATIONAL
SPEAKERS
BUREAU





Work shouldn't hurt.



YUKON WORKERS
COMPENSATION
HEALTH AND
SAFETY BOARD

COMMISSION DE LA
SANTÉ ET LA SÉCURITÉ
AU TRAVAIL
DU YUKON

254

Yukoners hurt on
the job this year

LEBANK WTR



Work shouldn't hurt.



YUKON WORKERS
COMPENSATION
HEALTH AND
SAFETY BOARD

COMMISSION DE LA
SANTÉ ET LA SÉCURITÉ
AU TRAVAIL
DU YUKON

Tu es très important

254

Yukoners hurt on
the job this year

DEVELOPMENT

Le monde change autour de toi

LES VENTS DU CHANGEMENT

Adopter la transformation numérique

S'adapter à une nouvelle ère du travail et des travailleurs

Naviguer dans un paysage réglementaire en mutation

Changements économiques et pressions financières

Évolution de la perception et des attentes du public



Le changement, c'est bien

Couvrir de nouvelles perspectives : Le changement ouvre la porte à des expériences et à des opportunités qui seraient restées cachées.

Favorise le développement personnel : Les rencontres avec le changement favorisent le développement personnel et l'apprentissage.

Améliore la créativité : Le changement vous pousse à sortir de votre zone de confort, ce qui stimule la créativité.

Améliore la capacité d'adaptation : Des changements réguliers facilitent l'adaptation à de nouvelles situations au fil du temps.

Romppt la monotonie : Le changement empêche la vie de devenir monotone et ennuyeuse.

Enseigne la flexibilité : L'acceptation du changement enseigne l'importance de la flexibilité dans les pensées et les actions.

Facilite l'innovation : Le changement est souvent le premier pas vers l'innovation et les percées.

Teste les limites : Le changement remet en question et teste vos limites, vous montrant ce dont vous êtes capable.

Renforce la confiance en soi : Surmonter les défis posés par le changement peut renforcer la confiance en soi.

Encourage l'apprentissage : Le changement s'accompagne souvent de nouvelles leçons et de nouvelles connaissances.

Favorise la croissance : Le changement est essentiel à l'épanouissement personnel et professionnel.

Accroît la résilience : Naviguer à travers le changement renforce votre capacité à rebondir après un échec.

Favorise la découverte de soi : Le changement peut vous permettre de découvrir vos intérêts, vos talents et vos désirs.

Amélioration de la résolution des problèmes : L'adaptation au changement améliore votre capacité à résoudre les problèmes.

Encourage la réflexion : Le changement incite à réfléchir à ce qui compte vraiment dans la vie.

Renforce les relations : Les expériences de changement partagées peuvent renforcer les liens avec les autres.

Élargir les perspectives : L'expérience du changement élargit votre perspective et votre compréhension du monde.

Favorise l'équilibre de la vie : Le changement peut vous aider à redistribuer votre temps et votre énergie dans différents domaines de la vie.

Accroît les connaissances : Chaque changement est une occasion d'apprendre quelque chose de nouveau.

Développe l'empathie : L'expérience du changement vous aide à faire preuve d'empathie à l'égard des personnes qui vivent des situations similaires.

Encourage la prise de risques : Le changement exige souvent de prendre des risques, ce qui peut s'avérer très gratifiant.

Améliore la prise de décision : Faire face au changement améliore votre capacité à prendre des décisions rapides et efficaces.

Incite à l'action : Le changement vous pousse à agir, à aller de l'avant plutôt que de rester statique.

Apprend à lâcher prise : Accepter le changement vous apprend à vous défaire de ce qui ne vous sert plus.

Inspire les autres : Votre adaptation au changement peut inspirer et motiver ceux qui vous entourent.

Améliore l'appréciation de la vie : Le changement peut vous faire apprécier davantage la stabilité et les constantes de la vie.

Cultive le courage : Il faut du courage pour faire face au changement, et chaque rencontre permet d'en acquérir davantage.

Promouvoir la diversité : Le changement permet de découvrir des idées, des cultures et des personnes différentes.

Encourage l'optimisme : Le fait de réussir à s'adapter au changement peut vous rendre plus optimiste quant à l'avenir.

Améliore la santé : S'adapter à des changements de mode de vie positifs peut améliorer considérablement la santé.

Stimule la productivité : Le changement peut éliminer les inefficacités et stimuler la productivité.

Apprendre la patience : Faire face au changement exige souvent de la patience, une aptitude précieuse pour la vie.

Dynamise la vie : Le changement peut revigorer votre vie, en y ajoutant de l'excitation et de la nouveauté.

Accroît la prise de conscience : Le changement vous permet d'être plus conscient de votre environnement et de vos sentiments intérieurs.

Facilite les nouveaux départs : Chaque changement est l'occasion d'un nouveau départ.

Améliore l'agilité mentale : S'adapter au changement permet de garder l'esprit vif et agile.

Acquérir de l'expérience : Chaque changement enrichit votre répertoire d'expériences de vie.

Favorise l'indépendance : Naviguer dans le changement peut vous rendre plus autonome et indépendant.

Façonne l'identité : Vos réactions et vos adaptations au changement contribuent à façonner votre identité.

Créer une dynamique : De petits changements peuvent créer un élan, conduisant à des transformations significatives.

Enseigne l'humilité : Elle nous rappelle que nous ne maîtrisons pas tout.

Favorise l'équilibre : Le changement peut nous aider à trouver un équilibre plus satisfaisant dans la vie.

Encourage l'exploration : Il nous incite à explorer de nouvelles idées, de nouveaux lieux et de nouvelles cultures.

Renforce la confiance : L'adaptation au changement peut renforcer la confiance en soi et dans les autres.

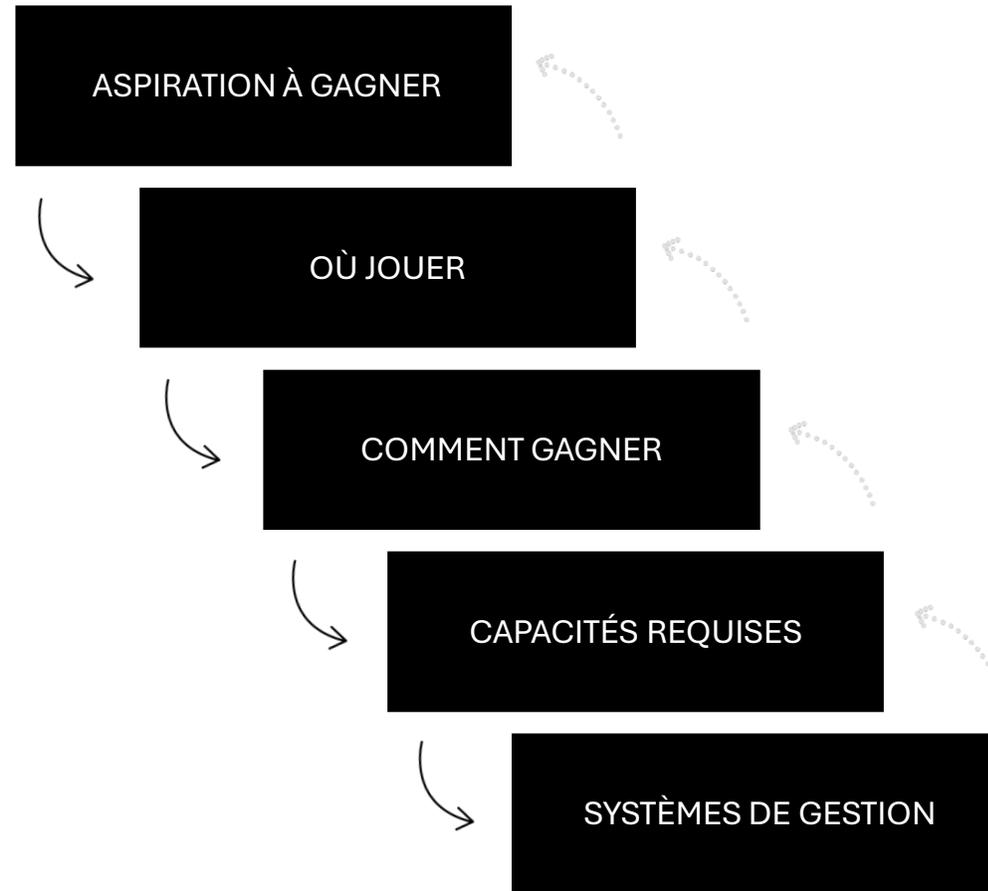
Favorise la guérison : Le changement est parfois nécessaire à la guérison émotionnelle ou physique.

Fournir un état d'esprit de croissance : L'acceptation du changement est au cœur d'un état d'esprit de croissance.

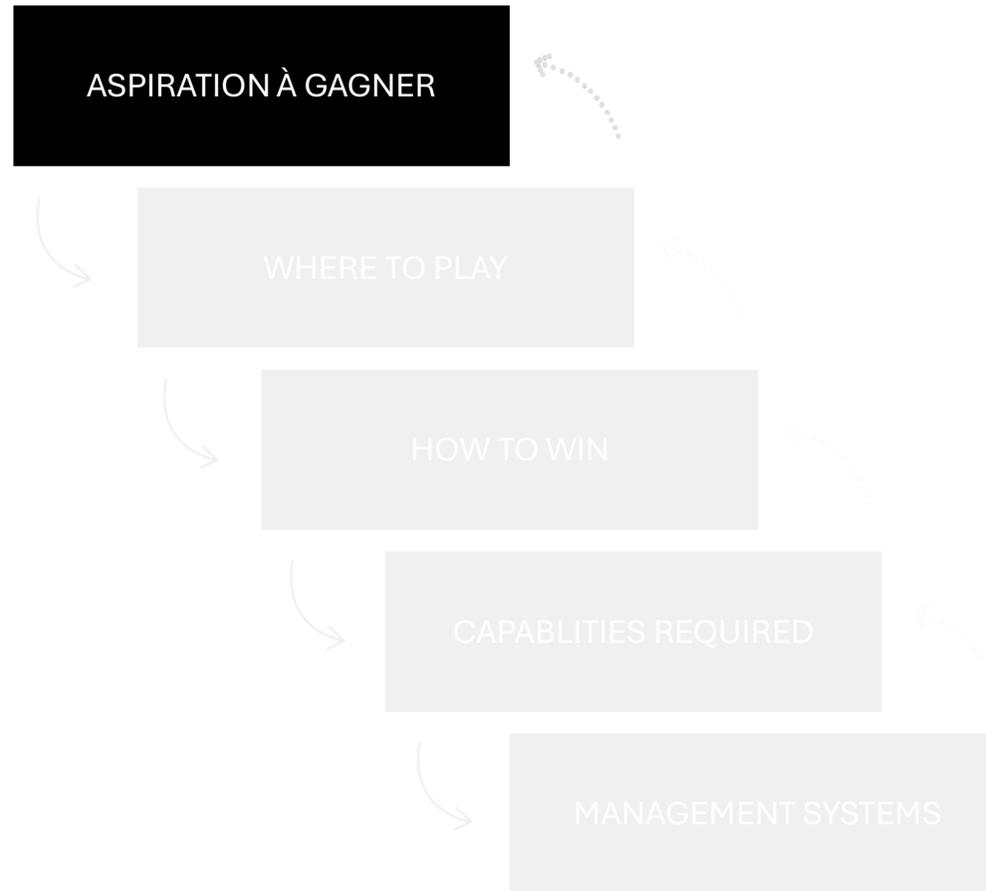
Pour toutes ces raisons

Comment adopter un état d'esprit de changement
afin d'être équipé pour bâtir un avenir où le
changement est plus constant qu'auparavant ?

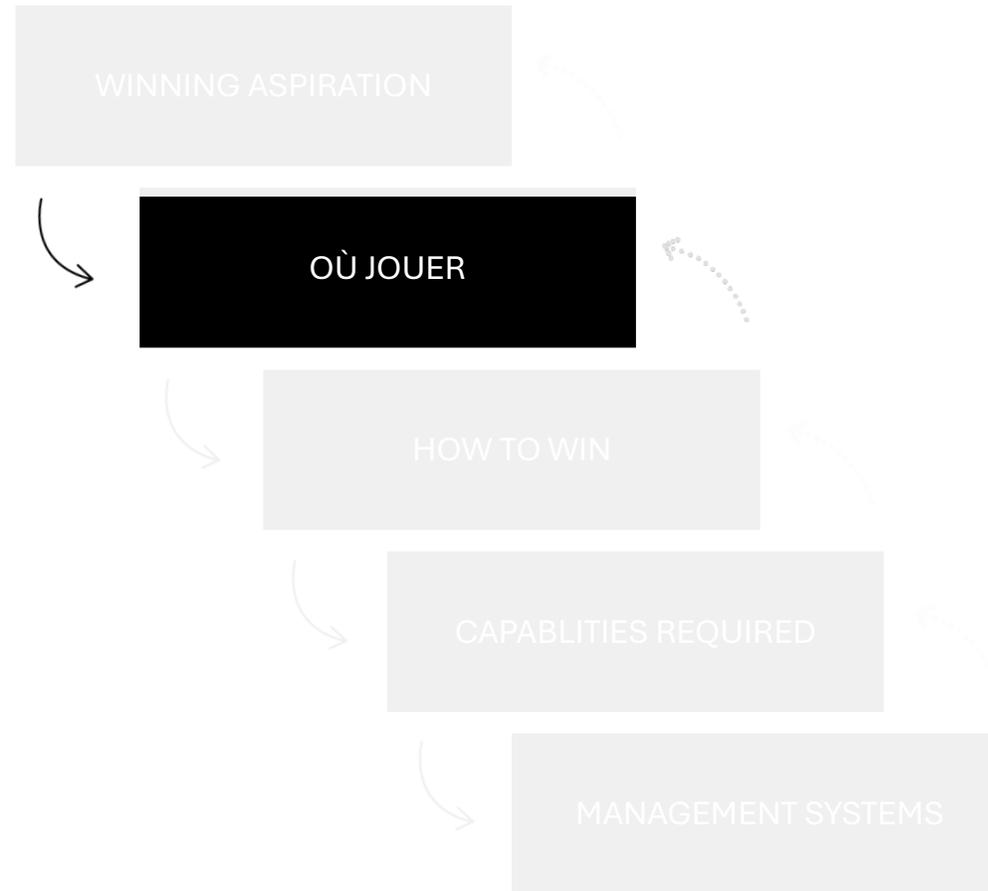
La stratégie c'est un ensemble de choix interconnectés qui permettent à une organisation de gagner.



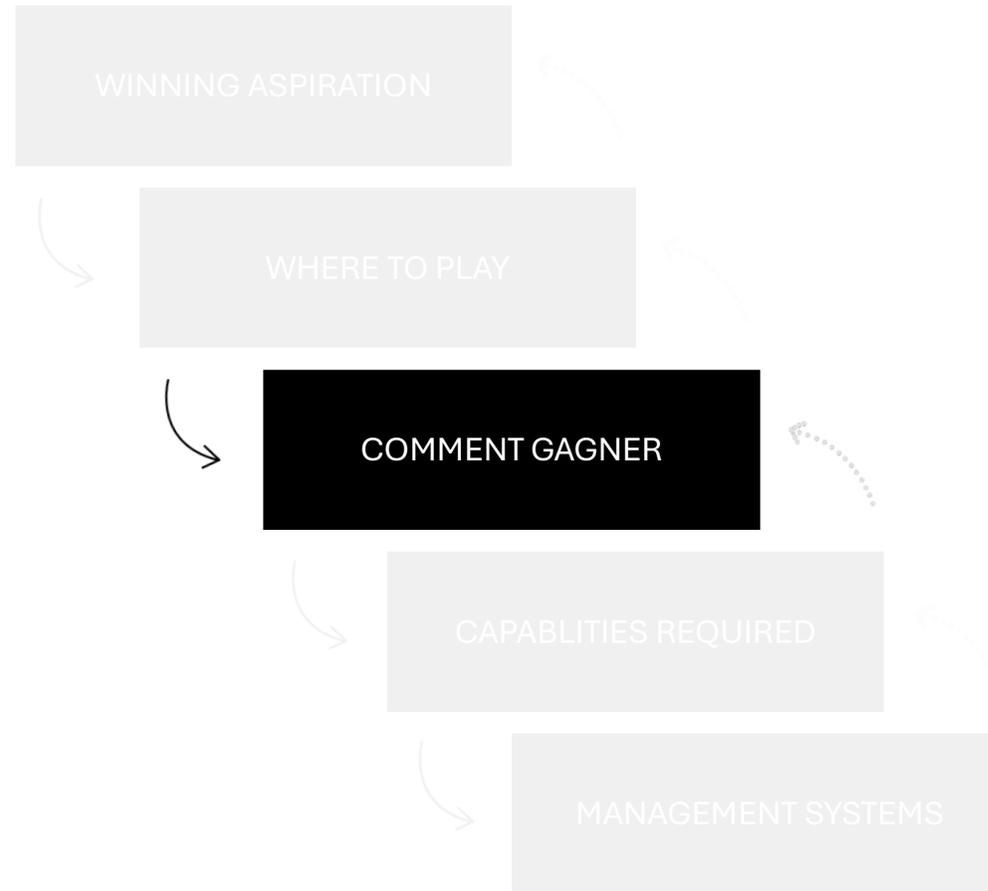
Strategy is a set of interconnected choices that positions an organization to win



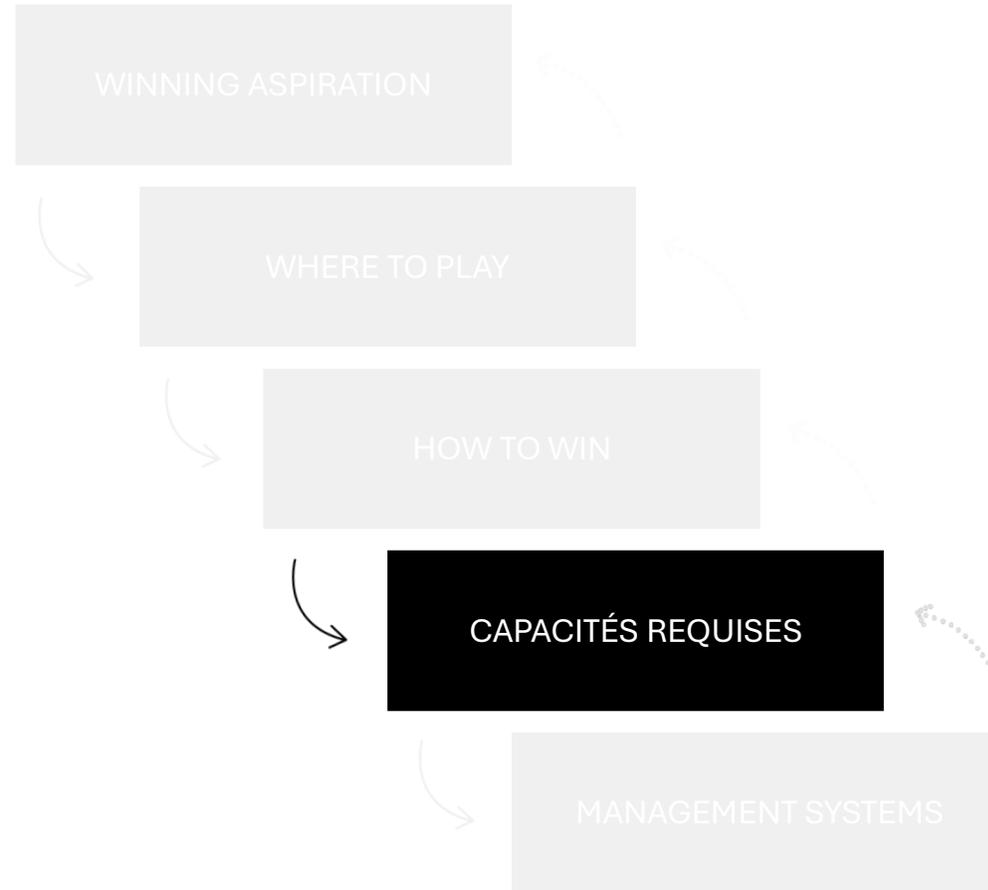
Strategy is a set of interconnected choices that positions an organization to win



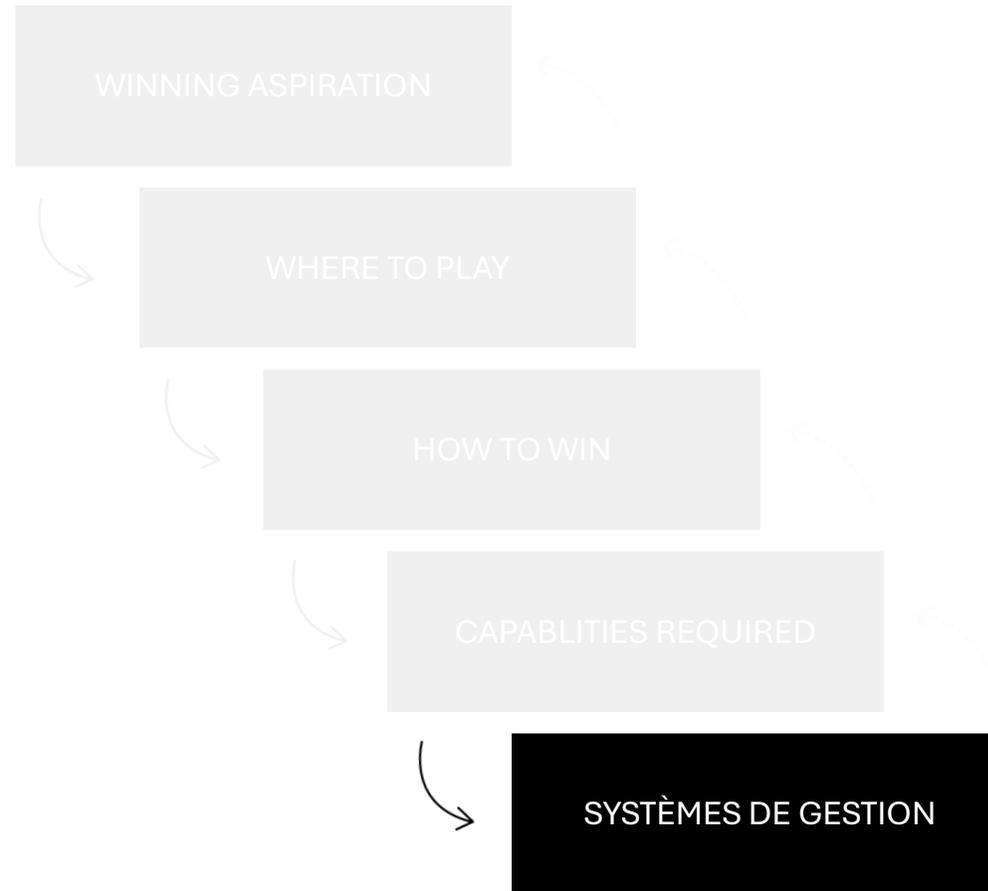
Strategy is a set of interconnected choices that positions an organization to win



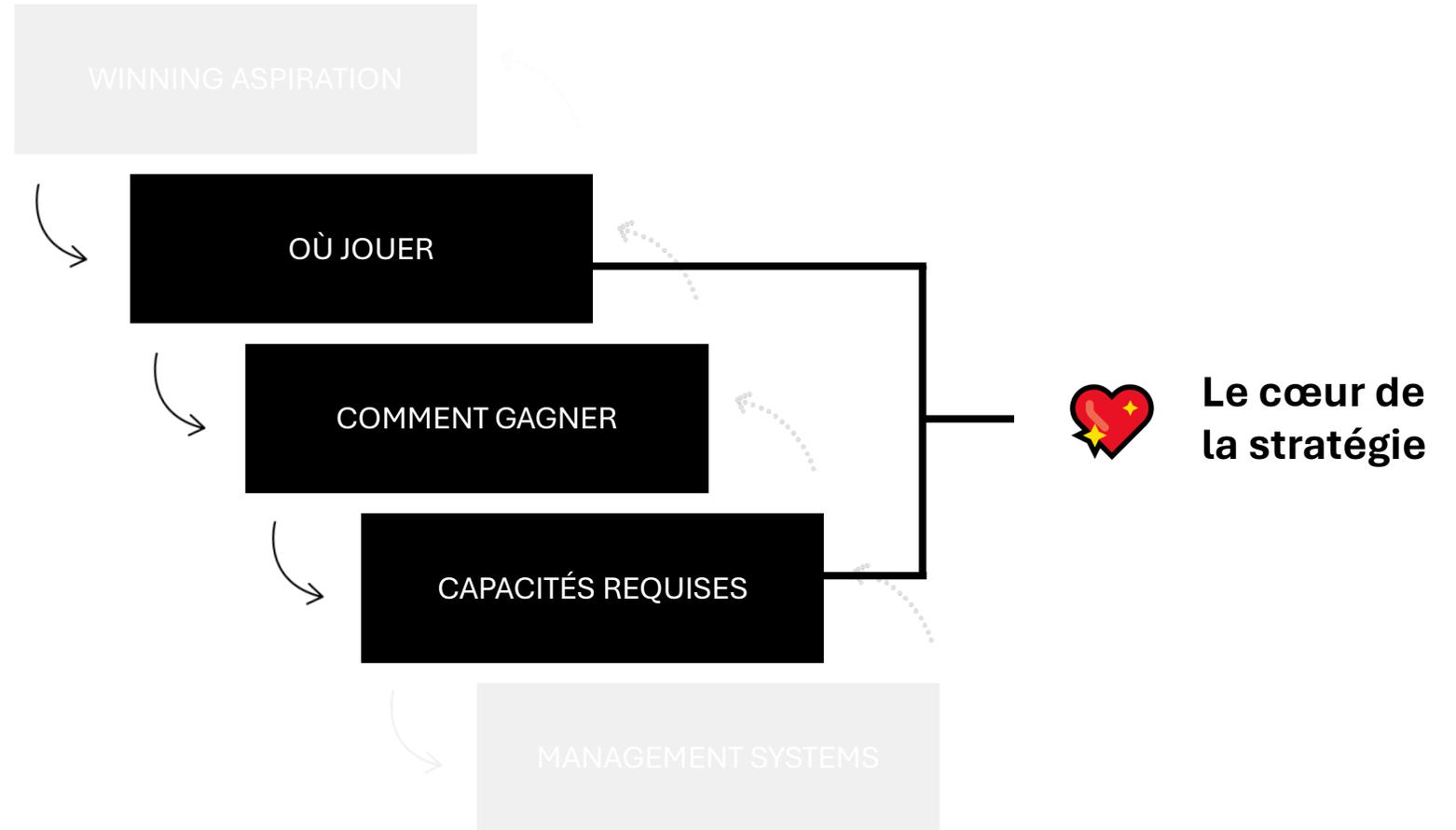
Strategy is a set of interconnected choices that positions an organization to win



Strategy is a set of interconnected choices that positions an organization to win



La stratégie c'est un ensemble de choix interconnectés qui permettent à une organisation de gagner.



/n/ Innovation

La création d'une offre nouvelle et viable, inédite dans un secteur ou une entreprise.

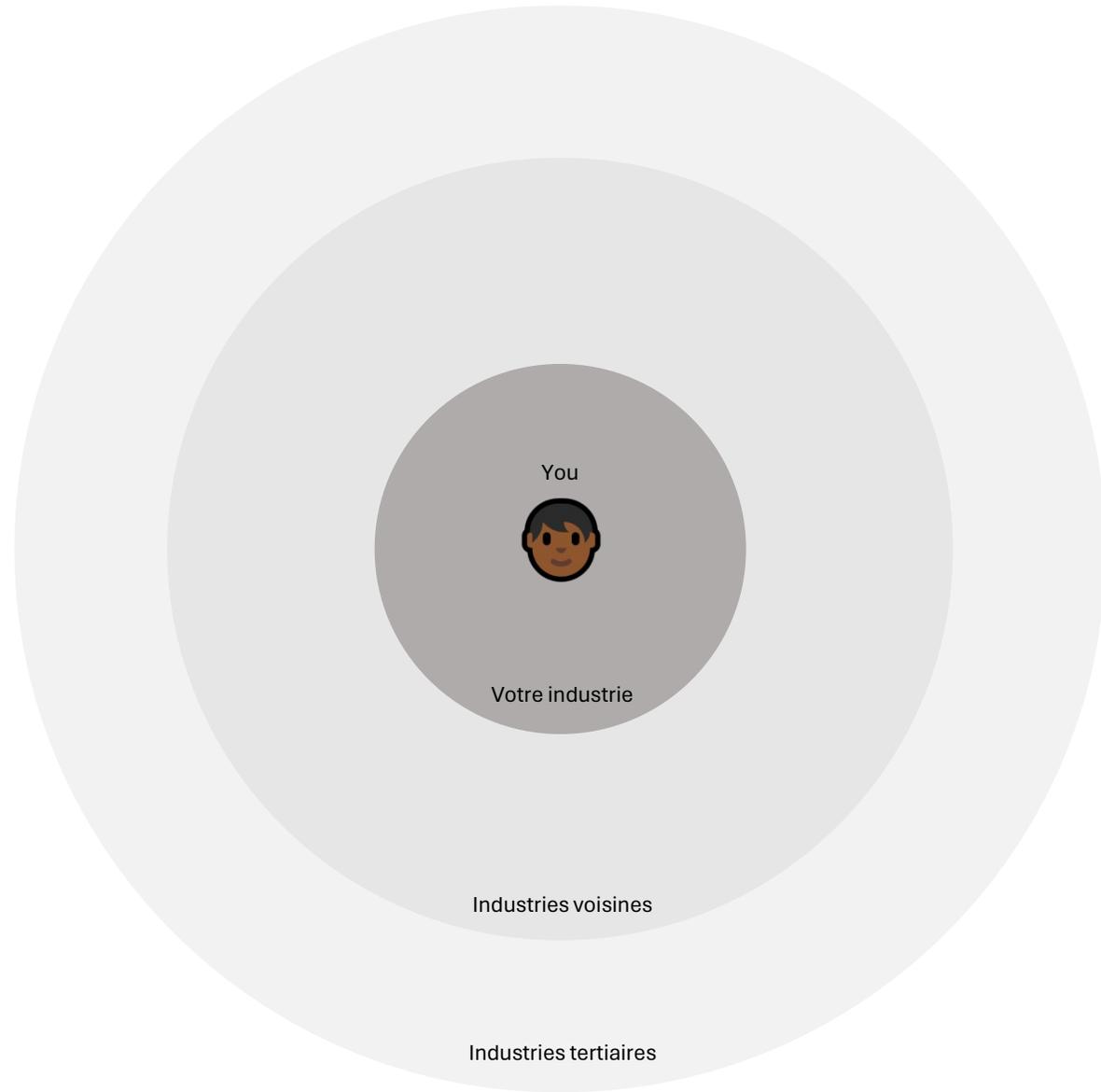
Les meilleures idées reposent sur l'innovation

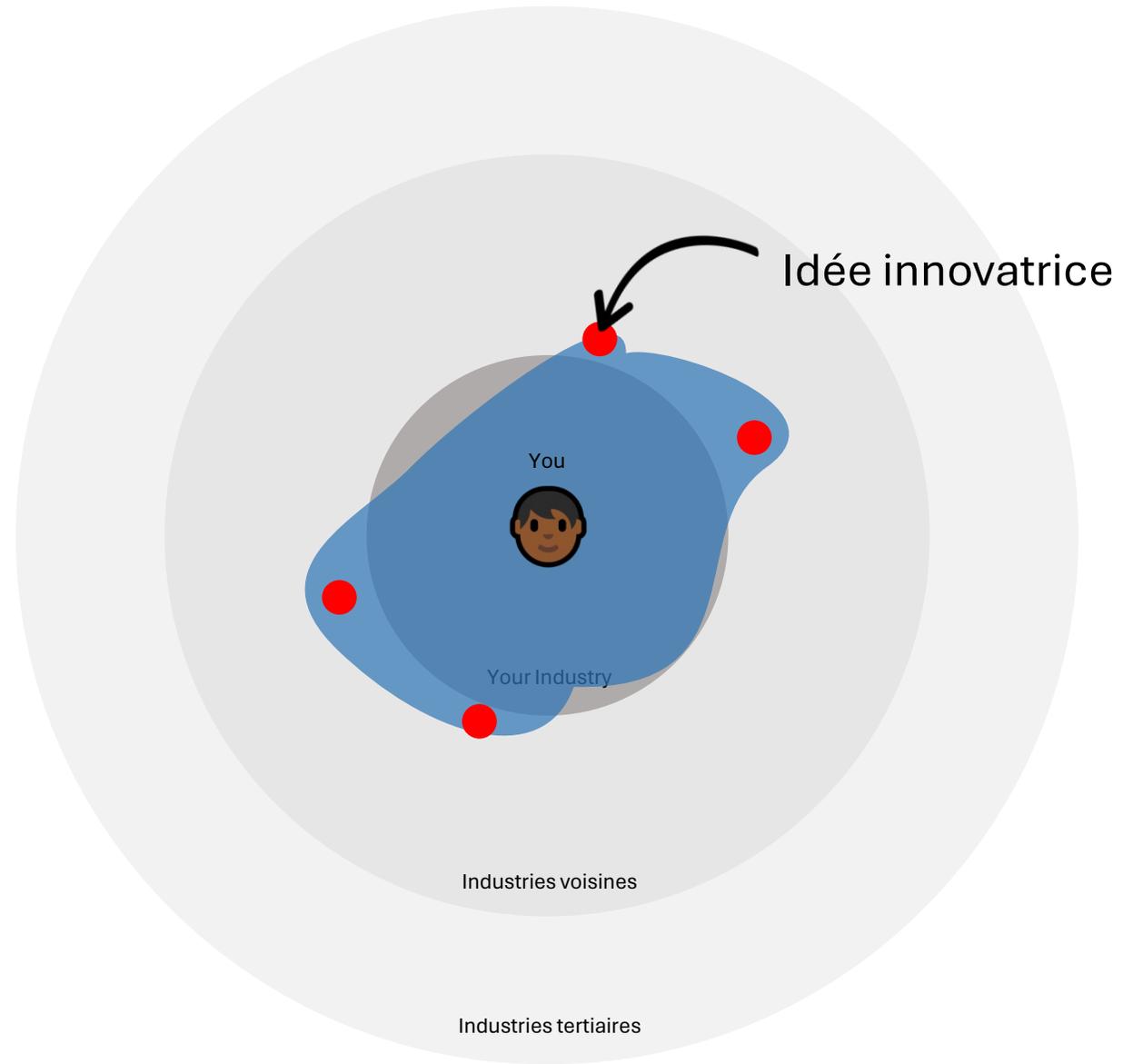


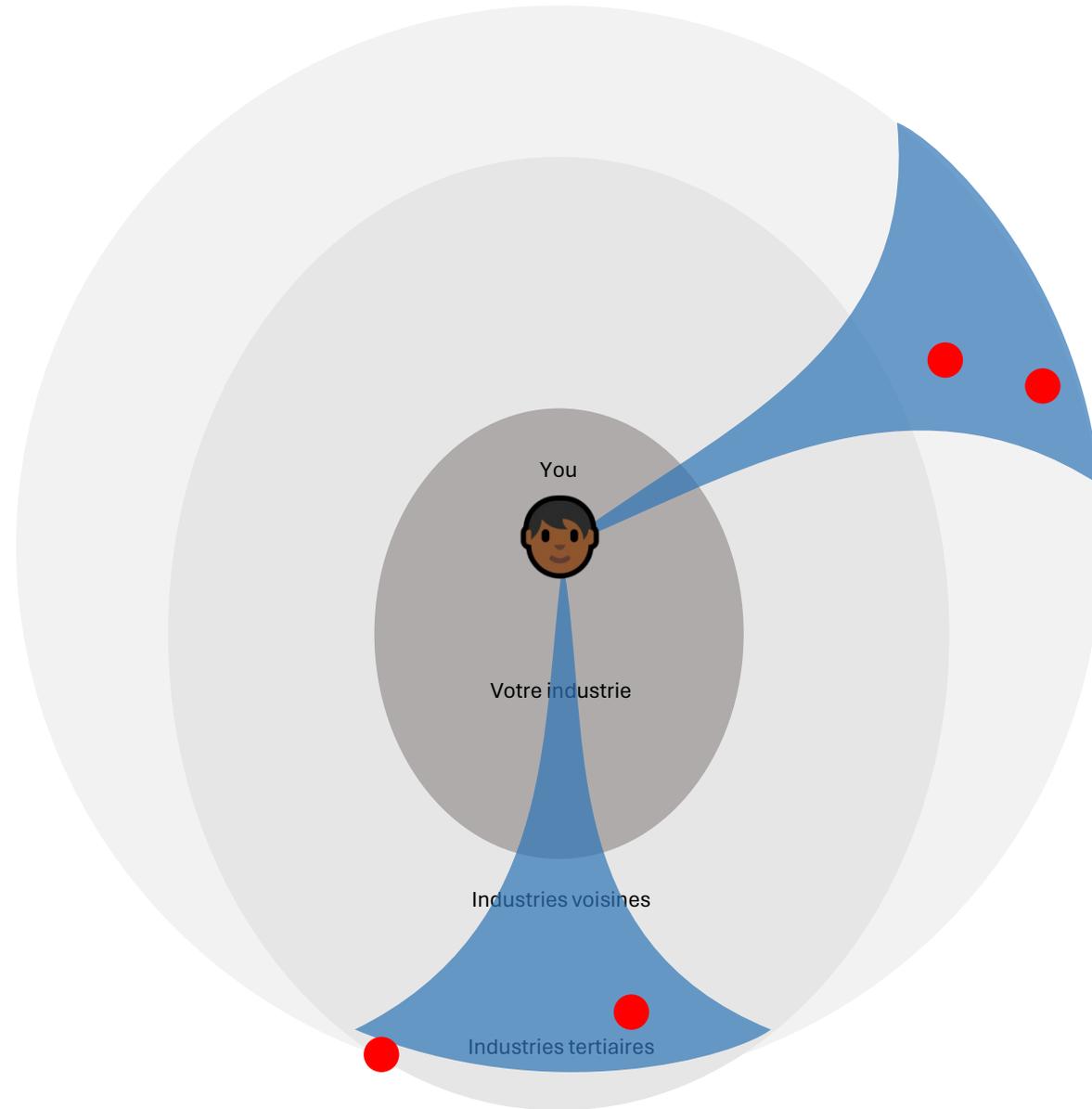
l'innovation est alimentée par la curiosité

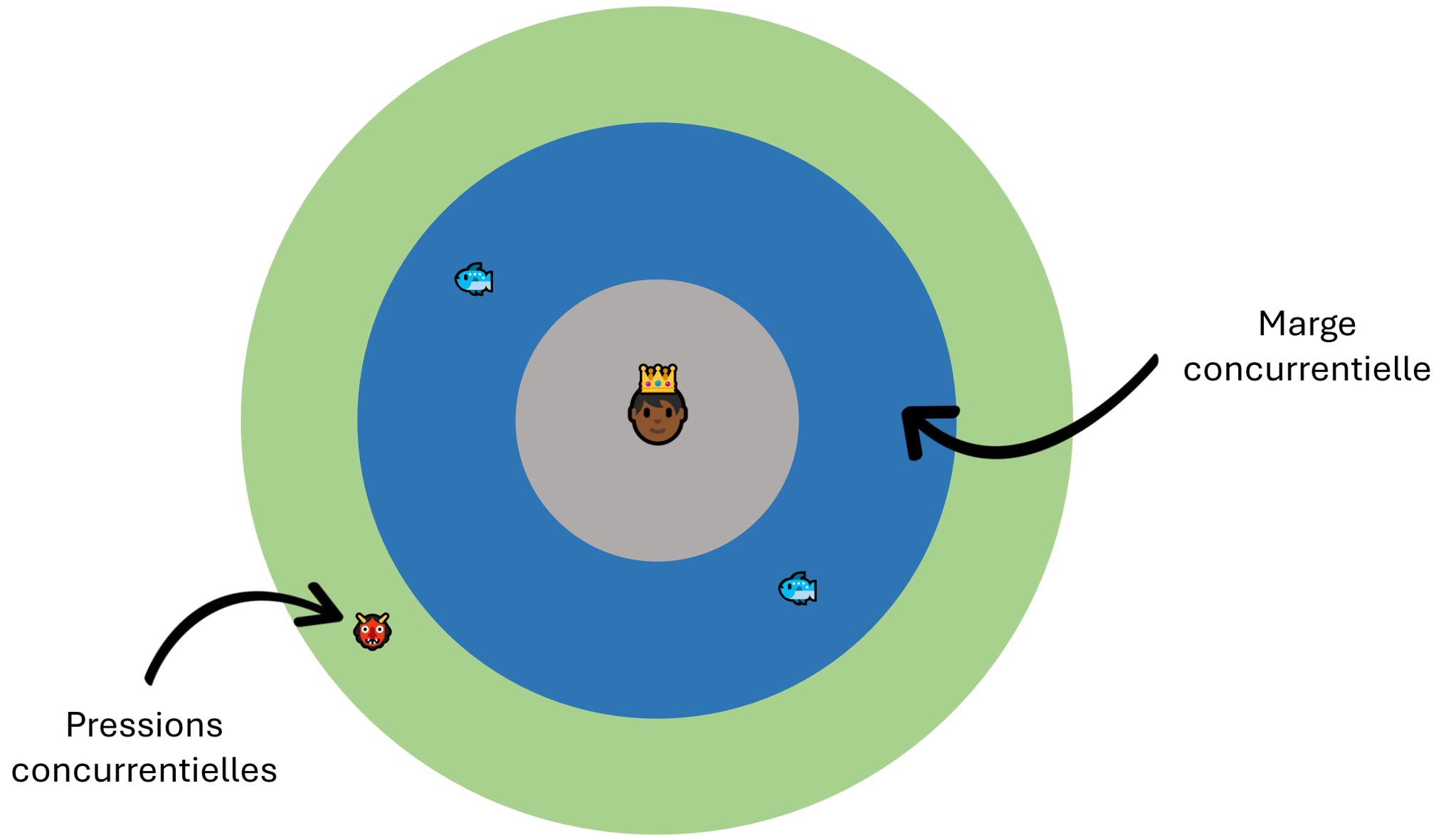
radicalement curieux

Curiosité radicale









Pressions
concurrentielles

Marge
concurrentielle

Bâtir un état d'esprit radicalement curieux exige un changement radical dans la façon de penser. Heureusement, il existe des outils qui permettent de démocratiser ce processus de pensée.

Précurseurs

Des idées tirées d'autres secteurs d'activité et de contextes analogues qui suscitent une nouvelle réflexion sur des défis communs auxquels d'autres ont répondu.

Nouvelles
approches de nos
concurrents potentiels

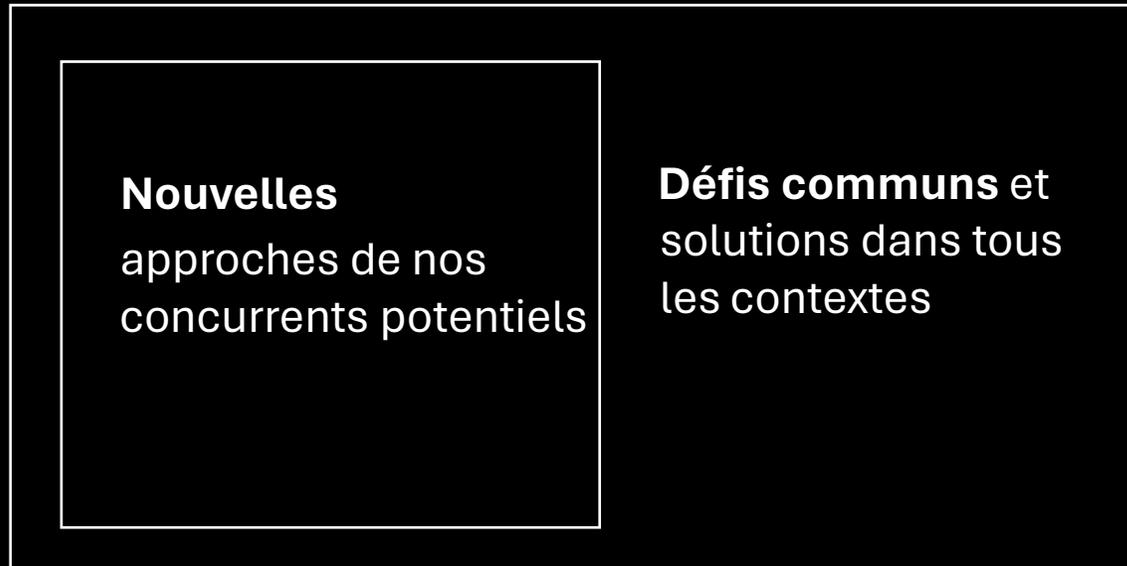
À L'INTÉRIEUR DE L'ARÈNE



À L'EXTÉRIEUR DE L'ARÈNE

Précurseurs

Des idées tirées d'autres secteurs d'activité et de contextes analogues qui suscitent une nouvelle réflexion sur des défis communs auxquels d'autres ont répondu.



À L'INTÉRIEUR DE L'ARÈNE



À L'EXTÉRIEUR DE L'ARÈNE

Précurseurs

Des idées tirées d'autres secteurs d'activité et de contextes analogues qui suscitent une nouvelle réflexion sur des défis communs auxquels d'autres ont répondu.



À L'INTÉRIEUR DE L'ARÈNE



À L'EXTÉRIEUR DE L'ARÈNE

Précurseurs

Des idées tirées d'autres secteurs d'activité et de contextes analogues qui suscitent une nouvelle réflexion sur des défis communs auxquels d'autres ont répondu.



Précurseurs

Exemple dans la nature :

Comment pouvons-nous réduire les obstacles à la collecte de fonds plus importants ?



Air Canada génère des recettes en s'associant à des centaines de fournisseurs pour offrir des points sur les achats quotidiens, en gagnant de l'argent sur les transactions et en incitant les consommateurs à voyager plus souvent.

Types d'innovation

Les modèles d'innovation au sein des industries et l'un des meilleurs moyens de commencer à penser à la transformation.

Configuration

Modèle de profit

Réseau

Structure

Processus

Offres

Performance du produit

Système du produit

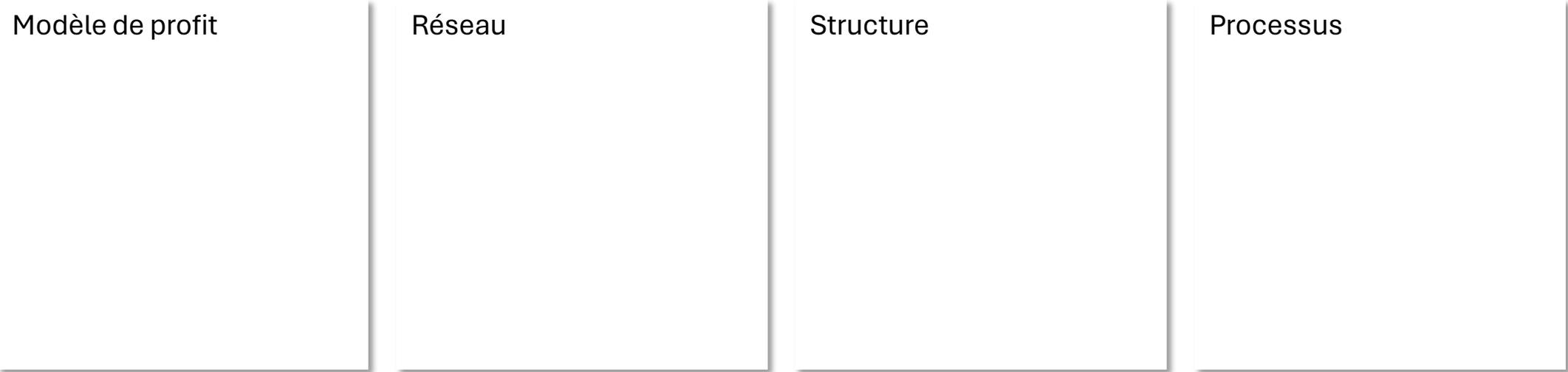
Expérience

Service

Chaîne

Marque

Engagement des clients



HARRY'S



Performance du produit



Système du produit



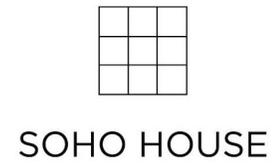
Service



Chaîne



Marque



Engagement des clients



Renverser les orthodoxies

Les orthodoxies sont des croyances omniprésentes qui ne sont souvent ni exprimées ni remises en question. Elles façonnent la stratégie et créent des angles morts.

Les orthodoxies peuvent entraver les possibilités de percée, car elles empêchent d'envisager des solutions non conventionnelles.

La curiosité radicale consiste à remettre en question ces idées intemporelles.



Chaque fois que vous imaginez une orthodoxie :

Imaginez la vie sans elle ;

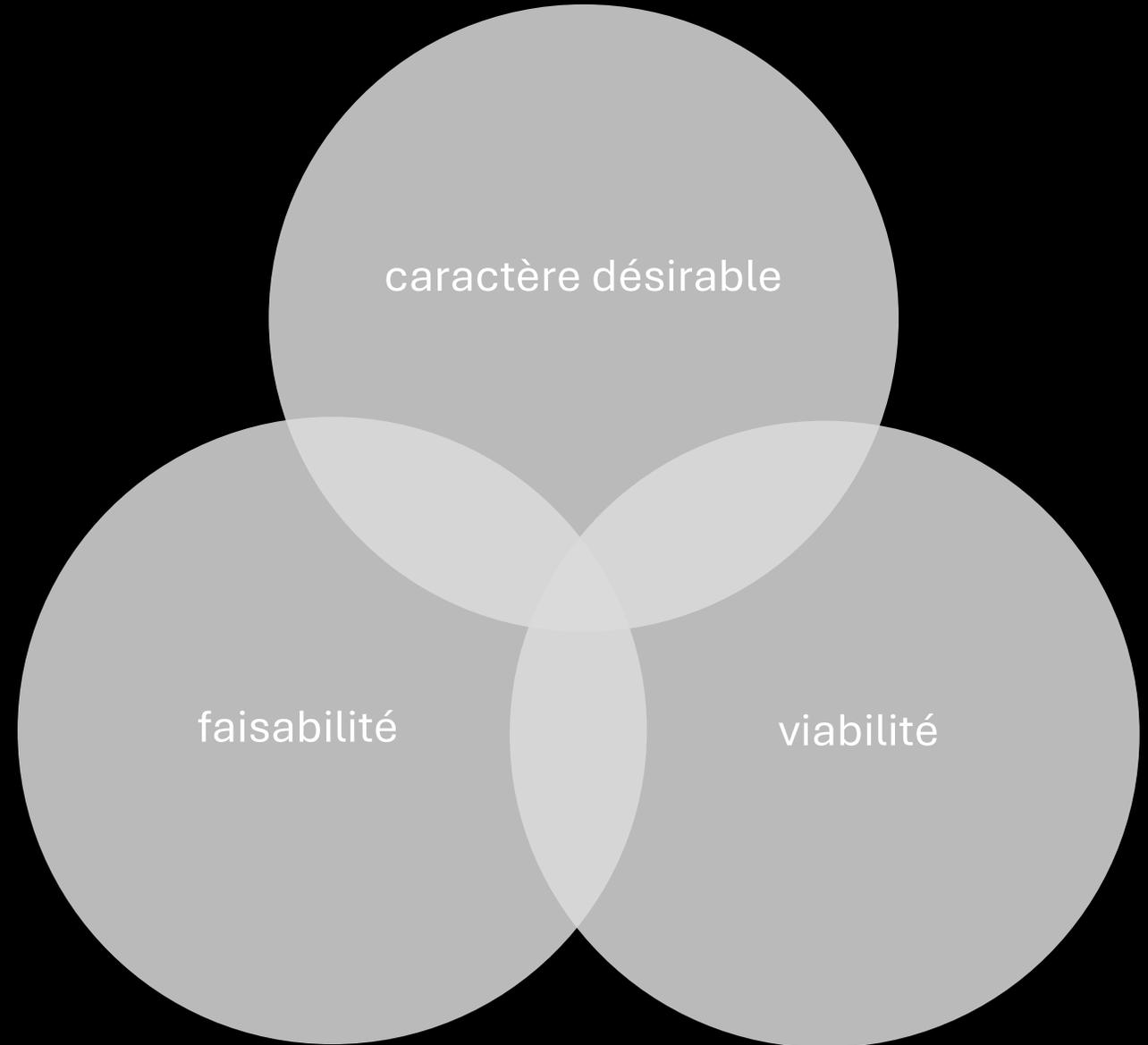
Considérez un groupe d'utilisateurs qui n'agirait pas, ou ne pourrait pas agir de cette façon, ou qui ne s'attend pas à cette norme ;

Imaginez une entreprise ou un service qui fait spécifiquement le contraire ;

Pensez à un endroit du monde - ou à une période de l'histoire - où la situation est ou était très différente.

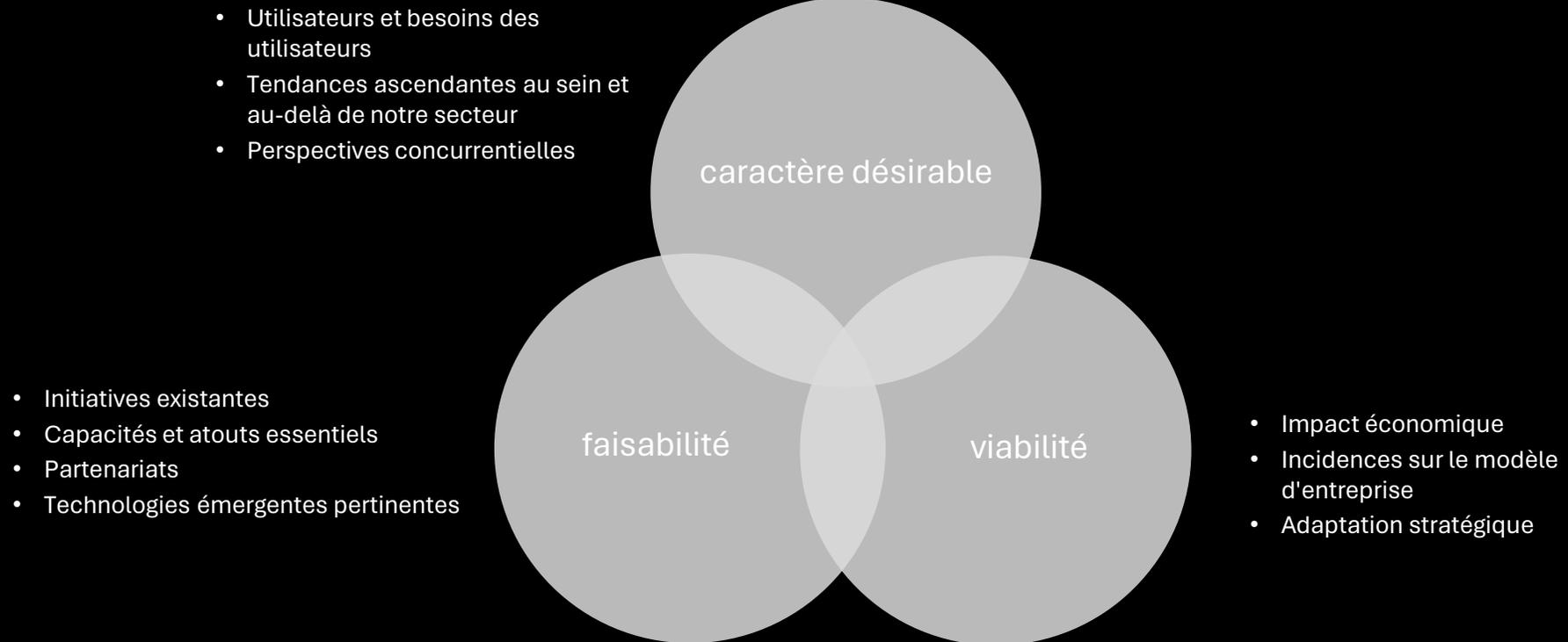
Percée équilibrée

Baromètre du succès des nouvelles idées et de l'innovation, qui met l'accent sur le caractère désirable.



Percée équilibrée

Baromètre du succès des nouvelles idées et de l'innovation, qui met l'accent sur le caractère désirable.





INCERTITUDES

Niveau d'intégration
technologique



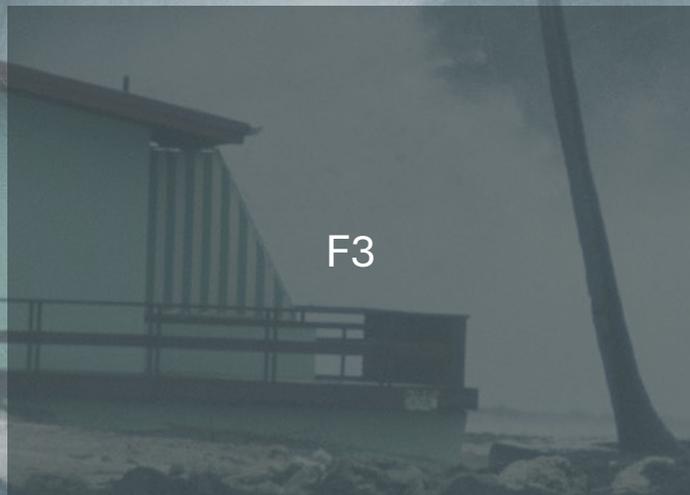
Individualisation c.
Normalisation

Intégration de la haute technologie



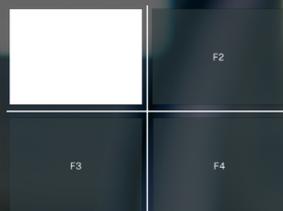
Normalisée

Individualisée



Low Tech Integration

À quoi pourrait ressembler l'innovation pour les commissions des accidents du travail du Canada ?



Systemes automatisés de prévention et d'intervention en cas d'accidents

Intégration de la haute technologie
Normalisation





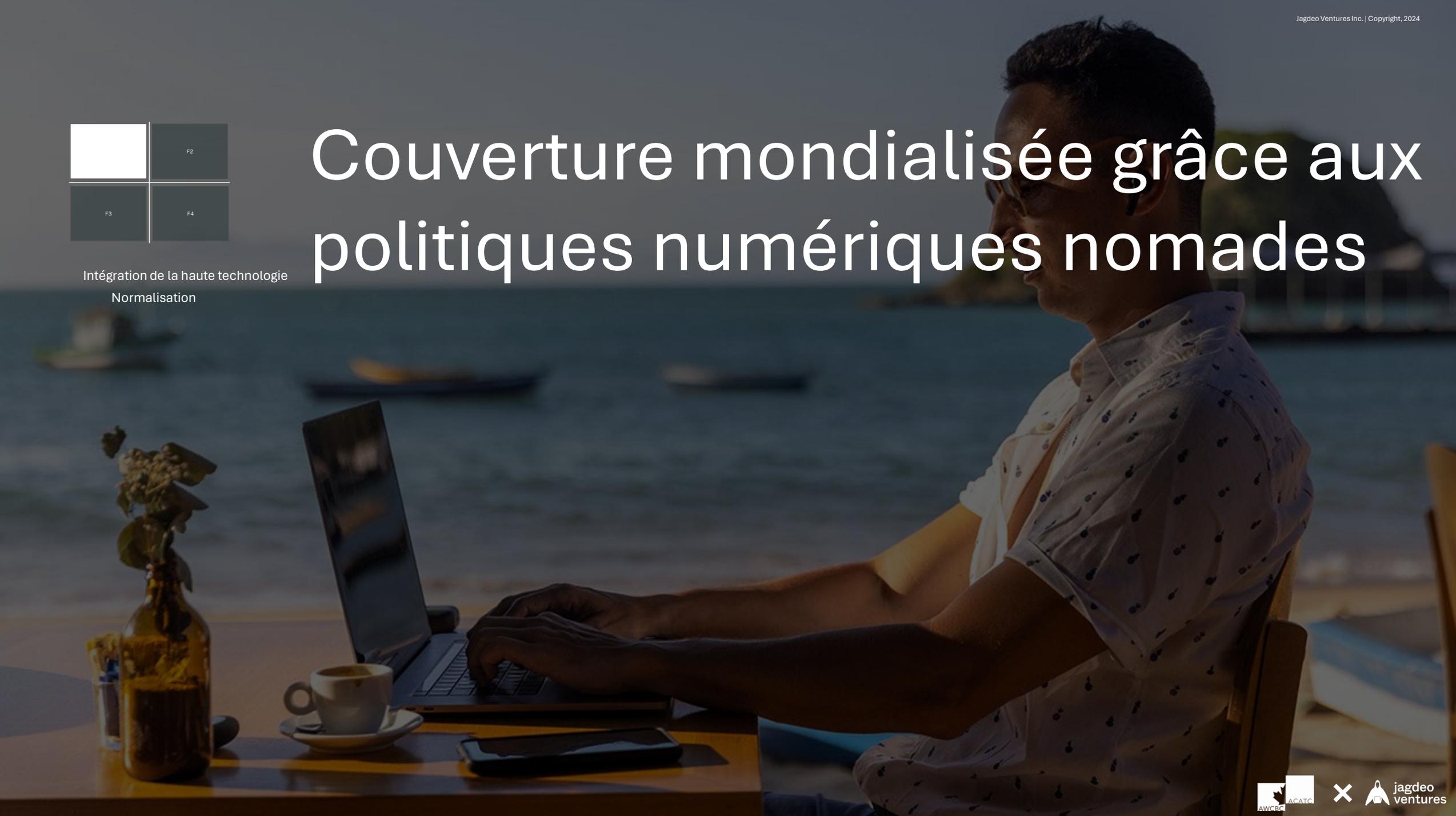
Intégration de la haute technologie
Normalisation

Plates-formes décentralisées d'indemnisation des travailleurs



Intégration de la haute technologie
Normalisation

Couverture mondialisée grâce aux politiques numériques nomades





Programmes de réadaptation personnalisés guidés par l'IA

Intégration de la haute technologie
Individualisée





Intégration de la haute technologie
Individualisée

Surveillance de la santé mentale à l'aide de l'analyse prédictive





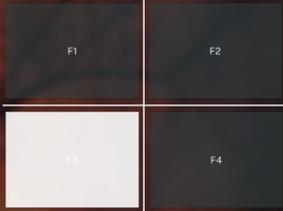
Intégration de la haute technologie
Individualisée

L'évaluation dynamique des risques grâce aux données massives (Big Data)



Intégration de la haute technologie
Individualisée

Profils de risque de blessures génétiques et assurance personnalisée



Politiques de couverture adaptées au climat

Intégration des technologies de base
Normalisation



Intégration des technologies de base
Individualisation

Programmes de retour au travail localisés



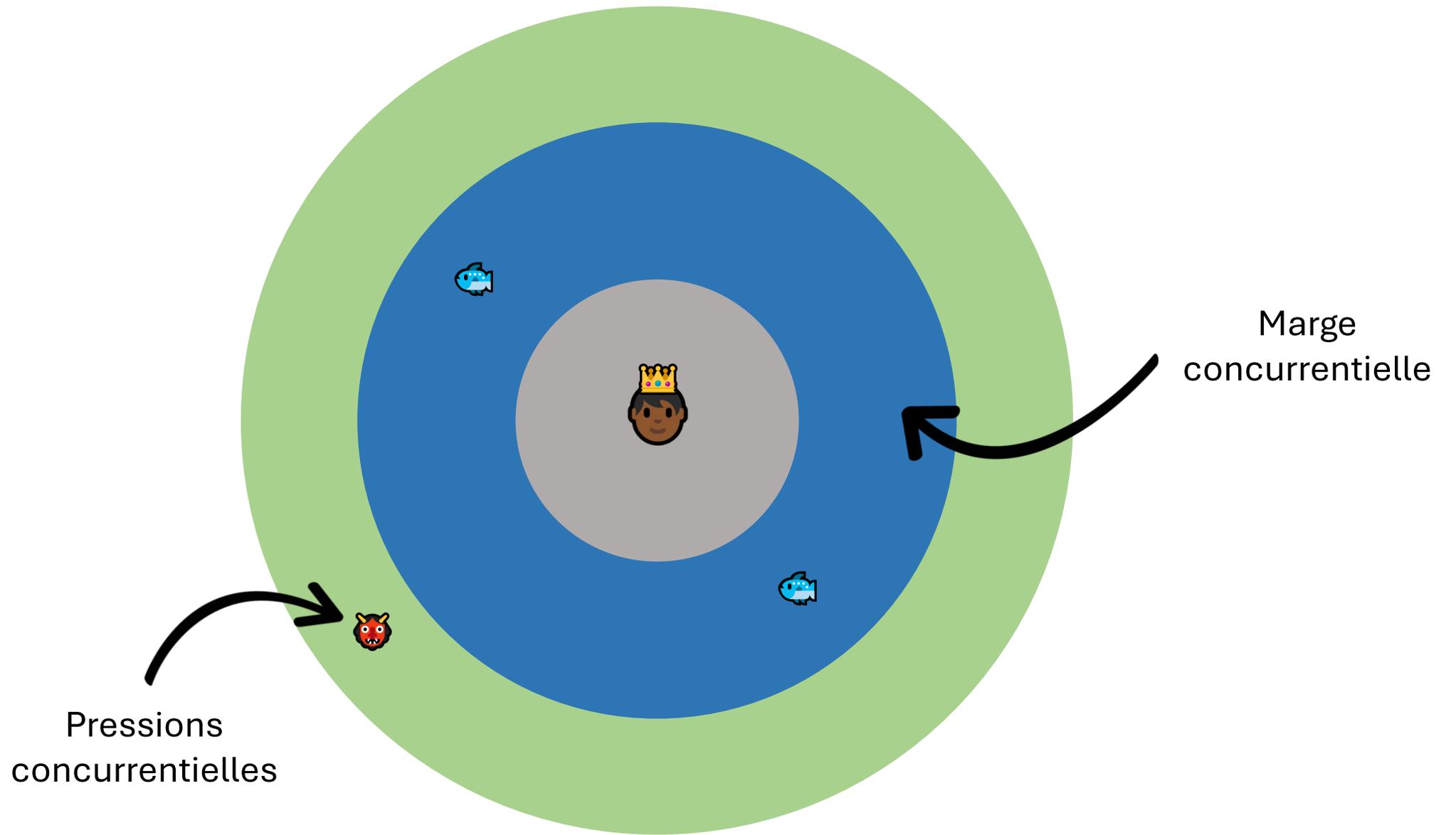


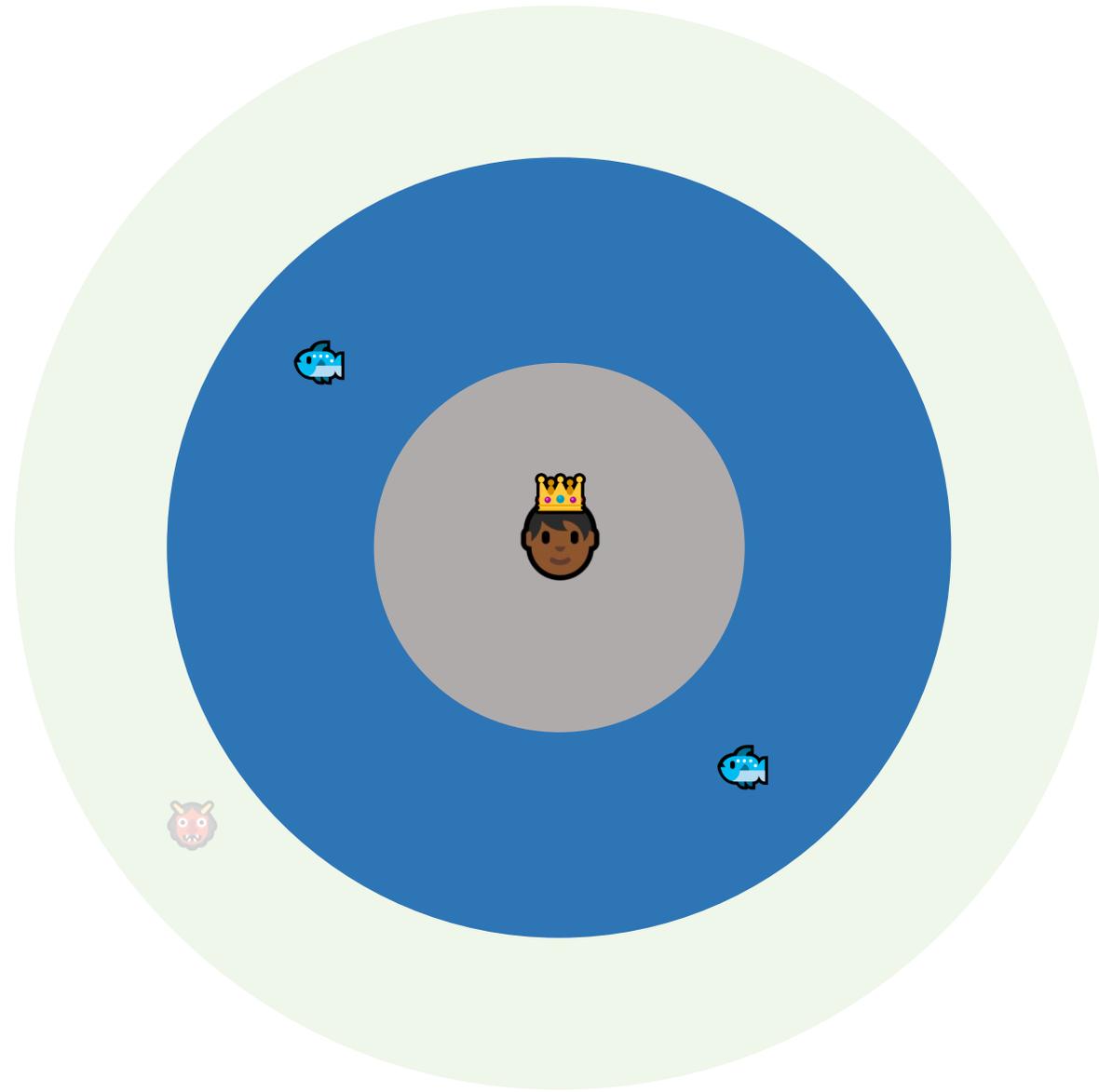
Regroupons-nous autour de la curiosité radicale et
de la voie vers l'innovation.

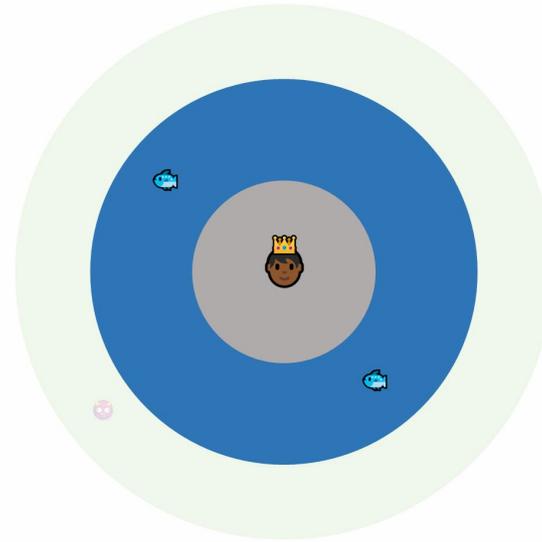
Les meilleures idées reposent sur l'innovation



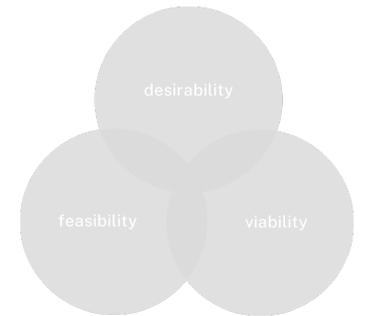
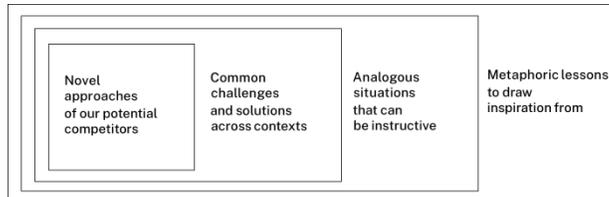
l'innovation est alimentée par la curiosité







Basé sur la curiosité radicale, et ancré dans...



Quelques ressources additionnelles



Article:

Are you solving the right problems?

Harvard Business Review

Rempli d'exemples pratiques, cet article est une excellente lecture avant les séances de travail et au début des projets. Pour les membres de l'équipe qui n'ont pas l'habitude de formuler des problèmes, cet article souligne l'importance d'aborder les problèmes à partir de différents cadres et la manière dont cela peut débloquer une nouvelle valeur.

<https://hbr.org/2017/01/are-you-solving-the-right-problems>



How-to-guide:

Point of View (POV) statements

Stanford d.School

Lorsque nous devons résoudre un problème précis qui touche un ensemble particulier d'utilisateurs ou de clients, nous pouvons élaborer des cadres de problèmes qui contiennent trois éléments : un utilisateur spécifique, un besoin et une idée. La méthode d.School POV de Stanford propose une formule facile à suivre pour guider les discussions de votre équipe.

<https://static1.squarespace.com/static/57c6b79629687fde090a0fdd/t/589ba9321b10e3beb925e044/1486596453538/DESIGN-PROJECT-GUIDE-SEPT-2016-V3.pdf>



Book:

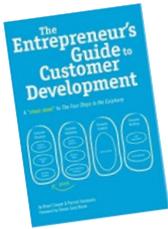
Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights

Steve Portigal

Aller dans le monde pour parler aux utilisateurs et aux clients semble assez facile. Cependant, ce qui distingue les grandes innovations, c'est souvent la qualité de la recherche et des idées utilisées pour étayer nos concepts. Cet ouvrage fournit les techniques et les outils nécessaires pour passer de la collecte d'observations superficielles à la découverte de résultats convaincants qui différencient vos innovations.

<http://rosenfeldmedia.com/books/interviewing-users/>

Quelques ressources additionnelles



Book:

The Entrepreneur's Guide to Customer Development

Steve Blank

Le développement de la clientèle est un cadre qui permet de découvrir et de valider l'adéquation produit-marché, en s'assurant que vous élaborez des concepts qui intéressent réellement les utilisateurs. Le chapitre 8 de ce livre explique, étape par étape, comment élaborer de bonnes hypothèses, identifier les utilisateurs à tester, concevoir des expériences, mesurer et tester de manière répétitive au fur et à mesure de l'élaboration des concepts.

<https://steveblank.com/2010/08/26/the-non-dummies-guide-to-customer-discovery/>



Database:

Shaping Tomorrow

Lors d'une recherche contextuelle, il peut être utile de commencer par adopter une approche exploratoire de ce qui se passe dans le monde et d'anticiper les changements à venir. L'identification des tendances sociales, techniques, économiques, environnementales et politiques peut toutefois prendre beaucoup de temps. Shaping Tomorrow est une base de données qui facilite la collecte des tendances. Il suffit d'effectuer une recherche par thème et de consulter les questions émergentes provenant de plus de 8 000 sources.

<https://www.shapingtomorrow.com/webtext/421>



Database:

Springwise

20 000 Springwisers de plus de 190 pays contribuent à cette base de données sur les innovations actuelles et les nouvelles idées lancées par les acteurs traditionnels de l'industrie et les nouvelles jeunes entreprises (start-ups). Utilisez Springwise pour vous tenir au courant des nouvelles offres et technologies lancées à l'échelle mondiale. Il est ainsi rapide (et amusant !) de se tenir au courant des mouvements des concurrents ET de trouver des analogies avec d'autres industries pour inspirer vos concepts.

<https://www.springwise.com/>

Quelques ressources additionnelles

TEN TYPES OF INNOVATION



Méthode : Les dix types d'innovation

Pendant de nombreuses années, les dirigeants ont associé l'innovation au développement de nouveaux produits. Or, la création de nouveaux produits n'est qu'une façon d'innover et, à elle seule, elle offre le plus faible rendement du capital investi et le moins d'avantages concurrentiels. Le cadre des dix types d'innovation permet de repérer de nouvelles opportunités au-delà des produits et de développer des innovations viables.

<https://www.doblin.com/ten-types>

Profit Model

Premium

Price at a higher margin than competitors, usually for a superior product, offering, experience, service or brand.

Cost Leadership

Keep variable costs low and sell high volumes at low prices.

Scaled Transactions

Maximize margins by pursuing high volume, large-scale transactions when unit costs are relatively fixed.

Microtransactions

Sell many items for as little as a dollar—or even only one cent—to drive impulse purchases at volume.

Forced Scarcity

Limit the supply of offerings available, by quantity, time frame or access, to drive up demand and/or prices.

Subscription

Create predictable cash flows by charging customers up front (a one-time or recurring fee) to have access to the product/service over time.

Membership

Charge a time-based payment to permit access to locations, offerings, or services that non-members don't have.

Installed Base

Offer a "core" product for slim margins (or even a loss) to drive demand and loyalty, then realize profit on additional products and services.

Switchboard

Connect multiple sellers with multiple buyers; the more buyers and sellers who join, the more valuable the switchboard.

Auction

Allow a market—and its users—to set the price for goods and services.

User-Defined

Invite customers to set a price they wish to pay.

Freemium

Offer basic services for free, while charging a premium for advanced or special features.

Flexible Pricing

Vary prices for an offering based on demand.

Float

Receive payment prior to building the offering—and use the cash to earn interest prior to making margins.

Financing

Capture revenue not directly from the sale of a product, but from structured payment plans and after-sale interest.

Ad-Supported

Provide content/services for free to one party while selling listeners, viewers or "eyeballs" to another party.

Licensing

Grant permission to some other group or individual to use your offering in a defined way for a specified payment.

Metered Use

Allow customers to pay for only what they use.

Disaggregate Pricing

Allow customers to buy exactly—and only—what they want.

Risk Sharing

Waive standard fees/costs if certain metrics aren't achieved, but receive upside gains when they are.

Network

Merger/Acquisition

Combine two or more entities to gain access to capabilities and assets.

Consolidation

Acquire multiple companies in the same market or complementary markets.

Open Innovation

Obtain access to processes or patents from other companies to leverage, extend, and build on expertise and/or do the same with internal IP and processes.

Secondary Markets

Connect waste streams, by-products, or other alternative offerings to those who want them.

Supply Chain Integration

Coordinate and integrate information and/or processes across a company or functions of the supply chain.

Complementary Partnering

Leverage assets by sharing them with companies that serve similar markets but offer different products and services.

Alliances

Share risks and revenues to jointly improve individual competitive advantage.

Franchising

License business principles, processes, and brand to paying partners.

Coopetition

Join forces with someone who would normally be your competitor to achieve a common goal.

Collaboration

Partner with others for mutual benefit.

Structure

Organizational Design

Make form follow function and align infrastructure with core qualities and business processes.

Incentive Systems

Offer rewards (financial or non-financial) to provide motivation for a particular course of action.

IT Integration

Integrate technology resources and applications.

Competency Center

Cluster resources, practices and expertise into support centers that increase efficiency and effectiveness across the broader organization.

Outsourcing

Assign responsibility for developing or maintaining a system to a vendor.

Corporate University

Provide job-specific or company-specific training for managers.

Decentralized Management

Distribute decision-making governance closer to the customer or other key business interfaces.

Knowledge Management

Share relevant information internally to reduce redundancy and improve job performance.

Asset Standardization

Reduce operating costs and increase connectivity and modularity by standardizing your assets.

Process

Process Standardization

Use common products, processes, procedures, and policies to reduce complexity, costs, and errors.

Localization

Adapt an offering, process, or experience to target a culture or region.

Process Efficiency

Create or produce more while using fewer resources—measured in materials, energy consumption or time.

Flexible Manufacturing

Connect waste streams, by-products, or other alternative offerings to those who want them.

Process Automation

Apply tools and infrastructure to manage routine activities in order to free up employees.

Crowdsourcing

Outsource repetitive or challenging work to a large group of semi-organized individuals.

On-Demand Production

Produce items after an order has been received to avoid carrying costs of inventory.

Lean Production

Reduce waste and cost in your manufacturing process and other operations.

Logistics Systems

Manage the flow of goods, information and other resources between the point of origin and the point of use.

Strategic Design

Employ a purposeful approach that manifests itself consistently across offerings, brands, and experiences.

Intellectual Property

Protect an idea that has commercial value—such as a recipe or industrial process—with legal tools like patents.

User Generated

Put your users to work in creating and curating content that powers your offerings.

Predictive Analytics

Model past performance data and predict future outcomes to design and price offerings accordingly.

Product Performance

Superior Product

Develop an offering of exceptional design, quality, and/or experience.

Ease of Use

Make your product simple, intuitive and comfortable to use.

Engaging Functionality

Provide an unexpected or newsworthy experiential component that elevates the customer interaction.

Safety

Increase the customer's level of confidence and security.

Feature Aggregation

Combine existing features found across offerings into a single offering.

Added Functionality

Add new functionality to an existing offering.

Performance Simplification

Omit superfluous details, features, and interactions to reduce complexity.

Environmental Sensitivity

Provide offerings that do no harm—or relatively less harm—to the environment.

Conservation

Design your product so that users can reduce their use of energy or materials.

Customization

Enable altering of the product or service to suit individual requirements or specifications.

Focus

Design an offering specifically for a particular audience at the expense of others.

Styling

Impart a style, fashion or image.

Product System

Complements

Sell additional related or ancillary products or services to a customer.

Extensions/Plug-ins

Allow first- or third-party additions that add functionality.

Product Bundling

Offer several products for sale as one combined product.

Modular Systems

Provide a set of individual components that can be used independently, but gain utility when combined.

Product/Service Platforms

Develop systems that connect with other, partner products and services to create a holistic offering.

Integrated Offering

Combine otherwise discrete components into a complete experience.

Service

Try Before You Buy

Let customers test and experience an offering before investing in it.

Guarantee

Remove customer risk of lost money or time stemming from product failure or purchase error.

Loyalty Programs

Provide benefits and/or discounts to frequent and high-value customers.

Added Value

Include an additional service/function as part of the base price.

Concierge

Provide premium service by taking on tasks for which customers don't have time.

Total Experience Management

Manage thoughtful, holistic management of the consumer experience across an offering's lifecycle.

Supplementary Service

Offer ancillary services that fit with your offering.

Superior Service

Provide service(s) of higher quality, efficacy, or with a better experience than any competitor.

Personalized Service

Use the customer's own information to provide perfectly calibrated service.

User Communities/Support Systems

Provide a communal resource for product/service support, use and extension.

Lease or Loan

Let customers pay over time to lower upfront costs.

Self-Service

Offer cues that infer otherwise require an intermediary to complete.

Channel

Diversification

Add and expand into new or different channels.

Flagship Store

Create a store to showcase quintessential brand and product attributes.

Go Direct

Skip traditional retail channels and connect directly with customers.

Non-Traditional Channels

Employ novel and relevant avenues to reach customers.

Pop-up Presence

Create a noteworthy but temporary environment to showcase and/or sell offerings.

Indirect Distribution

Use others as resellers who take ownership over delivering the offering to the final user.

Multi-Level Marketing

Sell bulk or packaged goods to an affiliated but independent sales force that turns around and sells it for you.

Cross-selling

Place products, services, or information that will enhance an experience in situations where customers are likely to want to access them.

On-Demand

Deliver goods in real-time whenever or wherever they are desired.

Context Specific

Offer timely access to goods that are appropriate for a specific location, occasion, or situation.

Experience Center

Create a space that encourages your customers to interact with your offerings—but purchase them through a different (and often lower-cost) channel.

Brand

Co-Branding

Combine brands to mutually reinforce key attributes or make new experiences seem magical.

Brand Leverage

"Lend" your credibility and allow others to use your name—thus extending your brand's reach.

Private Label

Provide goods made by others under your company's brand.

Brand Extension

Offer a new product or service under the umbrella of an existing brand.

Component Branding

Brand an integral component to make a final offering appear more valuable.

Transparency

Let customers see into your operations and participate with your brand and offerings.

Values Alignment

Develop a brand or mark that stands for a big idea or a set of values and express them consistently in all aspects of your company.

Certification

Develop a brand or mark that signifies and ensures certain characteristics in third-party offerings.

Whimsy and Personality

Humanize your offering with small flourishes of on-brand, on-message ways of seeming alive.

Status and Recognition

Offer cues that infer meaning, allowing users—and those who interact with them—to develop and nurture aspects of their identity.

Customer Engagement

Process Automation

Remove the burden of repetitive tasks from the user to simplify life and make new experiences seem magical.

Experience Simplification

Reduce complexity and focus on delivering specific experiences exceptionally well.

Curation

Use a distinct point of view to separate the proverbial wheat from the chaff—and in the process create a strong identity for yourself and your followers.

Experience Enabling

Extend the realm of what's possible to offer a previously improbable experience.

Mastery

Help customers to obtain great skill or deep knowledge of some activity or subject.

Autonomy and Authority

Grant users the power to use your offerings to shape their own experience.

Community and Belonging

Facilitate visceral connections to make people feel they are part of a group or movement.

Personalization

Alter a standard offering to allow the projection of the customer's identity.

Whimsy and Personality

Humanize your offering with small flourishes of on-brand, on-message ways of seeming alive.

Status and Recognition

Offer cues that infer meaning, allowing users—and those who interact with them—to develop and nurture aspects of their identity.



C'est une époque palpitante pour les commissions d'indemnisation des accidents du travail.

Pourquoi votre avenir *dépend* de la stratégie et de la curiosité

Pour l'Association des commissions des accidents du travail du Canada (ACATC)