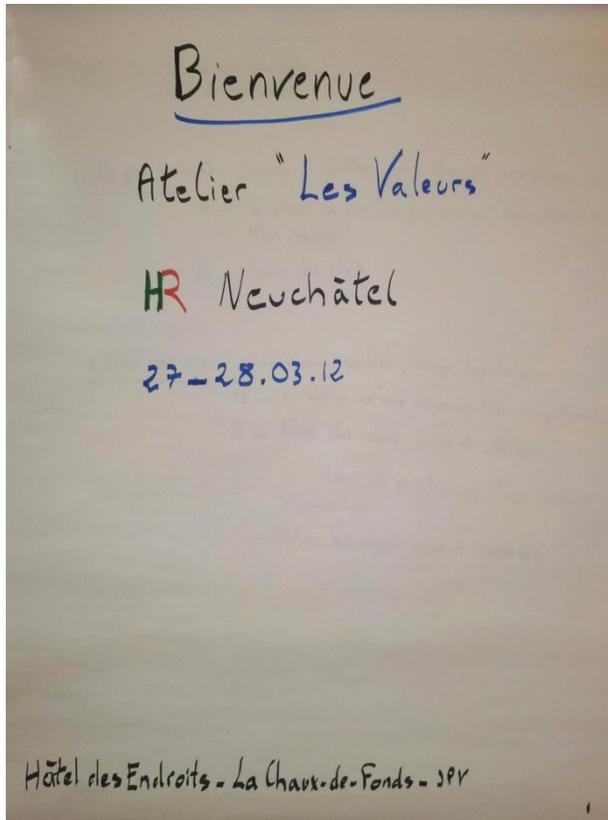


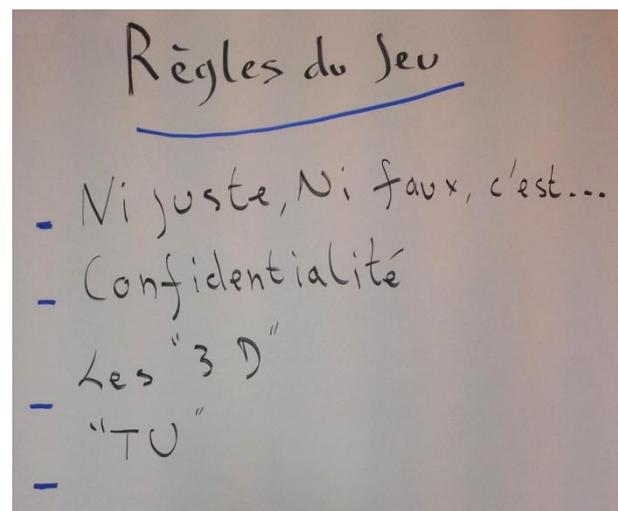
L'ENTREPRISE EN 80 VALEURS

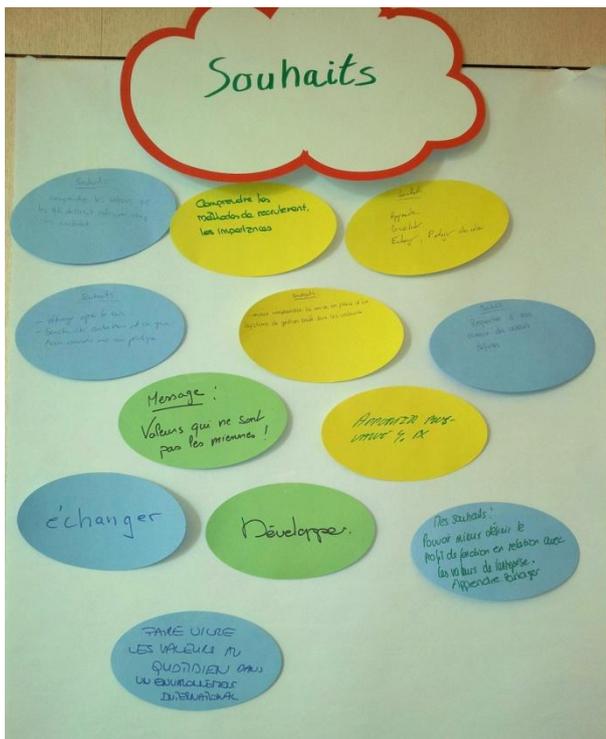
Quelques photos et commentaires pour retracer le processus de l'atelier.



Quand un groupe de personnes doit développer un processus, une vision, une stratégie, un nouveau produit, ou un système de valeurs ils doivent décider ensemble d'une série de comportements, de principes qui faciliteront leurs interactions.

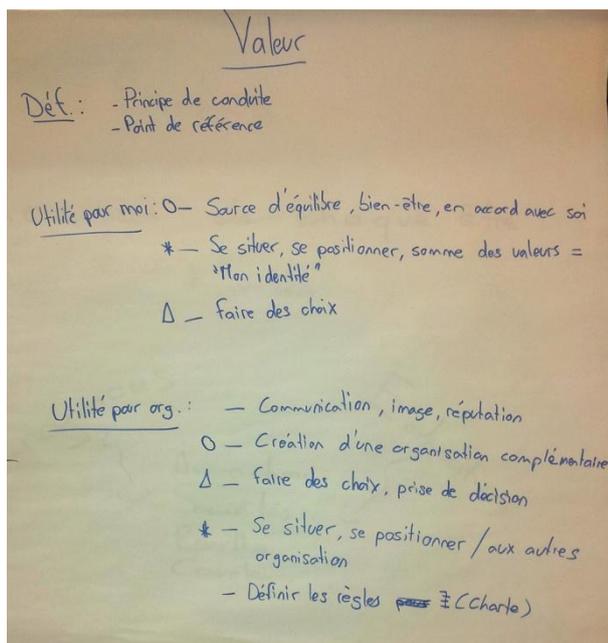
Une démarche implicite ne suffit pas. Il faut réellement s'entendre et être explicite.





Les souhaits, quand à eux, expriment l'ambiance et des besoins en général plus personnels.

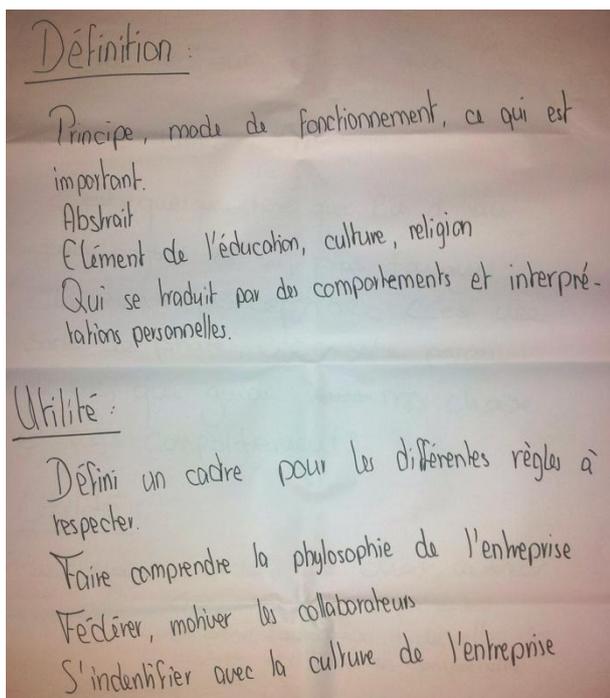
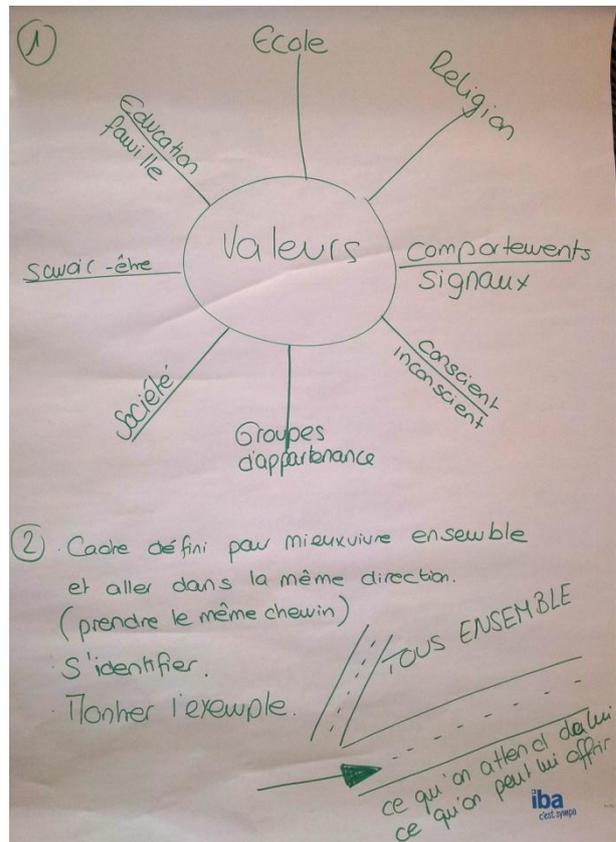
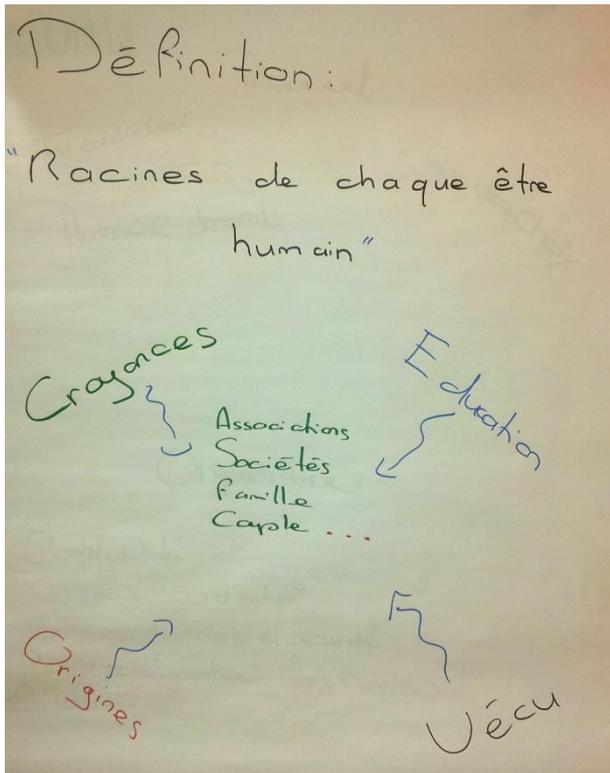
Nous avons ensuite travaillé en sous groupe pour faire « remonter » au niveau conscient ce que nous savons, percevons et comprenons des Valeurs et de leur impact sur notre vie.

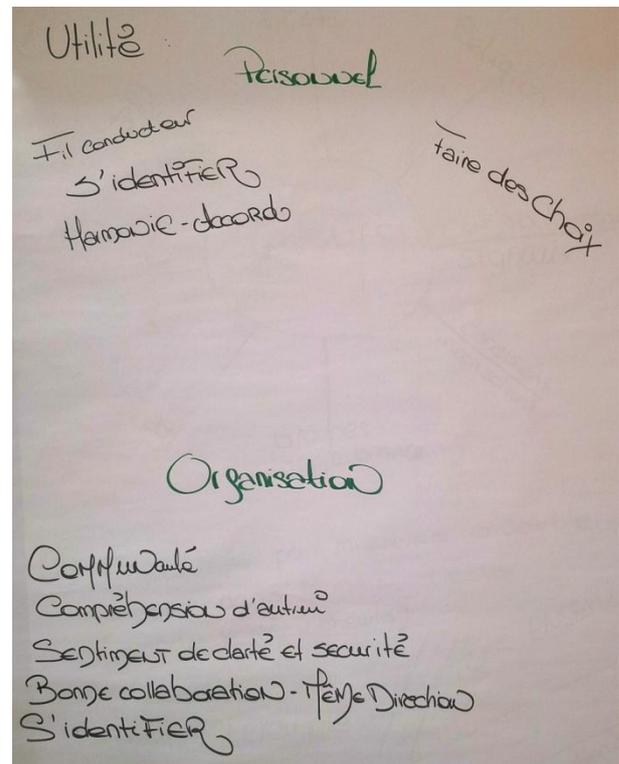
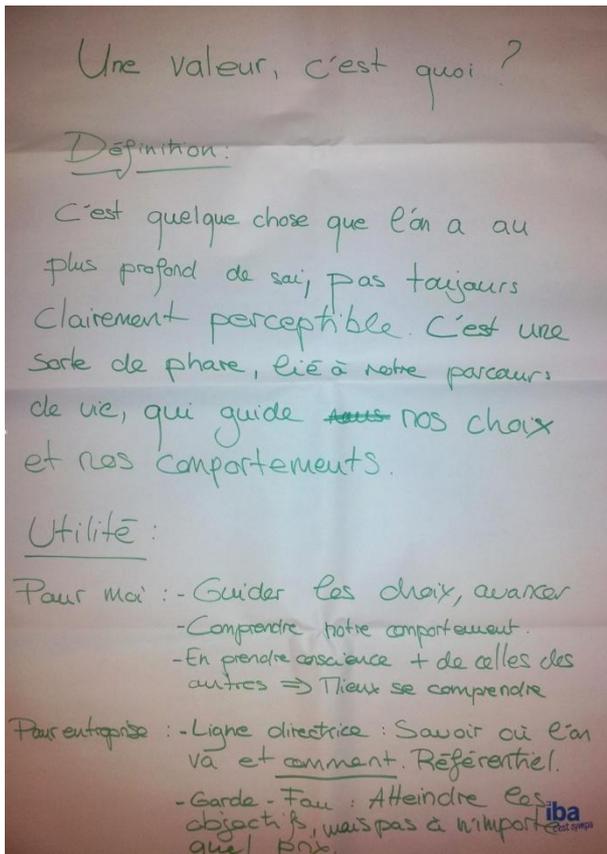


Quelle(s) définition(s) leur donnons-nous ?

Est-ce que les valeurs sont utiles pour moi ?

Et pour mon organisation ?





Une bonne manière pour savoir si l'on parle vraiment d'une valeur est de procéder comme suit :

Quand vous pensez à une personne et que vous dite d'elle qu'elle « est sérieuse » et que c'est une réputation bien établie, vous savez qu'une de ses valeurs est « le sérieux ».

Autres exemples : Être flexible => la flexibilité ; Être respectueux => le respect...

Ensuite, il faut se mettre d'accord sur ce que signifie la valeur flexibilité ou respect dans le contexte propre à mon entreprise.

C'est donc une question de spécificité. Dans une structure donnée, le respect – valeur tarte à la crème s'il en est ;-) – semble être lié à la précision et au respect des normes de fabrication d'un produit.

Dans une autre, il s'agira d'une valeur plus « éthique » et donc liée à un comportement attendu de la part de la direction et devant être vécue.

Idem pour toutes les valeurs qu'une structure souhaite se donner.

Ensuite, pour simplifier, il faut raconter une histoire.

Exemple : une organisation qui vend essentiellement des services « intellectuels » souhaite mettre en avant 5 valeurs intimement vécues en son sein. Ici, la direction a réfléchi à un scénario permettant une bonne communication interne et externe.

Les 5 valeurs (toutes pilotes) sont les suivantes : la Créativité, la Réactivité, l'Enthousiasme, l'Energie, la Rigueur.

Le scénario ou moyen mnémotechnique est « CRÉER ».

Chaque valeur est accompagnée de sa description spécifique :

La Créativité : c'est notre atout principal. Là où nos concurrents tombent en panne sèche d'inspiration, nous ne nous donnons à priori pas de limite (sauf celles imposées par nos mandats et les moyens de nos clients).

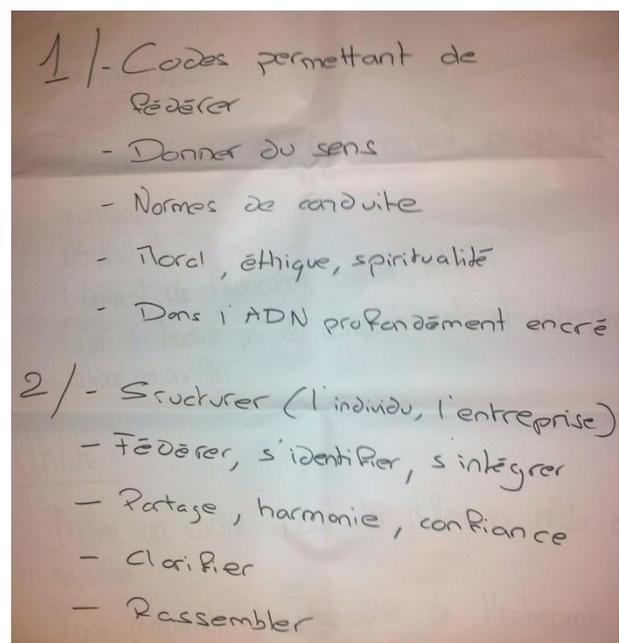
La Réactivité : nous avons décidés de réagir immédiatement en cas de demande d'offre. Nos partenaires, c'est notre expérience, nous approchent toujours au dernier moment. Ils exigent de nous un temps de réaction très court.

L'Enthousiasme : en dehors du fait que d'un point de vue étymologique ce mot signifie littéralement « souffle de Dieu », nous cherchons toujours à nous renouveler et à nous stimuler pour donner une profondeur à nos réalisations.

L'Energie : sans elle, nous ne pourrions même pas envisager un rythme soutenu. Il s'agit pour nous de cette composante qui est limitée et individuelle. Chacune et chacun est doté d'une certaine quantité d'énergie. Raison pour laquelle nous choisissons de nous concentrer sur une tâche à la fois et d'aller de A à Z pour chaque dossier.

La Rigueur : nous considérons qu'un partenariat se construit. Une des raisons de notre succès est la confiance que nos clients nous accordent au vue de l'excellent niveau de professionnalisme que nous nous efforçons de garder.

En lisant cet exemple, vous découvrez quelques valeurs associées dans l'ordre d'apparition : l'inspiration, l'infini, le renouvellement, la stimulation, la concentration, la confiance, l'excellence.



Je vous souhaite une bonne « implantation de votre système de valeur. Jean-Paul Venditti