

<i>DIRE CE QUE L'ON VEUT, DIRE CE QUE L'ON FAIT, FAIRE CE QUE L'ON DIT</i>		
MAQ Management Qualitatif	MANUEL DE MANAGEMENT QUALITATIF	numéro : 04.13 version : 1 date : 02/2015 page : 01/01
Procédure	<i>Formaliser les missions de chacun</i>	

Introduction

De nombreux patrons se plaignent que leurs collaborateurs ne font pas ce qu'ils leur demandent.

Mais ont-ils émis des demandes précises ?

Ont-ils donné des objectifs et des missions à leurs collaborateurs ?

Certains le font. D'autres vont encore plus loin en communiquant à leurs collaborateurs :

- les valeurs auxquelles ils croient ;
- le sens de leur action ;
- leur projet professionnel et leur projet pour l'entreprise.

Ils fournissent ainsi à leurs collaborateurs un cadre d'expression et d'action qui peut même devenir un terrain d'ouverture et d'épanouissement de leur personnalité.

Ces patrons ont parfois la surprise de recevoir de leurs collaborateurs ...

... beaucoup plus qu'ils n'auraient jamais osé demander !

Ont-ils un secret ? Quel est ce secret ?

La sécurité du rituel ... dans un monde qui bouge !

Il n'est pas certain que tous les Hommes soient faits pour se donner des challenges ou gravir des montagnes.

En revanche, il est certain que nous avons besoin de comprendre ce que nous vivons pour être bien dans notre tête.

Nous avons tous besoin d'avoir au minimum une vision correcte de ce qui se passe.

Ceux qui ont le plus de difficultés à visualiser leur environnement, cherchent à se réfugier dans leur rituel, dans leur sécurité.

Nous sommes dans un monde qui bouge, de plus en plus vite.

Aucun patron ne peut offrir à ses collaborateurs un cadre figé, car une entreprise qui ne s'adapte pas va mourir.

L'art du manager consiste à offrir :

- une vision claire avec une entreprise en constante adaptation ;
- la sécurité de l'avenir dans un mouvement permanent ;
- le plaisir de la réussite en équipe pour ouvrir les Hommes ;
- le challenge d'une équipe pour épanouir l'Homme et sécuriser son avenir professionnel.

Le Management délégataire "centré client"

Une entreprise, centrée client, a une culture et des plans d'action centrés sur celui qui la fait vivre, celui qui la paie : le client.

Le premier centrage client est la stratégie : *vers quels marchés je veux aller ?* (le marché étant la somme des clients).

Le vrai client est inclus dans le savoir-faire de l'entreprise, ce savoir-faire original qui permet une bonne rémunération.

Le savoir-faire de l'entreprise repose sur une bonne mise en oeuvre par les collaborateurs et collaboratrices.

La stratégie orientée client se retrouve dans la mission de chaque collaborateur.

Pour que chaque collaborateur apporte à l'entreprise de la valeur ajoutée, **le minimum est de lui en donner la mission**, laquelle mérite d'être écrite et conjointement validée.

Gérard GEORGEAULT

**« Pour faire de grandes choses, il ne faut pas être un si grand génie ;
il ne faut pas être au-dessus des hommes ; il faut être avec eux. »**

MONTESQUIEU