

<i>DIRE CE QUE L'ON VEUT, DIRE CE QUE L'ON FAIT, FAIRE CE QUE L'ON DIT</i>		
<b>MAQ</b> Management Qualitatif	<b>MANUEL DE MANAGEMENT QUALITATIF</b>	numéro : 05.11 version : 3 date : 06/2009 page : 01/01
Procédure	<i>Ça se passe dehors</i>	

### **Primauté du dehors au lieu de la primauté des pouvoirs internes des chefs**

Un organigramme classique a un axe vertical, avec les chefs en haut et les opérateurs en bas.

Le client est absent de l'organigramme classique.

La réalité est que le **client, et lui seul, nous fait vivre !**

Les regards doivent donc **tous être tournés vers le dehors**, et pas vers le chef.

C'est la condition de la survie d'une entreprise.

### **Pouvoir du client au lieu du pouvoir du chef**

Pour que le pouvoir du client apparaisse, il faut que celui du chef s'efface !

Qu'il s'efface de l'organigramme classique où le client n'apparaît même pas !

Qu'il laisse les places de parking les plus proches de l'entrée aux clients et aux visiteurs.

Si le patron a la place réservée la plus proche de l'entrée, on pense que c'est lui le plus important, or le plus important c'est **celui qui nous fait vivre : le client !**

### **Les yeux tournés vers l'extérieur au lieu des yeux fixés sur le budget**

Pour que l'entreprise s'adapte à ses clients qui la font vivre, il faut que **TOUS** les yeux de l'entreprise soient tournés vers l'extérieur, y compris ceux qui font au quotidien (ouvriers et dessinateurs) car alors **le pourquoi des choses** devient évident.

Ceux qui sont au contact direct des clients, commerciaux et conducteurs de travaux, sont les héros, **les hérauts** de l'entreprise pour mettre chacun en contact avec l'extérieur de façon que chacun adapte **son « comment »** quotidien à son seul centre d'intérêt : le client.

*(héraut = Officier public dont la fonction était de porter les messages)*

Se raccrocher au budget présente plusieurs dangers :

- cela sécurise de se raccrocher à quelque chose de « certain », et fait oublier que rien n'est certain ;
- il est plus facile de suivre des rails, que d'explorer de nouveaux chemins ;
- le budget justifie les pouvoirs de celui qui fait le budget, contrôle et sanctionne !

Ceux qui nourrissent l'entreprise par le service au client doivent être mieux rétribués que ceux qui ont le pouvoir négatif de la sanction ou de la critique.

### **L'entreprise holomorphe** *(du grec « holos » qui signifie tout et du grec « morphé » qui signifie forme )*

Définition : entreprise de croissance type informatique californienne

Le chef : celui qui a le ballon

Centre de gravité : le client

Type de logique : Logique de complexe = GLOBAL

Type d'actions générées : METACTIONS

*(la vie par l'organisation des systèmes, du grec métabolé = changement)*

Points forts : autonomie, responsabilité, développement, leadership, jeu d'équipe

Points faibles : ne peut se mettre en place que si le pouvoir accepte de s'effacer

Gérard GEORGEAULT

**« On n'est jamais trop exigeant avec soi - même lorsqu'il s'agit de satisfaire le client. »**

*Raymond LEVY - PDG de RENAULT*