

<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 : 05.12 version : 3 date : 06/2009 page : 01/01
Procédure	<i>L'information client ronde</i>	

### **Pouvoir du dehors, au lieu de pouvoir du dedans**

Tout est dehors : le client qui nous fait vivre, le fournisseur qui nous permet de satisfaire le client, le contrôleur qui vérifie la conformité aux règles professionnelles, le député qui fait les lois, l'inspecteur du travail qui les fait appliquer :

#### **TOUT EST DEHORS**

Hélas, les organigrammes ne sont que l'image du dedans !

Le rôle du chef est d'effacer la membrane de la cellule entreprise pour la rendre entièrement perméable au dehors. Dans une entreprise totalement perméable, une entreprise ronde, il n'y a **aucun pouvoir dedans, tout le pouvoir est dehors** : celui du client, du contrôleur, de l'inspecteur,...

« **Le chef est celui qui a le ballon** », selon Fauvet :

- ↳ *Le chef est celui à qui le client a confié le ballon ;*
- ↳ *Le chef est celui qui a en charge le problème du dehors.*

### **L'info client ronde au lieu de l'info interne carrée**

Le client transmet des informations **concrètes, simples**, quasiment physiques :

- ↳ il dit ce qu'il veut, quand et en quelles quantités.

De temps en temps, il transmet des informations **affectives**, positives s'il est content, négatives s'il n'est pas content.

Dans une entreprise **carrée** avec huit niveaux hiérarchiques, au fur et à mesure que l'information pénètre dans l'entreprise, la structure phagocyte cette information, la censurant, en perd une partie mais surtout la transforme en paramètres abstraits : en fonction du niveau de commande,

- les relations humaines vont changer les horaires, et l'ouvrier ne saura pas pourquoi ;
- le planning change les affectations des machines ;
- l'ordonnancement transforme une quantité physique en numéros abstraits, ou en codes barres.

Et seule l'expédition verra, peut-être, que trente pièces sont prêtes, alors qu'il en fallait quarante.

Dans une entreprise **ronde**, la nôtre, les informations arrivent le plus près possible de l'opérateur.

L'opérateur reçoit directement les informations qui traitent du **pour quoi** et du **pour qui** !

Mieux informé, doué d'intelligence, il prend les meilleures dispositions pour le **comment** satisfaire le client.

Faire des heures supplémentaires à la dernière minute, sans explication, c'est démotivant.

Décider de faire quelques heures supplémentaires pour satisfaire le client, cela a du sens.

Le **pour quoi** et le **pour qui** sont **motivants** et responsabilisants.

Le **comment**, venu de trois niveaux hiérarchiques au dessus, est totalement **démotivant**.

Gérard GEORGEAULT

**« Celui qui rencontre le plus de succès dans la vie est celui qui est le mieux informé. »**

*Benjamin DISRAELI*