

VENA

V E N T U R E G A T E

BOSS

L E S N O U V E A U X P A T R O N S

G U E S T
F A R A
I N T E R N A T I O N A L

Y1-V09



COMPANY | START-UP | PROJECT LEADER

Découvrez comment notre projet ambitieux vous offre une visibilité exceptionnelle dans le monde "Corporate". Nous vous invitons à saisir cette opportunité unique pour partager vos idées et réussites sur nos pages prestigieuses.

Notre magazine, VEGA "Venture Gate", est un véritable tourisme économique, un moteur de croissance, soutenant les entreprises et les entrepreneurs, qu'ils soient publics ou privés, de toutes envergures, dans leur développement national et international.

Joignez-vous à une économie novatrice et engagée qui englobe divers domaines tels que la technologie, l'industrie, les sciences, la santé, l'éducation, la recherche, l'agriculture et bien d'autres secteurs cruciaux comme les transports et les énergies.

Nous amplifions vos efforts en diffusant notre magazine dans les Ministères, les Ambassades et auprès d'autres acteurs économiques majeurs. Profitez de cette opportunité de faire rayonner votre entreprise et vos projets auprès des organismes influents et diversifiés, propulsons votre succès vers de nouveaux sommets.

MAGAZINE INTERNE DISTRIBUÉ AU
NIVEAU DES MINISTÈRES, AMBASSADES,
FOIRES, ÉVÉNEMENTS, GRANDS HÔTELS,
OPÉRATEURS TÉLÉPHONIQUES
GRANDS OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES,
PROFESSIONS LIBÉRALES.

V E N T U R E G A T E



CITRON YELLOW BUSINESS
CORPORATE DESIGN AGENCY
citron.dz/contact@citron.dz

SOMMAIRE

06.

THE PRIME
Faceboss

08.

LE CHEMIN DU
COMMENCEMENT
happy first day

10.

QUALITÉ DU PATRON
Un patron fort

14.

LA FORMATION
BOSS vs student

18.

ACQUISITION
DE TALENTS
Hiring for who's

26.

PATRON MODÈLE
The prototype

30.

PATRON NÉGOCIATEUR
we care your expect

40.

PATRON STRATÈGE
Speak less act better

44.

PATRON TYPE
20/20

50.

PERSONNALITÉ
DU PATRON
Business nature

54.

FOCUS
Huawei
mate 60 pro

56.

THE LATE
Universités
d'entreprise

Apprenez
la recette
choisissez
les ingrédients,
ensuite pensez
à la marmite.

C'est le Patron qui fait l'entreprise à son image.





L ' e n v e l o p p e • s u r m e s u r e 



**ENVELOPPES
TOUS FORMATS**

ENVELOPPES & POCHETTES
PRODUITS EN PAQUETS
COURRIER SÉCURISÉ
IMPRESSION PERSONNALISÉE
ENVELOPPES EN POLYPROPYLENE



Z. A. BEN DHANOUN
BP A68, Khemis El-Khechna
35350 Boumerdes, Algérie

T: 024 976 073 / 78 - F: 024 976 055
0770 941 111 / 0555 010 360

faras-international.com



PLAYSTORE



WEB SITE

“ THE PRIME ”

FACEBOSS

Un patron exemplaire est bien plus qu'un simple chef d'entreprise. Il incarne un ensemble de qualités et de caractéristiques qui en font un leader exceptionnel au sein de son organisation.

Tout d'abord, un tel patron possède une vision claire et inspirante de l'avenir de l'entreprise, elle va au-delà des objectifs à court terme, elle représente une direction stratégique qui guide toutes les décisions et actions de l'organisation. Cette vision est cruciale pour donner un sens à l'effort collectif et motiver les employés à travailler vers un objectif commun.

En outre, le patron authentique est au cœur de son succès. L'authenticité signifie être soi-même tout le temps, agissant avec intégrité et cohérence par rapport à ses valeurs. Cela se traduit par des actions alignées sur les paroles, ce qui renforce la confiance de l'équipe envers son patron.

La communication est une autre compétence essentielle. Le patron exemplaire excelle dans la communication, que ce soit pour écouter attentivement les préoccupations de ses collaborateurs ou pour transmettre clairement ses idées et objectifs. Cette capacité à communiquer efficacement crée un climat de travail ouvert et transparent.

De plus, la prise de décision réfléchie est une caractéristique marquante. Ce patron les prend judicieusement en tenant compte des données disponibles, des avis de son équipe, et des implications à long terme. Il n'hésite pas à prendre des décisions difficiles lorsque cela est nécessaire.

Le patron exemplaire est également un fervent défenseur du développement des talents au sein de son organisation. Il investit dans le développement professionnel de ses collaborateurs, les encourageant à acquérir de nouvelles compétences et à atteindre leur plein potentiel. Il sait reconnaître et promouvoir le talent interne.

Enfin, l'empathie est une qualité humaine essentielle qu'il démontre envers ses employés. Il comprend leurs besoins, est sensible à leurs préoccupations et prend en considération leur bien-être.

En somme, un patron exemplaire est bien plus qu'un simple dirigeant. Il incarne une vision inspirante, agit avec authenticité et intégrité, communique efficacement, prend des décisions réfléchies, favorise le développement des talents, et fait preuve d'empathie envers ses collaborateurs. Son leadership est un modèle d'engagement envers la réussite de l'entreprise et le bien-être de son équipe.



Avoir une bonne culture d'entreprise, un bon patron doit savoir inculquer la culture d'entreprise à son entourage. À commencer par ses employés et ses partenaires. La culture d'entreprise est un mode de fonctionnement qui vise à apporter la cohésion et la motivation auprès de tous les partenaires. Insuffler ce mode de fonctionnement relève du rôle du leader.

Une culture d'entreprise est efficace lorsque chaque membre de l'entreprise ressent le sentiment d'appartenance au groupe. Il effectue son travail avec la motivation de porter l'image de l'entreprise vers les monts les plus élevés.

Cette vision se définit aussi par la cohésion qui est visible et palpable au sein d'une équipe. Tous les membres d'une entreprise peuvent avoir des visions différentes, mais ils ont un seul et même objectif. C'est de faire en sorte que le but imposé en collaboration avec le dirigeant soit atteint.

Une bonne culture d'entreprise fait ressortir la singularité de chaque collaborateur afin d'en faire bon usage dans une collaboration en groupe. Elle devient alors un composant important dans la réussite d'un business. En effet, les collaborateurs vont se sentir comme chez eux, mais tout en sachant qu'ils sont au travail. Cela les aide à maintenir le niveau d'éthique nécessaire pour ne pas troubler l'équilibre relationnel établi par le patron.

Avoir un bon relationnel avec ses employés, la relation au travail est une corde sensible qu'il faut entretenir des deux côtés. Le patron et les employés ont chacun un rôle à jouer dans l'ambiance de travail. De nombreux critères entrent en jeu pour cela. À commencer par la confiance qui est la base d'une bonne relation. Elle s'obtient en étant authentique et intègre.

L'honnête : C'est-à-dire qu'il doit toujours agir selon les intérêts communs et non seulement selon les siens. La communication doit également être au centre de ses intérêts. Le patron doit savoir exprimer ses attentes et ses appréciations. Cela permet d'avoir un bon relationnel, car des compliments apportent davantage de motivation pour les employés.

L'empathie : C'est un pilier important pour un patron. Les collaborateurs ont des désirs et des sentiments. En faisant en sorte que chacun se sente écouté, il impose une ambiance et un bon relationnel entre chaque membre de la société. C'est en tenant compte de la voie de chaque employé qu'il peut espérer obtenir le meilleur d'eux même.

Directif : Il s'agit d'un modèle de leadership essentiellement descendant, par lequel seuls des ordres sont véhiculés. Obéissance, discipline, exécution, résultat et performance sont les mots-clés du patron directif.

Participatif : Le patron participatif souhaite que les décisions se prennent en équipe. Il n'hésite pas à faire appel aux compétences de chacun pour mener à bien sa mission. Les mots-clés sont : *confiance, écoute, communication, collectif et consensus*.

Collaboratif : Un patron collaboratif fait participer tous ses collaborateurs. Les groupes de travail et les team-building sont sa spécialité. Les mots-clés sont : *coopération, cohésion, échanges et communication*.

Visionnaire : Le patron visionnaire réunit son équipe et le galvanise autour d'un projet, d'une vision commune et d'un but commun. Les mots-clés sont : *Liberté, confiance, collaboration et fédération*.

Coach : Le patron coach croit en ses collaborateurs et souhaite les faire grandir. Il soutient le développement professionnel et les prises d'initiatives. Les mots-clés sont : *épanouissement, motivation, montée en compétences, challenge et accompagnement*.

Chef de file : Le patron chef de file se présente comme un modèle à suivre. Il n'est pas autoritaire, mais peut être très exigeant.

Un bon patron : Il y a quelques points essentiels sur lesquels se pencher. En somme, ils visent à faire en sorte qu'un dirigeant soit objectif et professionnel à tous les niveaux.

Lorsque la relation entre le patron et les employés est au beau fixe, cela accentue leur productivité. Ils ont plus d'aisance à trouver des solutions aux problèmes. Même les nouvelles idées fument facilement lorsque le côté relationnel est meilleur au sein d'une entreprise. Ce genre de situation est bon pour faire marcher et fructifier le business.

Avoir une attitude exemplaire, le patron est toujours la première personne envers qui les employés se réfèrent. C'est pour cette raison qu'il doit toujours donner l'exemple. Cela commence par la manière dont il dirige l'entreprise. Une certaine organisation doit être établie afin que cela se fasse également ressentir par les autres partenaires. Les objectifs établis au sein de la société doivent toujours être atteignables par tous. Autrement, cela risque de défavoriser certains et ce n'est jamais bon pour la mise en place d'une bonne culture d'entreprise.

La conviction est un point essentiel pour un bon patron. Cela permet d'avoir un bon niveau de crédibilité auprès des employés. Après tout, s'ils sont tous réunis en tant que collaborateurs, c'est grâce à l'idée de leur patron. En faisant un rappel régulier de vos ambitions pour l'entreprise, vous finissez par transmettre votre détermination à vos équipiers.

Enfin, il y a le respect qui doit être pareil. Si les employés constatent que le patron agit différemment avec certains collaborateurs en raison de leurs catégories professionnelles, ils risquent d'en faire pareil. Encore une fois, une entreprise ne peut pas fonctionner correctement s'il manque un pion. Chaque employé mérite donc un respect pour le travail qu'il fournit.

Savoir dire non, souvent, à force de vouloir mettre en place une culture d'entreprise, le patron finit par céder à tort et à travers aux requêtes de ses employés. Il faut toujours que chaque décision prise soit en relation directe avec l'objectif de l'entreprise en tant que source de profit. Autrement, la fermeture ne va pas être très loin. Une réclamation n'est pas faite pour être acceptée. Elle est faite pour remettre en question l'organisation et la place de la personne vis-à-vis de celle-ci.

La frontière professionnelle s'établit à travers une impartialité du patron. Tous les partenaires doivent être traités de la même manière. Il ne doit pas y avoir de collaborateur préféré. Pour la simple et bonne raison que tout le monde participe au bon fonctionnement du business. La présence et l'absence d'un employé font toute la différence dans la réussite d'un projet.

La manière de récompenser et de faire un rappel à l'ordre doit être pareille. Généralement, lorsque la culture d'entreprise est réussie, les employés comprennent facilement les limites à ne pas franchir. Ils savent qu'il y a une frontière professionnelle à respecter.

LE CHEMIN DU COMMENCEMENT

HAPPY
FIRST DAY

BIEN PRÉPARER LE TERRAIN

Le départ d'un patron peut découler de diverses raisons telles que la retraite, une démission, la fin de son mandat, ou encore une décision de changement de vie. Ce départ, quels qu'en soient les motifs, engendre une série de conséquences. Tout d'abord, des formalités administratives s'imposent pour mettre en place la nouvelle organisation au sein de l'entreprise. Cependant, ce passage de témoin n'est pas une sinécure, et il représente un défi de taille, en particulier pour le nouveau patron. Les premiers pas dans une fonction de haute responsabilité revêtent une importance cruciale. Nous explorerons ensemble les conseils les plus recommandés visant à optimiser la prise de fonction d'un nouveau patron.

S'APPROPRIER ET COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT, Pour réussir sa prise de fonction, il est impératif de consacrer du temps à l'étude minutieuse de l'entreprise. Il est essentiel d'accepter la nécessité de prendre son temps et d'éviter la précipitation. La phase de découverte revêt une importance capitale pour comprendre pleinement les attentes des actionnaires. Ainsi, il convient de mener une enquête approfondie en gardant constamment en tête les objectifs visés tout en impliquant activement les équipes. Le nouveau patron peut mettre en place des entretiens individuels ou collectifs, multiplier les rencontres avec les collaborateurs internes et les partenaires externes afin de se faire une vue d'ensemble de la situation. Cette approche permettra au nouveau patron de cerner les atouts, les risques, les opportunités, et les partenariats potentiels de l'entreprise. En somme, il s'agit de dresser un état des lieux exhaustif de la situation pour identifier les enjeux réels et définir une stratégie d'entreprise appropriée.

COMMUNIQUER LES VALEURS AVEC COHÉRENCE, Lors de sa prise de fonction en tant que directeur général, la première tâche consiste à comprendre le fonctionnement de l'entreprise et à évaluer les points d'attention. Un changement de patron peut parfois signifier une réorientation de la stratégie d'entreprise et entraîner un changement de sa culture. Toutefois, il est crucial d'éviter de provoquer une révolution en imposant des valeurs en opposition avec celles déjà établies. Les valeurs définies doivent être communiquées et partagées de manière cohérente. Lors de son arrivée, le patron doit réellement passer un test de crédibilité et de légitimité. C'est pourquoi, s'il adopte un comportement en adéquation avec ses valeurs, il donnera l'image recherchée. Par exemple, s'il déclare valoriser le travail d'équipe mais prend des décisions unilatérales en travaillant seul dans son bureau, il sera perçu comme n'ayant pas l'esprit d'équipe. Établir des liens solides avec ses collaborateurs est incontournable, car sans leur confiance, la réussite du changement serait compromise.

CRÉER UNE ÉQUIPE À SON IMAGE, Le changement de direction offre une opportunité de faire évoluer l'entreprise dans une nouvelle direction sous l'impulsion du nouveau patron. Il est fréquent qu'un changement de patron entraîne la naissance de nouveaux projets et une réorganisation de la hiérarchie. Cette phase implique de réunir des personnes partageant la vision du changement autour du patron. Après la phase d'observation, le patron peut optimiser ce qui existe déjà pour constituer son équipe. Il est essentiel de ne pas se positionner en tant que liquidateur, car cela engendrerait des perturbations. À ce stade, et toujours dans le but d'améliorer la situation, il peut être nécessaire de co-construire et de créer des synergies. Pour ce faire, il est judicieux d'identifier les enjeux personnels de chacun et de les rassembler autour de soi. Le nouveau patron doit constamment garder à l'esprit que la dimension humaine joue un rôle central dans cette phase.

APPORTER UNE VISION CLAIRE ET LÉGITIMER L'ACTION, Après avoir accompli les premières étapes de découverte, de restructuration, et de préparation, il est temps de définir une stratégie claire et de la communiquer. Il est crucial de ne pas perdre de vue que l'entreprise fonctionnait avant l'arrivée du nouveau patron. L'objectif n'est pas nécessairement de repartir de zéro, mais plutôt d'optimiser ce qui existe déjà et de proposer des axes d'amélioration. L'orientation des équipes dans une direction commune est primordiale pour créer un sentiment d'appartenance fort et définir un objectif partagé qui donne du sens. Les collaborateurs doivent comprendre pourquoi et comment ils contribueront aux projets pour se projeter dans l'avenir. Plutôt que de viser des objectifs trop ambitieux, il est préférable d'engager un plan d'actions précis et jalonné. Cela permettra une mise en œuvre rapide et la réalisation de résultats tangibles. Ainsi, le nouveau patron donnera de l'élan aux actions des équipes en instaurant la confiance.

La transition vers une prise de fonction du nouveau patron est une étape qui se prépare bien en amont de la première journée. Avant et pendant sa prise de fonction, le patron peut également bénéficier de l'accompagnement d'un coach professionnel. Ces coachs aident à prendre du recul sur la situation, à détecter les forces et les faiblesses, et à travailler sur le développement du management et de la confiance en soi. Recourir à un coaching professionnel peut toujours mettre l'accent sur l'aspect humain et collectif. La communication est une base fondamentale pour un directeur qui guide l'action et les collaborateurs. Elle doit être constante, ne pas être déléguée, et incarner le changement proposé par le patron. En résumé, une bonne communication repose avant tout sur la cohérence entre les paroles et les actes. Il convient de ne promettre que ce qui peut être tenu et réalisable.



Un patron..

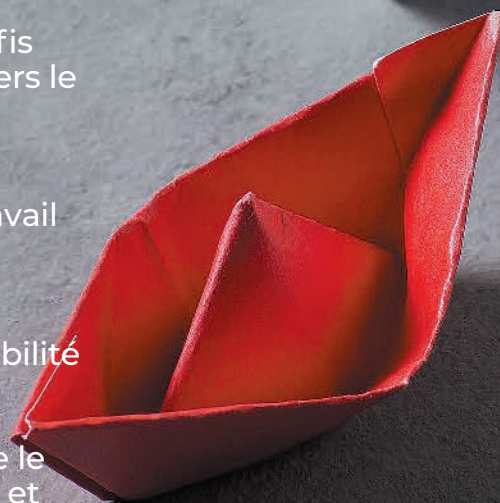
.. fort se distingue par sa capacité à prendre des décisions éclairées et à les mettre en œuvre avec détermination.

Il sait inspirer et motiver son équipe, tout en étant un exemple de travail acharné et d'intégrité.

Sa vision claire et sa résilience face aux défis guident l'entreprise vers le succès.

Il favorise un environnement de travail positif, encourage la créativité et la collaboration, tout en assumant la responsabilité de ses actions.

Un patron fort incarne le leadership, l'efficacité et l'humilité, et il sait équilibrer la recherche de résultats avec le bien-être de son équipe.



GIVE THEN RECEIVE

Diriger une entreprise c'est d'abord une affaire de personnalité et de motivation. C'est également avoir la faculté de prendre des avis et la capacité de faire des synthèses avant de décider par soi-même.

Le patron est comme un chef d'orchestre. Il ne joue pas à la place de ses musiciens, mais maîtrise l'ensemble de la partition, et donne le tempo.

Qualités innées et compétences acquises dans le cadre d'une formation au management pour un patron se conjugent quand il s'agit d'anticiper et de prendre des décisions stratégiques.

Mais dans tous les cas c'est l'expérience qui forge le patron que ses propres échecs surmontés aident en général à aller plus loin.

«Un employé doit avoir confiance en son patron. Ce dernier doit être formateur. En arrivant dans une nouvelle entreprise, il y a toujours des choses à apprendre et découvrir. C'est pour cela qu'il est important d'avoir confiance en quelqu'un et savoir que l'on peut s'y appuyer. Un salarié livré à lui-même risque d'être perdu et ainsi démotivé. Pouvoir poser des questions à son patron évite d'une part les erreurs et d'autre part instaure un climat favorable au travail. Les échanges doivent aussi être réguliers pour ne pas perdre les efforts effectués à l'arrivée du salarié».

«Un patron qui vous donne confiance est déjà agréable, d'autant plus quand on est jeune, et bien accueilli dans l'entreprise. Effectivement, plus d'un tiers du temps quotidien est passé au travail donc il est important de s'y sentir bien. À l'arrivée, c'est au patron de créer une ambiance de travail agréable et confortable. Par exemple de visiter les locaux et toucher à la présentation à l'entreprise. Une étude montre que pour 85% des jeunes sondés, l'accueil est primordial et définira leur relation future avec leur patron».

Il est également important d'être responsabilisé au sein de l'entreprise. C'est pourquoi 84% des jeunes interrogés jugent qu'il est important d'organiser son travail soit même. Une relation de confiance doit de ce fait être établie entre les deux parties pour que cette autonomie soit possible.



LES SEPT PILIERS DU LEADERSHIP : Sept qualités, illustrées ici par de grandes figures historiques ou médiatiques, sont unanimement jugées nécessaires pour faire un bon patron.

1. La hauteur de vue de KARAJAN : Qui n'a jamais rêvé d'être patron... Ne serait-ce que pour ne plus devoir obéir au sien, auquel on reproche tel ou tel défaut dont on s'estime, à tort ou à raison, indemne? Très peu d'hommes et de femmes possèdent l'étoffe d'un patron. Mais de quoi au juste est-elle faite, cette étoffe? Nous avons posé la question à des chefs d'entreprise, des coaches, des chasseurs de têtes, des sociologues... Leurs réponses ne permettent pas de dégager de profil type.

Ce dernier n'existe pas. En revanche, sept caractéristiques ressortent, indispensables à quiconque entend occuper un jour la place de patron. La première chose que l'on demande à un patron, c'est de savoir qu'il est là pour exercer son métier de patron, et pas un autre, souligne Christiane Maréchal, du cabinet de conseil en gestion de carrière Lombard. Cela implique souvent un renoncement : *"Le cuisinier doit lâcher ses casseroles, le designer ses crayons..."*. A l'image de Christophe Brun.

Avant de créer Key Consulting (applications informatiques sur mesure pour supports mobiles), il a travaillé cinq ans comme responsable commercial en SSII : *"J'étais très bon vendeur, raconte ce jeune PDG de 29 ans. Mais j'ai embauché un recteur commercial et je fais tout pour qu'il se débrouille mieux que moi. Un patron doit être un excellent généraliste. Pas le meilleur technicien, le meilleur financier ou le meilleur commercial de son entreprise !" Endosser ce costume de généraliste suppose d'acquérir les connaissances de base dans les domaines que l'on ne maîtrise pas et de conserver une vision d'ensemble. "A l'époque de la floraison des start-up internet, toutes sortes de gens arrivaient avec un projet. Beaucoup manquaient de la hauteur de vue nécessaire pour être patron", témoigne Aude Walter, spécialiste du capital-risque chez Natexis Investissement.*

2. La vision stratégique de KASPAROV : Luc Delval a racheté la société Desaintghislain (décoration et rénovation de bâtiments) à son fondateur, qui se retirait. *"Auparavant, j'avais longtemps été numéro 2 dans une PME. Mais je n'avais pas l'expérience du métier de patron, explique-t-il. Dans les six mois précédant la reprise, je me suis préparé intensivement à mon nouveau rôle. Il m'a tout de suite paru essentiel de donner un projet à l'entreprise, de décider quelles activités nous allions développer, quelle croissance du chiffre d'affaires nous allions viser..., et de le faire savoir à tous les collaborateurs dès mon arrivée. C'est ce que j'ai fait."*

Bien pensé. Comme le souligne Jean-Philippe Saint-Geours, qui dirige un cabinet de chasseurs de têtes Heidrick & Struggles, *"il est capital pour un patron d'être porteur d'une vision pour son entreprise, de formuler les objectifs à moyen et long terme et d'anticiper les étapes à prévoir pour les atteindre. Un bon patron est un grand stratège"*. Le nec plus ultra, c'est la capacité de penser et d'agir à la fois à long et à court terme. *"Les patrons les plus compétents possèdent la science rare de l'articulation entre tactique et stratégie"*, dit Jean-Claude Thoenig, professeur à l'Insead.

3. La force d'entraînement de Jeanne d'Arc : Tous les bons patrons sont dotés d'une dynamique personnelle rayonnante, constate Catherine Gorochov, PDG de la filiale ressources humaines de l'incubateur Republic Alley. Ils aiment ce qu'ils font, ils font ce qu'ils aiment, et ils diffusent de l'énergie positive. Jean-Philippe Saint-Geours renchérit : *"Ce sont des individus qui mettent l'entreprise en tension. Par leur personnalité, leur façon d'être, leur langage corporel, ils savent inciter les gens autour d'eux à bouger, à progresser ensemble vers le cap fixé."*

Cette capacité d'entraînement (appelée aussi charisme) fait partie des qualités requises de tout responsable d'équipe. Mais dans le cas d'un patron, la difficulté de l'exercice est décuplée. D'abord parce que l'équipe à laquelle il faut communiquer la lourde responsabilité peut représenter plusieurs centaines ou plusieurs milliers de personnes.

Ensuite parce que, comme l'explique Bruno de Courrèges, qui dirige le cabinet Sustainable, spécialisé dans l'optimisation des fonctions patronales de l'entreprise :

"Le PDG est le seul dans la structure à devoir gérer en direct une équipe complètement hétérogène. Un responsable commercial pilote des vendeurs, un responsable de la production, des techniciens, etc. Le PDG, lui, a la charge d'animer un comité de direction composé d'un directeur des ressources humaines, d'un directeur financier, d'un directeur technique... C'est-à-dire de personnalités dont les formations, les préoccupations et les approches n'ont rien à voir les unes avec les autres. Entre autres qualités, un PDG doit savoir diriger une équipe théoriquement "indirigeable" !"





4. L'intelligence pratique, concrète et intuitive de Colombo : Quelqu'un doté d'une grande intelligence abstraite ne fait pas forcément un bon patron, estime Daniel Grenon, qui préside au niveau mondial le cabinet de chasseurs de têtes Neumann international. Si vous êtes trop intellectuel, il vous manque quelque chose, l'instinct. L'expérience montre que les chefs d'entreprise qui réussissent sont des hommes qui sentent bien les choses... et les gens ! Mais l'intuition ne suffit pas : *"Un bon patron doit aussi être doté d'une intelligence pratique, au plus près du terrain, fait valoir Jean-Claude Thoenig. Les grands patrons savent distinguer ce qui est important dans leur business et se polariser sur les quelques points dont dépend la réussite de leur entreprise. De plus, ils ont ce que j'appelle le "sens des signaux faibles".*

Au lieu de se satisfaire d'une vision pyramidale de leur entreprise, ils s'attachent à comprendre ce qui s'y passe réellement, à tous les échelons. Dans quel état d'esprit se trouve le personnel, comment les produits sont perçus en interne, comment les décisions stratégiques sont comprises, etc. Les structures pilotées par ce type de patrons ont généralement plusieurs coups d'avance sur leurs concurrentes."

5. La capacité d'écoute et de communication de Mireille Dumas : Il y a deux sortes de gens : ceux qui parlent d'eux et ceux qui écoutent les autres, notent Patrice et Rémy Lesguer, qui dirigent le groupe Vet'Affaires (discount de vêtements). Les premiers sont incapables d'être patrons. Un bon patron écoute tout le monde autour de lui : ses clients, ses fournisseurs, ses collaborateurs, ses banquiers...

Chacun lui apporte des éléments qui l'enrichissent et l'aident à faire prospérer son entreprise." Cette conception du rôle du décideur est partagée par Vanick Kurkdjian, gérant de la société de nettoyage de bureaux PK Net, qui dit consacrer beaucoup de temps à écouter ses 50 salariés comme ses interlocuteurs extérieurs. *"Pour inciter les gens à parler, je les mets en confiance en leur montrant que je suis disponible. Et lorsqu'ils me parlent, je les écoute vraiment. Et je le leur prouve."*

Mais ce n'est pas tout ! Un patron doit certes savoir écouter, donc commencer par se taire, mais aussi... parler ! C'est la méthode Mireille Dumas, qui reformule et recadre en permanence sur le plateau les propos de ses invités. *"La capacité à donner un feed-back clair à son entourage, à dire les choses, aussi bien positives que négatives, est essentielle"*, note Catherine Gorochov. "On attend d'un patron qu'il émette franchement un avis sur le travail de chacun, qu'il le communique à la personne concernée, et qu'il la récompense ou la sanctionne en conséquence", complète Christiane Maréchal. Un véritable travail de coach, en somme.

6. Le mélange de fierté et d'humilité de Gandhi : Le patron est une personne fière . Parce qu'il a nécessairement une passion pour ses produits, ses clients, son entreprise. Fier également de sa mission de patron : *"C'est quelqu'un qui ne se demande pas ce que l'entreprise peut lui apporter, mais ce qu'il peut apporter à l'entreprise"*, observe Richard Aeschmann, directeur au sein du cabinet de chasseurs de têtes Alexander Hughes. Fier, le patron se doit aussi d'être... humble. *"L'humilité est un atout fantastique. Elle permet d'apprécier les succès sans se laisser aveugler, de rester conscient des risques, de ne jamais perdre de vue qu'une entreprise est fragile"*, remarque Mathieu Toulza-Dubonnet, PDG de MTD Finance.

On peut avoir des qualités de leader et être humble. Les meilleurs patrons sont ceux qui allient les deux, estime Gérard Carton, PDG du cabinet de conseil en management éponyme. Ils savent développer leur structure en la tournant vers la satisfaction du client, la faisant passer avant leur intérêt personnel. Et prendre les mesures qui sont bonnes pour l'entreprise plutôt que pour leur ego !

7. La maîtrise de la prise de décision de Churchill : Quelle est la part des décisions qui doivent incomber au patron ? C'est une question de style de management. Certains patrons veulent avoir leur mot à dire sur tout, d'autres organisent le système de délégation dans leur entreprise de telle sorte que seules les décisions stratégiques remontent jusqu'à eux.

Mais, que cela se produise cinq fois par jour dès qu'il s'agit de déboursier 1 000 euros, ou une fois par an avant de créer une filiale, tout patron a des décisions à prendre. *"Il est capital que le patron se montre capable de trancher, et de rester ferme ensuite sur le choix qu'il a fait"*, fait remarquer Richard Aeschmann.

Anciens patrons de PME, Jean-Marie Chapus et Jacques Raymond, qui animent le CRA (Cédants et repreneurs d'affaires), ont accueilli dans les locaux de leur association des centaines de candidats à la reprise d'entreprise. Ils confirment : *"Il nous arrive très souvent de conseiller à un postulant de renoncer à son projet, parce que de toute évidence il ne possède pas une capacité de décision suffisante. Quelqu'un dont on perçoit qu'il ne saura pas départager deux secrétaires, choisir clairement entre cinq fournisseurs ou encore dire non à un client n'a en fait aucune chance de faire un bon patron."*

LA FORMATION

BOSS VS STUDENT

QU'AS-TU APPRIS À L'ÉCOLE, PATRON ?

On n'apprend certes pas le management sur les bancs de l'école, mais certains cursus de formation continue peuvent aider ceux qui le souhaitent à progresser.

1 - Lycée, université, grandes écoles : Ils donnent au mieux des bases et des méthodes à l'adolescence, quand les conseillers d'orientation envisagent avec vous les métiers que vous pouvez faire, *"ils vous parlent d'être agent de police, médecin, mécanicien ou technicien en électronique, jamais d'être chef d'entreprise"*, remarquent Patrice et Rémy Lesguer, qui dirigent le groupe Vet'Affaires. Pour les professeurs, le métier d'entrepreneur n'existe pas. C'est normal, le monde de l'éducation nationale est à des années-lumière du monde de l'économie. Alors, pour être patron, mieux vaut quitter l'école le plus tôt possible, afin de ne pas succomber au chant des sirènes.

L'école ne vous enseigne pas à devenir patron, mais futur employé de patron. L'itinéraire des deux frères illustre à merveille le bien-fondé de leur position. Ils ont fui l'école et ses mauvaises influences à 14 ans pour faire les marchés. En 1976, alors qu'ils étaient âgés respectivement de 18 et de 20 ans, ils ont créé leur société, spécialisée dans la vente de vêtements à prix hard discount. Aujourd'hui, celle-ci réalise 68 millions d'euros de chiffre d'affaires avec 200 collaborateurs, dégage une rentabilité nette de 9 % et est cotée en Bourse. Si le collège et le lycée ne préparent pas à être patron d'entreprise, que peut-on attendre des études supérieures ?

A tout seigneur tout honneur, prenons l'ENA, filière des plus prestigieuses dont sont issus certains de nos plus grands patrons. *"Cette école enseigne à commander intelligemment à des fonctionnaires. Certains énarques à qui l'on propose de diriger une entreprise s'en sortent bien. Mais c'est parce qu'ils ont la fibre du management, pas parce que leur formation les y a préparés"*, constate Jean-Philippe Saint-Geours, lui-même diplômé de l'ENA, qui dirige le cabinet de chasseurs de têtes Heidrick & Struggles. Mention particulière, en revanche, pour les cursus de gestion, qu'ils soient suivis en école de commerce ou à l'université.

"Ils présentent l'intérêt d'acclimater les jeunes esprits au monde de l'entreprise, et de leur fournir les premières pierres du profil de généraliste nécessaire à tout patron, estime Eric Singer, qui dirige le cabinet de chasseurs de têtes Singer, Danton & Hamilton. Et puis, les écoles de commerce contribuent à mettre leurs recrues dans la peau de futurs chefs d'entreprise en leur donnant une sympathique étincelle de défi !"

D'autres types d'études peuvent avoir leur utilité. Gérard Carton, PDG du groupe de conseil en organisation Carton & Associés, témoigne : *"J'ai une formation en économie et en psychopathologie. Dans l'exercice de mon métier de patron, la seconde m'a beaucoup plus servi que la première : elle m'a appris à pratiquer l'écoute active et à poser des diagnostics, deux compétences qui me servent tous les jours. Sans compter que j'ai appris à travailler avec des autistes... et que j'en ai ensuite rencontré dans le monde des affaires !"*

Au-delà des savoirs académiques, toujours utiles pour la culture générale, la plupart des patrons ayant suivi des études supérieures s'accordent à dire qu'ils en ont avant tout tiré des méthodes de travail, d'organisation, d'analyse, de concentration. Pendant les études, on apprend à rechercher des informations, à les assimiler, à les structurer, à s'en resservir. Et à travailler vite et beaucoup, résume Mathieu Toulza-Dubonnet, PDG de la société de conseil en gestion de patrimoine MTD Finance.

2 - MBA, Le nec plus ultra de la formation initiale : Le seul cursus assimilable à une formation initiale et censé fournir l'ensemble des compétences nécessaires pour diriger une entreprise se décline en trois lettres : MBA, pour Master of Business Administration (ou "mastère d'administration de sociétés"). Mais attention, les MBA fleurissent partout et cette appellation peut recouvrir le meilleur comme le pire. Les bons MBA ne sont pas ouverts à tous. Pour y accéder, il faut être diplômé de l'enseignement supérieur, réussir des tests béton d'aptitude aux études en management et au bon maniement des langues du business, puis triompher de l'entretien de motivation.

Mais ce n'est pas tout. Une fois admis, on en bave, dix ou douze mois de travail acharné, à raison de quinze heures par jour, c'est en général le prix à payer en plus des lourds frais de scolarité. Mais les diplômés font valoir que le jeu en vaut la chandelle. Les meilleurs cursus donnent aux étudiants de solides connaissances dans toutes les fonctions de l'entreprise (finance, marketing, informatique, etc.), leur apprennent comment construire et mettre en oeuvre une stratégie, les aident à développer les compétences humaines indispensables à un manager : prise de décision, aptitude à la gestion d'équipe, à la négociation, à la résolution des conflits.

Jean-Louis Schmitlin, PDG de la société informatique Parsys, qui a suivi le MBA de l'Insead, à 26 ans, témoigne : *"Les enseignements étaient très pragmatiques, très business. On nous faisait travailler sur des cas d'entreprise et des jeux de rôles par groupes de six ou sept personnes aux profils très différents. Avec le recul, je me dis que j'ai peut-être plus appris mon métier de patron des conflits qui éclataient dans ces groupes que des cours eux-mêmes, qui étaient pourtant remarquables."*



3. La voie royale de l'executive MBA : Le métier de patron s'apprend incontestablement mieux en cours de carrière, autrement dit en formation continue. *"C'est lorsqu'un manager a plus de 30 ans et une vraie expérience qu'il a la maturité nécessaire pour tirer le meilleur profit d'un entraînement au leadership. Tout ce qu'il apprend s'inscrit dans ce qu'il vit ou a déjà vécu, et les thèmes abordés entrent en résonance avec ses propres préoccupations, dans son entreprise",* souligne Jean-François de Zitter, directeur général de l'IFG. *"Un patron qui étudie en même temps qu'il travaille enrichit sa pratique quotidienne par ce qu'il apprend et sa formation par son vécu quotidien,* renchérit Didier Defert, directeur des programmes pour patrons à l'Essec. Les Américains s'en sont rendu compte. Chez eux, les cursus de formation continue pour patrons explosent.

De grandes écoles et universités ont lancé des Executive MBA, qui sont les grands frères, version formation continue, des MBA. Comme eux, ils s'adressent à des diplômés de l'enseignement supérieur à fort potentiel maniant bien l'anglais. Mais, à la différence des MBA, les Executive MBA sont réservés à des managers confirmés. Dans les faits, l'"étudiant" moyen a derrière lui de sept à dix ans de management. Dans le même esprit, un Centre de Perfectionnement aux Affaires propose un cursus diplômant dont l'excellence est attestée par les recruteurs.

Il se différencie des Executive MBA par trois aspects, l'admission se fait seulement sur entretiens (pas sur tests), son orientation est plus hexagonale qu'internationale, et tous les cours sont dispensés, en langue natale, par des patrons d'entreprise. Théoriquement, rien n'empêche le patron d'une petite entreprise indépendante de suivre l'un de ces cursus. En pratique, compte tenu de leur coût élevé et de l'énorme quantité de travail qu'ils exigent en dehors de l'entreprise, ils rassemblent des cadres de grands groupes qui dirigent (ou s'apprennent à diriger) une filiale ou un centre de profit.

4. Cursus pour patrons de PME : Les patrons de petites et moyennes entreprises indépendantes ne sont pas les laissés pour compte de la formation pour patrons. L'offre de programmes spécifiquement conçus à leur intention est, elle aussi, en plein boom. Au cursus patrons de PME, sont venus s'ajouter des programmes au titre tout aussi évocateur, souvent montés par des écoles de commerce. Là aussi, il faut séparer le bon grain de l'ivraie. Les meilleurs programmes pour patrons entrepreneurs sont construits autour d'un principe fort : ce sont des "formations".

Autrement dit, ils ambitionnent d'apporter des réponses aux questions que se posent les patrons participants et des solutions aux problèmes qu'ils rencontrent dans leurs entreprises. *"Les patrons apprécient particulièrement de pouvoir échanger entre pairs, dans un lieu neutre où ils ne risquent rien",* souligne Maryline Marin, responsable du programme du Centre de Perfectionnement aux Affaires. En termes de contenu, tous enseignent comment bâtir une stratégie globale d'entreprise, une démarche marketing et une politique financière. C'est déjà beaucoup. Pour le reste, leur contenu peut varier sensiblement, l'un va comporter un volet juridico-fiscal et patrimonial, un deuxième, traiter de la construction et de la mise en oeuvre d'outils de pilotage et un troisième, aborder les stratégies de développement à l'international.

Dans la mesure où ces cursus sont des programmes courts, beaucoup plus légers que les Executive MBA et assimilés, ils ne peuvent évidemment pas traiter de toutes les problématiques rencontrées par le chef d'entreprise. A chacun donc de faire son marché en fonction de ses besoins. Une chose est claire, depuis quelque temps, les programmes pour patrons de PME (comme les Executive MBA d'ailleurs) mettent l'accent sur le développement des qualités humaines. Jean-François de Zitter confirme : *"Nous nous attachons beaucoup plus que par le passé à améliorer les qualités comportementales du chef d'entreprise, son écoute, son mode de gestion d'équipe, sa manière de travailler en groupe..."* Une formation pourrait donc tout apprendre à un patron de son métier, ou presque? Peut-être, mais encore faut-il qu'il ait dans ses gènes la capacité à se remettre en question. Or cette qualité essentielle est très inégalement répartie entre les humains !

L'ÉCOLE DE LA VIE, du berceau à la retraite, le métier s'apprend sur le tas. Parfois dans la douleur. "Verbatim".

A - La famille : elle donne le feu réchauffant, Jean-Louis Schmitlin, PDG de Parsys (économie des systèmes d'information) : *"Mon environnement familial a certainement joué un rôle dans l'envie que j'ai eue, très jeune, d'être à la tête de ma propre entreprise. J'étais le dernier enfant d'une famille de dix. Ma soeur avait épousé un homme d'affaires qui réussissait très bien. Son mari et elle revenaient toujours de pays lointains, avec de pleines valises d'objets exotiques. Leur existence me faisait envie. J'ai voulu les imiter."* > Patrice et Rémy Lesguer, patrons de Vet'Affaires (vêtements à prix hard discount), C'est notre frère aîné, qui était chef d'entreprise, qui nous a donné envie de créer notre boîte.

"Il nous a fait rêver quand on était adolescents. Il était libre, n'obéissait à personne et gagnait beaucoup d'argent. Il nous a appris à engranger le maximum d'informations en écoutant tout le monde autour de nous : clients, salariés, fournisseurs et autres entrepreneurs. Et à suivre nos intuitions !" > Luc Delval, PDG de Desaintghislain (peinture et décoration) : "J'ai racheté Desaintghislain en juillet dernier. Auparavant, j'avais travaillé pendant une dizaine d'années aux côtés de mon beau-père, dans une entreprise de négoce de mélasse qu'il avait fondée".

Cette expérience m'a donné envie de diriger à mon tour une entreprise : elle m'a fait découvrir les joies du pilotage d'une société, donné le goût de l'indépendance et du management. Mais elle m'a aussi enseigné qu'il y avait un prix à payer. Voir vivre mon beau-père au quotidien m'a permis d'entrevoir les tourments liés au statut de décideur en dernier ressort et les sacrifices qu'un patron doit consentir dans sa vie privée. *"Pendant toute sa vie de chef d'entreprise, mon beau-père n'a vu sa femme et ses enfants qu'un à deux jours par semaine".*

B - Les contre-modèles : Jean-Louis Schmitlin, PDG de Parsys (économie des systèmes d'information) : *"Dans l'exercice de mon métier de chef d'entreprise, j'ai beaucoup fonctionné par contre-exemples. L'expérience qui m'a le plus marqué a été mon passage comme directeur commercial dans une start-up. Le patron disait régulièrement des phrases du genre : J'espère que tu vas travailler assez pour que je puisse me payer un week-end de trois jours..."* C'était il y a plus de dix ans, mais ce souvenir me hante encore. Mon autre contre-modèle, c'est Bernard Tapie, dans ses dimensions de mystificateur et d'adepte de la stratégie à court terme. Mathieu Toulza-Dubonnet, PDG de MTD Finance (conseil en gestion de patrimoine) *"En 1989, j'ai rencontré par hasard, à New York, le promoteur Pascal Jeandet. Il avait 26 ans et faisait la une de tous les journaux sous le surnom de "Mozart de l'immobilier".*

Il m'a raconté comment, en trois ans, il était devenu milliardaire, achetant et revendant des immeubles en vingt-quatre heures. Il était à peine plus âgé que moi. J'étais subjugué. Au cours des dix-huit mois qui ont suivi, je l'ai revu et côtoyé à Paris. Puis la crise immobilière est arrivée, en moins de temps qu'il n'avait mis à le bâtir, son empire s'est écroulé. Il est passé de l'état de milliardaire à celui de clochard. Deux ans plus tard, il est mort dans des circonstances mystérieuses. De cette histoire, j'ai tiré deux grands enseignements. D'abord, que gagner très vite de l'argent avec une entreprise, c'est possible, mais seulement au prix d'un énorme risque et qu'il vaut mieux prendre son temps. Ensuite, que la meilleure façon de se préserver consiste à gérer son entreprise en bon père de famille, en refusant l'aléatoire et la spéculation. Ce n'est pas bien, mais tant pis !

C - Les patrons-mentors : Jean-Yves Beugin, PDG d'Imtec (injection plastique) : *"Avant de devenir patron moi-même, j'ai eu la chance d'en côtoyer successivement trois, qui m'ont beaucoup appris. J'ai passé des heures à les écouter parler de leur métier de manager. Ils m'ont transmis la même vision du rôle social d'un chef d'entreprise, l'idée selon laquelle, si on se débrouille pour créer une atmosphère où les gens se sentent bien et où ils sont encouragés à se comporter de manière équilibrée les uns avec les autres, on obtient une machine extraordinaire qui conquiert des clients et produit du succès. C'est ce que j'ai mis en place chez Imtec, et ça marche !"*

Christophe Brun, PDG de Key Consulting (applications informatiques sur supports mobiles) : *"Dans mon premier job, à l'âge de 23 ans, j'ai eu la chance de tomber sur un patron exceptionnel. Il avait organisé l'entreprise de telle sorte que chaque collaborateur, en rentrant chez lui le soir, puisse se dire qu'il avait appris quelque chose dans la journée. Il dépensait une énergie énorme et gardait toujours le sourire, même dans les pires moments. Grâce à lui, j'ai appris en deux ans ce que d'autres n'ont jamais l'occasion d'apprendre s'ils n'ont pas la chance de croiser des gens de cette qualité. Je me suis complètement inspiré de lui quand j'ai monté mon entreprise."*

Gérard Carton, PDG de Carton & Associés (conseil en organisation), *"De 1980 à 1990, j'ai travaillé chez American Express, comme directeur des ressources humaines en France et aux Etats-Unis, puis comme directeur général de la filiale du groupe au Canada. J'ai eu de nombreux patrons, certains médiocres, quelques-uns fantastiques. Qu'êtes-ce qu'ils m'ont enseigné de plus important? Qu'un patron doit prendre ses responsabilités, éviter de s'entourer de gens complaisants et respecter le travail de chacun. Dès lors qu'un patron respecte ses collaborateurs et qu'il est reconnu par eux comme quelqu'un de compétent, il n'a pas besoin d'être autoritaire. Ses troupes le suivent naturellement".*

D - Vos propres erreurs : Catherine Gorochov, PDG de Republic Alley Ressources humaines (incubateur de start-up) : *"On s'améliore surtout en allant au bout de ses échecs. J'ai dirigé la filiale française d'un cabinet de recrutement britannique. Comme les seniors voulaient entrer au capital mais que la maison mère s'y opposait, je leur ai accordé des salaires plus élevés que ceux du marché. Je me suis rendu compte de mon erreur mais je l'ai payé très cher : les managers s'étaient installés dans un statut de salariés luxueux, perdant de vue les contraintes de rentabilité du cabinet."*

Jean-Michel Ferry, PDG d'AMS Industrie (désenfumage industriel) : *"Quand j'ai créé mon entreprise, je n'ai pas réfléchi à la façon dont un patron devait gérer ses rapports avec les salariés. Comme je suis du genre affectif, j'accordais des augmentations de salaire ou des avantages sans réel motif, simplement parce que l'un ou l'autre venait me le demander. Et j'avais tendance à prendre tous mes collaborateurs sous mon aile et à m'investir pour régler leurs problèmes personnels. Ce comportement n'est pas celui à adopter quand on est patron. J'ai connu des déboires que je ne souhaite pas détailler : ils m'ont montré qu'on peut être humaniste, mais qu'il ne faut pas pousser trop loin la familiarité avec ses salariés".*

Vanick Kurkdjian, gérant de PK Net (nettoyage de bureaux) : *"À un certain stade du développement de l'entreprise, il a fallu la structurer en recrutant des cadres. J'en ai embauché quatre qui me paraissaient très bien, et dont j'attendais beaucoup. Mais, quelques mois plus tard, j'ai dû me rendre à l'évidence, leurs résultats étaient décevants. Je les ai réunis pour essayer de comprendre ce qui se passait. Et là, j'ai pris une douche froide, car je me suis rendu compte que le problème venait surtout de moi. Ils m'ont fait comprendre que je leur avais confié beaucoup de responsabilités d'un coup, sans leur expliquer clairement ce que j'attendais d'eux. Et que, une fois à leurs postes, je les avais trop livrés à eux-mêmes. La leçon m'a servi. Depuis, j'ai appris à structurer mon mode de délégation et à bien faire passer mes messages".*

Formations pour patrons : Un patron qui étudie en même temps qu'il travaille enrichit sa pratique quotidienne. La plupart des écoles de management et de gestion proposent des sessions de formation permanente pour chefs d'entreprises.

ACQUISITION DE TALENTS



HIRING
FOR WHO'S

THE DIFFERENT ONE

Certaines expressions toutes faites ont la fâcheuse tendance de se glisser dans le langage courant des entreprises. Parmi elles, celle qui revient inlassablement est celle de l'acquisition de talents.

On lit et entend fréquemment cette formule sans se questionner sur sa signification profonde. Pourtant, il n'est pas évident pour toutes les entreprises de se procurer des talents. D'ailleurs, qu'entend-on réellement par talent?

Un talent, bien loin d'être une denrée rare et précieuse, est avant tout une personne qui manifeste un intérêt profond pour une marque, une mission, un projet, ou encore une culture d'entreprise. Un talent est motivé, enthousiasme, avide de progresser et de se développer.

En ce sens, chaque individu peut être considéré comme un talent en soi. Le véritable défi pour les entreprises, qu'elles soient petites ou grandes, consiste à mettre en place des plans d'actions stratégiques leur permettant de toucher ces collaborateurs potentiels, et de les intégrer efficacement dans leur équipe.

Chaque année, les résultats de classements tels que celui établi par Universum, qui regroupe les entreprises les plus attrayantes pour les jeunes diplômés d'écoles de commerce et d'ingénieurs, viennent confirmer une tendance. Ce sont les grandes entreprises qui, malgré les défis économiques, conservent leur attractivité.

Elles sont innovantes, offrant des perspectives de carrière, particulièrement intéressantes et financièrement solides. Elles ont aussi des opportunités d'évolution en interne, des possibilités de mobilité à l'échelle nationale et internationale, des programmes de formation et de développement personnel, ainsi qu'une rémunération compétitive, autant d'éléments qui séduisent les jeunes talents.

Pourtant, il serait injuste de négliger le potentiel des plus petites entreprises, notamment les PME, qui jouent un rôle essentiel sur le marché de l'emploi. Elles disposent de leurs propres atouts à mettre en avant.

Leur force réside souvent dans la qualité des missions proposées et la clarté de l'impact direct du travail sur les résultats de l'entreprise. Les responsabilités et l'autonomie offertes au sein de ces structures, généralement moins hiérarchisées, sont également des atouts indéniables.

À une époque où les nouvelles générations cherchent davantage de sens dans leur travail, les entreprises de taille plus modeste ont un rôle à jouer. Il est essentiel, lorsque l'on cible les talents, d'évoquer plusieurs éléments importants.

FLEXIBILITÉ DU PATRON

Du bureau aux horaires en passant par les congés et l'organisation du travail, une expression fait de plus en plus parler d'elle, la "flexibilité organisationnelle". Si la flexibilité n'est pas nouvelle, la crise sanitaire et les difficultés de recrutement que connaissent nombre d'entreprises lui ont donné une acuité toute particulière. En quoi consiste la flexibilité organisationnelle? Qu'apporte-t-elle aux salariés et aux entreprises?

1. Rapport temps / travail : La flexibilité organisationnelle émerge comme une approche novatrice de la gestion du travail au sein des entreprises, offrant aux employés une plus grande latitude en ce qui concerne le timing et le lieu de leur activité professionnelle. Cette nouvelle approche pousse le patron à revoir ses méthodes de gestion des effectifs, entraînant l'adoption de diverses mesures pour répondre à cette évolution.

Télétravail : Les employés ont la possibilité de travailler depuis leur domicile ou un lieu de leur choix, ce qui favorise un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

Nomadisme : La mobilité devient une option, permettant aux travailleurs de s'installer là où ils se sentent le plus productifs.

Horaires flexibles : Les horaires de travail deviennent adaptables, variables, voire personnalisées pour chaque employé, afin de s'aligner au mieux sur leurs besoins et préférences.

Semaine de 4 Jours : Certains optent pour une semaine de travail raccourcie pour une meilleure qualité de vie.

Journée de 5 Heures : Pour une approche encore plus réduite du temps de travail, favorisant la concentration et l'efficacité.

Vacances illimitées : Grande liberté dans la gestion des congés, les employés sont responsables de leur propre temps de repos.

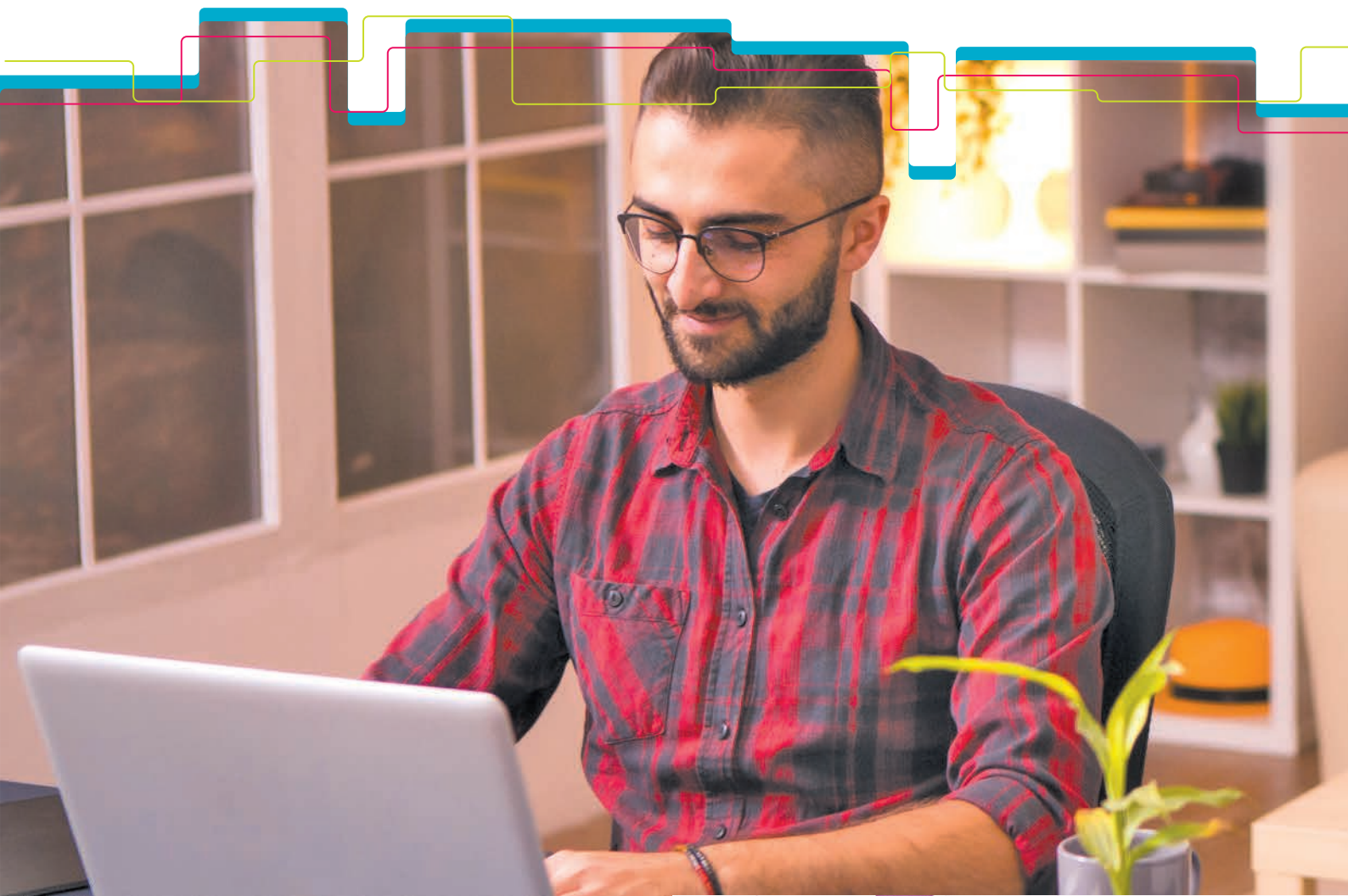
Full remote : Les employés ont la possibilité de travailler partout, à toutes heures, offrant une flexibilité maximale.

Ces mesures ont le potentiel d'améliorer considérablement la qualité de vie au travail, à condition qu'elles soient choisies par les employés plutôt que subies. Cependant, leur mise en œuvre n'est pas sans défis. Un tel changement nécessite une simplification des processus internes et une réinvention de la gestion des ressources humaines au sein de l'entreprise. Au-delà des changements liés aux rythmes de travail, la flexibilité organisationnelle touche également au domaine du management, en encourageant une meilleure prise en compte de l'avis des employés dans le processus décisionnel.

2 - Bénéfices en entreprise : La flexibilité au travail présente plusieurs avantages pour le patron, lui permettant de s'adapter aux nouvelles attentes des salariés tout en renforçant leur efficacité et leur résilience.

Une meilleure rétention des talents offre des options de flexibilité telles que le télétravail ou des horaires flexibles, les entreprises peuvent retenir des employés talentueux qui apprécient la liberté dans leur travail. Cela réduit le turnover et les coûts de recrutement. Les employés qui ont un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle sont généralement les plus satisfaits et les plus motivés. Ils sont plus enclins à donner le meilleur d'eux-mêmes au travail.

Les nouvelles générations de travailleurs attachent une grande importance à la flexibilité. En proposant des modalités de travail plus souples, les entreprises peuvent les attirer plus facilement. Autre atout de la flexibilité organisationnelle, le patron peut réduire les coûts liés au recrutement, à l'absentéisme et à l'invalidité. Les employés satisfaits sont moins enclins à prendre des congés maladie prolongés.



Le patron qui adopte la flexibilité est mieux préparé à faire face aux changements rapides et aux événements imprévus. Il peut réorganiser son personnel et ses ressources plus efficacement pour s'adapter aux circonstances. En encourageant le télétravail, le patron contribue à réduire les déplacements, ce qui a un impact positif sur l'environnement en réduisant les émissions de gaz à effet de serre. Un patron qui se montre flexible et soucieux du bien-être de ses employés a tendance à avoir une meilleure réputation, ce qui peut l'aider à attirer non seulement des talents, mais aussi des clients et des investisseurs.

En fin de compte, la flexibilité au travail n'est pas seulement un avantage pour les employés, elle constitue également un atout stratégique pour les patrons qui cherchent à rester compétitives et à s'adapter à un monde en constante évolution. Elle favorise la satisfaction des employés, la rétention des talents et l'efficacité opérationnelle, tout en renforçant la capacité du patron à faire face aux défis futurs.

3. Gestion RH : La flexibilité organisationnelle émerge désormais comme un élément essentiel de la gestion des ressources humaines, reflétant l'évolution sociétale majeure. Elle révèle une mutation profonde dans notre approche du travail, où l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle prend une place prépondérante, égalant, voire surpassant, la question de la rémunération. Les collaborateurs expriment une demande croissante envers la liberté et l'autonomie dans la gestion de leur emploi du temps professionnel.

Simultanément, les patrons font face à des enjeux de recrutement de plus en plus complexes, touchant divers secteurs d'activité. Dans ce contexte de rareté de main-d'œuvre et de concurrence accrue pour attirer les talents, les patrons se voient contraints de répondre à ces aspirations nouvelles des salariés. Cela va au-delà de l'attraction de nouveaux talents, car la rétention des employés les plus précieux est devenue cruciale.

De ce fait, la flexibilité s'érige comme un pilier central de la stratégie de marque employeur des patrons, leur permettant de se démarquer et de créer un avantage compétitif manifeste. Cette flexibilité s'inscrit en première ligne des discours de la marque employeur, traduisant la capacité des patrons à s'ajuster aux transformations du monde du travail. Pour les employeurs, cette approche vise à mettre l'accent sur le bien-être et l'épanouissement des salariés, considérés au même niveau que la productivité.

Il convient de noter que la flexibilité doit être proposée plutôt qu'imposée. Les nouvelles pratiques en gestion des ressources humaines prônent cette approche, permettant aux employés de choisir le mode de travail qui correspond le mieux à leurs besoins. Ils peuvent ainsi s'engager pleinement dans leurs missions tout en maintenant un équilibre satisfaisant entre leur vie professionnelle et leur vie personnelle.

La crise sanitaire mondiale a joué un rôle de catalyseur dans cette transformation. Des millions de salariés ont commencé à remettre en question les fondements de leur travail, entraînant une vague considérable de démissions. Selon Randstad Canada, ce phénomène de "Grande Démission" pourrait perdurer pendant plusieurs années. Dans le même temps, les collaborateurs en poste ont dû s'adapter à de nouvelles méthodes de travail, se montrant plus flexibles et jonglant davantage avec leurs responsabilités familiales, notamment la garde des enfants due à la fermeture des écoles.



PATRON & ÉVOLUTION

L'évolution professionnelle, un élément clé de toute carrière, revêt diverses facettes, qu'il s'agisse de reconversion, de promotion ou de perspectives de développement plus vastes. Chaque employé intègre cette notion d'évolution de carrière dans son projet professionnel.

Selon le baromètre de l'évolution professionnelle mandaté par les Centres Interinstitutionnels de Bilan de Compétences, 57 % des collaborateurs envisagent une évolution dans les deux prochaines années. De plus, un quart d'entre eux ont déjà entrepris des recherches pour identifier les formations adéquates pour atteindre leurs objectifs. Il est clair que la formation joue un rôle central dans les préoccupations actuelles du monde professionnel.

L'évolution professionnelle est un domaine vaste qu'il convient de subdiviser pour en comprendre toute la complexité. On peut d'abord distinguer deux types d'évolution professionnelle : l'évolution liée au métier (*il s'agit d'acquérir de nouvelles compétences pour continuer à exercer sa profession efficacement et conserver son employabilité*), et l'évolution liée au statut (*l'idée ici est de monter dans la hiérarchie, donc d'opérer une évolution verticale en obtenant plus de responsabilités, ce qui inclut souvent du management*).

La progression dans son parcours professionnel peut se traduire par : une revalorisation de salaire et une mobilité professionnelle, et ce, de différentes manières (*ouverture sur l'international, changement d'entreprise, reconversion, évolution horizontale ou transversale (exemples : changement de métier, d'équipe, renforcement d'une expertise)*).

On comprend ici que le projet professionnel et la direction donnée à sa carrière sont indissociables de l'évolution personnelle, donc d'un questionnement sur ses choix, ses priorités, le sens donné à son travail.

1 - Évolution professionnelle et évolution de carrière : La distinction est subtile, mais elle est bien réelle !

L'évolution professionnelle ne conduit pas automatiquement à une évolution de carrière. Cette dernière implique un engagement à long terme dans une démarche de progression. En effet, l'évolution de carrière nécessite la création d'un plan détaillé avec des étapes claires pour atteindre un objectif spécifique. Cela demande une réflexion préliminaire approfondie, incluant une évaluation des performances actuelles, une évaluation du niveau de maîtrise de l'ensemble des compétences (*connaissances, compétences techniques, compétences comportementales*) et une compréhension des motivations personnelles.

Objectif : Définir un projet professionnel clair et réaliste.

2 - Évolution professionnelle forcée : L'évolution de carrière est généralement basée sur les désirs et la liberté de choix des employés, mais elle comporte également une facette moins attrayante, à savoir l'évolution professionnelle forcée.

Les avancées technologiques, la volatilité des marchés et l'incertitude économique et sociale sont autant de facteurs qui peuvent potentiellement influencer un projet professionnel. En effet, face à ces contraintes, un employé peut se retrouver contraint de suivre une trajectoire qui ne correspond pas nécessairement à ses aspirations.

Une étude internationale réalisée par le cabinet EY, LinkedIn et l'institut CSA met en lumière les différents éléments qui peuvent conduire à une évolution professionnelle forcée, notamment :

- La transformation des métiers, avec l'émergence du numérique et des nouvelles technologies;
- La nécessité d'acquérir de nouvelles compétences pour permettre à l'entreprise de rester compétitive (*l'innovation, l'adaptabilité, la capacité à travailler en équipe et la maîtrise des outils numériques sont autant de compétences imposées dans de nombreux postes et secteurs d'activité*);
- La situation du marché de l'emploi.

3 - Accompagnement des salariés : Les préoccupations concernant l'évolution de carrière sont fréquentes chez tous les employés à différents moments de leur vie professionnelle. Le patron doit jouer un rôle actif en accompagnant ses salariés dans leur progression et en leur proposant des opportunités alignées sur leurs compétences et leurs aspirations. En d'autres termes, le patron doit adopter une approche proactive, à la fois pour se doter des moyens nécessaires et pour donner les moyens à ses employés.

Proposer des changements de poste, offrir davantage de responsabilités et soutenir les projets de reconversion sont des réflexes essentiels pour les responsables de formation dans le contexte actuel. Les carrières sont de plus en plus synonymes de mobilité professionnelle.

La formation est un élément essentiel de l'accompagnement de l'évolution professionnelle. À cette fin, les entreprises ont tout intérêt à mettre en place des programmes d'upskilling, de reskilling et de cross-skilling pour répondre aux besoins de leur personnel. De plus, une approche diversifiée de la formation permet aux organisations de relever les défis auxquels elles sont confrontées en ayant des collaborateurs hautement compétents et épanouis professionnellement au sein de leurs équipes.

Il est important de souligner que la prise en compte de l'évolution professionnelle a un impact positif sur la qualité de vie au travail. Cette qualité de vie influe fortement sur la motivation et l'engagement quotidien des salariés, ce qui se répercute sur leurs performances globales.

L'entretien professionnel apparaît comme un moment privilégié pour aborder la question de l'évolution professionnelle. Le collaborateur et le patron, en tête à tête, disposent du cadre nécessaire pour aborder cette question en profondeur.

Compétences clés maîtrisées, perspectives de progression, formations nécessaires pour engager un tournant dans la carrière de l'employé, opportunités offertes par l'entreprise (*des sujets qui seront "mis sur la table" au cours de ce rendez-vous qui, rappelons-le, n'a lieu que tous les deux ans*).

/ Le patron a l'obligation d'informer ses collaborateurs de l'existence de ce dispositif lors de l'entretien professionnel.

/ Le collaborateur a également l'opportunité de réaliser un état des lieux de sa carrière en utilisant un dispositif spécifique, à l'extérieur de son entreprise.

L'accompagnement est gratuit, personnalisé, et fourni par des conseillers spécialisés. Le salarié peut faire appel au à tout moment, sans en informer son patron. Le but est de cadrer son projet d'évolution de carrière, définir une stratégie pour réussir son évolution professionnelle et, éventuellement, obtenir une aide pour trouver les financements nécessaires.

Il est à noter que la réussite de ce type d'entretien passe obligatoirement par d'excellentes compétences managériales.

Le GPEC (organisme français de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences) un outil clé en matière de gestion des ressources humaines. Le but est de s'assurer que l'entreprise dispose des compétences internes nécessaires pour réussir sa stratégie et s'adapter sans accroc aux exigences (changeantes) de son environnement économique, social et juridique.

Il accorde naturellement une place de choix à l'évolution professionnelle, la priorité étant de faire évoluer les compétences des salariés, aussi bien les soft skills que les hard skills. Dans ce cadre, l'entreprise doit laisser l'opportunité aux collaborateurs de devenir acteurs de leur parcours professionnel.

Pour les compétences de base et les soft skills, pas d'évolution professionnelle, l'employé doit commencer par la lecture, l'écriture et le calcul. Or, il apparaît que 7 % des adultes ayant été scolarisés ne possèdent pas une complète maîtrise de l'écrit. Parmi eux, plus de la moitié exercent une activité professionnelle, d'où la nécessité pour les organisations de s'impliquer dans la lutte contre l'illettrisme.

Autres compétences clés, les soft skills, plus que jamais indispensables. Les compétences en communication, mais aussi les compétences interpersonnelles telles que l'empathie, la créativité, la gestion du temps ou encore l'aisance relationnelle font partie des soft skills incontournables ou presque. Là aussi, le patron doit se mobiliser pour favoriser le développement des soft skills de ses effectifs.

Le bilan de compétences, excellent point de départ d'une évolution professionnelle, un travail souvent de longue haleine mais qui se révèle d'une grande utilité. Là aussi, tout salarié y a accès. Les bilans de compétences sont d'ailleurs éligibles au compte personnel de formation.

Le but est d'analyser en profondeur ses compétences, ses aptitudes, ses qualités personnelles et ses motivations afin d'en dégager un projet professionnel cohérent et les éventuels besoins en formation en découlant.

4 - Promotion : La promotion interne constitue la voie classique de l'évolution professionnelle. Concrètement, le collaborateur grimpe dans la hiérarchie, se voit offrir de nouvelles responsabilités et un salaire supérieur.

Obtenir une promotion est vecteur d'un fort sentiment de reconnaissance professionnelle. C'est en effet une manière de récompenser les collaborateurs et de les encourager à se dépasser. Les entreprises ont donc intérêt à utiliser ce levier pour conserver leurs meilleurs éléments et favoriser une émulation saine au sein de leurs équipes.

De plus, le recrutement en interne permet de réengager les salariés en leur offrant de nouvelles perspectives. À la clé, une meilleure gestion des compétences, ainsi qu'un épanouissement individuel renforcé, mais aussi une réduction des coûts puisque le nombre de recrutements externes diminue.

En outre, opter pour une politique active en matière de promotion professionnelle ne peut qu'améliorer la marque employeur. Autrement dit, une organisation n'hésitant pas à faire monter en grade ses salariés bénéficiera d'une image positive.

Voici, en synthèse, les objectifs de la promotion professionnelle :

- Conserver les meilleurs talents;
- Récompenser et fidéliser les meilleurs talents;
- Favoriser le bien-être au travail;
- Optimiser la gestion des talents;
- Optimiser les coûts;
- Soigner l'image de l'entreprise.

5 - Évolution professionnelle par un changement : La reconversion professionnelle séduit un nombre croissant de salariés, un sujet qui s'impose de plus en plus dans leur esprit, mais aussi des patrons. La quête de sens devient moteur dans la réflexion sur son évolution professionnelle. Suis-je heureux dans mon métier? Qu'est-ce que j'en retire sur un plan individuel? Mon poste me permet-il de m'épanouir pleinement? Mon évolution de carrière est-elle alignée sur mes projets personnels? Ces questions-là, nombreux sont les collaborateurs à se les poser, d'autant plus dans le contexte de "grande démission" qui a suivi la pandémie.

L'objectif n'est plus simplement de décrocher un emploi, mais de se réaliser dans ses missions et ses tâches quotidiennes. La définition d'un projet professionnel prend en compte tous les aspects de l'individu, ses compétences et sa personnalité bien sûr, mais aussi sa vie personnelle, ses priorités et ses passions.

De nombreux salariés se rendent ainsi compte qu'ils ne sont pas satisfaits de leur métier. Une bonne reconversion passe nécessairement par un programme de formation adapté. Une reconversion est forcément associée à un temps, plus ou moins long, de formation. Or aujourd'hui, il est possible de se former sur à peu près tout. Apprendre un nouveau métier implique l'acquisition de compétences techniques (hard skills) bien sûr, mais pas seulement.

L'individu doit également renforcer ses compétences transversales afin d'assurer une transition sereine entre son ancienne et sa nouvelle profession. Des aptitudes telles que l'autonomie, l'adaptabilité, la réactivité ou la persévérance constituent de véritables atouts pour réussir son projet.

De plus, selon le métier visé, il faudra également développer des compétences supplémentaires faisant appel au savoir-être (soft skills) et aux relations interpersonnelles. Être capable de travailler en équipe ou, au contraire, tout seul, savoir prendre des initiatives, être apte à négocier, à déléguer ou encore à travailler dans l'urgence, voilà quelques exemples de compétences potentiellement nécessaires dans son nouveau métier.

ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

Le bien-être au travail, selon l'OMS, se définit comme un équilibre satisfaisant entre les compétences, les besoins et les attentes d'un travailleur, ainsi que les opportunités et les exigences de son environnement professionnel. En d'autres termes, c'est la satisfaction de l'employé auprès du patron, ce qui conduit à son épanouissement professionnel.

Le bien-être, ou son opposé, le mal-être, proposé par un patron peut avoir des répercussions sur l'efficacité au travail, que ce soit au niveau psychologique, physique, émotionnel ou psychosocial. Des facteurs tels que le confort au poste de travail, la qualité du management et l'ambiance au sein de l'équipe contribuent au bien-être des salariés.

Promouvoir le bien-être en entreprise revient à utiliser la santé des employés comme un levier de performance. Cela implique pour un patron, de renforcer la motivation et l'engagement au quotidien, de créer un climat social sain et stimulant, et de mettre en avant les valeurs d'écoute et de respect, des éléments essentiels pour assurer une bonne qualité de vie au travail.

Prévention des risques psychosociaux : La santé physique et mentale revêt une importance centrale dans le contexte du bien-être offert par le patron, notamment en ce qui concerne la prévention des risques psychosociaux (RPS). L'organisation doit être proactive dans la détection des RPS, ce qui nécessite une attention particulière de l'employeur à divers aspects, notamment le sens, la qualité de la communication, la charge de travail, les relations entre les salariés, tant avec leurs collègues qu'avec leur hiérarchie, ainsi que le climat de travail. On note aussi les conditions de travail, l'utilisation appropriée des compétences et le développement professionnel de chaque collaborateur, l'inclusion et la diversité, la détection de situations potentielles de discrimination ou de harcèlement. Ces points sont essentiels pour créer un environnement de travail sain et propice au bien-être des employés.

Santé au travail : Le monde professionnel est de plus en plus touché par des problèmes tels que le stress, l'anxiété, la dépression et le burnout, caractérisé par un épuisement physique, mental et émotionnel. Les patrons ont des responsabilités légales en la matière, conformément au Code du travail, qui exige qu'ils prennent des mesures pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs, en cherchant à améliorer les situations existantes.

Tout d'abord, le bien-être des collaborateurs a un impact direct sur la performance de l'entreprise. Des employés épanouis et satisfaits de leurs conditions de travail et de leurs missions sont moins enclins à s'absenter et moins susceptibles de quitter leur patron. En conséquence, l'entreprise enregistre des taux d'absentéisme et de rotation du personnel réduits. Cette situation permet à l'entreprise de compter sur des professionnels engagés et performants, tout en évitant des processus de recrutement longs et coûteux, qui peuvent entraver l'activité.

Ensuite, le bien-être en entreprise entraîne une augmentation de la productivité et de la compétitivité. Les collaborateurs sont plus présents, plus motivés et plus efficaces, ce qui garantit un rendement optimal dans leur travail.

Espace de travail soigné : Le bien-être des employés est étroitement lié aux conditions de travail. Il est essentiel de fournir un espace de travail agréable et bien équipé pour garantir un environnement propice à la concentration et à la collaboration. Cela passe par la décoration, les couleurs, le design et la disposition des bureaux, qui doivent refléter la culture de l'entreprise.



L'agencement du mobilier et la création d'espaces de convivialité favorisent la communication, la génération d'idées et la stimulation de la créativité des collaborateurs, améliorant ainsi l'efficacité du travail en équipe. Il est également important de prendre des mesures pour réduire le niveau sonore, par exemple en installant des cloisons acoustiques.

Activités régulières : Le patron doit également organiser régulièrement des événements et des rencontres, cela contribue à améliorer le bien-être en entreprise. Des conférences, des séminaires et des ateliers permettent de renforcer la cohésion des équipes, de créer des liens et de favoriser des moments de convivialité au sein du cadre professionnel. De plus, ces activités permettent de tenir les employés informés de l'actualité et des objectifs de l'entreprise, renforçant ainsi leur engagement. Ces moments de rupture par rapport à la routine quotidienne sont une source de motivation et d'inspiration, ce qui se traduit par un renforcement du bien-être des salariés.

Activités de team building : Un comité d'entreprise, joue un rôle essentiel dans la promotion du bien-être au travail. Il est obligatoire pour un patron comptant plus de 11 salariés de veiller à la santé, à la sécurité et aux conditions de leur travail. Cela peut inclure la réalisation d'enquêtes sur les accidents du travail ou les maladies professionnelles. De plus, ce comité a le droit d'alerter l'employeur sur des cas de harcèlement ou de préjudices à la santé physique ou mentale des salariés.

Par l'intermédiaire du comité d'entreprise, le patron peut également proposer des avantages, des animations et des activités visant à améliorer le bien-être des employés. Cela peut prendre la forme de tickets restaurants, d'offres de voyages, d'activités sportives ou artistiques à tarifs réduits, démontrant ainsi son engagement dans la vie quotidienne et personnelle de ses salariés. C'est également un moyen de promouvoir la culture d'entreprise.

Bien-être en entreprise et sport : Le sport est reconnu pour ses bienfaits sur le bien-être, mais ses retombées économiques pour les entreprises sont moins connues. La pratique sportive offre une réduction du stress, une amélioration de la forme physique et mentale, ainsi qu'une augmentation des performances intellectuelles. Une étude réalisée par le cabinet de conseil en RSE Goodwill Management révèle que l'activité sportive peut entraîner une augmentation de la productivité de 6 à 9 % et réduire l'absentéisme de 40 %. Au total, cela peut représenter une rentabilité supplémentaire de 4 à 14 % pour l'entreprise.

Un environnement de travail serein, où les employés s'épanouissent, favorise la performance en entreprise. La collaboration devient plus naturelle, la communication est fluide, et les relations entre collègues sont stimulantes, ce qui améliore la qualité du travail collaboratif.

En outre, des employés bien formés restent à jour avec les exigences de leur métier et du marché de l'entreprise, ce qui ouvre des opportunités d'évolution, stimulant ainsi leur motivation et leur engagement envers leur patron.

L'attention portée au bien-être des salariés favorise également leur fidélisation, ce qui contribue à leur engagement à long terme. Cette stabilité renforce la sécurité de l'entreprise, facilite le dialogue et crée un sentiment de confiance mutuelle entre l'employé et le patron. Cela a également un impact positif sur l'image de marque de l'entreprise, car des employés fidèles parlent favorablement de leur organisation, contribuant ainsi à sa réputation positive.



PATRON MODÈLE



THE
PROTOTYPE

THE SPECIAL ONE

Le rôle du patron n'est en rien une nouveauté. Bien que nous vivions à une époque où de nouvelles notions sont censées révolutionner nos méthodes tous les six mois, on pourrait presque affirmer que la notion du patron est aussi vieille que l'humanité elle-même.

Le patron occupe de plus en plus le centre de nos réflexions, ce qui est tout à fait louable. Cependant, quand nous contempnons les pyramides de Khéops, vieilles de plusieurs milliers d'années, nous sommes forcés de reconnaître que les architectes n'ont pas édifié ces merveilles facilement, mais ont dû mobiliser des milliers de personnes pour les réaliser. De même, lorsque nous tenons une figure emblématique en haute estime, nous ne devrions pas la considérer comme un super-héros mythique ayant accompli un chef-d'œuvre uniquement par la force de son bras puissant.

La mise en perspective de ces deux exemples nous conduit à plonger plus profondément dans la conceptualisation du rôle philosophique que joue le patron. Bien que ces exemples illustrent la portée de ce qu'un individu peut accomplir lorsque d'autres se rallient à sa vision, ils soulignent également combien la méthode est cruciale pour obtenir de tels résultats.

Peut-on véritablement qualifier de patron un roi qui fait appel à une main-d'œuvre servile, soumise à des menaces de châtements en cas de désobéissance? Le terme de patron conviendrait davantage à une icône qui a réussi à fédérer des individus autour d'un projet complexe, voire difficile à accomplir, potentiellement irréalisable. C'est en toute liberté, malgré les sacrifices, que des individus ont bravé les difficultés pour concrétiser le rêve d'une entreprise florissante, et c'est là toute la distinction.

On peut ainsi définir spécifiquement le patron comme celui qui sait diriger des individus libres. Qu'est-ce qui confère à un patron cette aura qui attire les autres à le suivre? Est-ce lié à son savoir, son charisme, sa capacité d'action, son énergie? Ou bien le patron est-il simplement celui qui sait exploiter le besoin naturel d'obéir qui réside en chacun de nous pour rallier ceux dont il a besoin à sa cause?

En réalité, les réponses à ces questions sont multiples, comme le démontre la diversité des patrons, hommes et femmes, qui ont émergé à la fin du XXe et au XXIe siècle. De Steve Jobs à Sœur Emmanuelle, d'Angela Merkel à Mark Zuckerberg, en passant par Barack Obama ou Bill Gates, il est difficile de dégager une formule universelle ou un modèle unique pour définir le patron.

Nous savons que la mission d'un patron n'est pas chose aisée, comme l'histoire et la philosophie nous l'enseignent. Le rôle du patron se situe dans des zones paradoxales et contradictoires où il faut constamment jouer sur des nuances, pousser dans une direction tout en tirant dans une autre, et c'est cela qui confère sa richesse à cette sphère de l'existence. C'est aussi la raison pour laquelle il existe une telle diversité parmi les patrons que nous propose l'histoire et que l'avenir nous réserve.

C'est peut-être pour ça qu'Alexandre le Grand, lorsqu'il rencontra Diogène de Sinope, philosophe cynique vivant dans un tonneau par rejet des conventions sociales, aurait déclaré :

"Si je n'étais Alexandre, j'aurais voulu être Diogène".

Inspiré de time to pitch

LE GUIDE

On estime que l'intelligence et la connaissance sont des handicaps qui empêchent un bon exercice du pouvoir. L'accumulation d'un nombre signifiant de connaissances conduit certaines personnes à avoir des idées plus concrètes et à s'y tenir. Il est donc difficile pour ces personnes de changer d'avis ou de croire à des idées irrationnelles. Pourtant, cette façon de penser ne convient pas vraiment aux critères demandés pour un patron. Le patron doit avoir une pensée plus ouverte, il doit avoir le sens de l'innovation et surtout, il doit être assez souple qu'importe la nature des situations auxquelles il est confronté.

Certains disent que l'école développe le savoir que le patron possède déjà. Le patron se distingue par son caractère et sa personnalité, c'est un fait. Certaines personnes sont nées patrons, cependant, elles ont tout de même besoin d'une éducation environnementale avant de pouvoir mettre à profit leur tempérament. Une éducation magistrale est nécessaire pour lui permettre de mieux commander et de bien prendre les décisions.

D'autres pensent que l'éducation et l'expérience sont plus fortes que les aspects génétiques. L'intelligence ne suffit pas pour devenir patron. Il faut une compétence et plus de technique pour maîtriser l'art de diriger un groupe. La force de diriger est indispensable à un patron, ce caractère lui est inné. Cependant, l'habileté, le courage, la ruse sont des caractères qui ne s'acquièrent qu'avec l'expérience. Bien souvent, ces caractères sont inculqués par des conférenciers au cours des formations ou durant les séminaires d'entreprises. Les bons patrons basent leur prise de décision sur leur expérience, en d'autres termes, leur prise de décision se fait toujours en toute connaissance de cause.

Pour conclure, être patron peut-être aussi considéré comme provenant de l'innée et de l'acquis. Car un talent qui ne se maîtrise pas ne sert pas à grand-chose. Il se peut donc que vous ayez le charisme pour être un patron, mais vous n'avez pas assez de compétences ni d'expérience pour mener un groupe afin d'en motiver les membres et de leur permettre d'atteindre l'objectif de l'entreprise. Il faut cependant prêter attention aux propos de Patrick Ricard : « ne laissez pas vos connaissances être un frein de développement pour vous ». Soyez toujours ouvert au changement qui se passe dans le monde de l'entreprise.

En somme, un patron devrait être doté d'une intelligence émotionnelle permet d'orienter ses pensées et ses actions grâce à la connaissance de ses propres émotions mais aussi celles d'une équipe. Pour développer une intelligence émotionnelle, il faut devoir non seulement bien se connaître mais également apprendre à connaître ses interlocuteurs. Il faut connaître ses émotions afin de mieux les maîtriser et les adapter aux différentes situations, comprendre les émotions des autres est essentiel pour fédérer, inspirer, rassurer et être suivi.





CONNAISSANCE DE SOI, pour savoir comment développer son patron, il faut apprendre à mieux se connaître. Il faut connaître ses points forts et ses points faibles, mais aussi ses limites. De même, il faut savoir se remettre en question et être authentique. Si l'on veut parvenir à créer une relation de confiance avec ses collaborateurs ou partenaires, il est fondamental de ne pas tricher, mentir ou jouer un rôle.

Pour croire en soi et en ses projets, notre audience a besoin de savoir qu'on est sincère, authentique et humain. Il ne faut pas avoir honte de ses échecs passés ou de ses difficultés. La perfection n'existe pas et n'est de toute façon pas séduisante et rassurante.

CONNAISSANCE DES AUTRES, pour devenir un bon patron et fédérer un groupe, apprenez à comprendre les autres. Pour cela, faites preuve d'empathie et mettez vous à la place de vos collaborateurs, partenaires ou clients afin de cerner leurs besoins, leurs sentiments et leurs attentes. En agissant de la sorte, vous serez en capacité de leur proposer des solutions adaptées. Cela vous permettra de gagner leur confiance, instaurer un climat bienveillant, mais aussi susciter l'adhésion et donner envie de vous suivre.

INFLUENCE, le pouvoir d'influence d'un bon patron s'apprécie dans sa qualité de négociateur et sa façon de persuader. Il est donc nécessaire d'apprendre à négocier, persuader et convaincre en toute situation. L'objectif d'une négociation efficace est que chacune des parties y trouve son compte et en sorte gagnante. En cas de désaccord, il faut proposer des solutions alternatives bénéfiques pour tout le monde.

Il faut donc agir avec empathie, être à l'écoute de l'autre et chercher à comprendre ses intérêts et ses besoins. Il faut gagner sa confiance. Pour cela, travaillez sur votre langage verbal, et faites preuve de créativité dans vos propositions de solutions alternatives.

Pour persuader et convaincre, il est impératif d'aiguiser ses arguments, de se préparer minutieusement, de travailler son éloquence et d'être sûr de soi et confiant. Soyez toujours sincère, honnête et authentique. L'objectif n'est pas de manipuler mais d'influencer positivement.

VISION, pour devenir un vrai patron, il est impératif d'avoir une vision à long terme et des objectifs clairs, concrets et précis. Il est plus facile de faire adhérer collaborateurs, partenaires ou clients à un projet clair et bien rodé. Des objectifs vagues, qui n'ont aucun sens ou qui ne sont bénéfiques que pour vous, ne susciteront ni intérêt ni motivation.

Pour parvenir à développer une vision stratégique à long terme, apprenez à vous projeter, tissez des liens, intéressez-vous à différents domaines, échangez avec des interlocuteurs divers et variés, informez-vous le plus possible. En ayant une vision à long terme et des objectifs gagnants, vous parviendrez plus facilement à motiver vos équipes, susciter l'adhésion de clients ou investisseurs, et inspirer tout simplement.

ANTICIPATION, pour devenir un patron, développez l'anticipation ! Autrement dit, ayez toujours une longueur d'avance. Soyez proactif dans le travail et anticipez les différents problèmes, situations et changements. De cette façon, vous ne les subirez pas mais parviendrez à vous adapter et à innover.

PATRON NÉGOCIATEUR



WE CARE
YOUR EXPECT

POUR L'HISTOIRE

La négociation n'a jamais été aussi présente au cœur des entreprises, des organisations et jusqu'au quotidien de chacun : discussions salariales, accords commerciaux, négociations diplomatiques, accords de compétitivité, contentieux régionaux, réformes des États et des institutions, conflits de la vie de tous les jours.

Les négociations sont partout, à tous les niveaux et pour tout le monde. Avec des succès divers et des gloires passagères, chacun essaye de négocier au mieux. Si l'empirisme a longtemps été de rigueur, des méthodes se sont développées depuis une vingtaine d'années.

Dans un environnement où chacun s'entend pour reconnaître que la complexité et l'incertitude régissent les interactions, les dirigeants, les décideurs, les enseignants, les managers, ont pris conscience de plusieurs évidences.

- La négociation n'est pas qu'un soft-skill, apanage de quelques uns qui seraient nés avec ce talent, mais une compétence clé qu'il faut apprendre, travailler et développer, pratiquement au quotidien. Cette compétence doit être enseignée au plus tôt, dans les grandes écoles et dans les universités, mais également dans les collèges et les lycées.

- La négociation ne s'apprend pas simplement dans les livres. Si la connaissance académique et livresque est importante, la négociation est un métier opérationnel qui s'apprend et se perfectionne dans la pratique et la réalité du terrain.

- La négociation ne peut pas faire l'objet de procédures établies à l'avance, du fait notamment que son ingrédient principal est le facteur humain, avec sa cohorte de variétés, de diversités et d'incertitudes. Les meilleurs négociateurs n'ont pas de bonnes réponses, ils ont juste de bonnes questions, et un niveau d'expertise et d'expérience très élevé.

La négociation est une école de vie : chaque étudiant, parent, patron, individu, est confronté quotidiennement à des dizaines de situations de médiation ou de négociation. Seule sa capacité à créer de la valeur par le conflit ou à maîtriser des situations trop dégradées lui permettra de rester acteur et maître du contexte.

Nous vivons dans un monde complexe. Nous n'en avons pas conscience ou nous préférons peut-être ne pas le savoir. La croyance que notre environnement est éminemment compliqué, mais seulement compliqué, est finalement rassurante, dans un environnement compliqué, il existe des centaines de paramètres qui interagissent entre eux mais toutes leurs interactions sont prévisibles et anticipables.

Facteurs humains imprévisibles, rythmes économiques fluctuants, objectifs des interlocuteurs cachés, krachs et bulles boursiers, aléas climatiques, psychologie des organisations... tant et tant d'éléments aléatoires qui jettent au cœur des procédures un ingrédient fondamental, l'incertitude. Les négociations qui sont à l'œuvre dans un tel environnement, et qui contribuent à sa bonne marche et à la permanente adaptation des organisations qui le composent, sont dites négociations complexes.

L'expression négociations complexes est récente. Elle a été utilisée pour la première fois en 2001, lors d'une conférence de Laurent Combalbert devant un parterre de dirigeants à HEC Paris, à l'invitation du Professeur Patrick Audebert. L'adjonction du terme complexe à celui de négociation faisait suite à une rencontre avec Edgar Morin, quelques jours auparavant, au cours de laquelle les échanges sur le thème de la complexité du monde se sont fait écho. Nous avons conclu sur le constat que les entreprises avaient désormais besoin d'une nouvelle forme de négociation, tant en termes de technique que de philosophie. Le concept de négociation complexe était né.

UNE INÉVITABLE COMPLEXITÉ DE L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE : L'économie n'aime pas la complexité, elle est synonyme d'imprévisibilité et d'incertitude, deux facteurs extrêmement défavorables à la confiance et à l'activité économique globale. Les premiers économistes à s'être emparés du sujet ont été Knight et Keynes. D'abord rejetés par les économistes traditionnels qui voulaient que leur spécialité soit une science dure, ils sont aujourd'hui enseignés dans les écoles et leurs théories sont intégrées dans les analyses économiques ou font l'objet d'ouvrages dédiés à l'incertitude économique.

On utilise souvent les probabilités pour transformer l'incertitude en risque, et permettre aux patrons ou aux gouvernements de faire des choix basés sur des probabilités d'occurrence et d'impacts. Cependant, il est impossible de nier la complexité de l'économie par la mise en œuvre de processus analytiques compliqués. Personne n'aurait pu prévoir l'enchaînement des dernières crises qui ont ébranlé nos vies, Covid, crises géopolitiques, hausse des prix des matières premières, inflation galopante, explosion des prix de l'énergie...

LA MONDIALISATION DES ÉCHANGES : La libéralisation économique et l'accélération à l'échelle mondiale des échanges de biens et de services ont complètement modifié les repères traditionnels de la négociation. La levée progressive des freins réglementaires, tout d'abord au sein du GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) puis de l'OMC (Organisation mondiale du commerce) à la fin des années 1990, a rebattu les cartes, nous sommes passés d'une culture de la négociation encadrée, une sorte de négociation de gentlemen interagissant dans un monde connu, à un tissu de relations complexes régi par des codes culturels spécifiques, des règles nouvelles, créant un terrain de jeu inconnu et évolutif.

Paradoxalement, l'émergence d'une concurrence agissant avec des règles nouvelles, qui aurait dû motiver les entreprises à mettre l'accent sur leurs compétences de négociation pour maintenir leurs marges, a inhibé au contraire bon nombre de négociateurs en les poussant à se soumettre beaucoup plus facilement qu'avant, céder plutôt que perdre. L'arrivée de nouveaux acteurs, issus pour beaucoup de cultures dans lesquelles la notion de relation s'avère différente, et les pressions du management pour rechercher la performance coûte que coûte ont poussé de nombreux négociateurs au bout de leurs compétences.

LES LIMITES DES MÉTHODES DE NÉGOCIATION TRADITIONNELLES : Face à cette complexité, les méthodes traditionnelles de négociation ont perdu de leur efficacité. Basées sur une analyse raisonnée de la situation et de l'environnement, elles ont tardé à prendre en compte les facteurs d'incertitude désormais incontournables à toute négociation.

Le facteur humain au sens large : l'humain est l'ingrédient de base de la négociation, tant au niveau de la définition de la stratégie (CEO, comité exécutif) qu'au niveau de la mise en œuvre tactique (commerciaux, DRH, négociateurs de terrain). Or, il n'est pas possible de mettre le facteur humain en équation et de l'enfermer dans des procédures listant des réponses types apprises par cœur.

Le raccourcissement des visions stratégiques : certaines entreprises ont privilégié les coups, des opérations à court terme et très payantes, parfois réalisées au moyen de stratégies agressives voire déloyales, au détriment de la confiance et de l'engagement à long terme.

Les éléments interculturels : la vision même de la négociation n'est pas la même selon les cultures. Dès lors, des méthodes apportant des réponses toutes faites, théoriquement efficaces dans une culture donnée, pouvaient ne pas fonctionner dans des cultures différentes.

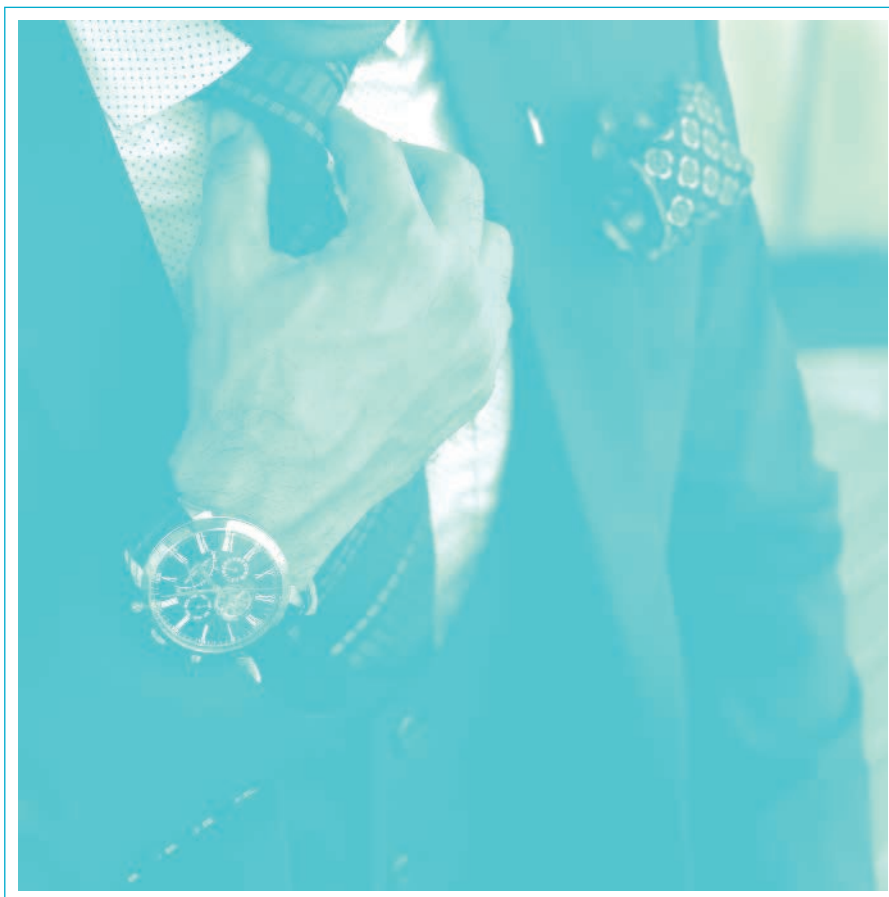
Les manœuvres dolosives : face à une compétition accrue et une pression permanente de la performance financière, tous les coups sont permis. Menaces, ultimatums, ventes à perte, mensonges, autant de pratiques néfastes pour des négociations durables pourtant devenues acceptables sous la justification d'une concurrence acharnée.



R E S P E C T

L Un négociateur chevronné est pleinement conscient des défis inhérents à l'amorce d'une discussion en vue de parvenir à un accord mutuellement satisfaisant. Il convient de souligner que cette interaction ne doit pas être perçue comme une simple confrontation, mais plutôt comme une opportunité propice à une collaboration à long terme. L'emploi d'une approche agressive ou de tactiques de pression ne favorisera pas la conclusion fructueuse d'une transaction. Il est important de noter que la fermeté dans le domaine des affaires ne doit pas être confondue avec une attitude méprisante envers son interlocuteur, comme l'a judicieusement souligné Thierry Krief, président de Nego&Co, une entreprise spécialisée dans le conseil en négociation. La clé réside dans l'utilisation de la diplomatie, même lors de négociations tendues. Il est primordial de maintenir une image positive, ce qui incite naturellement votre interlocuteur à envisager de futures collaborations fructueuses avec votre entreprise. En somme, la négociation est bien plus qu'un simple échange de points de vue, elle est une opportunité de construire des relations durables et mutuellement bénéfiques. Un négociateur averti sait que la diplomatie, la fermeté et une vision à long terme sont les piliers d'une négociation réussie, où la confiance et la coopération sont au cœur de chaque interaction.

”



É L É G A N C E

L
 Lorsque le négociateur parvient à conclure une vente, il se doit de procéder à une vérification minutieuse pour s'assurer que tous les termes de l'accord sont parfaitement compris et acceptés par les deux parties impliquées. En cas de divergence par rapport à ce qui avait été anticipé, il est de la plus haute importance de préserver une attitude respectueuse et d'éviter de manifester toute déception ou irritation face au résultat. Il convient de rappeler que, bien que cette négociation ne puisse pas avoir abouti de manière immédiate, elle peut néanmoins ouvrir la porte à des opportunités de collaboration futures. Une perspective à long terme doit être constamment présente à l'esprit, avec une considération particulière pour les éventuelles évolutions de votre offre qui pourraient être envisagées. Une règle fondamentale pour guider ces négociations est celle énoncée par Antoine Riboud, à savoir : *"Faire sourire les individus, que ce soit pour les mettre à l'aise ou, au contraire, pour les surprendre"*. Cette approche, empreinte de finesse et de sensibilité, peut grandement contribuer à maintenir un climat de confiance et d'ouverture au sein des négociations, favorisant ainsi une relation de partenariat solide et propice à un développement mutuel fructueux.

”



É L O Q U E N C E

La négociation s'accompagne souvent de la nécessité de maîtriser l'art de l'éloquence et de la communication. Lorsque vous présentez votre produit ou service, il est essentiel de le faire avec la manière. Les caractéristiques de ce que vous offrez peuvent rester inchangées, mais la manière dont vous les présentez offre à votre interlocuteur une perspective différente, une vision qui transcende la simple description. Dans cette démarche, il est crucial de ne pas sous-estimer l'importance de la gestuelle. Votre langage corporel est une composante essentielle de la communication. Par exemple, croiser les bras ou manifester des signes d'anxiété, tels que se gratter fréquemment, peuvent envoyer des signaux de fermeture ou de nervosité à votre interlocuteur, ce qui peut compromettre la qualité de la négociation. Au contraire, se présenter avec un sourire chaleureux et en utilisant des gestes agréables de la main renvoie l'image d'une confiance en soi maîtrisée, une caractéristique qui rassure votre interlocuteur et favorise une atmosphère de confiance mutuelle. L'amélioration est un élément clé du processus de développement professionnel. Par conséquent, il est recommandé de s'entraîner en pratiquant des simulations de vente. Cela vous permettra d'analyser votre manière de vous exprimer, d'identifier les domaines où des améliorations sont nécessaires. En somme, la négociation est une danse subtile de l'éloquence, de la communication et de la confiance mutuelle. Cette maîtrise vous permet d'établir des relations durables et fructueuses avec vos interlocuteurs.

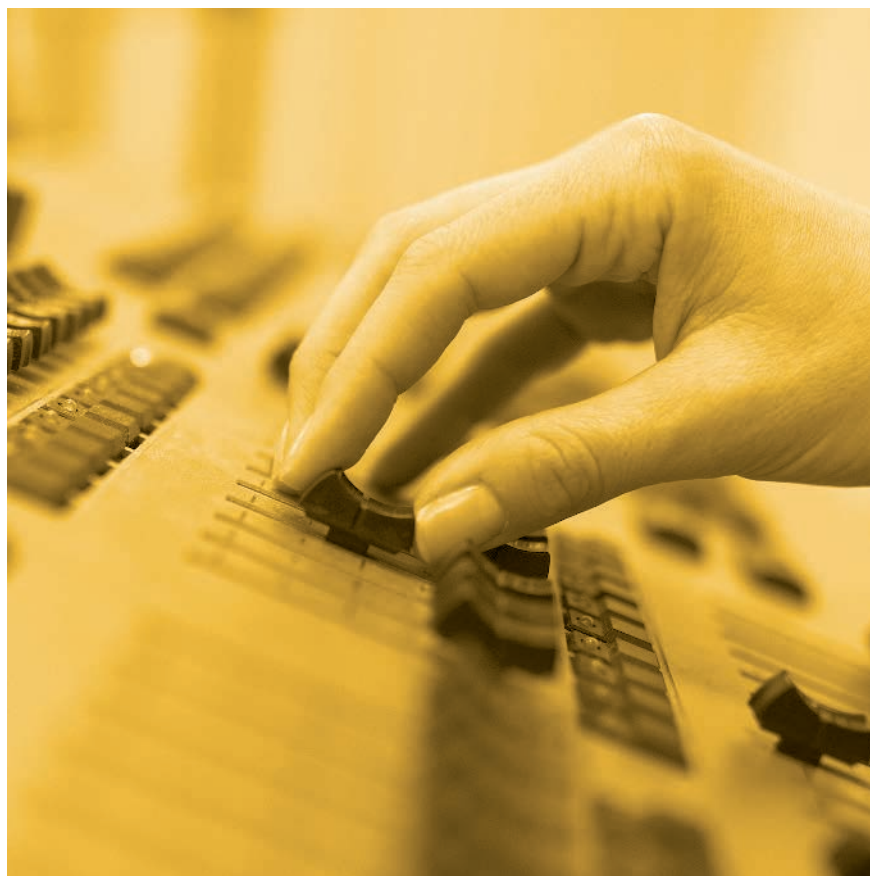
”



É C O U T E

La négociation, loin d'être une simple rhétorique de vente, requiert une écoute attentive et une compréhension profonde des besoins du client. Il est impératif d'accorder une oreille attentive à ce que le client exprime, car c'est à travers ses besoins que se dessine la voie vers une offre pertinente, alignée sur ses attentes spécifiques. Il est primordial d'éviter de promouvoir votre produit en mettant en avant des avantages qui ne suscitent pas l'intérêt du client ou qui ne répondent pas à ses besoins réels. Une telle démarche risque de faire naître un sentiment de mécompréhension chez le client, pouvant ainsi entraver la poursuite de l'échange. Dans cette optique, il est crucial de ne pas négliger les objections que le prospect pourrait émettre. Il est vrai que certaines objections peuvent sembler superficielles ou dénuées de sens, cependant, d'autres revêtent une importance significative. Par conséquent, il est essentiel de les aborder et de les traiter avec bienveillance, dans le but de rassurer et d'apporter des réponses adaptées à votre interlocuteur. En somme, la négociation est bien plus qu'une simple communication à sens unique. Elle est un échange attentif, une danse délicate entre écoute, compréhension, et réaction adaptée aux besoins et préoccupations du client. Cette approche, teintée de respect et de sensibilité, ouvre la voie à des négociations fructueuses, basées sur une relation de confiance mutuelle.

”



A N T I C I P A T I O N

Un négociateur de grande envergure ne se présente jamais à une discussion sans avoir préalablement effectué un travail en profondeur. L'entretien à venir doit être méticuleusement préparé, ce qui inclut la collecte d'informations cruciales sur le client et ses attentes. Cela va bien au-delà de simples informations de base, ça nécessite une compréhension approfondie de ses besoins spécifiques, de ses préoccupations et de ses objectifs. Anticiper les objections et les questions qui peuvent surgir est également une étape incontournable. Il s'agit d'explorer les points de friction potentiels et de développer des réponses solides qui démontrent votre maîtrise du sujet et votre capacité à résoudre les problèmes. Une composante tout aussi importante de la préparation consiste à examiner minutieusement l'offre que peuvent présenter vos concurrents. Cette analyse approfondie vous permet de déterminer vos avantages compétitifs et de définir une stratégie pour vous différencier efficacement sur le marché. En préparant ainsi votre entretien de manière rigoureuse, vous vous donnez la possibilité de fixer des objectifs clairs et atteignables à l'avance. De plus, vous avez la flexibilité nécessaire pour élaborer des solutions alternatives en cas de défis inattendus durant la négociation. En somme, l'anticipation est bien plus qu'une simple formalité. Elle constitue le fondement d'une négociation réussie, où la connaissance approfondie, l'anticipation des scénarios possibles et la flexibilité sont autant d'outils essentiels pour obtenir des résultats optimaux et établir des relations durables avec vos interlocuteurs.

”



P A T I E N C E

L'adage bien connu "Tout vient à point à qui sait attendre" résonne particulièrement chez les négociateurs aguerris. En effet, il peut arriver que malgré tous les efforts, une vente ne se conclue pas dans l'optique souhaitée pour les deux parties. Dans de telles situations, il est crucial de ne pas perdre espoir, mais plutôt de planifier une seconde rencontre, qui permettra de retravailler de manière plus ciblée votre offre. Il est primordial de résister à la tentation de vouloir conclure à tout prix et dans l'immédiat. Cette impatience peut entraîner des erreurs et compromettre la réalisation des résultats escomptés. Au contraire, prendre le temps nécessaire révèle une capacité à traiter la demande de manière approfondie, favorisant ainsi la création d'un accord bénéfique pour toutes les parties, un véritable gagnant-gagnant. Dans le cadre de ces négociations, il est utile de se rappeler les paroles d'Henri Kissinger : *"L'art du compromis consiste à partager un gâteau de telle sorte que chacun croie avoir la plus grosse part"*. Cette maxime reflète l'importance du compromis et de la perception, où l'objectif ultime est de parvenir à un accord qui satisfait pleinement toutes les parties impliquées. En étant patient et en faisant preuve de persévérance, vous ouvrez la voie à des négociations plus fructueuses et à des relations commerciales durables.

”



I N T E R P R É T A T I O N

Une qualité fondamentale à ne pas négliger : l'art de l'interprétation. Lorsque votre prospect communique verbalement, il est essentiel de reconnaître que ses paroles peuvent parfois dissimuler d'autres messages. Les signaux non verbaux, tels que le langage corporel et les gestes, peuvent révéler des informations précieuses. Par exemple, si votre prospect recule légèrement sur sa chaise, cela peut être un signe de désaccord, tandis que des jambes allongées et des pieds croisés suggèrent souvent un manque d'intérêt pour votre offre. Une poignée de main excessivement ferme peut quant à elle traduire une volonté de domination. L'analyse de ces signaux non verbaux revêt une importance cruciale pour vous permettre d'adapter votre offre en temps réel et de demeurer toujours pertinent dans la négociation. C'est en maîtrisant l'art subtil de l'interprétation que vous pourrez mieux comprendre les besoins et les préoccupations de votre interlocuteur, contribuant ainsi à des négociations plus fructueuses et à l'établissement de relations solides.

”



H U M I L I T É

L Il est indéniable que vous percevez votre offre comme extrêmement attrayante, dotée du potentiel nécessaire pour conquérir vos clients. Cependant, cette perception positive ne doit en aucun cas vous pousser à vous surestimer ou à aborder l'entretien avec un excès de confiance. Cette attitude peut s'avérer risquée, car elle risque d'être mal interprétée par votre prospect. L'excès de confiance peut être perçu par votre futur client comme un manque d'humilité, voire pire, comme de l'arrogance. Il est essentiel de rappeler que chaque entretien de négociation est unique et peut réserver des surprises. Son déroulement ne peut pas être entièrement anticipé à l'avance. Ainsi, il est fondamental de se préparer méticuleusement, quel que soit le niveau de confiance en votre offre. La préparation vous permet de rester flexible, d'adapter vos arguments en fonction des besoins d'un éventuel futur partenaire et de réagir de manière appropriée aux éventuelles tournures imprévues de la négociation. L'humilité et la préparation sont des éléments clés de tout entretien de négociation réussi. Elles vous permettent de démontrer votre professionnalisme tout en restant ouvert aux besoins et aux préoccupations de votre interlocuteur, favorisant ainsi un climat de confiance propice à une négociation fructueuse.

”

PATRON STRATÈGE

SPEAK LESS
ACT BETTER

LISTEN TO ACT

Un individu se distingue par sa capacité exceptionnelle dans un monde aussi complexe et exigeant, le patron stratège. Il maîtrise l'art de la négociation, une compétence qui va bien au-delà du savoir-faire pour devenir un véritable art.

La clé de cette excellence réside dans une connaissance approfondie de soi. Comprendre ses forces et ses faiblesses est essentiel pour exceller dans ce domaine. La négociation ne se limite pas à un simple échange d'arguments, c'est un ballet subtil où chaque mouvement compte.

Plusieurs qualités se détachent comme les fondations d'un stratège hors pair. Parmi elles, l'écoute active, le respect inconditionnel et l'éloquence brillante sont les piliers de son succès.

L'écoute, au-delà de la simple audition des mots, englobe la capacité à saisir les besoins sous-jacents et à déchiffrer les émotions dissimulées derrière les mots. Le stratège habile tend l'oreille pour percevoir les nuances subtiles qui peuvent faire pencher la balance en sa faveur.

Le respect quant à lui, constitue la base fondamentale de tout stratège. Il établit un socle de confiance entre toutes les parties impliquées, créant ainsi un environnement propice à un dialogue ouvert et constructif.

Enfin, l'éloquence est l'outil principal du stratège. L'art de la parole, la rhétorique maîtrisée lui permettent de guider les négociations vers des solutions mutuellement bénéfiques.

Ce qui distingue réellement le patron stratège, c'est sa présence d'esprit inébranlable. Dans les situations tendues, il reste calme et stratégique, tissant une toile de réflexion qui guide chaque mouvement avec précision. Pour lui, chaque instant est une opportunité de façonner l'issue de la négociation.

Quand une compétition rude peut parfois récompenser des talents moins remarquables, le patron stratège demeure une figure incontournable. Un artisan de l'art de la négociation, où perspicacité, compréhension et sagesse guident chaque pas vers un avenir prospère.

Inspiré de dynamique mag



Le patron d'une entreprise est fréquemment associé à des qualités telles que la stratégie, la vision, voire le génie. Cependant, dans un monde constamment secoué par diverses crises, ces caractéristiques traditionnelles sont aujourd'hui sujettes à remise en question. En effet, de nombreux patrons se sont retrouvés confrontés à des défis imprévus, les obligeant à adapter leurs approches pour assurer la pérennité de leur entreprise.

Le patron est souvent perçu comme une personne en quête permanente d'idées novatrices et ouverte aux évolutions du monde. Son rôle essentiel consiste à élaborer une vision claire et une stratégie bien définie pour mener à bien la mission de l'entreprise. Certains patrons, à l'instar de Steve Jobs, Bill Gates ou Elon Musk, ont réussi à captiver l'imagination des entrepreneurs du monde entier grâce à leurs stratégies exceptionnelles. Leur approche singulière donne l'impression qu'ils possèdent un génie hors du commun, semblant transcender le temps et les conventions.

FAIRE RÊVER : Chaque patron incarne une vision qui dépasse le cadre immédiat, un élément qui engendre des aspirations et des rêves. Cette capacité à projeter une vision d'avenir constitue l'une des caractéristiques fondamentales des patrons. Alors qu'ils opèrent dans le présent, ils doivent simultanément proposer un objectif futur qui inspire et motive l'ensemble de leurs collaborateurs.

Le défi réside dans la réalisation d'un rêve commun, même lorsque tous les éléments nécessaires pour l'atteindre ne sont pas encore clairement définis. Il s'agit de dessiner les contours d'une destination à atteindre, tout en sachant que le chemin exact peut évoluer en cours de route. À ce titre, les mots de Sylvain Orebi, PDG de Kusmi Tea, revêtent une grande pertinence : *"Avant de vous lancer, il est impératif que votre projet soit exempt de zones d'ombre. Prendre du recul et obtenir la validation de personnes de confiance sont également des étapes cruciales".*

Il est à noter que certains projets, en apparence utopiques et impossibles à réaliser, ont finalement été concrétisés. Une citation célèbre de Mark Twain rappelle que les patrons sont souvent ceux qui osent entreprendre l'apparemment impossible : *"Ils ne savaient pas que c'était impossible, alors ils l'ont fait".*

En somme, la vision du patron, même si elle peut sembler audacieuse et éloignée de la réalité, peut servir de catalyseur pour accomplir des réalisations extraordinaires. C'est en se lançant dans l'inconnu avec détermination et en repoussant les limites de ce qui est réalisable que les patrons inspirent leurs équipes à atteindre des sommets insoupçonnés.

PARTAGER VOTRE VISION : Il est impératif de la partager avec l'ensemble de ses collaborateurs. En l'absence de cette démarche, il est envisageable de se retrouver isolé, porteur seul de cette vision qui promet un avenir radieux. Dans ce contexte, il existe plusieurs clés essentielles, que nous explorerons dans ce dossier, pour vous aider à communiquer efficacement votre vision.

L'un des principes fondamentaux est que la mission et la vision de l'entreprise doivent être accessibles et compréhensibles à la fois par les collaborateurs internes et l'environnement externe de l'entreprise. Même si le projet peut être complexe, la priorité demeure de susciter l'adhésion en trouvant les mots et les moyens appropriés pour le rendre intelligible.

Pour réussir cette transmission, il est crucial de cultiver une communication ouverte et transparente au sein de l'organisation. Les patrons doivent être des ambassadeurs actifs de la vision de l'entreprise, en utilisant un langage clair et accessible. L'objectif est d'assurer une compréhension complète et une adhésion totale à la mission de l'entreprise, de la base aux sommets de l'organisation.

Par ailleurs, il est essentiel de créer un environnement propice à la rétroaction et à l'échange d'idées au sein de l'entreprise. Les employés doivent se sentir écoutés et encouragés à contribuer à l'évolution de la vision et de la mission de l'entreprise. Cette approche participative renforce l'engagement des collaborateurs et les motive à s'approprier la vision commune.

En résumé, partager une vision d'entreprise est une étape cruciale pour son succès à long terme. Cela exige une communication stratégique, une transparence totale et un climat d'ouverture au sein de l'organisation. Une vision partagée, comprise et adoptée par tous est le socle sur lequel repose la réalisation des objectifs ambitieux du patron.

CURIOSITÉ : L'évolution technologique s'accélère de manière exponentielle, engendrant une prolifération continue d'innovations. Dans ce contexte, la clé pour nourrir une vision à long terme réside dans la capacité à allouer du temps et à cultiver une curiosité constante envers les nouvelles pratiques et technologies émergentes. Les changements sont en marche, parfois déjà mis en œuvre dans d'autres régions du globe, et il est impératif de se maintenir informé.

Le monde actuel est de plus en plus connecté, et Internet représente une ressource inestimable pour découvrir de nouvelles idées au-delà des frontières nationales. En explorant des plateformes en ligne, des forums spécialisés, des publications internationales, et en collaborant avec des experts étrangers, vous pouvez enrichir votre compréhension des tendances mondiales et des opportunités qui se profilent.

Cependant, il faut garder à l'esprit que le timing est essentiel. Votre idée novatrice doit être déployée au moment opportun pour éviter tout décalage avec les besoins du marché. Les innovations sont souvent plus fructueuses lorsqu'elles sont introduites au moment où elles répondent le mieux aux attentes et aux demandes des consommateurs. À cet égard, il est important de surveiller les évolutions du marché, d'anticiper les besoins futurs et de réagir de manière agile pour saisir les opportunités.

L'innovation est un processus continu qui exige une veille technologique constante, une ouverture d'esprit et une adaptabilité aux changements. En investissant dans la recherche et le développement, en encourageant la créativité au sein de l'équipe, et en maintenant un dialogue avec les acteurs clés du secteur, il est possible d'inscrire l'entreprise dans une trajectoire d'innovation durable. Cela permettra de rester compétitif sur le marché mondial en constante évolution.

ÉVOLUTION : Il est essentiel de comprendre que le rôle du patron d'entreprise ne se limite pas à la simple élaboration d'une vision, mais englobe également la capacité à la mettre en œuvre de manière efficace. Dans un environnement en constante évolution, la clé du succès réside dans l'adaptabilité. Les patrons les plus prospères sont ceux qui reconnaissent que leur vision initiale peut nécessiter des ajustements constants pour rester en phase avec les tendances du marché, les avancées technologiques et les besoins changeants des clients.

Pour illustrer ce point, il est instructif d'examiner le parcours de patrons renommés tels que Steve Jobs, Bill Gates et Elon Musk. Ils ont tous été des visionnaires, mais ils ont également été des maîtres de l'adaptabilité. Leurs entreprises ont évolué au fil du temps pour répondre aux nouvelles opportunités et aux défis en constante évolution. Cette capacité à se réinventer et à repenser constamment la stratégie de l'entreprise est ce qui a contribué à leur succès continu.

Il est également important de noter que l'innovation et la créativité jouent un rôle crucial dans le processus d'adaptation. Les patrons doivent encourager un environnement où les idées novatrices sont encouragées, testées et mises en œuvre. Les patrons qui se reposent sur leurs lauriers et refusent de remettre en question leur modèle d'affaires risquent de se retrouver à la traîne par rapport à leurs concurrents plus agiles.

Le rôle du patron d'entreprise va bien au-delà de la simple élaboration d'une vision. C'est un voyage fascinant qui exige à la fois vision, adaptabilité, innovation et créativité. En embrassant le changement et en étant prêt à réinventer constamment son entreprise, on peut transformer sa vision en une réalité qui dépasse toutes les attentes. C'est dans cette dynamique que les véritables succès entrepreneuriaux émergent et s'épanouissent.

PENSÉE & RÉFLEXION : Dans le contexte professionnel contemporain, il devient impératif pour les patrons d'adopter une pensée stratégique d'une ampleur sans précédent. Cette démarche stratégique exige une analyse systématique des opportunités et des défis dans une perspective globale. Elle implique également une évaluation continue de la structure interne de votre entreprise ainsi que de l'environnement concurrentiel dans lequel elle évolue. C'est en mettant en œuvre ces données qu'on peut bâtir un avantage concurrentiel durable.

Dans l'univers des affaires, seuls les visionnaires les plus acharnés parviennent à sculpter leur destinée vers le sommet incontesté du succès. Leur arme de prédilection. La pensée stratégique, un atout incontournable qui sépare irrémédiablement les patrons de l'élite. Préparez-vous à plonger dans un univers impitoyable où la réflexion ne se contente pas d'être une stratégie.

Imaginez un maître d'œuvre aux commandes, tel un architecte de renom, dessinant avec une précision chirurgicale les plans d'un édifice invisible, l'avenir florissant de son empire. Cette capacité à concevoir une pensée stratégique, à transcender les horizons immédiats, établit la signature du patron visionnaire. Dans un monde où chaque décision peut déclencher des séismes planétaires, le patron se mue en stratège sans pitié, calculant chaque coup avec une finesse de génie.

La réflexion stratégique, quant à elle, s'apparente à une exploration minutieuse d'un territoire inconnu, où le patron doit sonder impitoyablement les opportunités qui émergent à l'horizon tout en évitant les défis tapis dans l'ombre. Cette vision panoramique lui confère une assurance inébranlable, lui permettant de naviguer avec audace à travers les tempêtes du monde des affaires, en anticipant astucieusement les obstacles et en surfant habilement sur les courants porteurs.

Pour incarner la pensée stratégique, le dirigeant doit maîtriser un arsenal de compétences impérieuses. Il doit décortiquer la complexité des relations commerciales avec une acuité d'orfèvre, disséquer les données avec une froideur clinique, et détecter les signaux faibles qui émergent de l'obscurité. La créativité devient son atout majeur, lui permettant de concevoir des solutions révolutionnaires pour résoudre les problèmes les plus coriaces.

La gestion stratégique devient l'art de traduire la réflexion en une action impitoyable. Elle érige le pont indispensable entre la vision déterminée et la réalité incontestée. Le patron doit forger une stratégie d'entreprise d'une robustesse inégalée et prendre des décisions tranchantes pour propulser son équipe et son organisation vers des sommets inatteignables. C'est un ballet implacable, où l'harmonie découle d'une équation subtile entre la planification à long terme et l'exécution sans faille au quotidien.

Dans la saga haletante de l'entreprise moderne, le patron stratège surgit comme le conquérant intrépide. Sa capacité à projeter sa pensée au-delà des limites temporelles, à disséquer les défis les plus insurmontables, et à fusionner de manière implacable réflexion stratégique et gestion intransigeante en font un maître incontesté de son art. Tel un phare puissant, il guide son équipe à travers les abysses de l'incertitude, traçant le sillage qui conduit inexorablement vers un avenir conquérant.



les fruits ne tombent pas du ciel, la neige si.

On réussit selon la valeur de notre effort.



PATRON TYPE



20/20

PENSE-TU !

Certains patrons sont de véritables champions. Ils jonglent avec les contrats comme des virtuoses, propulsent leur entreprise vers les sommets et incarnent le charisme de la réussite. Mais en réalité, ils ont des stratégies aiguisées et un état d'esprit bien calibré.

Ces patrons exceptionnels ont des capacités à saisir les opportunités et à anticiper les défis avec une agilité. Ils sont des experts en matière de networking, bâtissant des relations solides et productives.

Leur agressivité calculée dans la poursuite de contrats et de partenariats est un trait distinctif. Ils ne se contentent pas d'attendre que les opportunités se présentent, ils les créent activement, modelant leur destin.

La technologie est leur alliée, et ils sont constamment à l'affût des dernières tendances et des innovations disruptives. L'automatisation intelligente, l'analyse de données pointue, et l'exploitation habile des médias sociaux sont autant d'outils qu'ils utilisent pour maximiser leur impact.

Mais ce n'est pas que la méthode, c'est aussi l'état d'esprit. Ces patrons ont une vision audacieuse et une confiance inébranlable en leur capacité à la réaliser. Ils évoluent dans une dynamique de gagnants, où la réussite est la seule option.

Alors, bien sûr, ils sont sympathiques et charismatiques. C'est un atout essentiel pour bâtir des relations solides et inspirer leurs partenaires. Mais derrière chaque sourire se cache un sens aigu et une détermination des affaires.

Leur secret, c'est leur combinaison de compétences pointues, de pensée stratégique et d'une confiance totale en leur capacité à réussir. Ils défient les conventions et créent leur propre chemin vers le devant, propulsant leurs entreprises vers un succès exceptionnel.



1/ ILS S'AMUSENT, Les patrons à succès savent qu'il est essentiel de s'amuser dans ce qu'ils font. Comme le disait Colette, *«On ne fait bien que ce qu'on aime»*. Cette passion pour leur travail les motive à surmonter les obstacles et à persévérer dans les moments difficiles. Chaque aspect de leur entreprise est source de plaisir, stimulant leur créativité et leur enthousiasme. Le plaisir dans le travail est un catalyseur de réussite, attirant les opportunités et renforçant les relations professionnelles.

2/ ILS GÈRENT LEUR ARGENT AVEC SAGESSE, La capacité à générer des profits va de pair avec une gestion financière experte chez les patrons à succès. Ils excellent dans l'art de gagner de l'argent, mais ils comprennent tout aussi bien l'importance cruciale de le dépenser judicieusement. Pour tout patron, l'argent liquide est le carburant de l'entreprise, le nerf de la guerre, surtout dans les premières étapes de leur aventure entrepreneuriale. Les entrepreneurs prospères se montrent prudents dans leurs dépenses, investissent de manière stratégique, et maintiennent une santé financière solide.

3/ ILS DÉGAGENT UNE IMAGE POSITIVE, Forger une image positive revêt une importance capitale. Les patrons qui connaissent la réussite saisissent à quel point il est essentiel d'être perçus comme des acteurs dynamiques et positifs. Que ce soit vis-à-vis de leurs partenaires commerciaux, de leurs clients ou de leurs précieux collaborateurs, la projection d'une énergie positive s'avère un atout inestimable. Cette attitude constructive ne fait pas que renforcer leur réseau professionnel, elle contribue également à fidéliser une clientèle reconnaissante, créant ainsi un cercle vertueux d'opportunités et de succès.

4/ ILS SAVENT RESTER HUMBLÉS, La réussite n'altère pas l'accessibilité et l'humilité des patrons prospères. Ils conservent précieusement le souvenir des défis qui ont marqué leurs débuts entrepreneuriaux, et reconnaissent que leur ascension n'aurait pas été possible sans l'appui précieux d'autres acteurs. Cette humilité, loin d'être un frein, constitue un moteur puissant pour un apprentissage continu. Les patrons à succès savent que la clé de la longévité entrepreneuriale réside dans la capacité à s'ouvrir à de nouvelles connaissances et à la collaboration fructueuse avec leurs pairs.

5/ ILS SONT ORGANISÉS, Bien qu'ils puissent bénéficier de l'aide d'une équipe dévouée, les patrons modèles sont des maîtres incontestés de la gestion du temps. Leur aptitude innée à l'organisation et leur discipline sans faille les démarquent nettement du commun des mortels. L'art de gérer son temps constitue une compétence essentielle pour tout patron prospère. Ces leaders naturels excellent dans l'art d'établir des priorités, de maintenir une discipline rigoureuse et de mettre en place des systèmes qui optimisent leur productivité. Chaque tâche est abordée avec efficacité, garantissant ainsi un flux de travail continu et bien orchestré.

6/ ILS PRENNENT DU TEMPS POUR EUX, Le succès en affaires ne s'atteint pas en restant confiné dans les murs de son entreprise. Les patrons qui triomphent connaissent bien cette vérité fondamentale. Prendre le temps de se ressourcer est une nécessité impérieuse pour entretenir une créativité constante et une efficacité accrue. Les patrons à succès sont conscients de cette réalité et embrassent pleinement cette philosophie.

Ils comprennent l'importance cruciale de prendre du recul, de s'accorder des moments de détente et de s'ouvrir à de nouvelles idées. Ils savent que ces pauses stratégiques sont essentielles pour maintenir un équilibre harmonieux entre leur vie professionnelle et leur vie personnelle. En cultivant ce précieux équilibre, ils se renouvellent continuellement et puisent dans leur propre bien-être pour alimenter leur succès continu.

7/ ILS SONT SÛRS DE LEUR SUCCÈS, Ils sont animés par une conviction inébranlable en leur réussite imminente, une certitude absolue qui transcende leurs actions et leurs pensées. La croyance en soi est une force transcendante dans la quête du succès. Les patrons qui marquent l'histoire ont une foi inébranlable en leur capacité à triompher, et cette confiance intrinsèque les pousse à la persévérer, même lorsque les obstacles se dressent devant eux.

Ils savent que leur état d'esprit façonne leur réalité, et ils s'efforcent donc de maintenir une attitude positive et confiante en toutes circonstances. Cette croyance profonde, est le catalyseur de leurs réalisations extraordinaires, les propulsant vers des sommets autrefois inimaginables.

8/ ILS SONT FOCALISÉS SUR LEUR OBJECTIF, Leur concentration est palpable, leurs regards fixés sur la ligne d'arrivée. Une fois que le signal retentit et qu'ils quittent les starting-blocks, il semble qu'il n'y ait plus rien au monde qui puisse les arrêter jusqu'à ce qu'ils atteignent leur objectif. Une leçon à méditer profondément.

Tels des champions sportifs qui visualisent leur ligne d'arrivée, les patrons à succès sont totalement engagés dans la poursuite de leurs objectifs. Ils ont une vision cristalline de ce qu'ils aspirent à accomplir, et cette vision les anime d'une détermination inébranlable. Cette focalisation sur leur but les guide inlassablement, les aidant à maintenir le cap, à prendre des décisions éclairées et à travailler avec une persévérance inégalée. Ils sont des maîtres de l'art de la focalisation, ce qui les distingue dans la quête de l'excellence entrepreneuriale.

9/ ILS NE CONSIDÈRENT MÊME PAS LA POSSIBILITÉ DE L'ÉCHEC, Les patrons à succès ont une caractéristique commune, ils ne se laissent pas envahir par la peur de l'échec. Certains pourraient considérer cela comme une vision déconnectée de la réalité, mais c'est précisément cette attitude qui se révèle être leur arme secrète.

Pour ces patrons modèles, l'échec n'est tout simplement pas une option envisageable. Bien que cela puisse sembler audacieux voire irrationnel, cette mentalité les pousse à persévérer avec une détermination inébranlable, même lorsqu'ils sont confrontés à des défis de taille. Pour eux, chaque obstacle est perçu comme une opportunité d'apprentissage et de croissance. Ils savent que chaque revers est une leçon précieuse qui les rapproche de leur prochain succès. C'est cette perspective audacieuse qui les propulse vers des sommets inimaginables.

10/ ILS TRAVAILLENT DUR, Le succès dans l'entrepreneuriat n'est pas une histoire de chance instantanée. Les idées géniales qui se transforment en réussites retentissantes en seulement deux mois de travail à mi-temps sont aussi rares que les éclipses solaires.

Les patrons sont familiers avec le prix à payer pour gravir les échelons. Ils ne craignent pas de consacrer des nuits blanches, de sacrifier une part de leur confort, et de dépenser une énergie considérable pour faire progresser leur entreprise. Pour eux, le succès est le fruit d'un labeur continu et inépuisable.

Ils comprennent que chaque moment investi, chaque effort déployé, les rapproche un peu plus de leurs objectifs ambitieux. Ils savent que le chemin vers le sommet est pavé d'obstacles, mais ils sont prêts à les surmonter un par un, sans jamais perdre de vue leur vision ultime. C'est leur persévérance inébranlable qui les distingue et les conduit vers des sommets impressionnants.

11/ ILS SONT FOUS ! Les patrons modèles ne se contentent pas de suivre la cadence, ils la définissent. Leur audace frôle parfois la folie, mais c'est cette folie qui les propulse vers les sommets insoupçonnés. Les patrons visionnaires ont un don particulier, ils sentent les tendances du marché avant qu'elles ne se manifestent pour le commun des mortels.

Oui, ils peuvent parfois être perçus comme des "originaux" ou des "hors du commun," mais c'est précisément cette originalité qui fait leur force. Ils ne craignent pas de se démarquer, de sortir des sentiers battus, car ils savent que c'est là où résident les opportunités les plus prometteuses. Leur capacité à anticiper, à prendre des risques calculés et à innover les propulse vers de meilleurs horizons. C'est cette audace qui les distingue comme les pionniers du monde des affaires.

12/ ILS SONT PERSÉVÉRANTS, Le chemin vers le succès est pavé d'obstacles, de défis et d'incertitudes. Pourtant, ceux qui émergent comme les véritables maîtres de l'entrepreneuriat partagent une caractéristique cruciale, une persévérance solide. Les patrons modèles ne plient pas sous la pression des revers ou des échecs temporaires. Ils comprennent que chaque défi est une opportunité déguisée, une leçon précieuse qui les rapproche un peu plus de leurs objectifs.

Ils sont les artisans de leur propre destin, sculptant leur chemin vers la réussite avec une détermination qui défie toute adversité. Chaque échec ne les décourage pas, mais les inspire à s'élever plus haut. Le succès entrepreneurial est un voyage long et sinueux, et ceux qui persévèrent jusqu'au bout sont ceux qui finissent par atteindre les sommets. Ils sont l'exemple vivant que la persévérance, plus que tout autre trait, est la clé du succès. Chaque obstacle est une pierre précieuse sur le chemin de la réalisation de leurs rêves, et ils les ramassent avec gratitude, sachant qu'elles sont le combustible de leur ascension.

13/ ILS RÊVENT GRAND, Le monde de l'entrepreneuriat ne connaît pas de frontières. Si certains se contentent de rêver de devenir les leaders de leur quartier, d'autres visent bien plus haut dès le départ. Ils comprennent que les objectifs modestes n'engendrent que des succès limités. Les patrons audacieux se fixent des aspirations grandioses, visant les étoiles dès le début de leur aventure. Ils embrassent la globalité des opportunités et défient les conventions, ouvrant ainsi la voie à une croissance sans limites. Pour ces visionnaires, le ciel n'est pas la limite, mais le point de départ de leurs ambitions entrepreneuriales.

14/ LEUR OBJECTIF EST CLAIR, Les patrons prospères se distinguent par leur vision claire de l'avenir de leur entreprise. Ils savent que l'incertitude ne fait que freiner la croissance. Ainsi, ils établissent des objectifs précis et concrets pour orienter leurs actions et celles de leur équipe. Cette clarté d'objectifs agit comme un phare dans la nuit des affaires, guidant leurs décisions et leurs investissements. Ils comprennent que sans cette boussole, il est facile de s'égarer dans le tumulte du monde entrepreneurial. Pour ces patrons avertis, l'objectif est plus qu'une simple direction, c'est le moteur qui les propulse vers la réussite.

15/ ILS ONT CONFIANCE EN EUX, Les patrons accomplis possèdent une qualité rare, une confiance inébranlable en leur propre potentiel. Cette certitude, bien loin de l'arrogance, repose sur une profonde connaissance de leurs compétences et de leurs capacités. Elle leur permet de relever les défis avec assurance et de saisir chaque opportunité qui se présente.

Cette confiance agit comme un aimant, attirant clients, partenaires et investisseurs. Les patrons à succès osent initier des collaborations fructueuses et créer des alliances stratégiques. Ils comprennent que cette audace est le fuel de leur développement continu et de leur expansion sur le marché. Cette conviction en leur propre réussite constitue la pierre angulaire de leur ascension vers de nouveaux sommets entrepreneuriaux.

16/ ILS ONT UNE BONNE SANTÉ, La réussite ne découle pas seulement de la maîtrise des affaires, mais aussi de la préservation d'un atout essentiel, la santé. Les patrons accomplis comprennent que leur bien-être physique et mental constitue le fondement de leur succès. Pour prospérer dans cette course, une condition physique et mentale optimale est cruciale.

C'est pourquoi les visionnaires intègrent l'exercice physique, comme la pratique d'un sport, dans leur routine pour maintenir leur vitalité, gérer le stress et renforcer leur résilience émotionnelle. Ils considèrent la santé comme un investissement stratégique qui se traduit par une énergie inépuisable, une créativité florissante et une capacité à relever les défis avec sérénité et détermination.

17/ L'ARGENT N'EST PAS LEUR MOTEUR, Les patrons modèles évoluent bien au-delà de cette simple aspiration financière. En réalité, ils sont animés par un idéal plus élevé, une vision plus profonde. Ces patrons modèles cherchent à créer quelque chose de significatif, à laisser un héritage durable dans le monde des affaires. L'argent devient un moyen pour atteindre cet objectif, plutôt qu'une fin en soi. Ils comprennent que la vraie richesse réside dans la réalisation de leur vision, dans la création de valeur pour leur entreprise, leurs employés, leurs clients et la société dans son ensemble.

Cette vision transcendante les pousse à persévérer, à surmonter les obstacles et à continuer à innover. Ils sont animés par une passion profonde pour ce qu'ils font et par un désir ardent de laisser leur empreinte dans leur domaine d'activité.

18/ ILS N'ONT PAS PEUR DE CONNAÎTRE DES ÉCHECS, Ils ne redoutent pas l'échec, bien au contraire. Ils comprennent que dans le parcours entrepreneurial, les revers sont inévitables, mais ils les considèrent comme des opportunités d'apprentissage. Ils rebondissent rapidement et utilisent ces expériences pour affiner leur stratégie. Pour eux, chaque échec est une leçon qui les rapproche un peu plus du succès. Ils analysent les causes de l'échec, identifient les erreurs commises, et ajustent leur approche en conséquence.

Cette capacité à apprendre des revers les rend plus résilients et plus forts. Ils savent que la persévérance est la clé de la réussite et que l'échec n'est qu'une étape sur le chemin de la victoire. Ils embrassent les défis avec confiance, sachant qu'ils en ressortiront plus forts et mieux préparés à affronter les défis futurs. C'est cette mentalité qui les distingue et les propulse vers des sommets toujours plus élevés.

19/ ILS REPÈRENT DES OPPORTUNITÉS LÀ OÙ PERSONNE N'EN VOIT, La curiosité et l'ouverture d'esprit sont des atouts précieux. Les patrons modèles se distinguent par leur insatiable curiosité, leur capacité à rester à l'affût des nouveautés et à imaginer des opportunités là où d'autres voient des défis. Ils cherchent constamment à innover, à explorer de nouvelles voies et à repousser les limites de leur créativité.

Leur ouverture d'esprit les rend réceptifs aux idées et aux perspectives différentes, ce qui les aide à prendre des décisions éclairées et à saisir les opportunités émergentes. En somme, la curiosité et l'ouverture d'esprit sont des qualités qui propulsent les patrons vers le succès en leur permettant d'explorer de nouveaux horizons.

20/ ILS SONT OPTIMISTES ET MOTIVÉS PAR NATURE, Tous les grands noms ont un trésor commun, un atout qui brille comme un joyau précieux, un état d'esprit résolument optimiste. Cette qualité, en apparence anodine, est en réalité la clé qui ouvre les portes du succès. L'optimisme est la lumière qui éclaire le chemin du patron à travers l'obscurité de l'incertitude. Les obstacles, les revers et les défis ne sont que des ombres temporaires dans leur paysage entrepreneurial. Ils croient en leur capacité à surmonter chaque adversité, à trouver des solutions créatives à chaque problème, et à atteindre leurs objectifs les plus ambitieux.

Ce précieux état d'esprit n'est pas une prédisposition innée, mais une compétence qui se cultive. Les patrons modèles savent qu'ils peuvent former leur esprit à voir la lumière même dans les situations les plus sombres. Ils entretiennent une attitude positive, sachant que leur pensée profonde influence leur réalité.



IMPRIMERIE NUMÉRIQUE
POUR LES PROFESSIONNELS
DES ARTS GRAPHIQUES



On dit d'un fruit qu'il est mûr
lorsque ses couleurs sont pures.



edisoft.dz

CRÉATION HÉBERGEMENT SITES WEB

Sécurisés. Flexibles. Stables

Site web e-commerce - Applications Mobiles
Site web statique - Site web dynamique - Plateforme numérique



Siège Social : B1-80 Centre Commercial El-Qods, Chéraga - Alger

Technique : Tél. : 023 135 823 - Mob. : 0660 172 446 - Fax : 021 341 576
E-mail : support@edisoft.dz

Commercial : Tél. : 023 135 823 - Mob. : 0660 172 445 - 0771 258 128
E-mail : contact@edisoft.dz

PERSONNALITÉ DU PATRON

BUSINESS
NATURE

I am !

De tous temps et en tous lieux, les relations entre l'homme et l'animal ont fait naître des sentiments variés, souvent contradictoires, suscitant les représentations les plus diverses et des comportements parfois étonnants. Il n'est pas une société qui n'ait réservé une place privilégiée à une espèce animale ou un cortège d'animaux, et n'ait élaboré à son propos un système cohérent de récits, croyances et pratiques dont l'étude permet d'approcher un aspect important de sa culture. L'animal ainsi pensé peut prendre des formes très diverses : bête sauvage, animal domestique, curiosité hybride, déité, monstre, rusé, fort...

De la même manière, nous pourrions discerner «l'animal de civilisation» comme moyen universel d'appréhender une culture. «L'animal de civilisation» et les représentations qu'il engendre au sein d'une société donnée, tendent à constituer un «fait social total». Dès lors, «l'animal de civilisation» ne nous livrerait-il pas une clé pour comprendre comment chaque société se situe dans son rapport au monde ? Que cet animal y perde la place qui lui était assignée, et c'est toute une culture qui se verrait remise en question.

Ainsi appréhendé comme fait social total, «L'animal de civilisation» évoque au sens où l'entendent les écologues. Est en effet qualifiée de la sorte toute espèce (animale ou végétale) déterminante pour l'équilibre dynamique d'un écosystème. Que l'espèce «clef de voûte» soit affectée ou vienne à disparaître et c'est le fonctionnement même de l'écosystème dans son ensemble qui est mis en péril.

Par le biais du symbolisme des animaux, se pose bien la question des interactions biologiques et culturelles entre l'homme et son environnement. Cette question mérite d'être considérée aussi bien chez le citoyen occidental évoluant dans un monde de haute technicité dénaturée, que chez les derniers chasseurs-cueilleurs de la planète.

Le domaine du symbolisme des animaux, consiste à considérer une métaphore conceptuelle (celle de l'espèce dite «clef de voûte») qui dispose d'une définition bien précise dans les sciences de la vie, et d'en discuter l'éventuelle pertinence pour les sciences de la société. Cette métaphore ne pourrait-elle pas nous guider vers ce terrain de rencontre tant souhaité, mais trop rarement atteint, entre des champs disciplinaires habitués à conduire indépendamment leurs réflexions sur la complexité des relations que les hommes entretiennent avec la nature ?





LE LOUP EST AMBITIEUX, PRÊT À GRAVIR LES ÉCHELONS DU SUCCÈS À TOUT PRIX. IL N'HÉSITE PAS À PRENDRE DES RISQUES CALCULÉS, À BOUSCULER LA HIÉRARCHIE ÉTABLIE ET À DÉFIER LA CONCURRENCE. SA RUSE ET SA CAPACITÉ À ANTICIPER LES MOUVEMENTS DE SES CONCURRENTS FONT DE LUI UN STRATÈGE REDOUTABLE.

(INSTINCT, INTELLIGENT, APPÉTIT DE LIBERTÉ, IMPORTANCE DES LIENS SOCIAUX)



L'AIGLE, IMPÉTUEUX DANS L'UNIVERS DES AFFAIRES. TEL UN PRÉDATEUR DES CIEUX ENTREPRENEURIAUX, IL DÉPLOIE SES AILES POUR SAISIR LES SOMMETS DU SUCCÈS. L'AIGLE APPRÉHENDÉ AVEC UNE PRUDENCE, BRAVANT LES CONVENTIONS ET LANÇANT DES DÉFIS AUDACIEUX À SES RIVAUX. SA PERSPICACITÉ REMARQUABLE ET SA CAPACITÉ À ANTICIPER LES MOUVEMENTS ADVERSES EN FONT UN STRATÈGE HORS PAIR, TOUJOURS PRÊT À PLANER PLUS HAUT POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS DANS LE MONDE EXIGEANT DES AFFAIRES.

(BEAUTÉ, FORCE ET PRESTIGE)



LA CHOUETTE, INCARNE UNE PERSONNALITÉ UNIQUE DANS LE MONDE DES AFFAIRES. ELLE SE DISTINGUE PAR SA RÉFLEXION ET SA PRUDENCE PROFONDE. ELLE EST ANIMÉE PAR UNE AMBITION DISCRÈTE, CHERCHANT À GRAVIR LES ÉCHELONS DU SUCCÈS AVEC UNE INTELLIGENCE AIGUISÉE. ELLE PRÉFÈRE LA RÉFLEXION À L'IMPULSIVITÉ, ÉVITANT LES CONFRONTATIONS INUTILES TOUT EN NAVIGUANT HABILEMENT DANS LES MÉANDRES DE LA HIÉRARCHIE ÉTABLIE. SA RUSE RÉSIDE DANS SA CAPACITÉ À ANTICIPER LES MOUVEMENTS DE SES CONCURRENTS AVEC UNE VISION À LONG TERME, FAISANT D'ELLE UNE STRATÈGE PERSPICACE. ELLE SAIT QUE LA PATIENCE ET LA SAGESSE SONT DES ATOUTS PRÉCIEUX DANS LA QUÊTE DU SUCCÈS.

(SAGE - RAISONNÉ - SAGESSE - STRATÈGE - ÉCLAIRÉ - RÉFLÉCHIE - SAVANT - VISIONNAIRE - PERSPICACE)



L'ÉLÉPHANT, STABILITÉ ET FIABILITÉ. LES INDIVIDUS AYANT CETTE PERSONNALITÉ SONT CONNUS POUR LEUR APPROCHE MÉTHODIQUE ET LEUR CAPACITÉ À GÉRER DES TÂCHES COMPLEXES AVEC DILIGENCE. CEPENDANT, LEUR RÉTICENCE À PRENDRE DES RISQUES PEUT PARFOIS LIMITER LEUR EXPLORATION DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS. NÉANMOINS, LEUR ENGAGEMENT ENVERS LA STABILITÉ PEUT CONTRIBUER AU SUCCÈS À LONG TERME DE L'ENTREPRISE.

(MÉMOIRE, SAGESSE, LONGÉVITÉ, PROSPÉRITÉ, BIENVEILLANCE)



LE LION, DANS LE MONDE DES AFFAIRES INCARNE LA CONFIANCE EN SOI, LE LEADERSHIP AUDACIEUX ET LA DÉTERMINATION. CES DIRIGEANTS SONT SOUVENT CHARISMATIQUES, PRÊTS À PRENDRE DES INITIATIVES ET À DÉFENDRE LEUR VISION AVEC PASSION. CEPENDANT, LEUR NATURE DOMINANTE PEUT PARFOIS ENTRAÎNER DES TENDANCES AUTORITAIRES QUI NÉCESSITENT UN ÉQUILIBRE POUR MAINTENIR DES RELATIONS HARMONIEUSES AU SEIN DE L'ÉQUIPE. IL EST DÉTERMINÉ À SURMONTER TOUS LES DÉFIS POUR ATTEINDRE LE SUCCÈS.

(MAJESTÉ, FORCE, SUPRÉMATIE)



LE LYNX INCARNE UNE PERSONNALITÉ DISCRÈTE, MÉTHODIQUE ET STRATÉGIQUE. COMME UN CHASSEUR SILENCIEUX, IL OBSERVE ATTENTIVEMENT SON ENVIRONNEMENT, PREND DES DÉCISIONS PRUDENTES ET SE CONCENTRE SUR DES OBJECTIFS À LONG TERME. SA PATIENCE ET SA RÉFLEXION SONT DES ATOUTS POUR NAVIGUER DANS LE MONDE DES AFFAIRES. IL PRIVILÉGIE LA QUALITÉ, AGISSANT AVEC PRÉCISION ET EFFICACITÉ.

(OBSERVATEUR - MÉTHODIQUE - PATIENT - SILENCIEUX - STRATÉGIQUE - CONCENTRÉ)



L'OURS REFLÈTE LA FORCE, LA STABILITÉ ET LA PERSÉVÉRANCE. LES INDIVIDUS AYANT UNE PERSONNALITÉ DE L'OURS SONT LES PILIERS DE L'ENTREPRISE, CONNUS POUR LEUR FIABILITÉ ET LEUR CAPACITÉ À GÉRER DES TÂCHES COMPLEXES AVEC DILIGENCE. ILS SONT PRUDENTS DANS LEURS DÉCISIONS ET PRÉFÈRENT LA SÉCURITÉ À LA PRISE DE RISQUES. CEPENDANT, LEUR NATURE ROBUSTE LES REND RÉSILIENTS FACE AUX DÉFIS, ET LEUR ENGAGEMENT ENVERS LA STABILITÉ CONTRIBUE SOUVENT AU SUCCÈS À LONG TERME DE L'ENTREPRISE.

(SOLIDE - ENDURANT - RÉSISTANT - DÉTERMINÉ - PATIENT - CALME - IMPOSANT)



LE PUMA EST AGILE, DÉTERMINÉ ET EFFICACE. LES INDIVIDUS AYANT UNE PERSONNALITÉ DU PUMA SONT RAPIDES À RÉAGIR AUX OPPORTUNITÉS, AGISSENT DE MANIÈRE DÉTERMINÉE POUR ATTEINDRE LEURS OBJECTIFS, ET SONT CONNUS POUR LEUR CAPACITÉ À CHASSER LES DÉFIS AVEC RÉOLUTION. ILS SONT SOUVENT SOLITAIRES DANS LEUR APPROCHE, PRÉFÉRANT L'INDÉPENDANCE, ET SONT EFFICACES DANS LA RÉALISATION DE LEURS TÂCHES. LE PUMA EST UN ACTEUR HABILÉ QUI EXCELLE DANS LA POURSUITE DE SES OBJECTIFS, AVEC UNE CONCENTRATION FÉROCE SUR LA RÉUSSITE.

(DÉTERMINÉ - AGILE - SOLITAIRE - CHASSEUR - FURTIF - ENDURANT)



LE RENARD, INGÉNIEUX ET LA DIPLOMATE. IL RÉPUTÉ POUR SA CAPACITÉ À NAVIGUER HABILÉMENT DANS DES SITUATIONS COMPLEXES, À SAISIR LES OPPORTUNITÉS ET À UTILISER SA RUSE POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS. ILS EST STRATÉGIQUE DANS SES ACTIONS, POLYVALENT DANS SON APPROCHE, ET SOUVENT HABILÉ NÉGOCIATEUR. CEPENDANT, SON AGILITÉ PEUT PARFOIS ÊTRE PERÇUE COMME OPPORTUNISTE, NÉCESSITANT UN ÉQUILIBRE POUR MAINTENIR LA CONFIANCE. LE RENARD EXCELLE DANS LA RECHERCHE DE SOLUTIONS CRÉATIVES POUR RÉSOUDRE DES DÉFIS ET MAXIMISER LES AVANTAGES.

(RUSÉ - ASTUCIEUX - OPPORTUNISTE - INGÉNIEUX - HABILÉ - DIPLOMATE - AGILE - STRATÉGIQUE - VERSATILE - OBSERVATEUR)



LE TAUREAU EST DÉTERMINÉ, RÉSISTANT ET LA PERSÉVÉRANT. LES PERSONNES LUI RESSEMBLANT SONT RÉPUTÉES POUR LEUR FORCE DE CARACTÈRE ET LEUR OBSTINATION À POURSUIVRE LEURS OBJECTIFS. ILS SONT SOUVENT FIABLES ET STABLES, CAPABLES DE TRAVAILLER DUR POUR SURMONTER LES OBSTACLES. CEPENDANT, LEUR NATURE TÊTUE PEUT PARFOIS LES RENDRE RÉTICENTS À CHANGER DE CAP, ET ILS PRÉFÈRENT GÉNÉRALEMENT UNE APPROCHE MÉTHODIQUE ET STABLE. LE TAUREAU EST UN ACTEUR SOLIDE QUI NE RECULE PAS DEVANT LES DÉFIS ET QUI S'EFFORCE DE MAINTENIR LA CONSTANCE ET LA CROISSANCE À LONG TERME.

(PUISSANCE ET FORCE)

FOCUS

H U A W E I

MATE
RS
60

ULTIMATE DESIGN

ULTRA APERTURE
CINE CAMERA

FUTURE
INSIDE



H U A W E I M A T E 6 0 R S
U L T I M A T E D E S I G N

Huawei a traditionnellement collaboré avec Porsche Design pour apporter une touche d'élégance et d'unicité à sa série Mate. Cependant, cette année marque un tournant avec la présentation indépendante du **Mate 60 RS Ultimate Design**, mettant fin à cette tradition.

Les smartphones de la nouvelle gamme "**Ultra Design**" de Huawei sont annoncés à des prix encore plus élevés que le modèle phare actuel, le Huawei Mate X3, soulignant ainsi que le Mate 60 RS Ultimate Design représente le summum en termes de technologie et de design pour la société. Bien que les détails techniques complets ne soient pas encore dévoilés, l'aspect esthétique du Mate 60 RS Ultimate Design se distingue clairement comme étant à la fois unique et innovant.

Ce nouveau-né s'inscrit dans la lignée des smartphones de la gamme "Ultimate Design" de Huawei, qui semble devenir la nouvelle vitrine de la société pour ses éditions premium, avec le Mate 60 RS Ultimate Design comme porte-étendard de cette nouvelle direction.

Sur le plan des performances et des fonctionnalités, le Mate 60 RS Ultimate Edition est très semblable au Mate 60 Pro+. Il arbore un écran **LTPO OLED** de 6,82 pouces, alimenté par le puissant chipset **Kirin 9000 compatible 5G**. En ce qui concerne la photographie, il est équipé de capteurs de 48 mégapixels, promettant des performances impressionnantes. La batterie généreuse de **5 000 mAh** devrait assurer une excellente autonomie.

Le châssis du Mate 60 RS Ultimate Design est une combinaison de verre et de céramique, avec un design général qui évoque la finesse, l'élégance et la douceur des textures. Huawei annonce même que le Mate 60 RS Ultimate Design est "**le premier smartphone en céramique rouge produit en série**". Il est également disponible en noir. Une caractéristique distinctive réside dans le module photo à l'arrière, qui adopte une forme octogonale avec une disposition symétrique des objectifs, ajoutant une touche unique à son esthétique.

Cependant, ce qui distingue vraiment le Mate 60 RS Ultimate Design, c'est son esthétique. Il abandonne le design conventionnel pour adopter un dos en céramique et un îlot de caméra en forme d'octogone. Il est disponible en deux finitions bicolores, en rouge ou en noir, ce qui contribue à le rendre encore plus remarquable.

Huawei souhaite que l'achat du Mate 60 RS Ultimate Design soit une expérience de luxe à part entière. Les propriétaires bénéficieront d'une série de privilèges exclusifs d'un an, tels que l'accès à des salons dans les aéroports et les gares, une assurance en cas de retard de vol, des conseils juridiques et même des cours d'équitation et de tennis.

Le Mate 60 RS Ultimate Design fonctionne sous **HarmonyOS 4**, qui remplacera Android dans sa version NEXT. Une caractéristique unique est qu'il sera le premier smartphone à proposer la communication par satellite en natif, non seulement en cas d'urgence, mais également dans la vie quotidienne. Bien que les détails du processeur ne soient pas encore divulgués, Huawei est réputé pour sa capacité à offrir des smartphones haut de gamme.

Pour ceux qui souhaitent protéger leur investissement avec style, Huawei propose des coques de protection exclusives Star Diamond en noir et en rouge, enveloppant à la fois l'avant et l'arrière du Mate 60 RS Ultimate Design, ajoutant une touche supplémentaire d'élégance.

Cependant, il est important de noter que le Mate 60 RS Ultimate Design est prévu uniquement pour le marché chinois pour le moment. Les prix varient de 1 550 euros pour la version avec **16 Go de RAM** et **512 Go** de stockage à environ 1 700 euros pour la version avec **16 Go** de RAM et **1 To** de stockage. Il est essentiel de rappeler que les smartphones Huawei ne sont pas compatibles avec les applications et services Google, ce qui peut être un facteur limitant pour les utilisateurs en dehors de la Chine.

“ THE LATE ”

UNIVERSITÉS D'ENTREPRISE

L'université d'entreprise est un terme que l'on retrouve de plus en plus au cours de ces dernières années. De nombreuses organisations ont compris tout l'intérêt de disposer d'une institution dédiée pour piloter les efforts de développement de leurs employés. Mais qu'est-ce qu'une université d'entreprise, et quels sont ses défis et les succès?

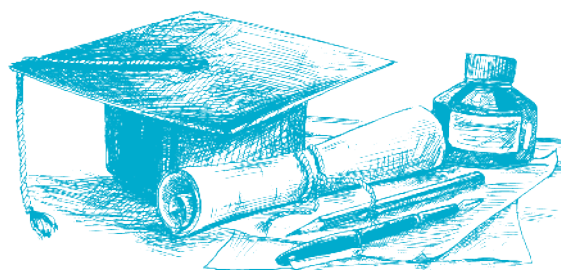
Une université d'entreprise est un établissement d'enseignement qui appartient à une entreprise ou qui est parrainé par elle. Ces universités sont généralement créées pour former les employés à des compétences spécifiques en rapport avec le secteur d'activité de l'entreprise.

La création d'une université d'entreprise est une décision stratégique majeure qui doit être mûrement réfléchie. En voici 3 exemples :

Le campus Googleplex : Le campus privé de Google à Mountain View, en Californie reprend tous les codes des campus universitaires américains, cafétéria, espaces d'échanges et de créativité... Un lieu où les Googlers peuvent suivre des cours dans une université d'entreprise unique.

Apple University : Le programme de formation interne d'Apple se concentre sur l'enseignement de la culture et des valeurs de l'entreprise à ses employés, les contenus des cours étant encore gardés confidentiels.

Université Pixar : La plupart des cours de l'université Pixar sont axés sur les arts, tels que la cinématographie, la peinture, le dessin et la sculpture. Toutefois, il existe également des cours sur l'écriture de scénarios et d'autres aspects du processus de réalisation de films. L'Université Pixar est ouverte à tous ses employés.



ZOOM SUR LES AVANTAGES D'UNE UNIVERSITÉ D'ENTREPRISE

Il existe de nombreuses raisons pour lesquelles les entreprises choisissent de créer leurs propres universités d'entreprise. Voici quelques-uns des principaux avantages.

1 - Amélioration de la fidélisation des employés : L'un des avantages les plus importants d'une université d'entreprise est qu'elle peut contribuer à améliorer la fidélisation des employés. Lorsque ils sentent qu'ils ont la possibilité d'apprendre et de se développer au sein de leur entreprise, ils sont plus susceptibles de rester dans l'organisation sur le long terme. En effet, ils ont le sentiment d'avoir un intérêt direct dans la réussite de l'entreprise et se considèrent comme faisant partie de son ADN.

2 - Un engagement accru : Une université d'entreprise peut également contribuer à accroître l'engagement des employés qui ont l'impression d'avoir la possibilité de développer leurs compétences, ils sont plus susceptibles d'être motivés et engagés dans leur travail. Ce regain d'engagement peut entraîner une augmentation des niveaux de productivité dans l'ensemble de l'organisation.

3 - Productivité accrue : Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, l'un des avantages d'un engagement accru des employés est l'augmentation des niveaux de productivité. Lorsque les employés sont motivés et investis dans leur travail, ils sont plus enclins à fournir les efforts supplémentaires nécessaires pour que le travail soit bien fait. Cela peut conduire à une augmentation de l'efficacité et de l'efficacité dans l'ensemble de l'organisation.

4 - Amélioration de la réputation de l'entreprise : Un autre avantage de l'université d'entreprise est qu'elle peut contribuer à améliorer la réputation de votre entreprise. Les organisations qui investissent dans le développement de leurs employés sont perçues comme étant engagées dans leur réussite. Cela peut rendre votre entreprise plus attrayante, tant pour les employés potentiels que pour les clients.

LES DÉFIS POUR METTRE EN PLACE UNE UNIVERSITÉ D'ENTREPRISE

La mise en place et le fonctionnement d'une université d'entreprise comportent également certains défis. Voici quelques-uns des principaux éléments que vous devez prendre en compte.

Le coût de mise en place de l'université d'entreprise : L'un des principaux défis liés à la création d'une université d'entreprise est le coût. La création et le maintien d'un établissement d'enseignement nécessitent des ressources financières importantes. Si vous ne faites pas attention, ce coût peut rapidement devenir incontrôlable. Il est donc important d'avoir un plan clair sur la manière dont vous allez financer votre université d'entreprise avant de vous lancer.

Engagement en termes de temps : un frein au développement d'une université d'entreprise : Un autre défi lié à la création d'une université d'entreprise est qu'elle exige un engagement important en termes de temps de la part de la direction et des employés. Pour que votre université d'entreprise soit couronnée de succès, vous devrez consacrer suffisamment de temps à la planification, à l'élaboration des cours, à l'organisation des formations, etc. Cela peut être difficile pour les entreprises qui ont déjà des ressources limitées.

Difficultés de mise en œuvre de l'université d'entreprise : Les difficultés de mise en œuvre constituent un autre défi potentiel lors de sa création. Vous pouvez rencontrer des problèmes tels que la résistance des employés, la difficulté à trouver des instructeurs qualifiés ou des problèmes de technologie. Ces types de problèmes peuvent retarder ou même empêcher votre université d'entreprise d'être opérationnelle.

COMMENT SE FAIRE ACCOMPAGNER POUR RÉUSSIR À METTRE EN PLACE UNE UNIVERSITÉ D'ENTREPRISE?

Il existe quatre façons d'obtenir un soutien pour la mise en place d'une université d'entreprise :

- Rechercher des conseils et des informations auprès d'experts et des consultants externes sur le sujet.
- Établir un réseau avec d'autres entreprises qui ont déjà créé des universités d'entreprise.
- Établir des partenariats avec des écoles supérieures, des cabinets de conseils., pour étoffer ses ressources pédagogiques.
- Création d'un comité de pilotage dédié et autonome présidé par le PDG et principalement de représentants RH.

LES 4 POINTS À RETENIR SUR LES UNIVERSITÉS D'ENTREPRISE

Mettre en place une université d'entreprise ne s'improvise pas. Entre la question du financement, des ressources pédagogiques, de la gouvernance ou des éventuels partenariats-écoles ou inter entreprise, il y a quatre points essentiels que vous devez retenir sur les universités d'entreprise avant de vous lancer dans un tel projet.

- Les universités d'entreprise ont été créées pour répondre à l'incapacité des organisations traditionnelles et des établissements d'enseignement à s'adapter à l'évolution rapide de l'environnement commercial.

- La définition d'une vision partagée par l'ensemble de l'entreprise, et en premier lieu par le comité exécutif, représente donc le prérequis à toute création d'université d'entreprise. Une fois la vision définie, il faut s'interroger sur la structure de l'identité, s'agit-il d'une université, d'une académie, d'un institut, d'une école ou d'un campus? Le choix des mots est ici important car ce nom aura un sens pour les entreprises et devra répondre à la vision préalablement définie.

- L'université d'entreprise est un outil très intéressant, bien que ses bénéfices ne soient pas toujours perçus. Il est nécessaire de comprendre comment elle peut intégrer les connaissances internes et les performances de l'entreprise, générer de nouvelles idées, créer un sentiment de communauté et produire une vision commune pour qu'elle atteigne son plein potentiel.

- Les universités d'entreprise sont maintenant devenues un élément stratégique pour le développement des talents et l'apprentissage.





V E N T U R E G A T E



Powered by CITRON - citron.dz / contact@citron.dz