



# DONNEZ DU SENS À VOTRE ENTREPRISE ET À VOS COLLABORATEURS !

AGEFI - 26.11.2020

**LA MISSION, LES VALEURS, LA VISION ET LES OBJECTIFS FONDENT LE SOCLE D'UNE ENTREPRISE. ETABLIR CLAIREMENT CES QUATRE PILIERS, LES COMMUNIQUER ET LES METTRE EN ŒUVRE, CONTRIBUENT À DONNER DU SENS À VOTRE ENTREPRISE ET À SUSCITER L'ENGAGEMENT DE VOS COLLABORATEURS, EN PARTICULIER POUR LES NOUVELLES GÉNÉRATIONS.**

La mission définit la raison d'être d'une entreprise. Elle doit être ambitieuse et stimulante, mais en même temps accessible et réaliste, afin de susciter l'adhésion de vos collaborateurs et de vos parties prenantes. La mission se traduit fréquemment par un slogan court, clair, facile à retenir. Votre entreprise enseigne les langues ? « Elargir votre horizon » serait un bon exemple de mission. Pour la définir de manière adéquate, le plus simple consiste à répondre à cette question : A quel problème ou besoin voulez-vous que votre entreprise ou organisation puisse répondre ?

Les valeurs sont un ensemble de croyances collectivement partagées qui décrivent la façon d'être de l'entreprise, la manière d'exprimer son métier. L'innovation, la créativité, la durabilité ou encore l'excellence en sont des exemples.

La vision consiste à définir sa raison d'agir, son ambition. Pour la formuler, répondez à la question suivante : Quel rôle aura votre entreprise dans 10 ans ? La réponse n'est pas toujours évidente...

Enfin, la définition des objectifs permettra alors de définir le rôle de chacun dans l'accomplissement de la vision. Le nombre d'objectifs ne sera idéalement pas trop élevé et il conviendra de les formuler de manière « SMART » c'est-à-dire de manière spécifique, mesurable, acceptable, réaliste et temporellement défini.

Cette démarche consciente de formulation de la mission, des valeurs, de la vision et des objectifs est parfaitement alignée avec le fameux cercle vertueux du célèbre conférencier britannique Simon Sinek. Dans une courte vidéo, ce spécialiste du management et de la motivation explique, que si un chef d'entreprise veut être inspirant et inciter ses collaborateurs et consommateurs à le suivre dans son aventure, il doit avant tout mettre en avant son POURQUOI (pourquoi il fait ce qu'il fait, ce qui le motive) plutôt que le QUOI (ce que l'entreprise fait) ou le COMMENT (comment l'entreprise fait ce qu'elle fait).

La passion dans ce que nous faisons et ce que nous entreprenons prend alors ici tout son sens et son importance. Simon Sinek part du constat que la plupart des individus ont le même discours lorsqu'ils cherchent l'adhésion de quelqu'un. Par exemple, un vendeur utilisera les caractéristiques techniques d'un objet afin de le vendre. Or, après avoir analysé le discours des grands leaders de notre temps, il s'est rendu compte que ces responsables ne s'intéressent pas aux caractéristiques techniques de l'objet. Ce n'est pas un produit que souhaitent mettre en avant les grands patrons, mais à l'inverse leurs valeurs, leurs visions et leurs rêves. Les cinq géants du « GAFAM » qui dominent actuellement le marché du numérique l'ont très bien compris et nous pouvons observer qu'à raison, d'autres petites et moyennes entreprises leur emboîtent le pas.

On peut tirer également un parallèle avec un autre livre « The three signs of a miserable jobs » de l'auteur américain Patrick Lencioni. Il identifie remarquablement bien trois forces qui rendent un travail « misérable » : l'anonymat, le manque de pertinence et l'incommensurabilité. Lorsque les collaborateurs se sentent anonymes, en particulier vis-à-vis du patron, qu'ils ne comprennent ni le sens et ni la portée de leur travail, ils ont tendance à s'en détacher, en s'impliquant au minimum. Cela est compréhensible lorsque la mission, les valeurs, la vision et les objectifs ne sont pas suffisamment partagés. Il s'agit donc du premier pas à faire dans nos organisations pour maintenir l'engagement de nos collaborateurs afin de relever ensemble les défis du futur et donner tout son sens à l'entreprise.