

# L'ACTUALITÉ DE RESSOURCES ET PÉDAGOGIE

## L'innovation : répondre aux défis du présent, construire votre futur – Les nouveaux visages du management – Le client au cœur du Commerce

L'innovation ne tient pas du miracle, du hasard ou de la chance. Elle résulte d'un ensemble de Technologies de l'Innovation® qui se complètent et se renforcent en un processus cohérent et efficace.

Aujourd'hui, nous vous présentons ces Technologies de l'Innovation®, articulées selon 3 modalités différentes correspondant à 3 niveaux dans votre entreprise : dans sa globalité, au niveau d'une direction ou d'un service, au niveau d'un projet concret d'innovation.

### Les Technologies de l'Innovation® au niveau de l'entreprise : comment bâtir et faire vivre une entreprise innovante

Membres du Comité de Direction - 2 jours

C'est le niveau stratégique : l'entreprise dans son ensemble, prise dans une dynamique d'évolution qui vous permet d'exercer votre leadership sur votre marché, en imposant vos propres standards. L'entreprise innovante augmente sa rentabilité, surtout en période de crise et construit sa pérennité.

- Intégrer l'innovation dans votre management stratégique
- Cadrer la démarche globale et mettre votre entreprise sous tension créative
- Financer l'innovation et dégager les ressources nécessaires (les 3 écarts, le système des options réelles)
- Coordonner innovation, prospective, émulation, capitalisation et communication interne
- Piloter et maintenir l'élan : accompagner les changements, consolider et déployer

### Les Technologies de l'Innovation® au niveau d'une direction : acquérir et capitaliser les éléments d'une culture de l'innovation

Managers - 2 jours en s'appuyant sur de nombreux exemples vécus et basés sur votre situation concrète

Pour une Direction, le défi est double : innover et renforcer l'efficacité de l'innovation en favorisant son intégration dans les projets et l'activité des autres Directions.

- Comprendre et mettre en œuvre le processus d'innovation en 3 étapes
- 3 types différents de créativité, 3 types d'outils et 3 types de livrables, qui se combinent en un résultat innovant : créatif et efficace
- Diffuser sans « évangéliser » : communiquer, créer un « buzz » en utilisant des supports différents (dont les TIC), capitaliser, faire converger les intérêts des autres acteurs de l'entreprise et favoriser leurs objectifs
- Accompagner les changements
- Reproduire le processus d'innovation, réitérer la performance

### Les Technologies de l'Innovation® au service d'un projet concret d'innovation

Membres de l'équipe projet - 2 jours + jours supplémentaires

- Innovation produit, service, process, management, relation client, relation partenaires... : les opportunités d'innover sont nombreuses, en réponse à vos problématiques précises, multiples et complexes.
- Un séminaire créatif « sur mesure » avec un appui sous forme de plate-forme informatique dédiée
- Les modalités pratiques sont à déterminer lors de la phase de préparation ; elles se basent sur la démarche et les outils que nous développons ; elles incluent un dispositif de transfert technologique.

Des clés pour la crise

## La Génération Y : un management renouvelé pour les motiver

Managers – 2 jours

Les jeunes arrivent massivement dans l'entreprise pour faire face aux départs en retraite et aux besoins dans certains métiers. Or, les managers ont souvent l'impression qu'ils fonctionnent différemment de leurs prédécesseurs et que les leviers habituels de motivation ne sont plus efficaces.

- Le fonctionnement de la Génération Y, ses attentes vis-à-vis de l'entreprise et du monde du travail, ses priorités
- Les marqueurs culturels à l'œuvre pour cette génération : le rapport au temps, à l'autorité, à l'espace, aux autres...
- Les modalités d'intégration pour les nouveaux arrivants
- Les formes d'organisation du travail qui tirent parti de son rythme, ses centres d'intérêt, ses habitudes, ses comportements...
- Des pratiques managériales et une communication adaptées à son mode de fonctionnement

## La sociologie pour les Managers

Directeurs, Managers – 2 jours

Le quotidien du manager est fait d'interrogations, de difficultés, de situations nouvelles à gérer. La sociologie lui donne une « paire de lunettes » supplémentaire pour décoder sa réalité et celle de ses collaborateurs, pour voir mieux et plus loin l'horizon vers lequel il conduit son équipe. Il dispose alors de repères et d'outils nouveaux pour manager et pour conduire le changement. Il acquiert ainsi une dimension de « socio-manager ».

- Décoder les jeux d'acteurs
- Faire passer son équipe de la collaboration à la coopération
- S'appuyer sur les identités professionnelles pour obtenir des résultats durables
- Développer le lien social pour renforcer la cohésion de l'équipe
- Faire évoluer les comportements, les croyances et les valeurs

## Le syndrome des « collaborateurs survivants »

Managers, Responsables RH, Chefs de projets de restructuration - 1 jour + suivi sur le terrain

Lors d'un plan social et de départs liés à une restructuration, les salariés qui restent ont besoin que l'entreprise, leur manager s'occupent d'eux. Le rapport européen Hires souligne que les salariés qui conservent leur poste subissent des niveaux de stress importants lors de l'attente et de l'annonce des mesures, puis en travaillant dans la nouvelle organisation du travail. La non prise en compte de cette dimension peut remettre en cause la réussite d'une restructuration.

- Comprendre le déclin de confiance des « rescapés » vis-à-vis de l'entreprise
- Comprendre la culpabilité ressentie et la chute de l'implication
- Faire baisser le sentiment d'insécurité de l'emploi
- Communiquer, expliquer, à son niveau et sur son périmètre
- Restaurer le sentiment d'équité dans le traitement des collaborateurs

## Bien-être au travail, risques psychosociaux - Approche collective et organisationnelle

Managers – 2 jours

Le coût financier et humain du stress est toujours trop élevé ; le limiter et développer le bien-être au travail deviennent des impératifs pour l'entreprise. Ressources et Pédagogie propose de passer d'une gestion individuelle des symptômes du stress à une approche collective et organisationnelle. Les réponses habituellement mises en place concernent le collaborateur, en tant qu'individu, et apportent des solutions pour gérer les manifestations du stress. En agissant sur les sources de stress, le manager adopte une démarche préventive et collective, qui s'avère plus efficace dans le temps, et parfois moins stigmatisante pour le collaborateur.

- Adopter un point de vue collectif et organisationnel
- Comprendre les composantes de la pression ressentie et du bien-être au travail
- Détecter les signes annonciateurs des risques psychosociaux et les signaux d'alarme
- Instaurer des méthodes de collaboration limitant la pression
- Evaluer ses niveaux d'exigences et son fonctionnement en tant que manager, et les ajuster

## Engagement/Désengagement des équipes

Managers – Par journée, durée à déterminer

Après avoir attiré les collaborateurs nécessaires au développement de l'entreprise, un challenge attend les managers : les motiver et faire en sorte qu'ils restent. Or, aujourd'hui, motiver ne suffit plus ; il convient d'obtenir l'engagement des équipes sur la durée et de développer un sentiment d'appartenance, nécessaires pour répondre aux exigences de performance du marché.

- Construire une vision mobilisatrice et la partager dans l'équipe
- Donner envie en générant du sens
- Travailler sur les éléments fédérateurs, les valeurs et les représentations communes
- Stimuler les initiatives, responsabiliser, adapter son mode d'intervention aux différents degrés d'autonomie
- Déléguer le pouvoir

## La confiance, levier du leadership

Managers de managers, Managers expérimentés – 2 jours

Aujourd'hui, la confiance est au cœur des problématiques d'engagement des collaborateurs, de cohésion des équipes, d'adhésion des cadres, donc déterminante pour l'exigence de performance présente dans toutes les entreprises. La confiance partagée permet le dépassement collectif et le goût du résultat. Pour un manager, instaurer la confiance dans son équipe devient une clé de réussite pour les missions, les projets, les défis à relever et les transformations à conduire.

- La confiance en soi comme ressource pour agir en leader
- Accorder sa confiance
- Construire des relations de confiance avec ses interlocuteurs
- Inspirer confiance aux autres
- Dénouer les crises de confiance de l'équipe

## Manager avec le Prisme Relationnel®

Manager de proximité, Managers de managers, Managers lors de leur prise de poste – 2 jours + 1 jour

Le Prisme Relationnel® est une boussole pour mieux se repérer et conduire sur les routes du changement, ludique et pédagogique grâce à l'utilisation des couleurs chaudes (jaune, rouge) et froides (vert, bleu). Chacun, doté d'une paire de lunettes avec des verres teintés de couleurs, perçoit les situations avec ses filtres. Le Prisme Relationnel® permet au manager d'ajuster en permanence ses réactions entre soi-même, son collaborateur et la situation du moment.

- Cartographier son profil avec les 4 composantes, les identifier pour les mobiliser comme ressources
- Manager chaque profil de collaborateurs
- Composer une équipe au profil adapté à la situation à gérer, au contexte
- Motiver et reconnaître chaque collaborateur en fonction de son profil
- Manager au quotidien avec le Prisme Relationnel® : déléguer, fixer des objectifs, désamorcer les tensions, communiquer...

## Manager le changement permanent dans les organisations complexes

Managers expérimentés – 2 jours + 1 jour

Le manager est confronté à des environnements de moins en moins codifiés, de moins en moins lisibles car de plus en plus imbriqués. Les changements sont de nature différente, de portée différente, de durée différente, et souvent, à peine entamés, un événement imprévisible en change le sens. Dans cet univers incertain et parfois chaotique, le manager doit se doter de nouvelles clés de lecture et d'action pour un management adapté à la complexité du changement.

- Se positionner comme manager dans une organisation complexe et transversale
- Au-delà du management, le leadership : mobiliser les équipes grâce à l'influence
- Accompagner ses équipes dans les situations de changement, de ruptures et de changement permanent
- Appréhender le « cadre culturel » des équipes : décrypter les jeux de pouvoir et identifier les identités professionnelles
- Manager certaines complexités : équipes multiculturelles, éclatées géographiquement, recomposées, en ajustement permanent, plusieurs équipes en parallèle, interlocuteurs en réseau...

## **Mettre le client au contact du produit : le Merchandising pratiqué par tous**

Collaborateurs des Fabricants, des Groupes, des Groupements, des Chaînes de Magasins alimentaires ou spécialisés, des Franchiseurs, des Responsables de Points de vente.

Durée : à déterminer en fonction de la mission de conseil ou de l'intervention en formation.

Véritable metteur en scène, le Merchandising contribue à optimiser la rentabilité du point de vente. Pour les différents acteurs de l'activité Commerce, la connaissance et la pratique de ses outils et de ses techniques sont plus que jamais incontournables.

- Elaborer un référentiel Merchandising et sensibiliser les managers à sa mise en œuvre tout en l'adaptant aux contextes spécifiques des magasins.
- Maîtriser les principes fondamentaux du Merchandising et outiller les managers dans la transmission des messages merchandising à leurs équipes
- Faire du Merchandising une force de vente itinérante pour
  - constater la présence et l'exposition des produits
  - développer l'efficacité commerciale par son conseil personnalisé
  - réaliser de meilleures et de nouvelles implantations
- Etablir le Diagnostic Merchandising pour clarifier l'offre produit, adapter le mobilier, améliorer la PLV afin de développer les ventes
- Accompagner le changement en Merchandising ; concilier autonomie des points de vente et respect des nouveaux concepts

## **Focale sur les Achats**

Managers et collaborateurs de la Fonction Achats, Nouveaux responsables lors de leur prise de poste

Durée : à déterminer en fonction de la mission de conseil ou de l'intervention en formation.

En période de crise, la Fonction Achats devient encore plus stratégique. Pourvoyeuse de cash, elle doit s'interroger sur sa stratégie et ses tactiques, tant pour assurer la sécurité des approvisionnements que pour améliorer sa performance financière. Dès lors, où programmer ses gains d'efficacité pour conquérir un avantage concurrentiel ?

- Le Diagnostic de la Fonction Achats
- La gestion des risques achats
- La sélection des fournisseurs
- L'optimisation de la Supply Chain
- L'anticipation des urgences
- La négociation des achats
- L'accompagnement des responsables dans leur prise de poste

Nos interventions sont confidentielles, souples, dans vos locaux, sans perte de temps, pour vous apporter des réponses spécifiques à votre entreprise.

## **Rappel de nos deux premières éditions :**

Actualité N°1 :

Le changement – La problématique des âges – Le management - La relation client

Actualité N°2 :

La gestion des âges – La compétence collective – L'entreprise attractive – Des achats ....à la vente

A votre disposition pour toute information



Votre contact Hervé LANGE Tél. 01 40 06 91 76

Ressources et Pédagogie  
23 rue Louis le Grand – 75002 PARIS

E.mail : [herve.lange@ressources-et-pedagogie.com](mailto:herve.lange@ressources-et-pedagogie.com)  
Site : [www.ressources-et-pedagogie.com](http://www.ressources-et-pedagogie.com)