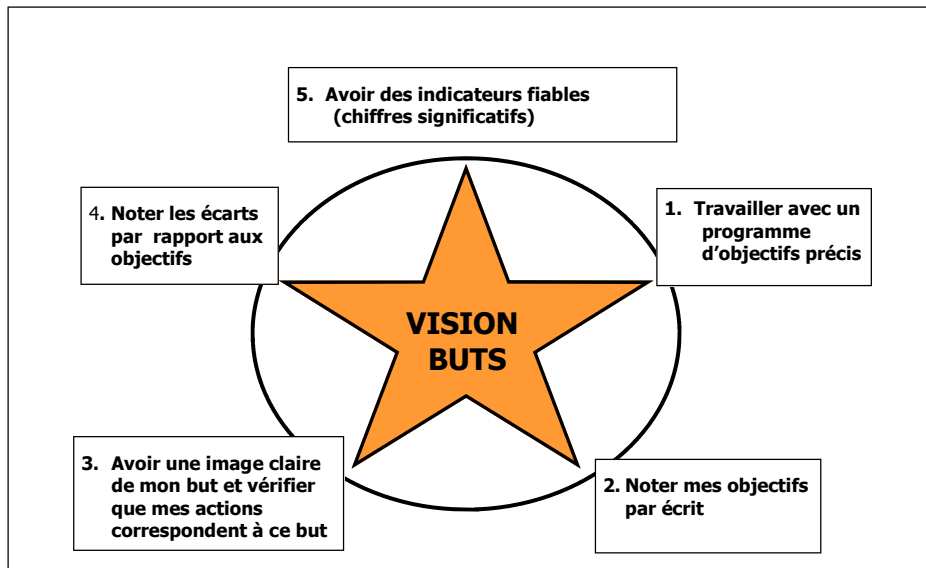


Cycle N° 3

Fixer et Atteindre les Objectifs



**Cycle 3 : Partez de votre vision et fixez
vos objectifs**

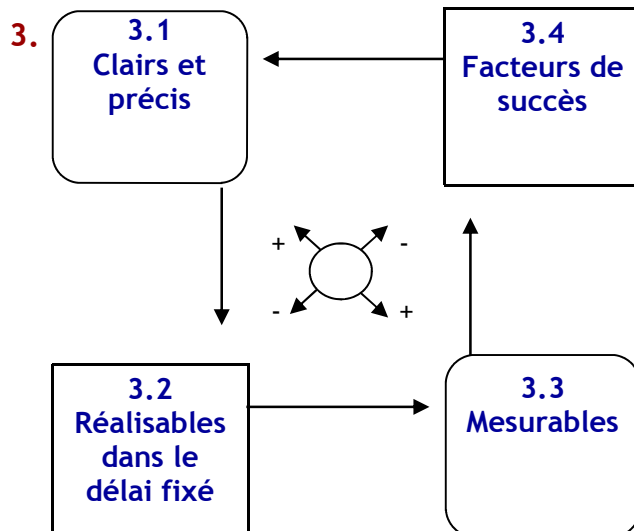


3. Fixer et Atteindre les Objectifs

Check-list

1. Ce programme s'adresse d'abord aux responsables exerçant - ou ayant prochainement à exercer des fonctions de dirigeant , avec des équipes à conduire - superviser - coacher. Il concerne également chaque personne qui a un projet à réaliser, un défi à relever.
2. Le But : le parcours est à l'image d'un puzzle, une énigme à résoudre, un ensemble à construire. Chaque pièce du puzzle constitue un élément important - mais un élément seulement ! Le BUT est atteint lorsque vous avez reconstitué l'image globale.
3. Le parcours est basé sur une méthode d'auto-progression éprouvée. Il peut être accompli seul ou en équipe. Travailler à deux ou à plusieurs est toujours stimulant. Il existe des programmes 90J à différents niveaux et dans plusieurs domaines.
4. Il y a 12 cycles dans le parcours, chacun correspondant à 1 semaine . A chaque fois, un DEFI à relever, des SOLUTIONS à trouver, pour obtenir des RESULTATS, en adaptant le modèle à vos besoins et à votre personnalité.
5. Ensuite, passez au cycle suivant, même si vous estimez avoir encore des progrès à réaliser. Vous pourrez toujours y revenir ultérieurement. Évaluez votre situation au début et à la fin de chaque cycle.
6. Nous organisons régulièrement des ateliers de courte durée avec le modèle S.T.R.A.T.E.G.I.C.. Nous vous recommandons vivement de participer à un atelier, pour bien maîtriser le système et expérimenter la force du concept dans une équipe. Des ateliers sont également organisés en entreprise ou institution, sur demande.

Cycle N° 3 Fixer et Atteindre vos Objectifs



"Ayez pour objectif de construire quelque chose d'immortel !" Leonard De Vinci

Le DEFI:

- Fixer mes objectifs et ceux de mon équipe par écrit, selon la technique Smart

La SOLUTION:

- A partir des objectifs, définir le plan d'action qui dit chaque jour et chaque semaine ce qu'il fait faire en priorité

Les RESULTATS:

- Noter les écarts par rapport aux objectifs indiqués :
- Féliciter s'ils sont atteints ou dépassés
- Noter les raisons et apporter les correctifs s'ils ne sont pas atteints.

Résumé :

Fixer mes objectifs :

3.1 Clair et précis:

-
-

3.2 Réalisable dans le délai fixé:

-
-

3.3 Mesurables

-
-

3.4 Facteurs de succès:

-
-

**Mettez- à jour vos connaissances de management !
Accordez-vous 90 jours pour appliquer les meilleures pratiques
et gagnez**

90 Jours

12

Vos actions du cycle 3:

3 Fixer et Atteindre les Objectifs

1. *Evaluez votre situation actuelle - pages 3-13/14 et inscrivez vos objectifs pour ce cycle -*
2. *Durant toute la semaine, planifiez vos activités et notez vos points forts et faibles en relation avec le cycle 3.*
3. *Examinez si vous travaillez en fonction de vos véritables priorités.*
4. *Fixez vos objectifs d'amélioration à 90 Jours dans le domaine du cycle 3, en travaillant avec le « carré magique » de la p. 3.2 et en vous aidant des différents supports du cycle 3.*
5. *Vous pourrez ultérieurement effectuer un nouveau parcours du cycle 3, si vous le jugez utile. La semaine prochaine, passez toutefois au cycle suivant.*

3

103/rho.pptb

JTP - GCI - Rue des Vosges 9, Case postale 77, CH-2926 BONCOURT /
Suisse Tél. 032 475 54 78 Email : gci@bluewin.ch
www.ecoaching-management.com / <https://www.facebook.com/CoachingDeVosTalents> <http://blog.ecoaching-management.com/>
www.comment-rebondir.com

MRP 3 - 4

Cycle 3 : La formule SMART

La formule: SMART

- Des objectifs réalistes, mesurables et atteignables constituent des occasions de SUCCES.

Le piège:

- Ne pas écrire ses objectifs

Chaque être humain a besoin de SUCCES.

La clé du succès de tout engagement est une détermination sans faille.

Le succès apporte la MOTIVATION.

LA MOTIVATION représente l'ENERGIE interne qui permet à l'ETRE HUMAIN d'être satisfait et heureux.

La technique d'objectifs SMART

L'objectif est un rêve à échéance !

Il doit respecter la règle suivante, être SMART:

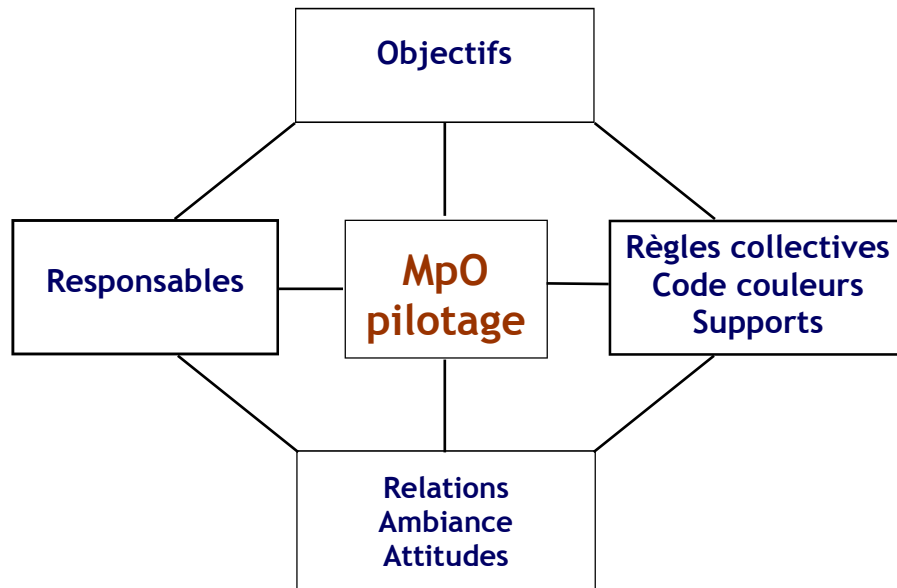
- Spécifique >> clair et précis
- Mesurable >> quantifier et qualifier
- Ambitieux >> réalisables
- Réaliste >> adapté à votre activité
- Temporel >> avec des échéances précises et des étapes de surveillance.



Mots clés:

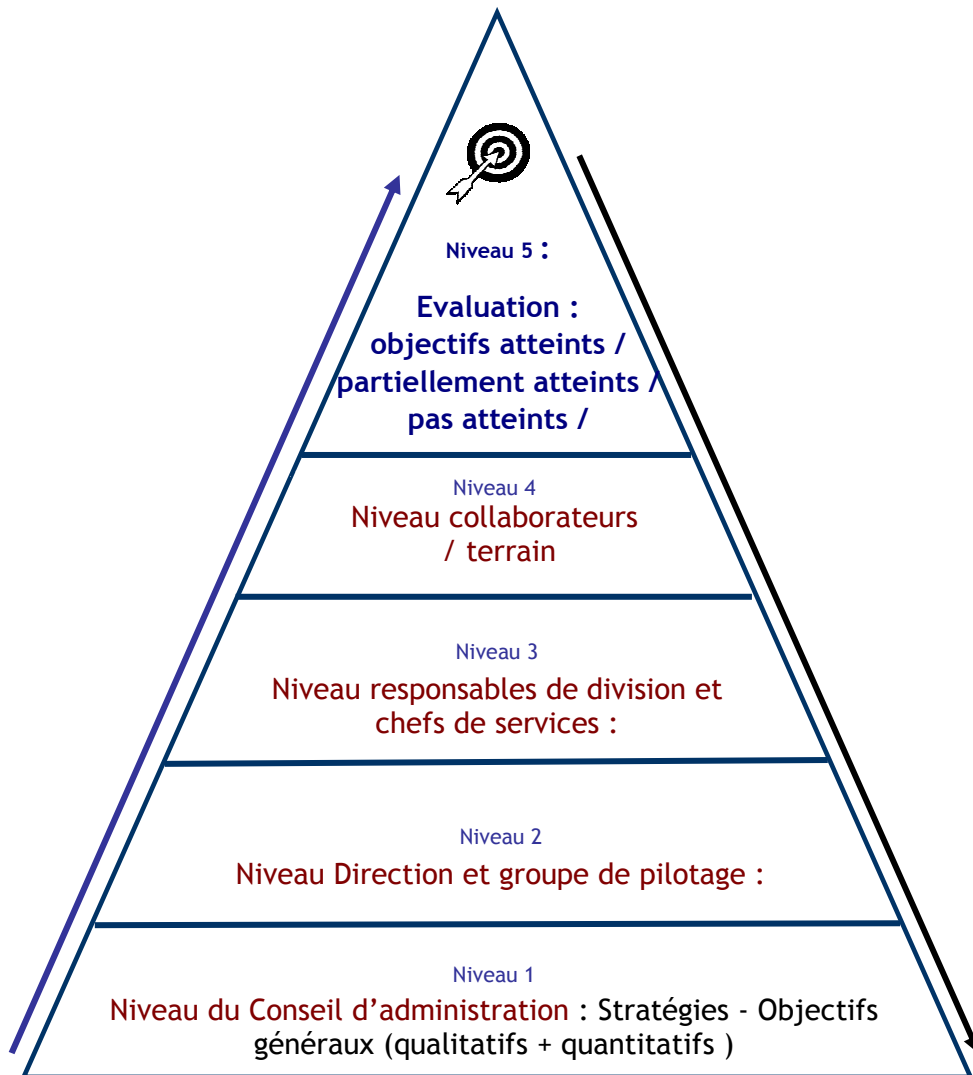
- Fixer et atteindre les objectifs :

MpO- Management par Objectifs



- ❑ Le management par objectifs (MpO) reste un bon moyen de susciter une vraie responsabilisation des individus, car, une fois fixé, l'objectif permet à chacun de se prendre en charge et d'organiser son travail, individuellement et en équipe.
- ❑ Pour être efficace, l'objectif doit être clairement formulé, motivant, donc ambitieux pour la personne, et cohérent avec les objectifs de l'entreprise. Le résultat à atteindre s'exprime de façon chiffrée (chiffre d'affaires, part de marché, nombre de voyageurs, d'envois etc...)
- ❑ et en termes de comportements observables (ponctualité, relationnel...) toujours associé à un échéancier.

MRP Pyramide



103/rho.pptb

JTP - GCI - Rue des Vosges 9, Case postale 77, CH-2926 BONCOURT /
Suisse Tél. 032 475 54 78 Email : gci@bluewin.ch
www.ecoaching-management.com / <https://www.facebook.com/CoachingDeVosTalents> <http://blog.ecoaching-management.com/>
www.comment-rebondir.com

MRP 3 - 7

Management par Objectifs

- ❑ Il est lié à une mission clé : une personne ne saurait poursuivre plus de 5 à 7 objectifs en même temps, car avoir trop d'objectifs, c'est ne plus en avoir du tout.

Quelques avantages :

- ❑ stimule la créativité ;
- ❑ favorise la prise de responsabilités personnelles -permet ainsi mener le travail confié à terme, avec succès ;
- ❑ permet d'apprécier les performances des collaborateurs sur la base d'objectifs acceptés par eux ;
- ❑ motive par la négociation de buts précis, l'analyse des résultats et la recherche de mesures correctives appropriées ;
- ❑ mobilise les énergies nécessaires à atteindre le but ;
- ❑ favorise un climat de négociation et de communication permanent ;
- ❑ permet une compréhension réciproque grâce aux objectifs clairement mesurables par chacun ;

L'ETRE HUMAIN fonctionne avec le plus d'efficacité :

- ❑ lorsqu'il a personnellement participé à l'établissement des objectifs qu'il doit atteindre, qu'il les comprend et qu'il peut s'y identifier.
- ❑ lorsqu'il peut lui-même constater le résultat de ses actions et corriger sa trajectoire si nécessaire ;
- ❑ lorsque ses résultats positifs sont RECONNUS et APPRECIES (et qu'il est invité à corriger sans tarder ses résultats négatifs).

Des objectifs réalistes, mesurables et atteignables constituent des occasions de SUCCES. Chaque être humain a besoin de SUCCES. Le succès apporte la MOTIVATION.

Suivi des Objectifs et Plan d'Action / - Exemple -

Concerne:

Chef des ventes

Période de référence :

Objectif 301:

⇒ Renforcer et redynamiser l'équipe de vente

Fin planifiée le :

30 novembre

Fin effective le:

31 décembre

Résultats attendus et critères de succès :

- Meilleure uniformité + qualité des prestations (logistique)
- Interchangeabilité des personnes et des dossiers
- 1/2 poste supplémentaire (multilingue)
- Formation & coaching en fonction des besoins décelés
- Augmentation globale des ventes de + 5%

Actions entreprises:

1. Formation et coaching spécifiques (travail en équipe - gestion du temps et des priorités - service clientèle)
2. Elaboration du Manuel de Vente avec Règles de base
3. Engagement d'une nouvelle collaboratrice à 50%
4. Mise à jour et dynamisation du site web
5. Newsletter mensuelle

Evaluation:

- Au 31.08.06, le degré d'atteinte de l'objectif est estimé à plus de 60% - 100% confirmé possible par l'équipe 30.11.06
- La cohésion de l'équipes et la qualité des prestations en nette augmentation.
- Logistique et règles communes encore à améliorer

Remarques:

- Le retard accumulé dans la formation, depuis quelques années, est en voie d'être rattrapé
- La tendance négative a pu être inversée
- Un membre de l'équipe présente encore des prestations d'un niveau faible. A améliorer d'ici la fin de l'année.

Mots clés:

103/rho.pptb

JTP - GCI - Rue des Vosges 9, Case postale 77, CH-2926 BONCOURT /
Suisse Tél. 032 475 54 78 Email : gci@bluewin.ch
www.ecoaching-management.com / <https://www.facebook.com/CoachingDeVosTalents> <http://blog.ecoaching-management.com/>
www.comment-rebondir.com

MRP 3 - 9

Suivi des Objectifs et Plan d'Action / Exemple

Concerne: Service des ventes	Période de référence :
--	------------------------

Objectif 302:
⇒ **Augmentation des ventes de + 10% du secteur "Pièces de rechange"**

Fin planifiée le :
30 novembre

Fin effective le:
31 décembre

Résultats attendus et critères de succès :

- Augmentation des ventes de 5%
- Satisfaction clientèle
- Respect du délai d'envoi de 48h.

Mots clés :

Actions entreprises:

1. Meilleure organisation du service
2. Site internet français / anglais / allemand
3. Mailing d'information
4. Promotion par les vendeurs
- 5.

Evaluation:

- L'objectif est atteint à 90%
- L'effort doit être poursuivi.
-

Remarques:

- Des produits concurrents sont apparus sur le marché
- Délai plus long que prévu pour la mise en place du site
- Ce secteur avait été négligé les années précédentes
- A tendance négative a pu être inversée

Suivi des Objectifs et Plan d'Action

Concerne:

Période de référence :

Objectif:

Fin planifiée le :

Fin effective le:

Résultats attendus et critères de succès :

-
-

Mots clés :

Actions entreprises:

1..
2..
3..
4..
5..

Evaluation:

-
-
-
-
-

Remarques:

-
-
-
-
-

Analyse forces / faiblesses

Entreprendre avec succès suppose de bien se connaître et de bien analyser son environnement.

- Sur la base des résultats de vos analyses, choisissez votre secteur d'activité d'abord en fonction de vos compétences, puis de l'environnement et des opportunités (créneaux). Ensuite, décidez soit de créer votre entreprise ex-nihilo, soit de reprendre une entreprise ou de rejoindre un réseau existant.

Réfléchissez également au choix d'exercer seul (entreprise solo) ou avec des associés - partenaires (ceux-ci doivent apporter des compétences complémentaires aux vôtres - attention à la tentation de créer une affaire avec des amis ! -

Forces	
Faiblesses	

Puis déterminez la zone géographique de votre marché.

Remplissez avec soin les grilles ci-contre et faites vérifier votre analyse par une ou plusieurs personnes compétentes.

Mieux vous préparez votre projet, plus vous mettez de chances de votre côté !

Opportunités	
Menaces	

Evaluation du cycle 3

- Défi:
- Ma Solution:
- Mes Résultats:

			Evaluation				
			--	-	ok	+	++
1	Clairs et précis	<i>Situation de départ:</i> <i>Situation après 90Jours:</i>					
2	Réalisables dans le délai fixé	<i>Situation de départ:</i> <i>Situation après 90Jours:</i>					
3	Mesurables	<i>Situation de départ:</i> <i>Situation après 90Jours:</i>					
4	Facteurs de succès	<i>Situation de départ:</i> <i>Situation après 90Jours:</i>					
	Synthèse						

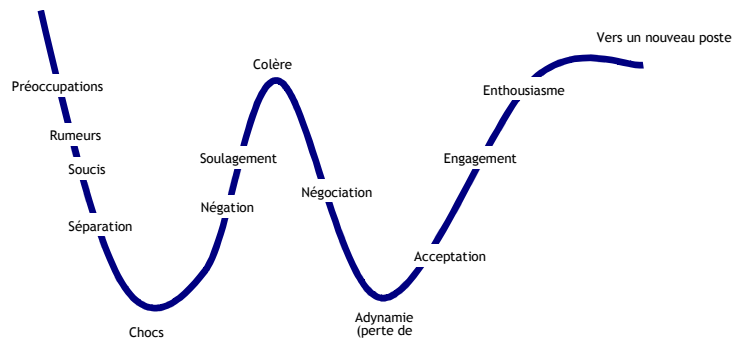
Synthèse

1. Points Forts:

2. Points à renforcer:

3. Mon objectif d'amélioration à 90 Jours dans ce domaine:

Fluctuations en période de transition :

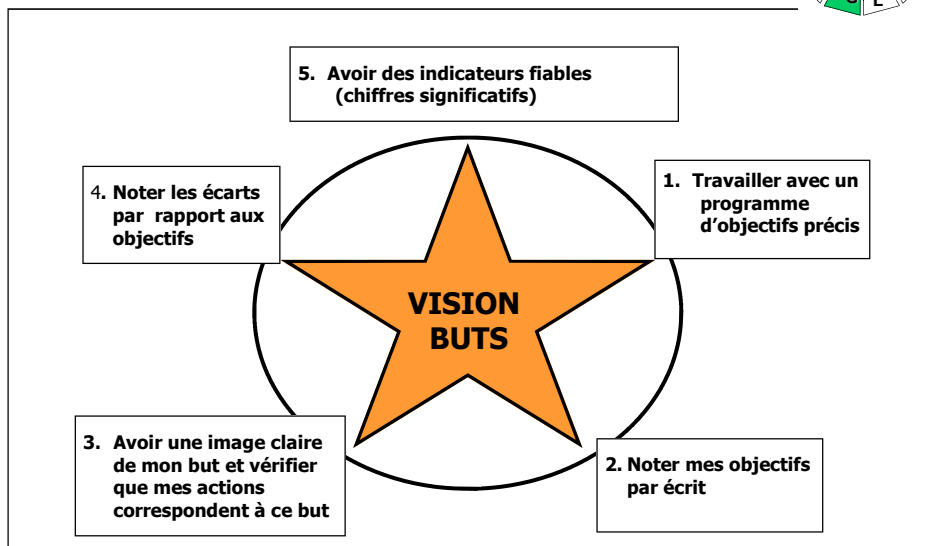
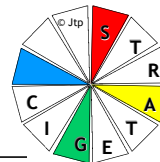


103/rhp_pubb

JTP - GCI - Rue des Vosges 9, Case postale 77, CH-2926 BONCOURT /
Suisse Tél. 032 475 54 78 Email : gci@bluewin.ch
www.ecoaching-management.com / <https://www.facebook.com/CoachingDeVosTalents> <http://blog.ecoaching-management.com/>
www.comment-rebondir.com

MRP 3 - 14

De la vision aux objectifs réalisés



MRP -

Comment préciser votre vision et vos objectifs ?

1. Il est important de conserver son objectif constamment devant soi, pour ne pas rester bloqué sur le problème mais bien sur la recherche d'une bonne solution.
2. Les pilotes de formule 1, lorsqu'ils ont des difficultés, gardent les yeux devant eux et ne partent pas dans tous les sens .
3. Transformer une réflexion en projet, puis en action concrète, puis en relation avec le client, le marché, ses habitudes, ses codes, et ses réflexes, voilà un exemple de réalisation progressive d'un objectif
4. Il existe un lien étroit entre nos BUTS et notre énergie psychologique.
5. Lorsque nous acceptons la médiocrité dans les petites choses, nous l'acceptons aussi dans les grandes !

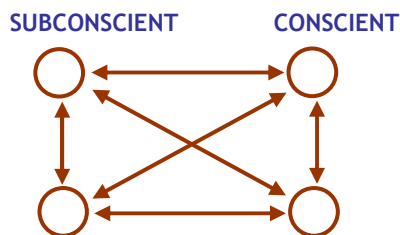
Droit d'utilisation et copyright

Merci d'avoir acheté ce programme - Ce matériel est protégé par un copyright .

Le droit d'utilisation et l'accord de licence de ce matériel sont soumis aux conditions suivantes :

1. Le matériel et les supports élaborés par JTP - GCI sont destinés à l'usage exclusif du client . Aucune partie du matériel ne peut-être utilisée pour la revente ou pour des prestations publiques sans autorisation écrite préalable de l'ayant-droit.
2. Aucune partie du matériel ne peut-être transposée sous d'autres formes (par ex. présentation Power Point Microsoft), sans accord écrit préalable.
3. Le preneur de licence peut utiliser le système uniquement dans sa propre organisation. Il ne peut pas mettre le matériel à disposition de succursales, d'agences affiliées, de partenaires, franchisés, de membres d'un réseau, etc.
4. Le matériel doit toujours être utilisé avec la mention du copyright et la reproduction de tous les éléments (logos, adresses etc.)
5. Le preneur de licence ne peut s'approprier aucun droit sur le matériel et les supports fournis, ni les reproduire à d'autres fins que leur utilisation à l'intérieur de son organisation, en reprenant tous les éléments.

PROCESSUS



- *L'intelligence rationnelle* et subconsciente
- *L'intelligence émotionnelle* et relationnelle
- *L'intelligence collective* et organisationnelle
– (incluant la capacité d'atteindre les objectifs, d'utiliser au mieux les ressources, d'éviter les obstacles et d'adapter les comportements en fonction des personnes et des situations).

Remarque : La pensée juste prend en compte les sentiments négatifs comme les sentiments positifs. Sinon, les sentiments négatifs sont refoulés et entrent en conflit avec la personnalité qui devient alors divisée et conflictuelle.

CORPS

EMOTIONS

- Subconscient :** Ce que la personne ne connaît pas, ce dont elle n'a pas conscience mais qui existe dans son esprit.
- Conscient :** ce que la personne ressent et sait qu'elle ressent.
- Corps :** Toute la personne physique, cerveau compris.
- Emotions :** L'émotion est une réponse physique non volontaire à un événement extérieur : elle entraîne un cortège de sensations ressenties telles que joie, colère, tristesse, peur. L'émotion doit être reconnue.
- Comportement :** Façon de se conduire quand on est seul ou avec les autres.