

Le contexte

Depuis plusieurs mois, l'entité d'études et de développement d'un grand constructeur automobile mondial vit des fusions et réorganisations avec d'autres entités. 3.500 personnes sont impliquées dans ces changements majeurs. Beaucoup ont perdu leurs repères et ont du mal à s'identifier dans la nouvelle entité. Dans le même temps, la course à la performance se poursuit dans le monde automobile.

Le besoin

Construire la vision de l'entité avec une logique bottom up, « elle provient de la base », en moins de 4 mois et en mobilisant les acteurs un minimum de temps : un vrai challenge !
La vision doit être simple, concrète, opérationnelle, communicable à tous les acteurs. Elle doit être ambitieuse et mesurable.

La mission

0. **Partager les objectifs à atteindre**, définir le livrable final, construire l'architecture d'élaboration de la vision.
1. **Prendre en compte les éléments du terrain.**
Organisation d'ateliers de mise en perspective avec les managers de proximité et leurs principaux collaborateurs pour faire émerger les premières perspectives.
La structuration des productions est réalisée sous forme d'affiches et des stands sont organisés pour présenter les résultats.
2. **Construire la vision en deux séminaires avec les managers de proximité.**
Le premier séminaire commence avec le « parcours stand » où chaque acteur découvre, partage et croise les propositions des autres entités.
Un « Passeport pour une vision » guide les équipes dans leur propre réflexion prospective. Les informations obtenues de stand en stand alimentent ensuite les travaux des sous-groupes et permettent de mettre en évidence les axes de la vision.
Un deuxième séminaire permet d'enrichir ces axes, de préciser les cibles, d'identifier les indicateurs de mesure.
3. **Ajuster et valider la vision.**
Le comité de direction amende la vision, un « logo-visuel » en caractérise les axes et devient le fer de lance de l'entité, la vision est formulée sur une page.
4. **Partager, dynamiser.**
La direction générale de l'entité valide la vision et organise un congrès réunissant l'ensemble des collaborateurs pour la présenter, mettre en perspective l'entité et donner du sens aux actions futures

Résultats obtenus

Une vision concrète et simple qui recouvre l'ensemble des aspects stratégiques, managériaux, opérationnels et comportementaux. 3.500 personnes partagent la vision de l'entité, de nouvelles perspectives s'ouvrent. Les équipes s'approprient la vision et la déclinent en plans de progrès opérationnels ciblés et mesurables.

Valeur ajoutée de l'équipe IPMC

- Confiance et proximité avec la direction générale pour engager une approche aussi impliquante.
- Créativité et rigueur sur l'architecture d'une démarche sur mesure, dynamique et motivante pour les acteurs.
- Capacité à mettre en scène les acteurs et leurs réflexions, à faire converger - voire rêver - 3.500 personnes autour d'un même avenir.