

SEMINAIRE CAPHAVET

L'ART DE BATIR UNE ENTREPRISE SOLIDE,
RENTABLE ET DURABLE



A man with a beard, wearing a light-colored patterned suit jacket, a white shirt, and a dark tie, is sitting on a bright yellow sofa. He is looking out of a window, holding a pair of glasses in his right hand. The background shows a blurred view of a building with windows.

SEUL LE PROFIT COMPTE?

LE DEFI #1
DE L'ENTREPRENEUR

LE BUT DU PILOTAGE D'UNE ENTREPRISE



PROTEGER LA
VALEUR



GENERER / CAPTER
DE LA VALEUR



MULTIPLIER LA
VALEUR



**2 FACTEURS CLES
DU BUSINESS**

MARKETING / VENTE
+ COMPTABILITE / FINANCES



Lorsqu'on dispose d'un modèle qui permet de **vendre rentablement** et **abondamment** à **une** **cible juteuse** ou qu'on **POUSSE à dépenser joyeusement**, il devient très facile d'améliorer le TOP LINE et Le BOTTOM LINE

A man with a beard, wearing a light-colored checkered suit jacket, a white shirt, and a dark tie, is sitting on a bright yellow sofa. He is looking out of a window, holding a pair of glasses in his right hand. The background shows a blurred view of a city street with buildings and a street lamp.

LES DEUX FACTEURS DOUBLES DE LA PERFORMANCE FINANCIERE

LE DEFI #1
DE L'ENTREPRENEUR

LES DEUX FACTEURS DOUBLES DE LA PERFORMANCE FINANCIERE

CHARGES / DEPENSES



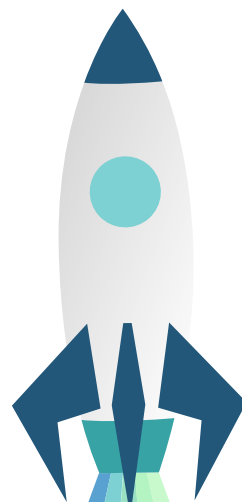
**On a besoin de les
supporter pour produire
et gagner**



**On ne veut pas en supporter
sauf si cela est nécessaire**



**On est prêt à la supporter
si cela va finir par générer
suffisamment**



PRODUIT / REVENUS



**On ne peut pas en
générer sans dépenser**



**On veut en avoir tout le
temps**



**On doit en générer
suffisamment pour avoir
du sens.**



LE BUSINESS EST UN FUNNEL...CE QUI
COMPTÉ, C'EST CE QU'IL Y A EN BAS

LE DEFI #1
DE L'ENTREPRENEUR



Le business (compte d'exploitation) est un entonnoir/funnel. **Ce qu'on vise, c'est ce qu'il reste en bas lorsqu'on a tout enlevé et tout ajouté...Le BOTTOM LINE**



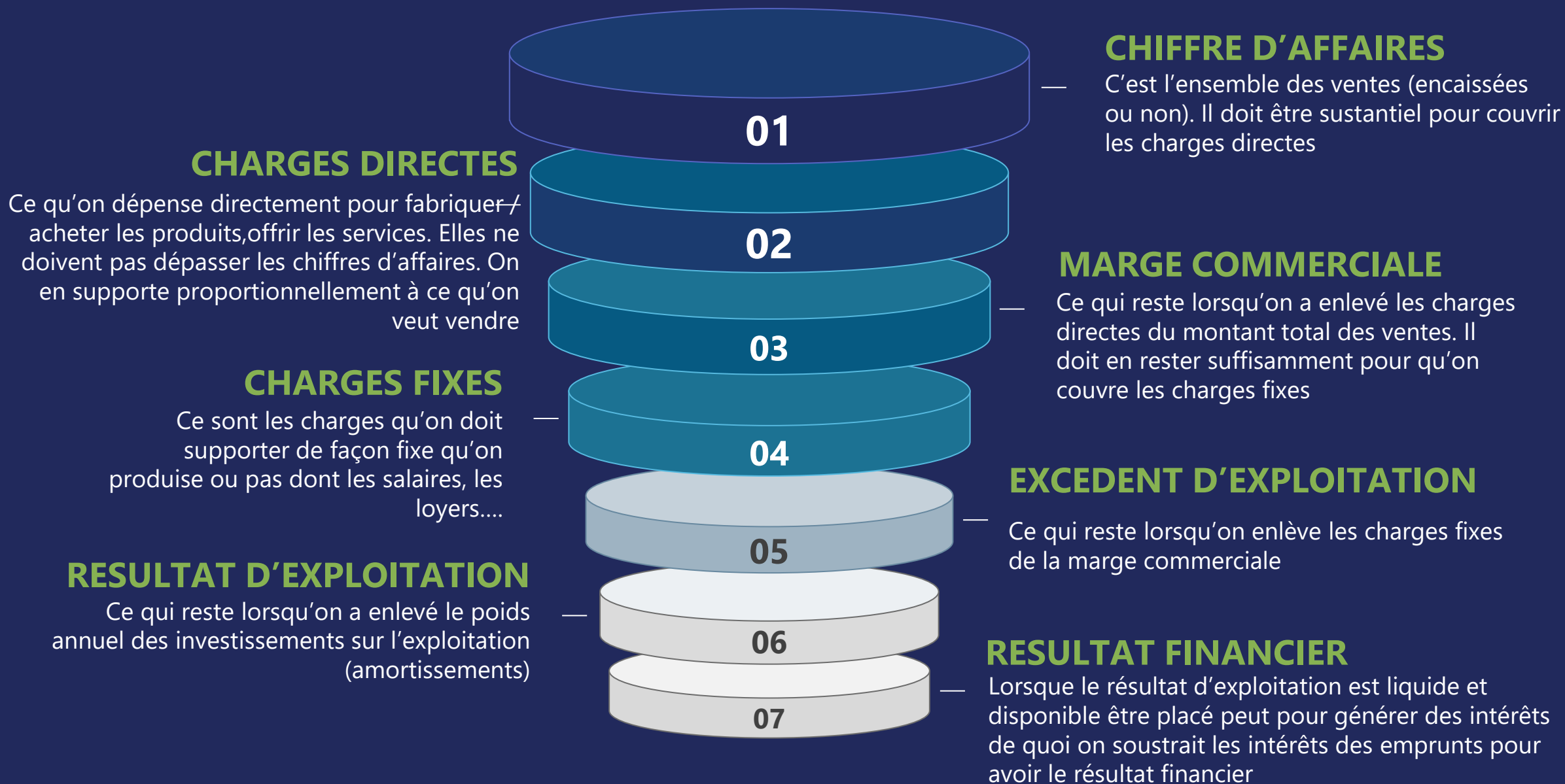
H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

CHASSIS

DU BUSINESS

	Année 1	Année 2	Année 3
Produits d'exploitation	47 520,00	54 648,00	59 566,32
<i>Chiffre d'affaires HT vente de marchandises</i>	<i>21 600,00</i>	<i>24 840,00</i>	<i>27 075,60</i>
<i>Chiffre d'affaires HT services</i>	<i>25 920,00</i>	<i>29 808,00</i>	<i>32 490,72</i>
Charges d'exploitation	18 360,00	21 114,00	23 014,26
<i>Achats consommés</i>	<i>18 360,00</i>	<i>21 114,00</i>	<i>23 014,26</i>
Marge brute	29 160,00	33 534,00	36 552,06
Charges externes	8 310,00	9 340,00	10 100,00
<i>Assurances</i>	<i>1 200,00</i>	<i>1 250,00</i>	<i>1 300,00</i>
<i>Téléphone, internet</i>	<i>260,00</i>	<i>280,00</i>	<i>310,00</i>
<i>Autres abonnements</i>	-	-	-
<i>Carburant</i>	<i>3 000,00</i>	<i>3 300,00</i>	<i>3 600,00</i>
<i>Frais de déplacement et hébergement</i>	-	-	-
<i>Eau, électricité, gaz</i>	-	-	-
<i>Mutuelle</i>	-	-	-
<i>Fournitures diverses</i>	<i>250,00</i>	<i>260,00</i>	<i>290,00</i>
<i>Entretien matériel et vêtements</i>	<i>400,00</i>	<i>500,00</i>	<i>550,00</i>
<i>Nettoyage des locaux</i>	-	-	-
<i>Budget publicité et communication</i>	-	<i>250,00</i>	<i>250,00</i>
<i>Loyer et charges locatives</i>	<i>1 200,00</i>	<i>1 400,00</i>	<i>1 600,00</i>
<i>Expert comptable, avocats</i>	<i>2 000,00</i>	<i>2 100,00</i>	<i>2 200,00</i>
Valeur ajoutée	20 850,00	24 194,00	26 452,06
Impôts et taxes	350,00	380,00	410,00
Salaires employés	-	-	-
Charges sociales employés	-	-	-
Prélèvement dirigeant(s)	-	10 000,00	13 000,00
Charges sociales dirigeant(s) (Accre)	<i>1 120,00</i>	<i>4 700,00</i>	<i>6 110,00</i>
Excédent brut d'exploitation	19 380,00	9 114,00	6 932,06
Frais bancaires, charges financières	437,17	447,17	457,17
Dotations aux amortissements	5 260,00	5 260,00	5 260,00
Résultat avant impôts	13 682,83	3 406,83	1 214,89
Impôt sur les sociétés	2 052,42	511,02	182,23
Résultat net comptable (résultat de l'exercice)	11 630,40	2 895,80	1 032,65

LE BUSINESS EST UN FUNNEL / NE COMPTE QUE CE QUI RESTE

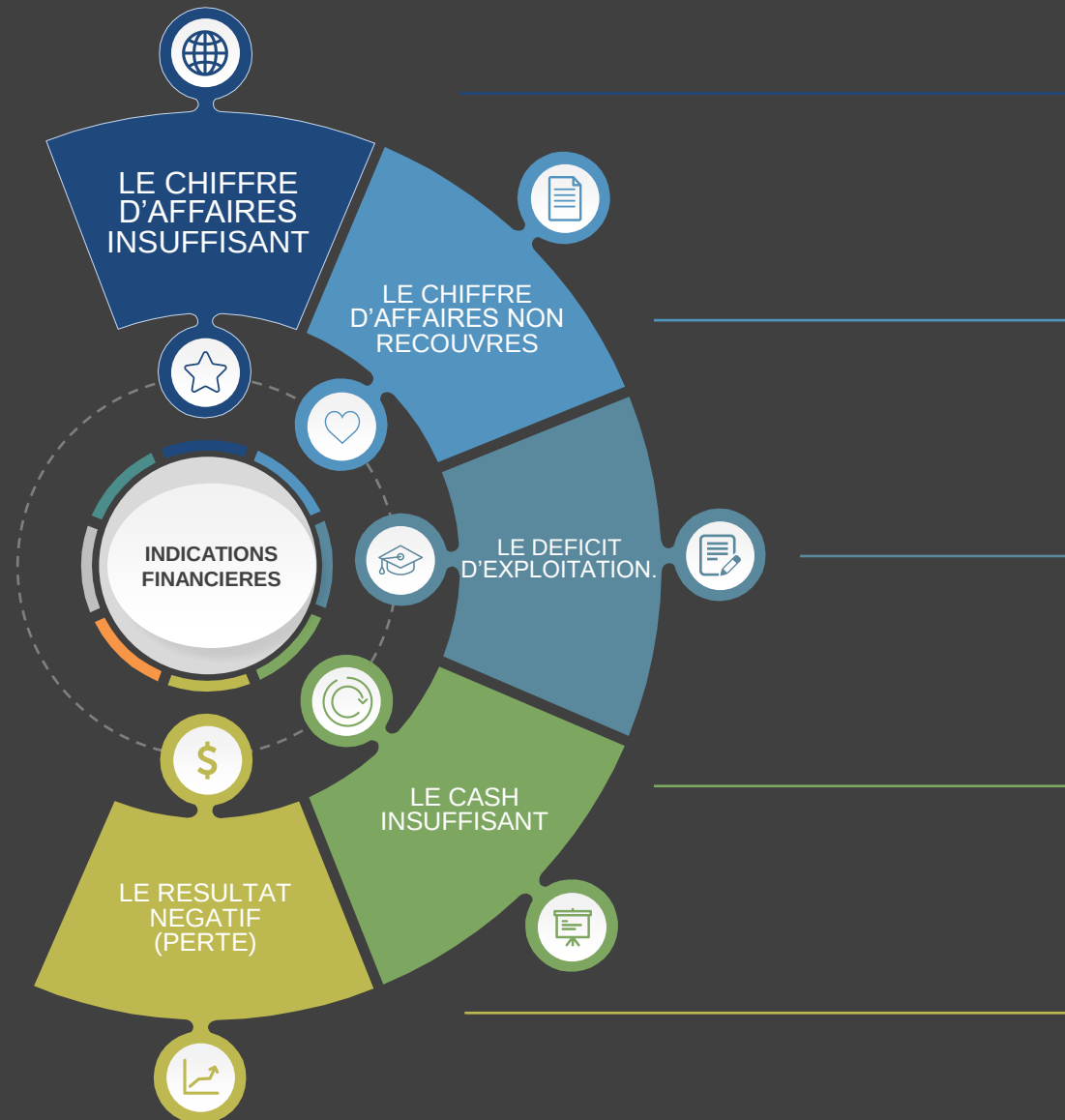




PRINCIPES DE FINANCES A MAITRISER POUR SOLIDIFIER SON BUSINESS

LE DEFI #1
DE L'ENTREPRENEUR

LES PARADOXES DES INDICATEURS FINANCIERS



1

Lorsqu'on n'a pas atteint un niveau minimum de chiffre d'affaires, on ne peut couvrir les charges variables

2

Lorsqu'on n'a pas encaissé le chiffre d'affaires (à 100%) on ne peut pas couvrir les charges fixes – même si on est rentable

3

Lorsque la marge commerciale (CA-CHARGES VARIABLES) est inférieure au montant des charges fixes, on dit que l'exploitation est déficitaire (ce qui fait perdre de l'argent)

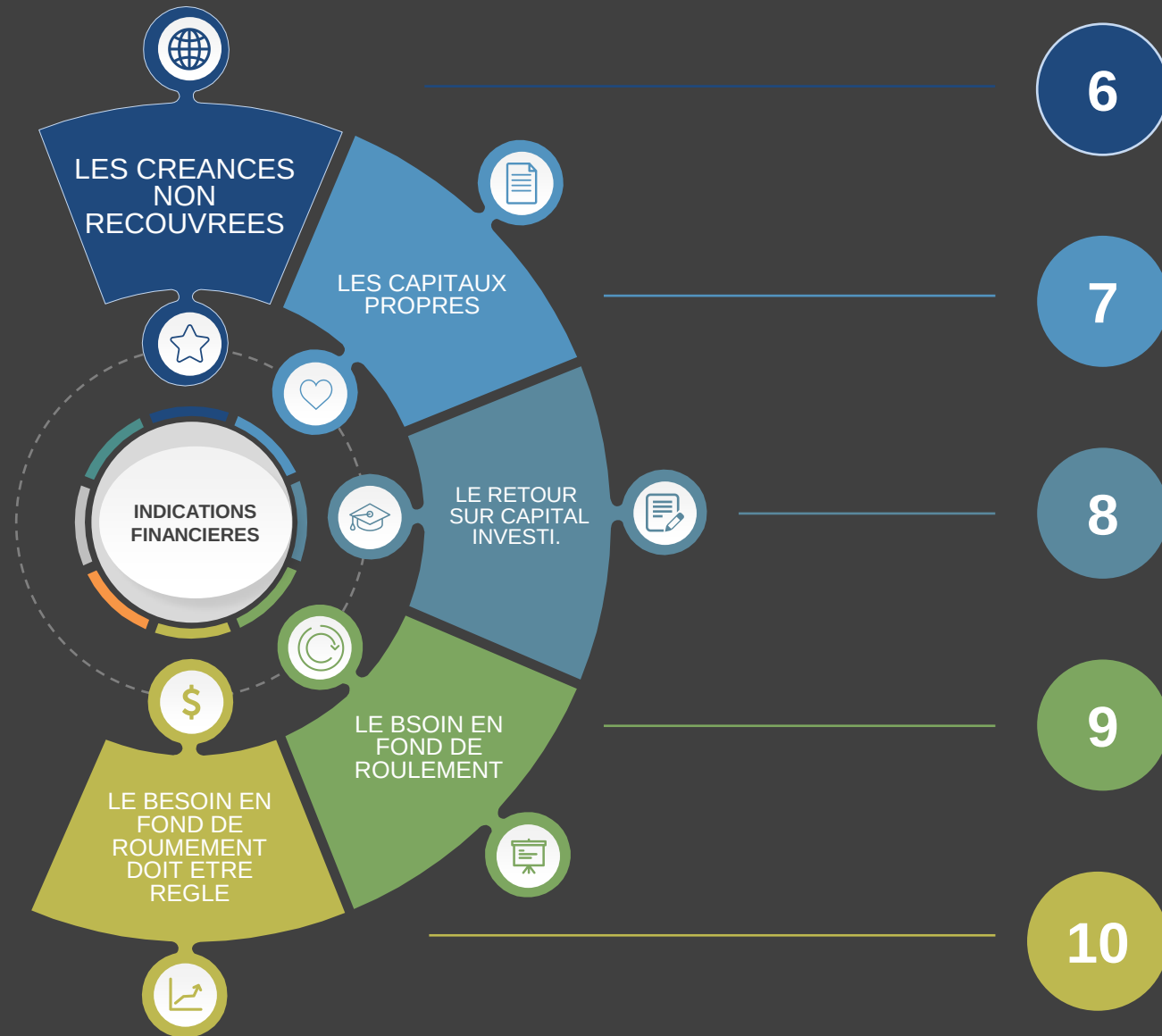
4

Lorsqu'on a moins de cash qu'il n'en faut, on est obligé d'emprunter avec INTERET pour couvrir les charges ; ce qui diminue le RESULTAT FINANCIER

5

Lorsque le résultat est négatif, il va diminuer les FONDS PROPRES...Le capital était de 10 milliards, il passe techniquement à 7 milliards avec une perte de 3 milliards...

LES PARADOXES DES INDICATEURS FINANCIERS



La loi prévoit qu'à partir d'une certaine période lorsque vous n'arrivez pas à recouvrer un montant qu'on vous doit cela doit être déduit de votre résultat

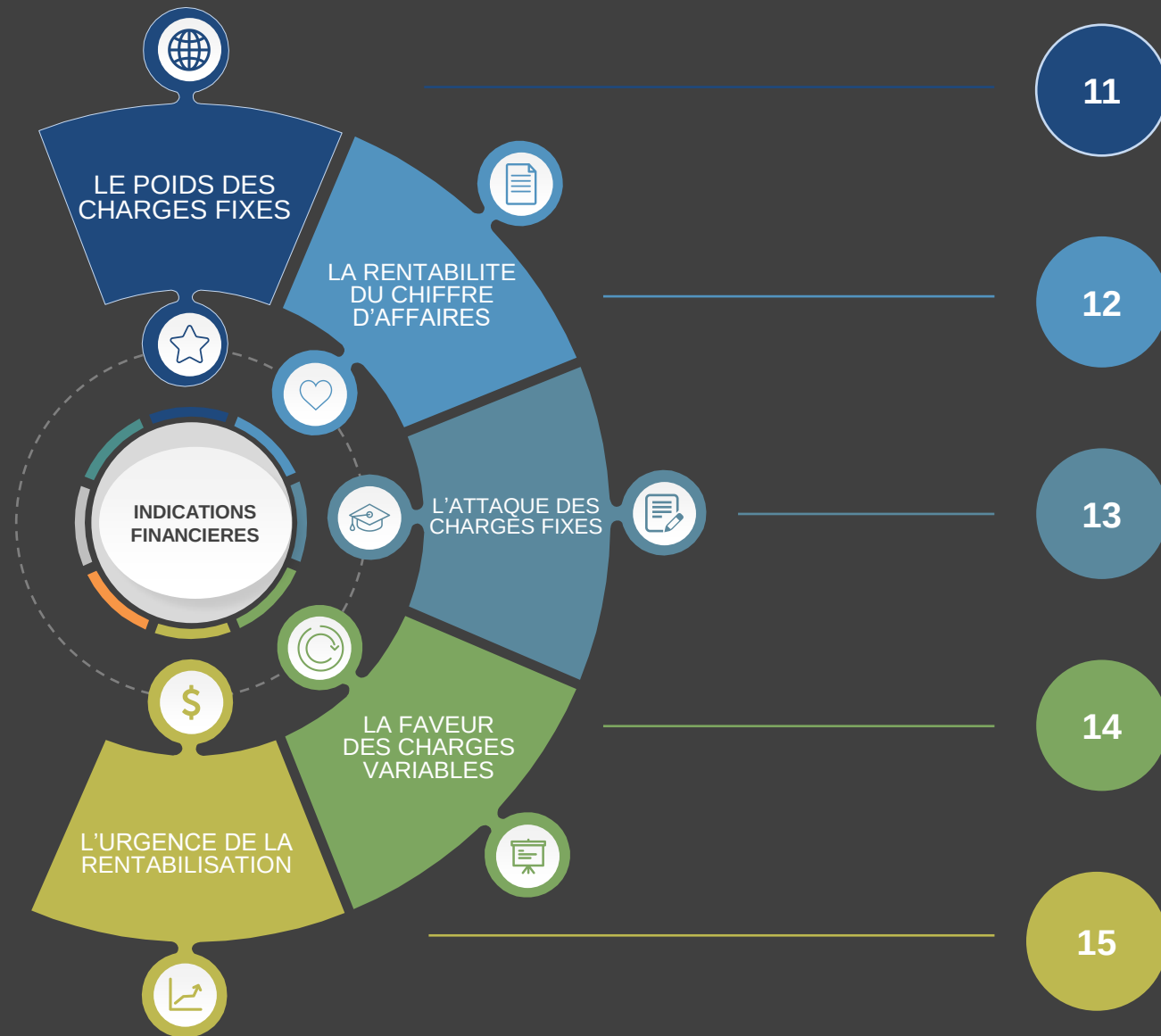
Il existe des normes en matière de niveau de fonds propres... Si vos fonds se dégradent du fait de l'accumulation des pertes, vous serez en administration provisoire

Ceux qui ont investi dans votre entreprise X Francs s'attendant à ce que cela rapporte Y% de valeur chaque année ou en définitive. Lorsque cela n'arrive pas, ils peuvent décider de récupérer leur argent et partir – vous laissant sans financement

Si vos encaissements dépassent sur une période vos décaissements, vous avez assez de fond pour fonctionner. Dans le cas contraire, vous avez un besoin en fond de roulement...

Le besoin en fond de roulement signifie que vous devez ralentir vos décaissements ou accélérer vos encaissements ou aller emprunter la différence pour rouler

LES PARADOXES DES INDICATEURS FINANCIERS



11

Par principe, si notre marge commerciale n'arrive pas à couvrir nos charges fixes, c'est qu'elles sont trop élevées

12

Si le chiffre d'affaires n'atteint pas le niveau pour couvrir même les charges, pour dégager une marge commerciale pour couvrir les charges fixes, il faut l'augmenter ou diminuer les charges fixes

13

Si vous ne pouvez pas augmenter le chiffre d'affaires rentablement pour couvrir les charges fixes, vous êtes obligé de les réduire pour calmer la saignée

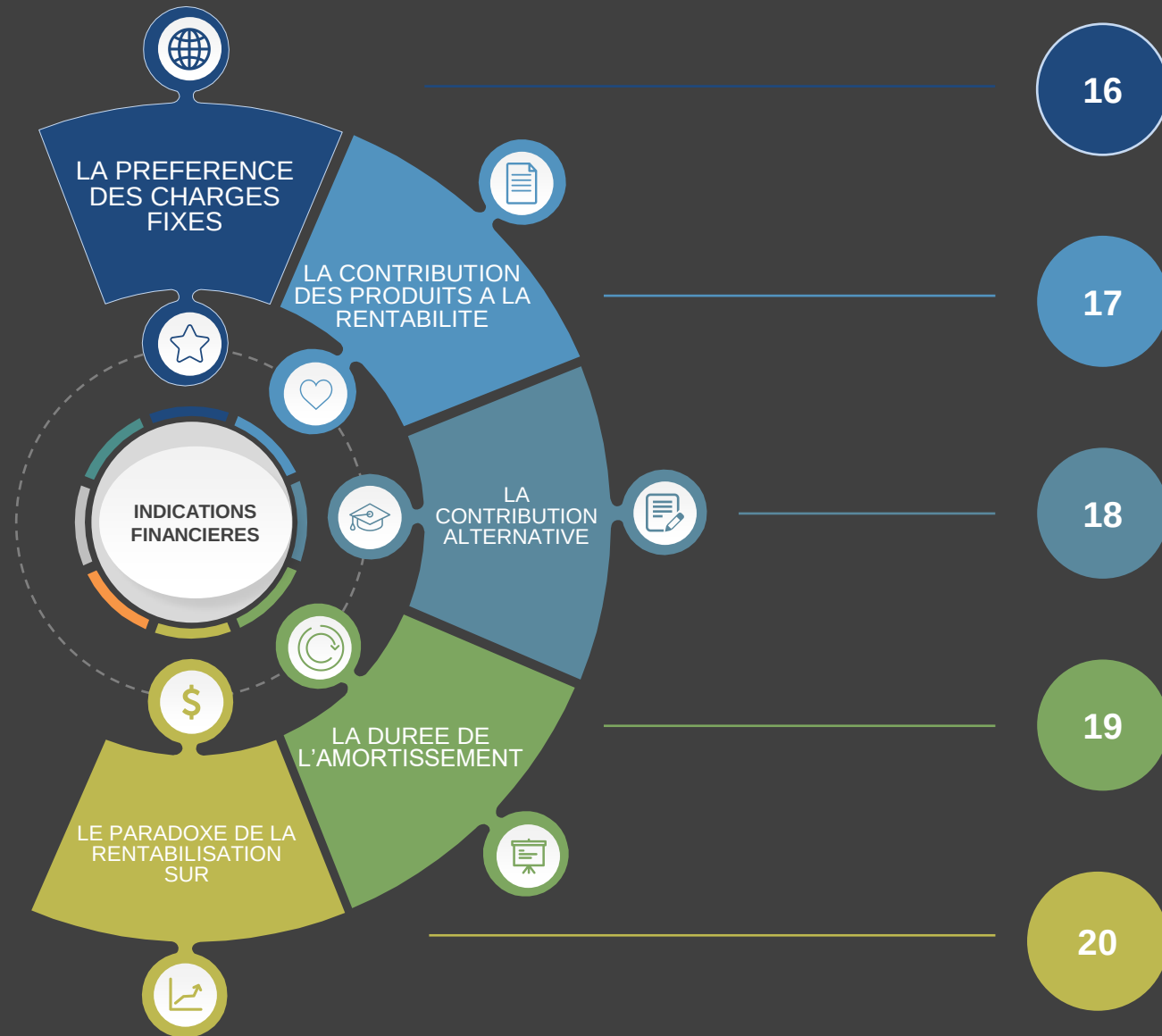
14

Il vaut mieux dépenser quand on peut générer au lieu d'avoir des charges fixes qu'on supporte sans générer – autant les diminuer.

15

Comme les pertes viennent à dégrader les fonds propres des actionnaires, ils préfèrent en général qu'on baisse les charges fixes pour améliorer le résultat d'exploitation et avoir un résultat net qui bonifie les fonds propres

LES PARADOXES DES INDICATEURS FINANCIERS



Si on n'est pas sûr de pouvoir générer une bonne marge commerciale pour dégager un excédent d'exploitation, il vaut mieux ne pas s'engager sur les charges fixes

Plus on vend les produits rentables plus la marge commerciale est élevée... Si bien qu'à un moment donné, il faut arrêter de vendre les produits non rentables – si on n'a pas de plan pour ETRE RENTABLE autrement ou PLUS TARD

Si un client ou un produit n'est pas rentable, il faut tout faire pour qu'il génère du cash abondamment qu'on peut placer et générer des revenus d'intérêts qui peuvent couvrir les pertes

Pour chaque investissement, il y a un montant proportionnel que supporte l'exercice en cours... sous forme de dotation. Plus la durée est longue, plus faible le poids sur l'exercice

La meilleure façon de rentabiliser une entreprise, c'est de faire du chiffre d'affaires rentable... Même si vous réduisez vos charges fixes à 0; si votre CA ne permet pas de dégager une marge commerciale positive, vous restez avoir des ennuis...



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

CHASSIS

DU BUSINESS

	Année 1	Année 2	Année 3
Produits d'exploitation	47 520,00	54 648,00	59 566,32
<i>Chiffre d'affaires HT vente de marchandises</i>	<i>21 600,00</i>	<i>24 840,00</i>	<i>27 075,60</i>
<i>Chiffre d'affaires HT services</i>	<i>25 920,00</i>	<i>29 808,00</i>	<i>32 490,72</i>
Charges d'exploitation	18 360,00	21 114,00	23 014,26
<i>Achats consommés</i>	<i>18 360,00</i>	<i>21 114,00</i>	<i>23 014,26</i>
Marge brute	29 160,00	33 534,00	36 552,06
Charges externes	8 310,00	9 340,00	10 100,00
<i>Assurances</i>	<i>1 200,00</i>	<i>1 250,00</i>	<i>1 300,00</i>
<i>Téléphone, internet</i>	<i>260,00</i>	<i>280,00</i>	<i>310,00</i>
<i>Autres abonnements</i>	-	-	-
<i>Carburant</i>	<i>3 000,00</i>	<i>3 300,00</i>	<i>3 600,00</i>
<i>Frais de déplacement et hébergement</i>	-	-	-
<i>Eau, électricité, gaz</i>	-	-	-
<i>Mutuelle</i>	-	-	-
<i>Fournitures diverses</i>	<i>250,00</i>	<i>260,00</i>	<i>290,00</i>
<i>Entretien matériel et vêtements</i>	<i>400,00</i>	<i>500,00</i>	<i>550,00</i>
<i>Nettoyage des locaux</i>	-	-	-
<i>Budget publicité et communication</i>	-	<i>250,00</i>	<i>250,00</i>
<i>Loyer et charges locatives</i>	<i>1 200,00</i>	<i>1 400,00</i>	<i>1 600,00</i>
<i>Expert comptable, avocats</i>	<i>2 000,00</i>	<i>2 100,00</i>	<i>2 200,00</i>
Valeur ajoutée	20 850,00	24 194,00	26 452,06
Impôts et taxes	350,00	380,00	410,00
Salaires employés	-	-	-
Charges sociales employés	-	-	-
Prélèvement dirigeant(s)	-	10 000,00	13 000,00
Charges sociales dirigeant(s) (Accre)	<i>1 120,00</i>	<i>4 700,00</i>	<i>6 110,00</i>
Excédent brut d'exploitation	19 380,00	9 114,00	6 932,06
Frais bancaires, charges financières	437,17	447,17	457,17
Dotations aux amortissements	5 260,00	5 260,00	5 260,00
Résultat avant impôts	13 682,83	3 406,83	1 214,89
Impôt sur les sociétés	2 052,42	511,02	182,23
Résultat net comptable (résultat de l'exercice)	11 630,40	2 895,80	1 032,65

A man with a beard, wearing a light-colored checkered suit jacket, a white shirt, and a dark tie, is sitting on a bright yellow sofa. He is holding a pen in his right hand and looking out of a window. The background shows a blurred view of a building with windows. The overall tone is professional and contemplative.

SOLIDIFIER ET PERENISER LE BUSINESS

L'ENJEU #1
de L'Entrepreneur

VOTRE BUSINESS VOUS DEPASSE SI...



LA SURSOLLICITATION

Vous n'arrivez plus à répondre à toutes les sollicitations.



L'EXCLUSIVITE

Vous êtes exclusivement l'interlocuteur que tout le monde veut avoir et vous n'avez plus le temps de répondre à tout le monde



LA SOIF DE DELEGUER

Vous aimeriez avoir plus de personnes et de collaborateurs à qui vous allez pouvoir confier la gestion de plusieurs aspects du business



LE BLOCAGE DE L'ELAN

Vous bloquez beaucoup de choses parce que vous n'avez plus le temps de valider ni de regarder et n'avez plus les infos et idées pour décider vite et bien



LA SOLUTION? La systématisation et la transformation culturelle

L'ENJEU #1
de L'Entrepreneur

FAIRE CHANGER DE DIMENSION A SON BUSINESS



SYSTEMES

Batir des systèmes de garantir du résultat avec ou sans vous et à une dimension supérieure



SYNERGIE

Avoir d'autres personnes et institutions qui appuient et élargissent votre reach-out, votre capacité de financement, d'opérations, et génération



SECURITE

Pouvoir garantir du résultat de façon certaine et sortir de la vulnérabilité liée à un ou plusieurs HOMMES



SECULARISATION

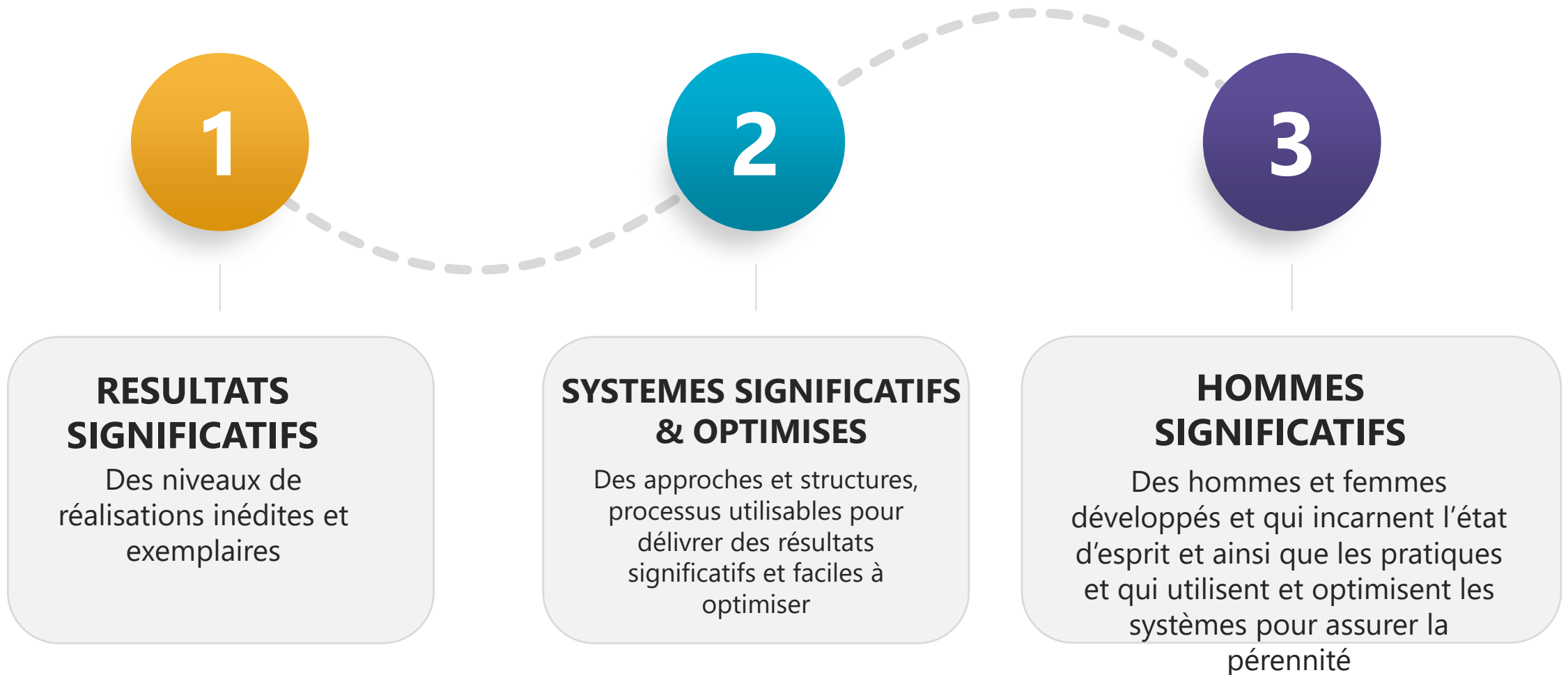
Créer un ADN (Etat d'esprit & Pratiques optimisables) qui permettent de garantir durablement le résultat

A man with a beard, wearing a light-colored checkered suit jacket, a white shirt, and a dark tie, is sitting on a bright yellow sofa. He is looking out of a window, holding a pair of glasses in his right hand. The background shows a blurred view of a building with windows.

LAISSER UN HERITAGE PERENNISABLE

L'ENJEU #1
de L'Entrepreneur

LES TROIS HERITAGES A LAISSER RAPIDEMENT

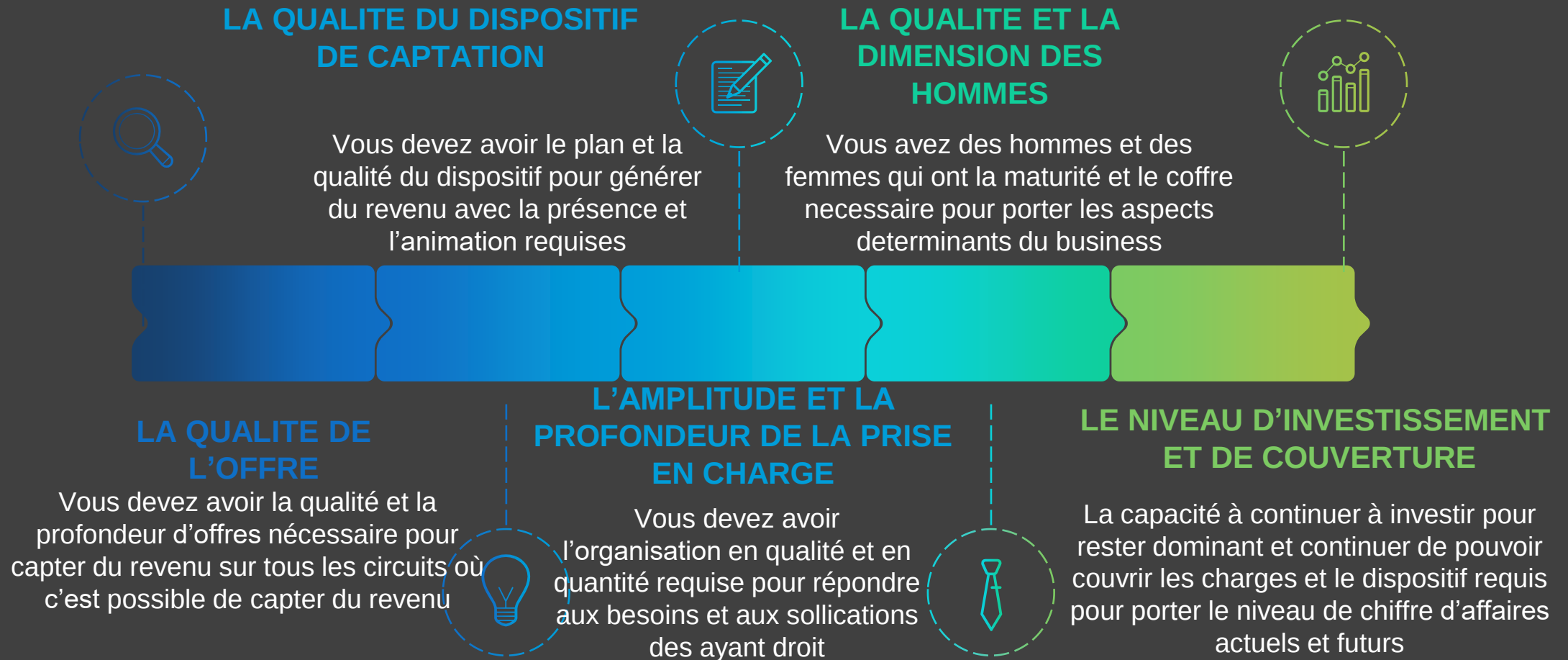




LA METHODE DU TAUX DE COUVERTURE DU CHIFFRE
D'AFFAIRES

L'ENJEU #1
de L'Entrepreneur

ETRE A LA DIMENSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES VISE

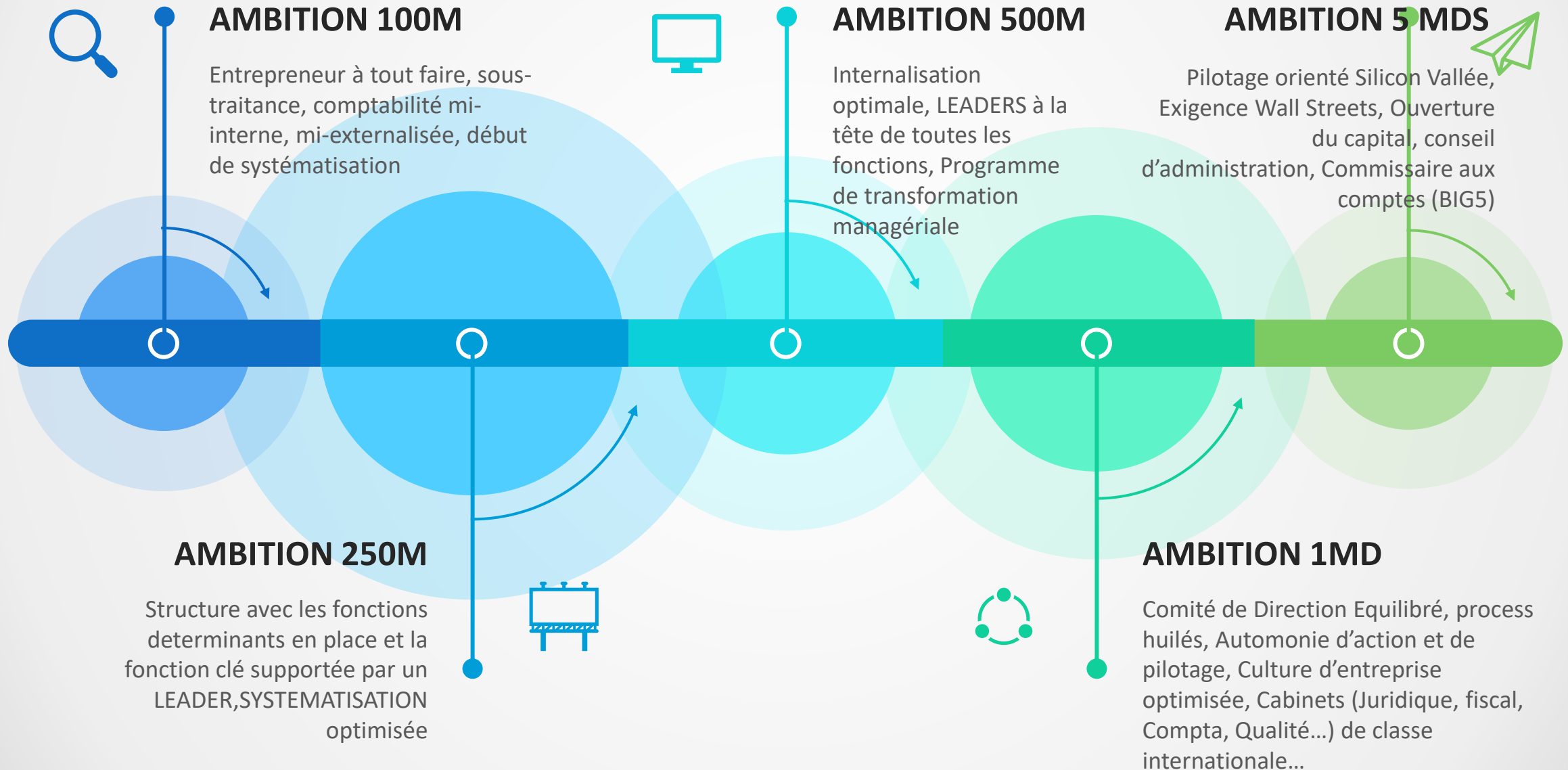




ALIGNER LA QUALITE DES HOMMES, LA TAILLE,
L'ORGANIGRAMME ET LES PROCESSUS SUR L'AMBITION

L'ENJEU #1
de L'Entrepreneur

ALIGNER L'ORGANISATION SUR SES AMBITIONS

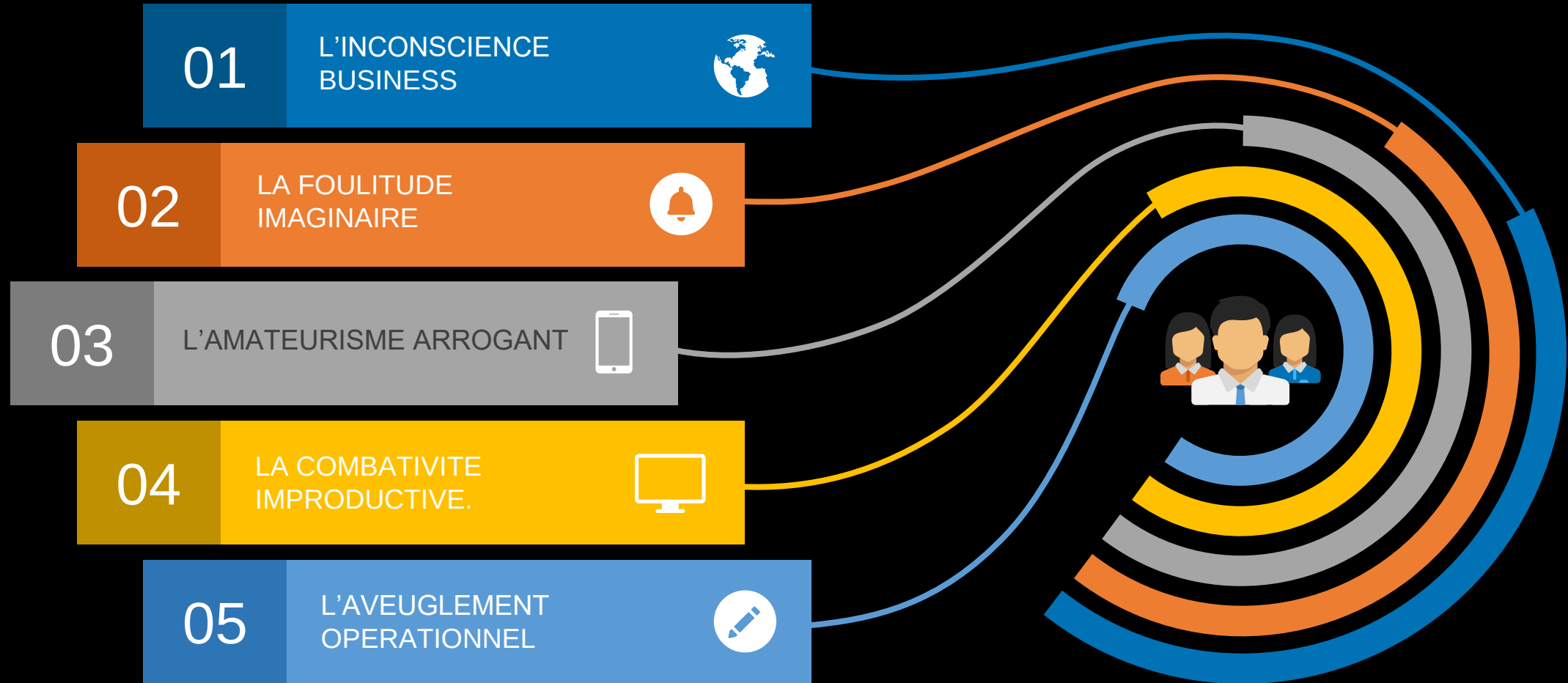


A man with a beard and glasses, wearing a suit, is sitting on a yellow sofa. He is holding a pen and looking out a window. The background is a blurred view of a city street with buildings and a car.

COMMENT J'AI PERDU DU TEMPS DANS LA STRUCTURATION DU REVE

TEMOIGNAGE

Comment les entrepreneurs perdent du temps à réaliser leur rêve



A man with a beard and glasses, wearing a suit, is sitting on a yellow sofa. He is looking out a window, holding a pen and a notepad. The background shows a blurred view of a building with windows.

Restructurer son business : Et si
c'était à refaire?

PANEL DE
DISCUSSION

QUESTIONS CLES A TRAITER

1

QUESTION 1

A quel niveau de structuration ton business est-il aujourd'hui? Est-ce les systèmes sont en place?

2

QUESTION 2

Quelles sont les naïvetés et les ratées et approximations qui t'ont fait perdre du temps?

3

QUESTION 3

Si c'était à refaire, comment structurerais-tu ton business pour le faire performer?



Réussir à mobiliser les hommes, les
partenaires et appuis

MOBILISER

6 AYANT DROIT / STAKEHOLDERS D'UNE ENTREPRISE A SATISFAIRE...

LES ENTREPRISES LES PLUS PROSPERES SONT CELLES QUI RENDENT
DURABLEMENT LEUR ECOSYSTEMES SATISFAITS ET HEUREUX

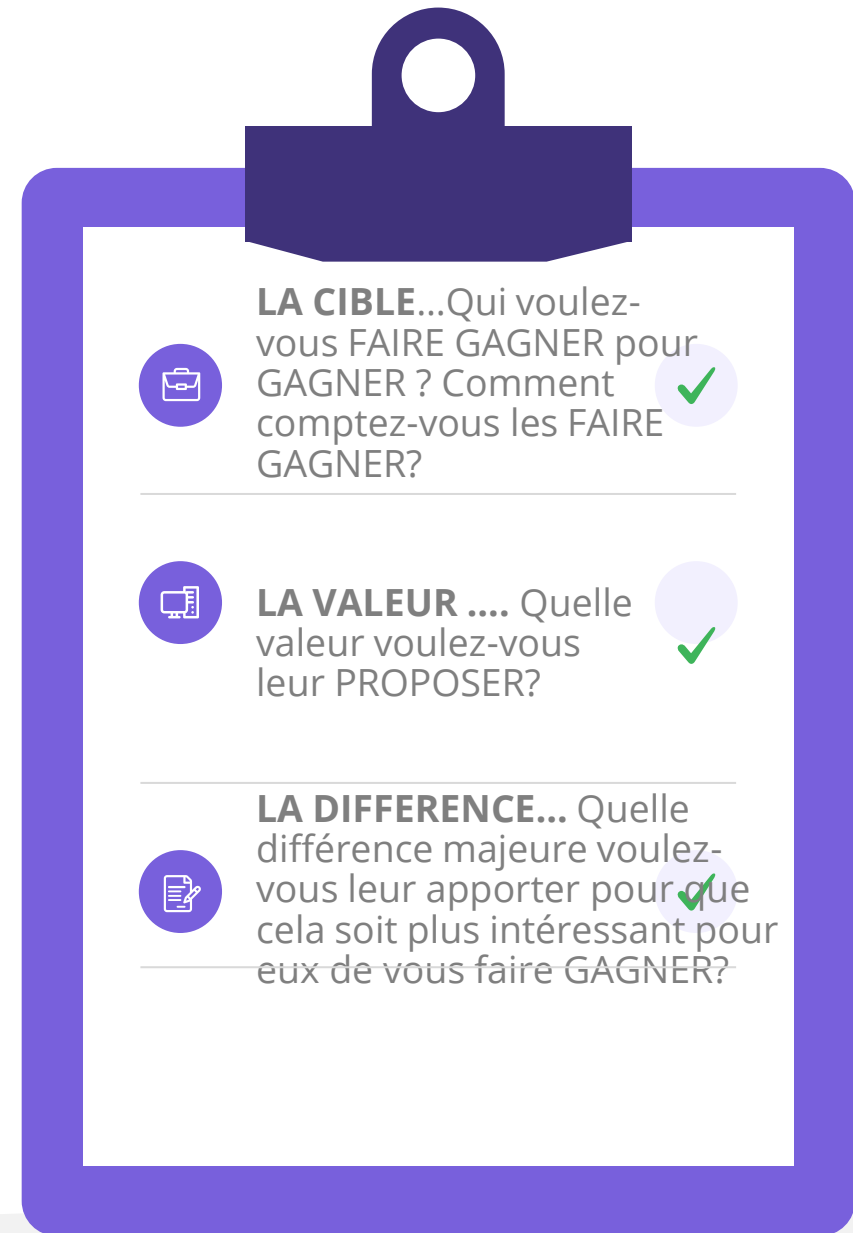


LA FORMULE DU GAIN DURABLE = PEOPLE
+ PROFIT + PLANET

DEVENIR LA MEILLEURE OPPORTUNITÉ POUR SES AYANT DROIT / STAKEHOLDERS

Il est facile d'avoir des opportunités lorsque vous êtes une opportunité pour les gens qui ont une opportunité pour vous.

Le BUSINESS DURABLE est toujours un WIN-WIN GAME... Si vous trouvez un moyen de faire GAGNER vos employés, vos clients, vos fournisseurs et partenaires, vos actionnaires et la communauté, vous allez GAGNER...



LA VISION STRATEGIQUE SATISFAISANTE OU COMMENT FAIRE LE SHIFT POUR GAGNER EN FAISANT GAGNER

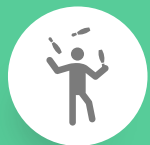
LA VALEUR POUR NOUS



QU'EST-CE QUE NOUS VOULONS GAGNER?



QU'EST-CE QUE NOUS VOULONS DEVENIR?



QUI VOULONS-NOUS DOMINER ET QUI NOUS VOULONS SATISFAIRE?

LA VALEUR POUR LES FAISEURS DE ROI



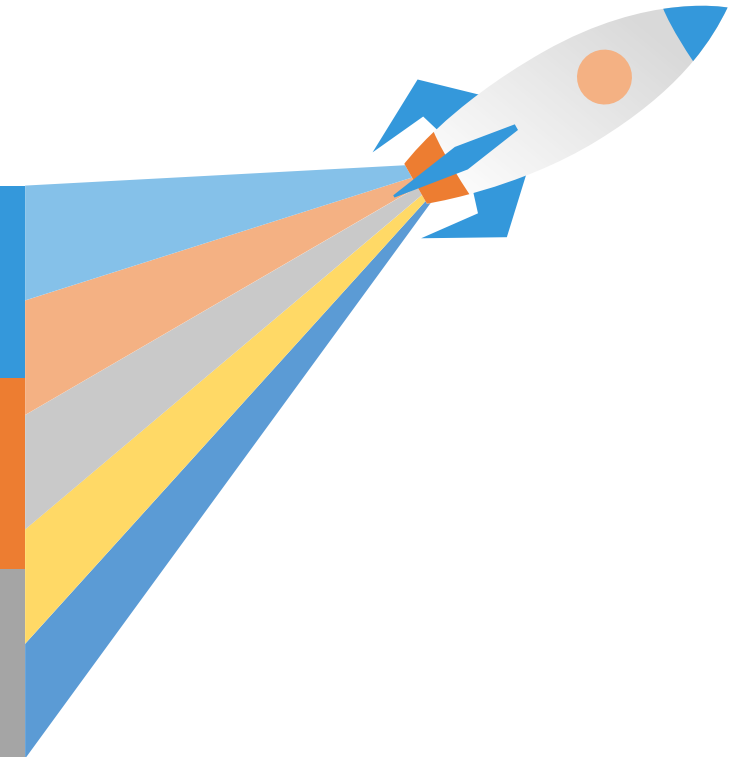
COMMENT DEVONS-NOUS FAIRE GAGNER POUR GAGNER?



QU'EST-CE NOUS DEVONS DEVENIR POUR EUX?



QUI DEVONS-NOUS RENDRE MEILLEUR ET SATISFAIRE?



LA VISION STRATEGIQUE SATISFAISANTE OU COMMENT FAIRE LE SHIFT POUR GAGNER EN FAISANT GAGNER

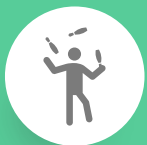
LA VALEUR POUR NOUS



Créer la plus grande entreprise de formation et de coaching



Devenir la compagnie d'assurance LEADER sur ses marchés



Gagner dans le secteur des services financiers à travers la technologie

LA VALEUR POUR LES FAISEURS DE ROI



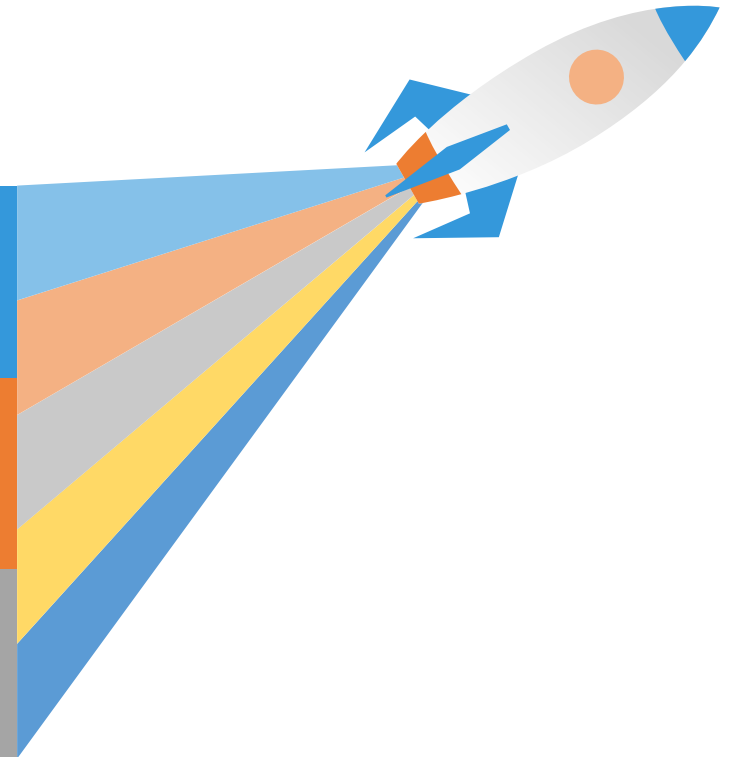
Transformer la vie de 500 millions de personnes avec du résultat en moins de 48H



Offrir la meilleure sécurisation des biens et des personnes et garantir la continuité d'épanouissement



Devenir l'entreprise de technologie qui rend les banques heureuses



LA VISION STRATEGIQUE SATISFAISANTE OU COMMENT FAIRE LE SHIFT POUR GAGNER EN FAISANT GAGNER

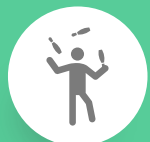
LA VALEUR POUR NOUS



Battre la concurrence
(ADIDAS)



Dominer le secteur de
l'automobile (General Motors)



Devenir le N°1 dans les
moyens de paiement
(Mastercard)

LA VALEUR POUR LES FAISEURS DE ROI



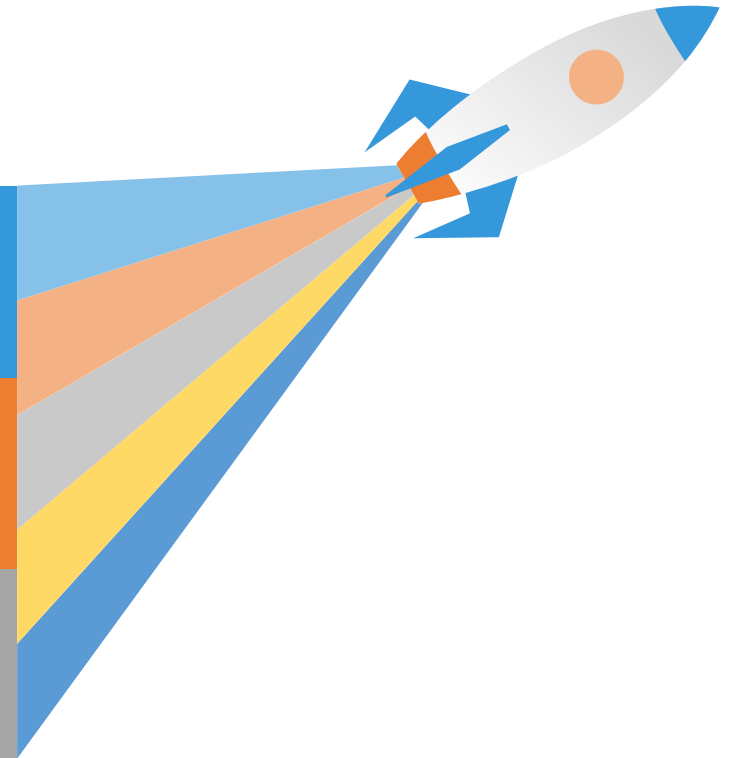
Aider les athlètes à performer
plus que leurs adversaires



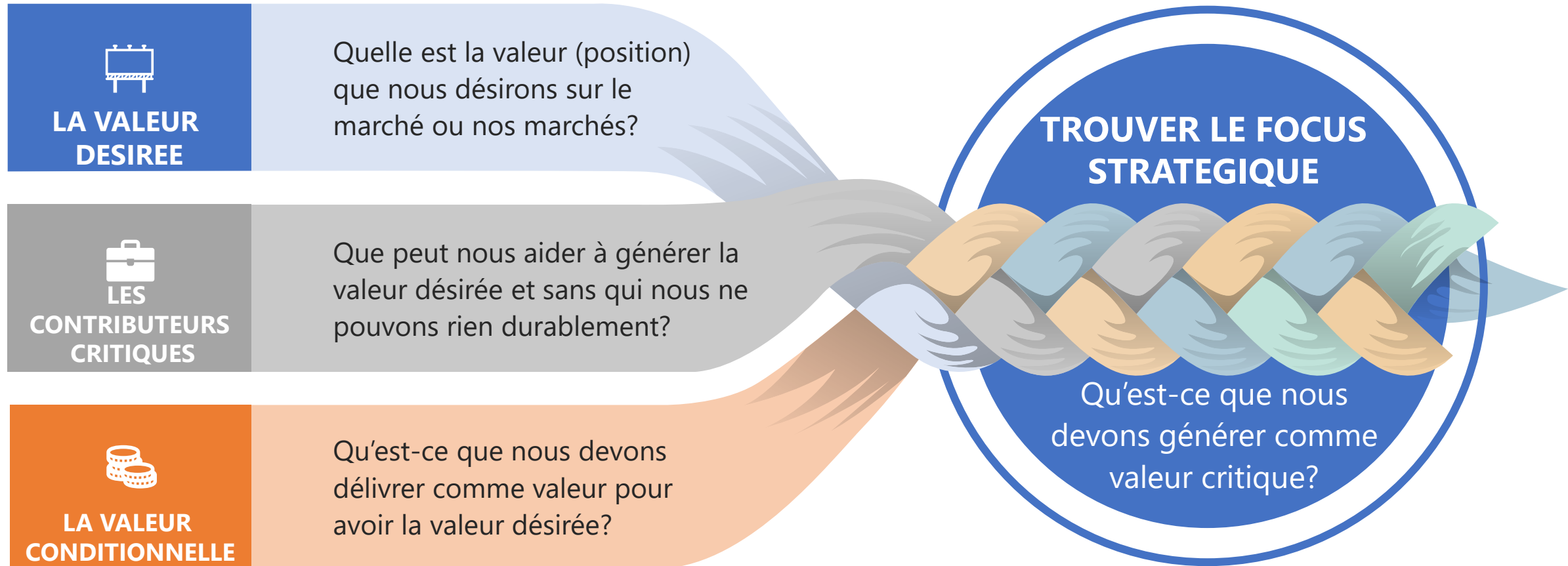
Gagner en transformant le
transport



Eliminer le CASH



TROUVER LE FOCUS STRATEGIQUE

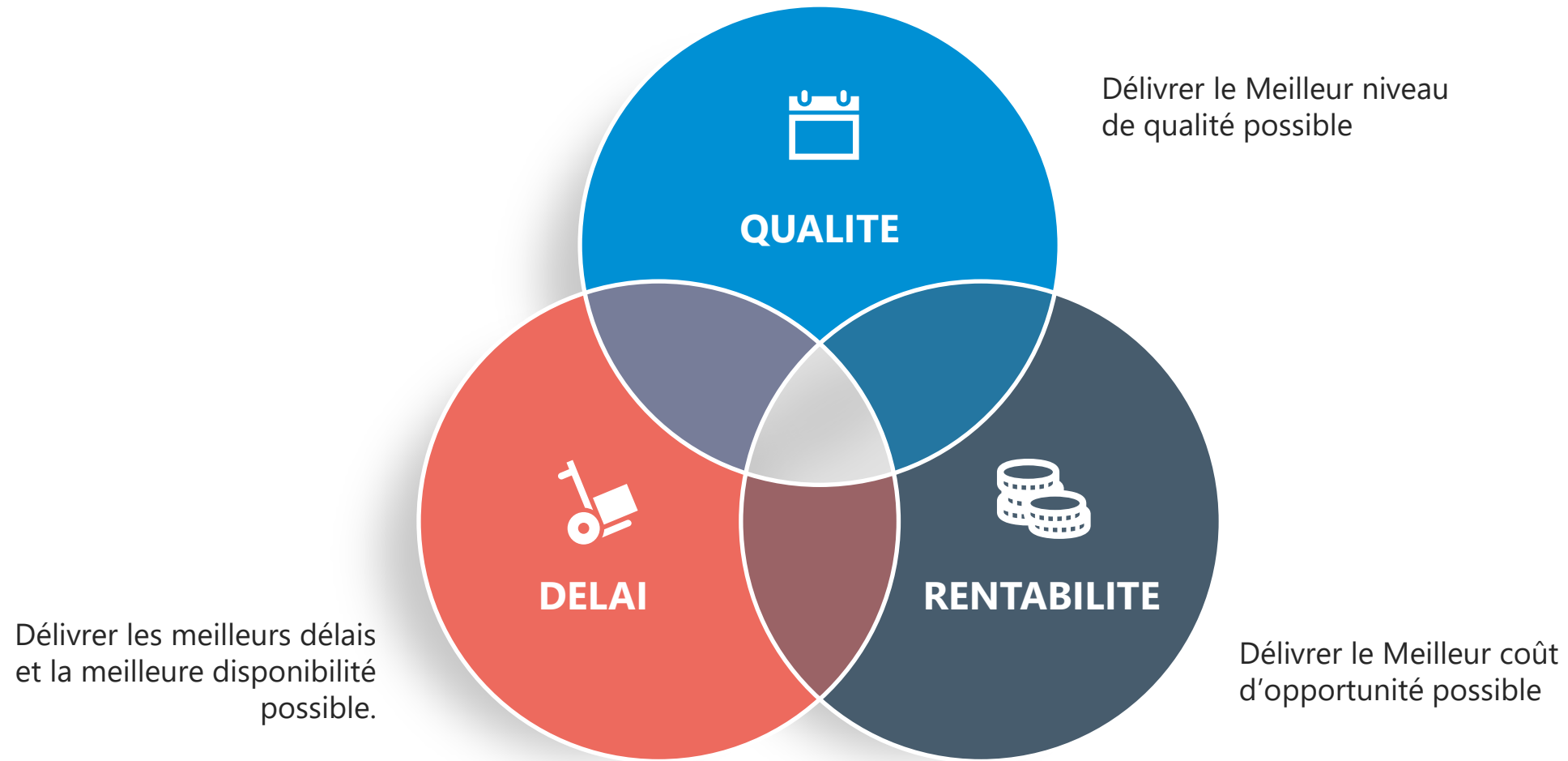


A man with a beard, wearing a light-colored checkered suit jacket, a white shirt, and a dark tie, is sitting on a bright yellow armchair. He is holding a pen in his right hand and looking out of a window. The background shows a blurred view of a building with windows. A dark blue banner is overlaid on the bottom half of the image, containing the text 'Pourquoi formaliser son business' in yellow. To the right of this banner, there is a smaller dark blue rectangle containing the word 'MOBILISER' in yellow.

Pourquoi formaliser son business

MOBILISER

LE BUT DU JEU / DELIVRER L'EXCELLENCE





UN SYSTEME? POURQUOI?

1

Savoir exactement ce qu'on veut faire

2

Savoir comment penser et agir exactement pour y arriver

3

S'assurer qu'on pense et agit exactement comme cela se doit pour y arriver

POURQUOI IL FAUT FORMALISER SA PRATIQUE

LA CODIFICATION

Il y a un code de comportement, de conduite et d'actions précises engagées pour garantir le résultat

LA NORMALISATION

Il y a des normes, pratiques, règles, procedes qui ont permis de produire du résultat ailleurs et qu'il faut suivre pour délivrer du résultat GARANTI

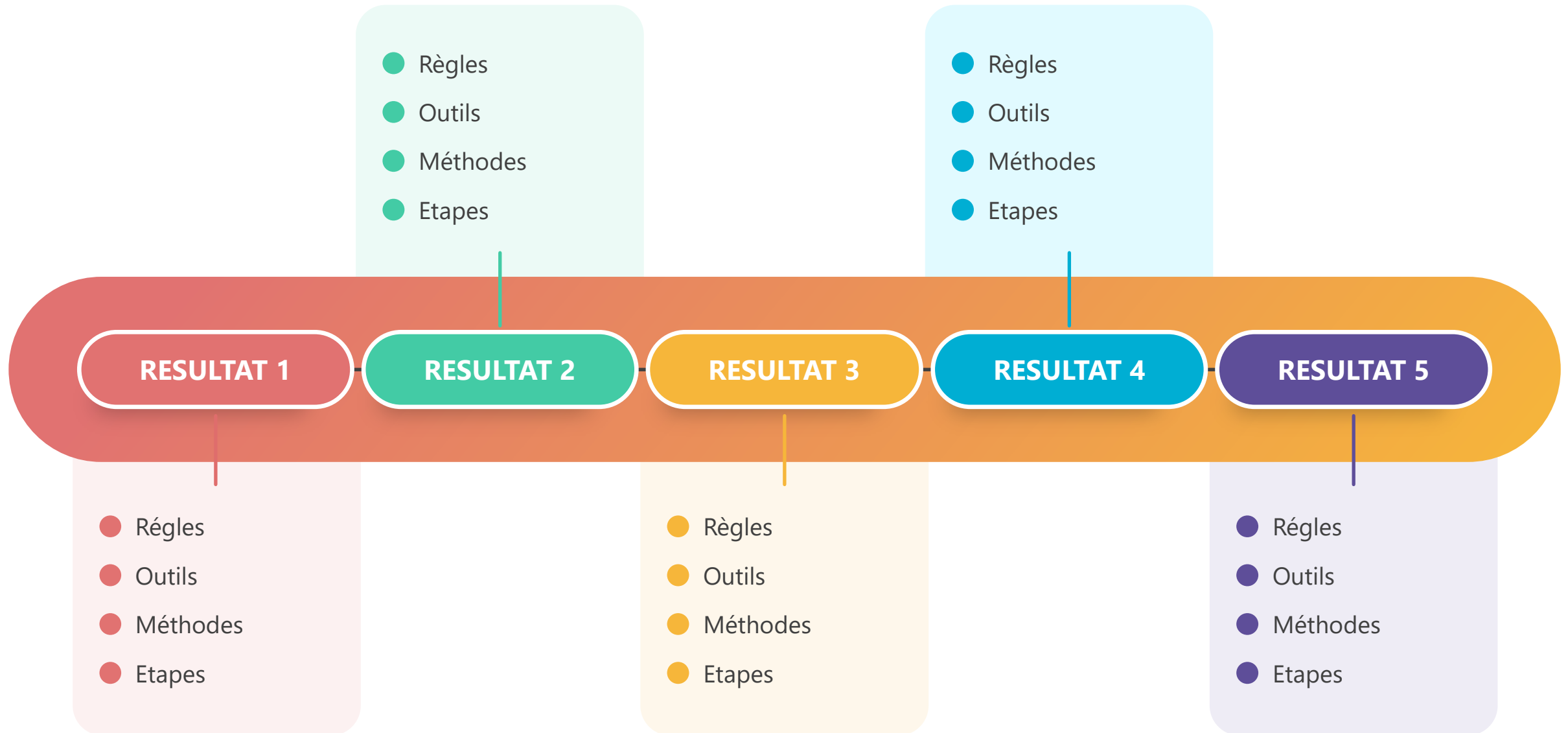
LA GARANTIE DE RESULTAT

En suivant les normes et pratiques qui ont déjà permis de produire du résultat, on est SUR de garantir du résultat

LA PRECISION

Il est question de faire les choses d'une façon precise pour sortir de l'approximation et généraliser l'excellence

STRUCTURER LA GARANTIE DE RESULTAT



MON RESULTAT A SYSTEMATISER #1 _____



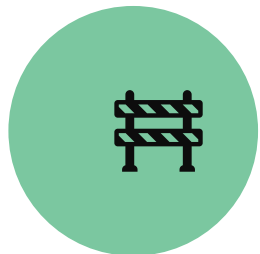
Règles

Quelles sont les règles à respecter absolument pour atteindre le résultat recherché?



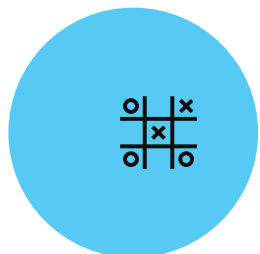
Outils

Quels sont les outils précis que j'utilise ou à utiliser pour atteindre le résultat recherché?



Méthodes

Quelles sont les méthodes précises pour atteindre le résultat recherché?



ETAPES

Quelles sont les étapes précises pour atteindre le résultat recherché?

LA SYSTEMATISATION DE LA PROMESSE DE MARQUE



A FORMALISER POUR MIEUX STRUCTURER SA BOITE



LES OPERATIONS FINANCIERES

Suivre un procédé et des règles précises pour toutes les entrées, sorties d'argent et opérations à incidence financière

LES PRESTATIONS/PRODUCTION

Disposer d'une façon précise de conduire les prestations à suivre par tous pour garantir la qualité, les délais et la rentabilité

LES ENGAGEMENTS

Tous les engagements administratifs, humains (recrutement, formation, congés, licenciement, remuneration) et contractuels doivent suivre des règles...

LA CONDUITE ET LES PRATIQUES

Tous les comportements acceptables ou pas acceptables, les pratiques tolérées doivent être normées...

A man with a beard, wearing a light-colored checkered suit jacket, a white shirt, and a dark tie, is sitting on a bright yellow armchair. He is holding a pen in his right hand and looking out of a window. The background shows a blurred view of a building with windows and a street lamp. The scene is brightly lit, suggesting daytime.

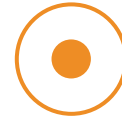
Les 5 systèmes d'optimisation d'un business

MOBILISER

ASSSURER L'ALIGNEMENT STRATEGIQUE

CADRE STRATEGIQUE

Ce que nous voulons avoir
comme résultat.



04



LA STRUCTURE

Comment s'organiser pour réussir à
atteindre ses objectifs



03



LES PROCESS

Comment garantir les
résultats étape par étape.



02



LES COMPETENCES

Quels hommes et femmes
requis en quantité et qualité
pour atteindre les objectifs?



01



5 SYSTEMES D'EXCELLENCE BUSINESS

Il y a ceux qui font les choses parce qu'ils sont intelligents et ils sont les seuls à être intelligents et ils doivent être intelligents à chaque fois. Il y a ceux qui créent et structurent la façon précise de garantir le résultat et la diffusent/repêtent.



- **SYSTEME MARKETING**

Garantir qu'une bonne substance de la cible nous découvre et nous adopte chaque jour

- **SYSTEME VENTE**

Activer les actions quotidiennes pour conclure et assurer des ventes

- **SYSTEME OPERATIONS**

Assurer la qualité promise, dans les délais promis et de façon rentable pour les ayant droit

- **SYSTEME CONTINUE**

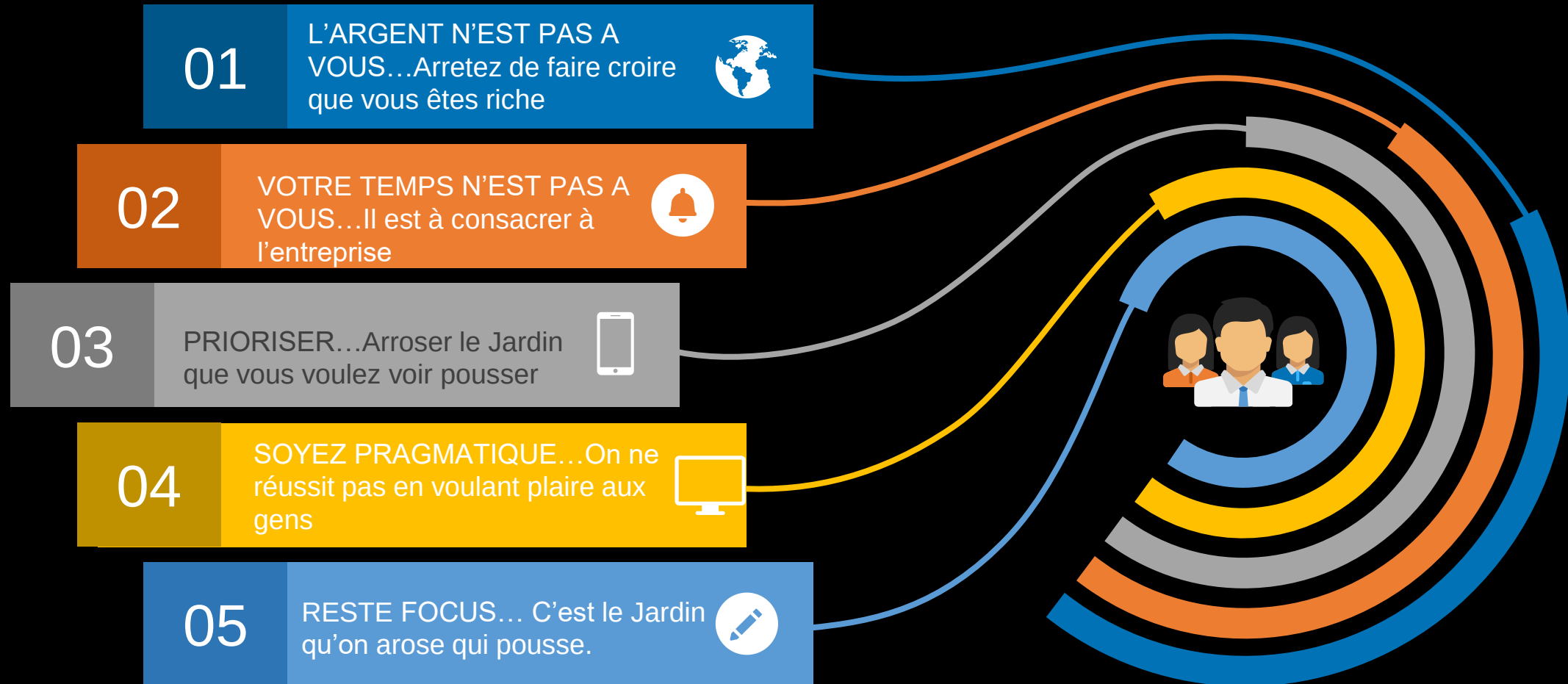
Assurer que nous allons continuer d'être satisfaisant, performant, rentable et dominant

A man with a beard, wearing a light-colored checkered suit jacket, a white shirt, and a dark tie, is sitting on a bright yellow armchair. He is holding a pen in his right hand and looking off to the side. The background is a blurred city street with buildings and a street lamp.

ENGAGEMENT SOCIAL ET CONCENTRATION
SUR LE BUSINESS

MOBILISER

ENGAGEMENT SOCIAL ET CONCENTRATION SUR LE BUSINESS



LA DICTATURE DU RESULTAT

Ce que vous pensez ou sentez personnellement n'a pas d'importance...Ce qui compte, c'est ce qui va permettre de produire du résultat...

Ce que les autres pensent et sentent (et ce que vous en pensez ou en sentez) n'a pas d'importance...



LA REGLE DES 3 DETERMINANTS --- en décision managériale

Concentrez-vous à opérer les choix qui
ARRANGENT votre entreprise.

Demandez-vous constamment : Est-ce que
c'est bon pour mon business?

**En entreprise, on ne fait pas ce qui est
IMPORTANT. On fait ce qui est bon pour le
BUSINESS !**





METHODES DE LEADERSHIP POUR REUSSIR LE TRANSFERT DE COMPETENCES

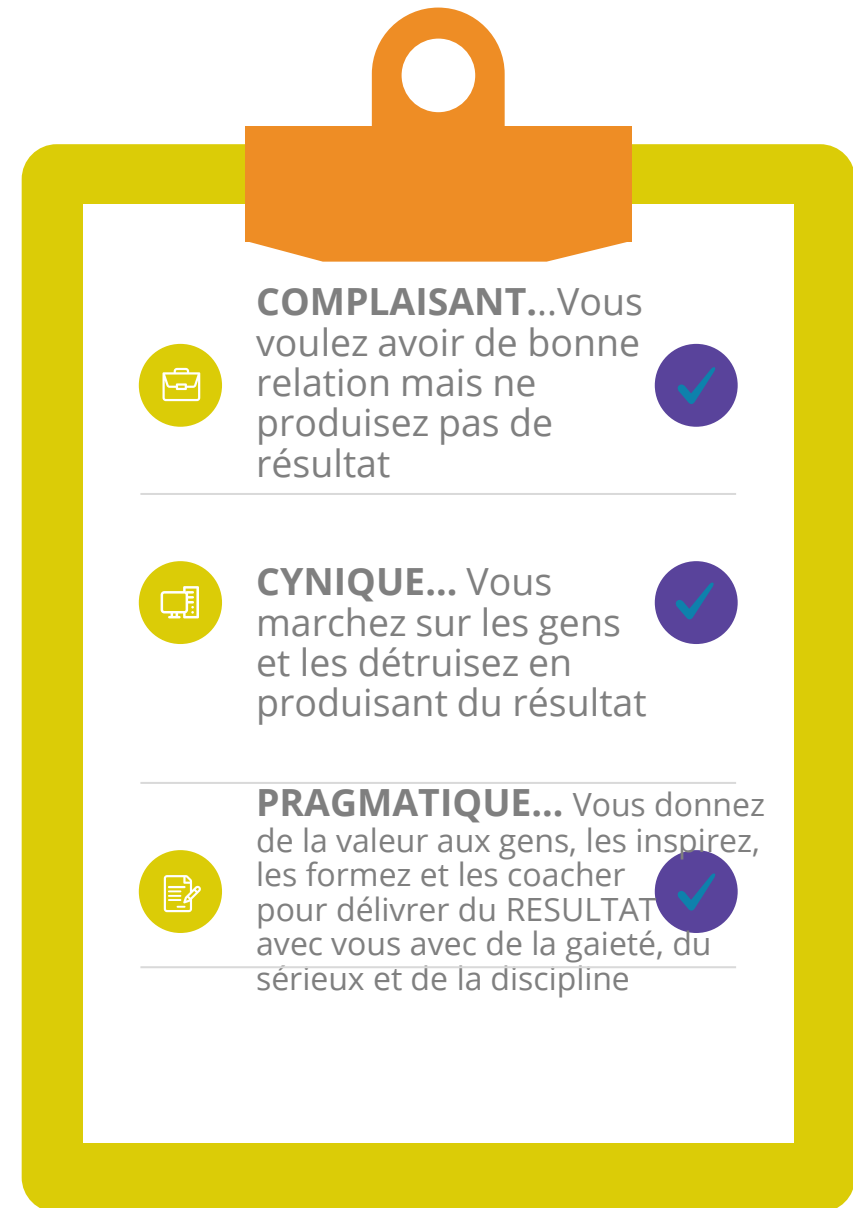
MOBILISER

MANAGER PRESSE OU LEADER BIENVEILLANT?

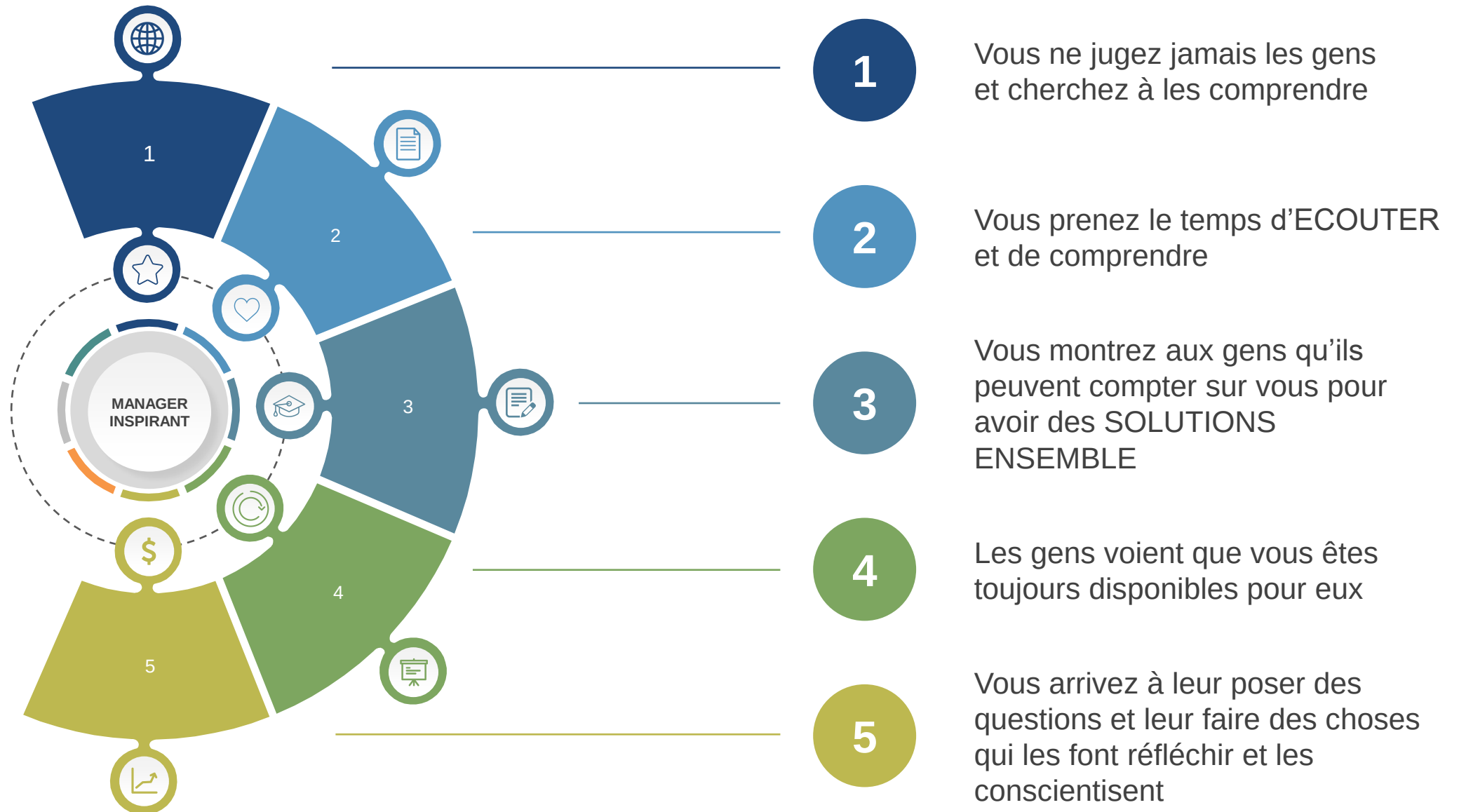
Il y a pas de Différence entre LEADER et
MANAGER...

Il parait que le leader inspire et donne
envie. Il parait que le manager ne pense
que résultat.

Lequel vous fera réussir sans l'autre ?

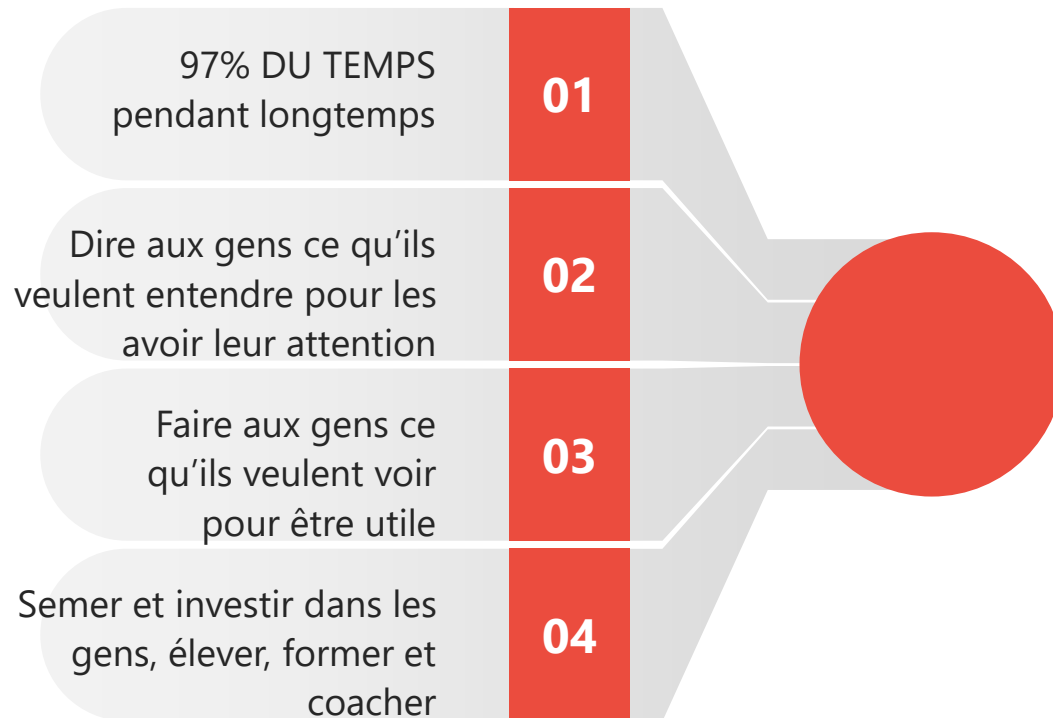


MANAGER RASSURANT SUR QUI ON PEUT COMPTER



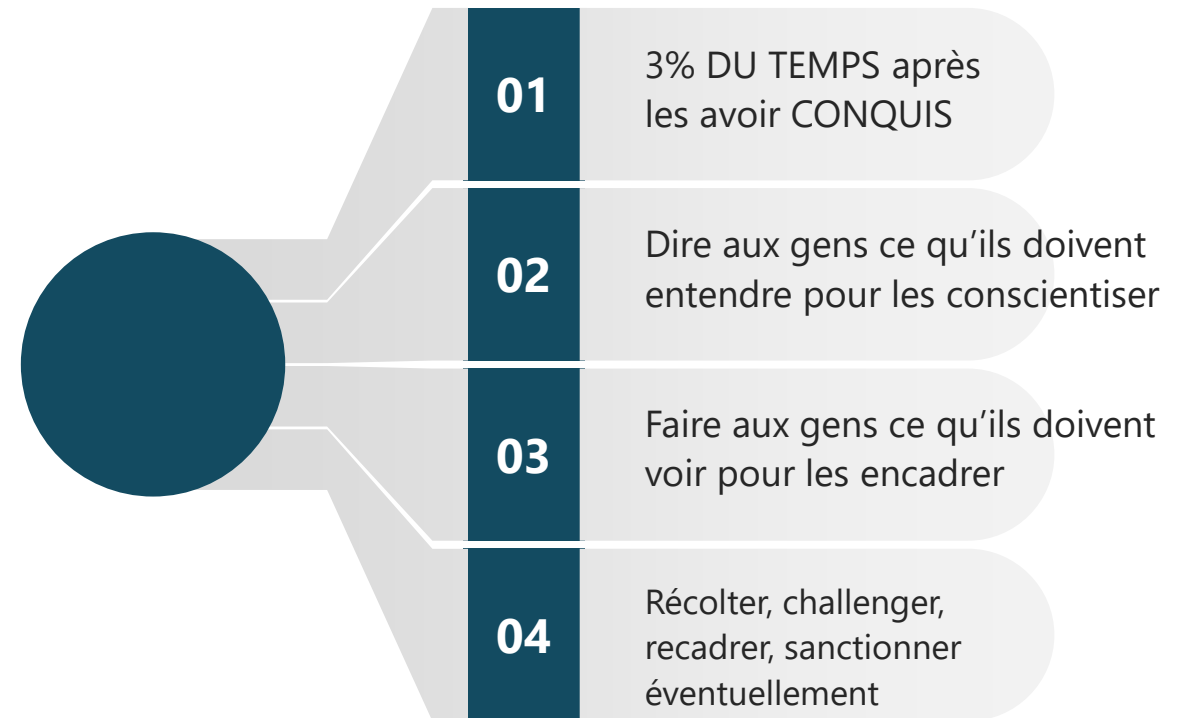
MANAGER PRAGMATIQUE EFFICACE et LA METHODE DES 2A

AFFECTION



Les leaders touchent le Coeur avant de commander les bras

AFFIRMATION



Qui aime bien, chatie bien. Mais la plupart des managers se donne le droit de chatier sans jamais montrer de l'amour

LA METHODE DE L'ADHESION INTRINSEQUE EN 4 POINTS



CONFORMITE 1



Vous êtes, avez et faites ce que les gens voulaient être, faire et avoir



CONFORMITE 2



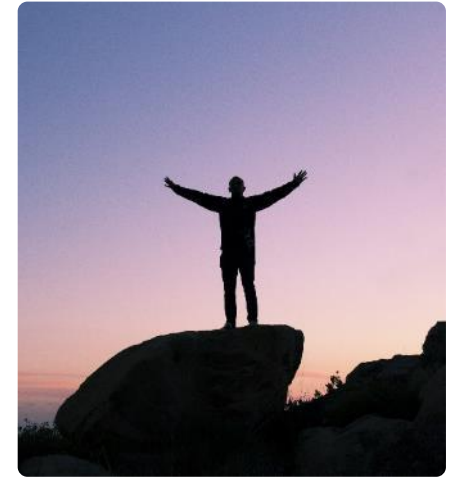
Vous montrez aux gens qu'ils vont gagner vraiment en venant à vous



CONFORMITE 3



Vous donnez aux gens ce qu'ils voulaient avoir et plus ce qu'ils voulaient être, faire et avoir



CONFORMITE 4



Les gens sont tellement dépendante et redevables qu'ils sont prêts à se battre et à faire pour vous ce que vous voulez et attendez d'eux.

COMMENT ARRETER DE RALER ET DEVENIR LEADER

Lorsqu'on ACCUSE on a mal...Lorsqu'on ASSUME on est ZEN...

Pour consequent, pour arrêter de râler, il faut ASSUMER.

Ne demandez pas ce que le collaborateur a fait de mal. Demandez-vous : "Comment j'ai pu ne pas l'amener à faire la bonne chose?"



ASSUMER...Un bon manager ne peut pas avoir une mauvaise équipe



SE CHALLENGER... Si tu n'as pas une bonne équipe, fais-tu vraiment des efforts pour en créer?



CORRIGER LA BONNE PERSONNE ... Au lieu de vouloir corriger et s'attaquer aux collaborateurs, il faut corriger ses approches par personne et s'améliorer





3 DOMAINES D'ACCOMPAGNEMENT

1. SEANCE DE REVUE DE PERFORMANCE.

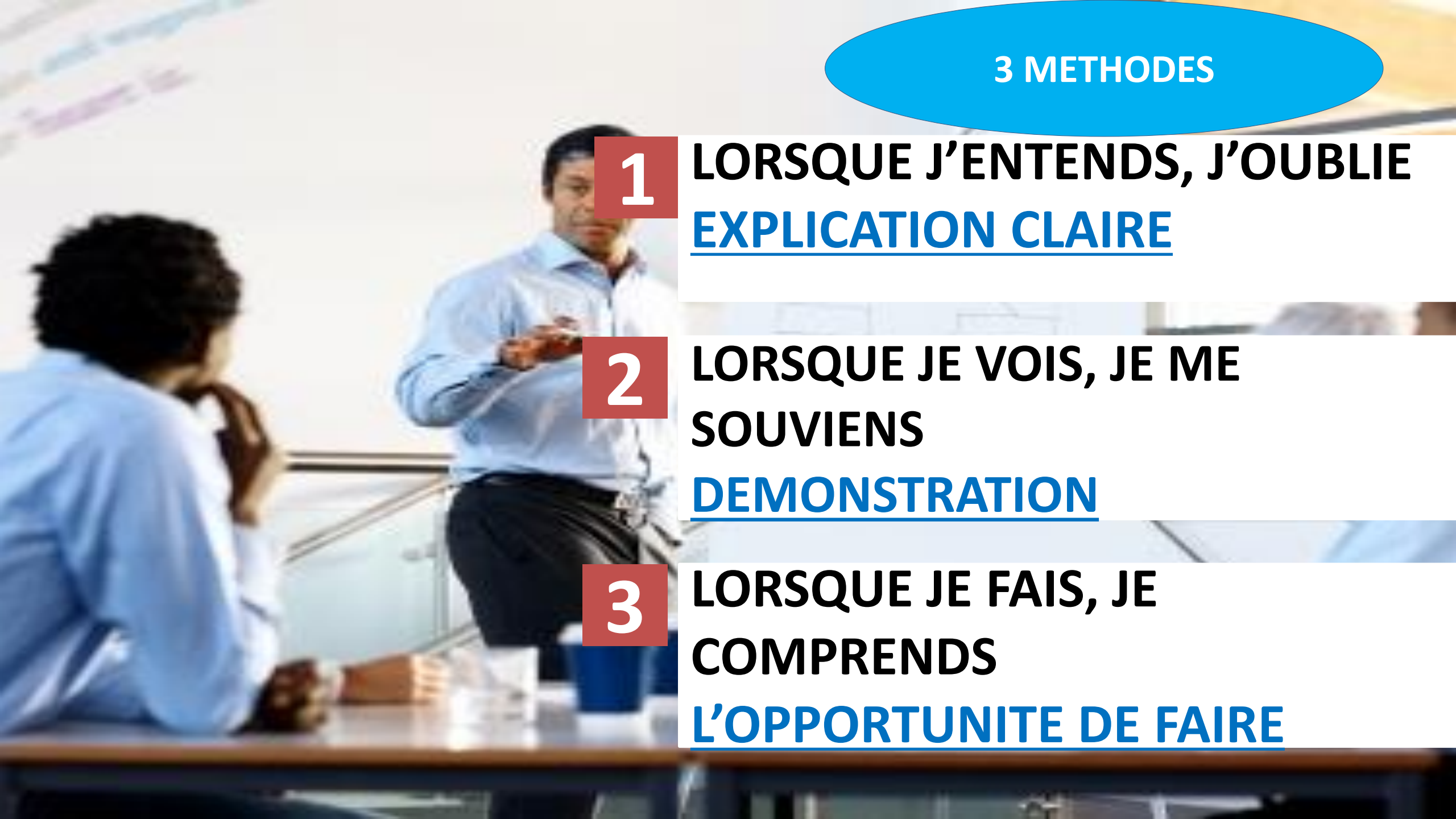
Travailler avec le collaborateur sur ses résultats et analyser ses résultats avec lui = 20 mins par semaine

2. COACHING DE REMEDIATION.

Analyser les performances et dégager un plan d'action pour les corriger = 30mins

3. COACHING DE MONTEE EN COMPETENCE.

Avec l'entraînement à la tâche ou la session maïeutique amener le collaborateur à franchir des caps au niveau stratégique, technique, mental, émotionnel et collaboratif et ainsi que son niveau de maîtrise = 45 mins.



3 METHODES

1

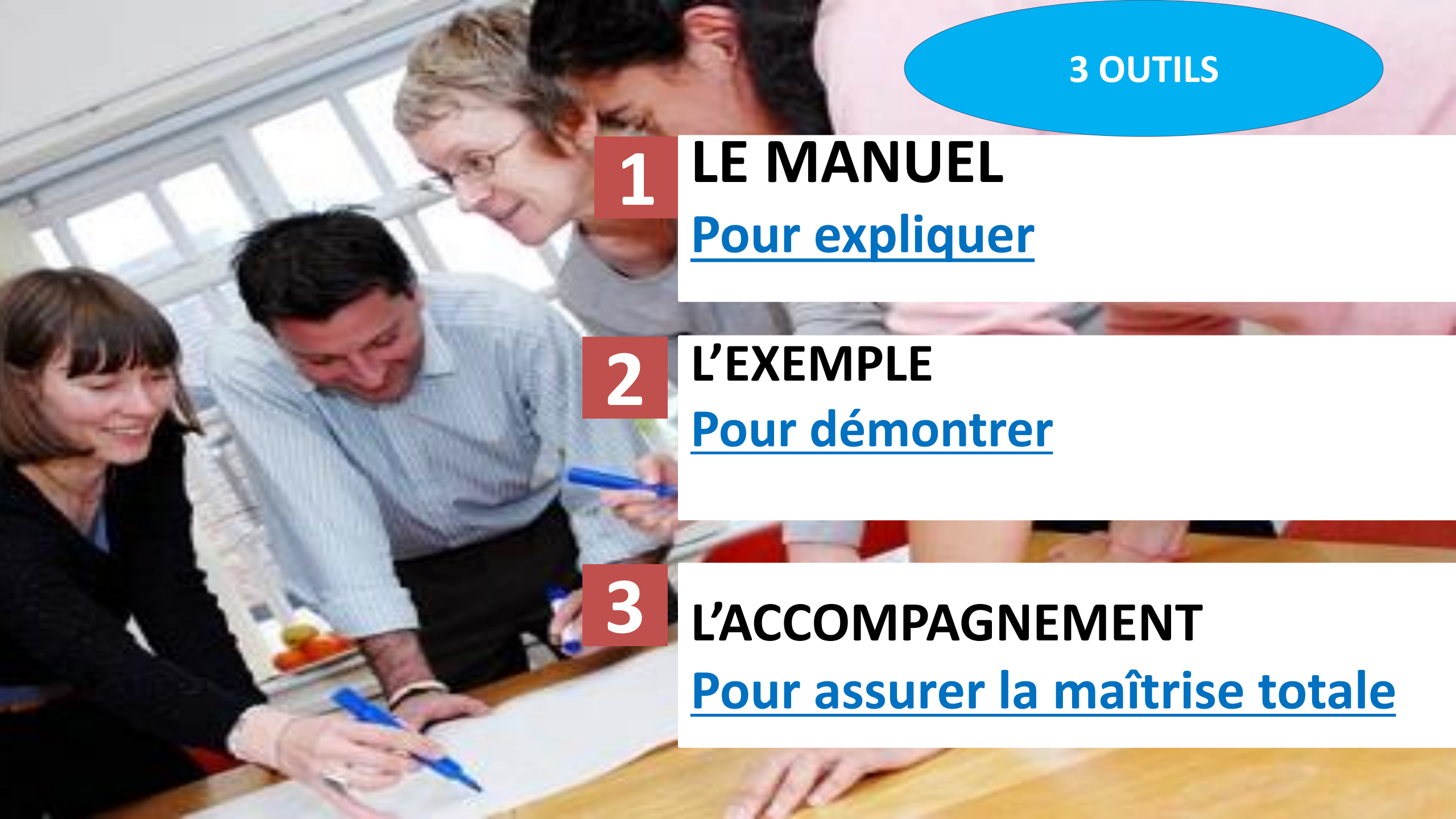
LORSQUE J'ENTENDS, J'OUBLIE
EXPLICATION CLAIRE

2

LORSQUE JE VOIS, JE ME
SOUVIENS
DEMONSTRATION

3

LORSQUE JE FAIS, JE
COMPRENDS
L'OPPORTUNITE DE FAIRE



3 OUTILS

1

LE MANUEL

Pour expliquer

2

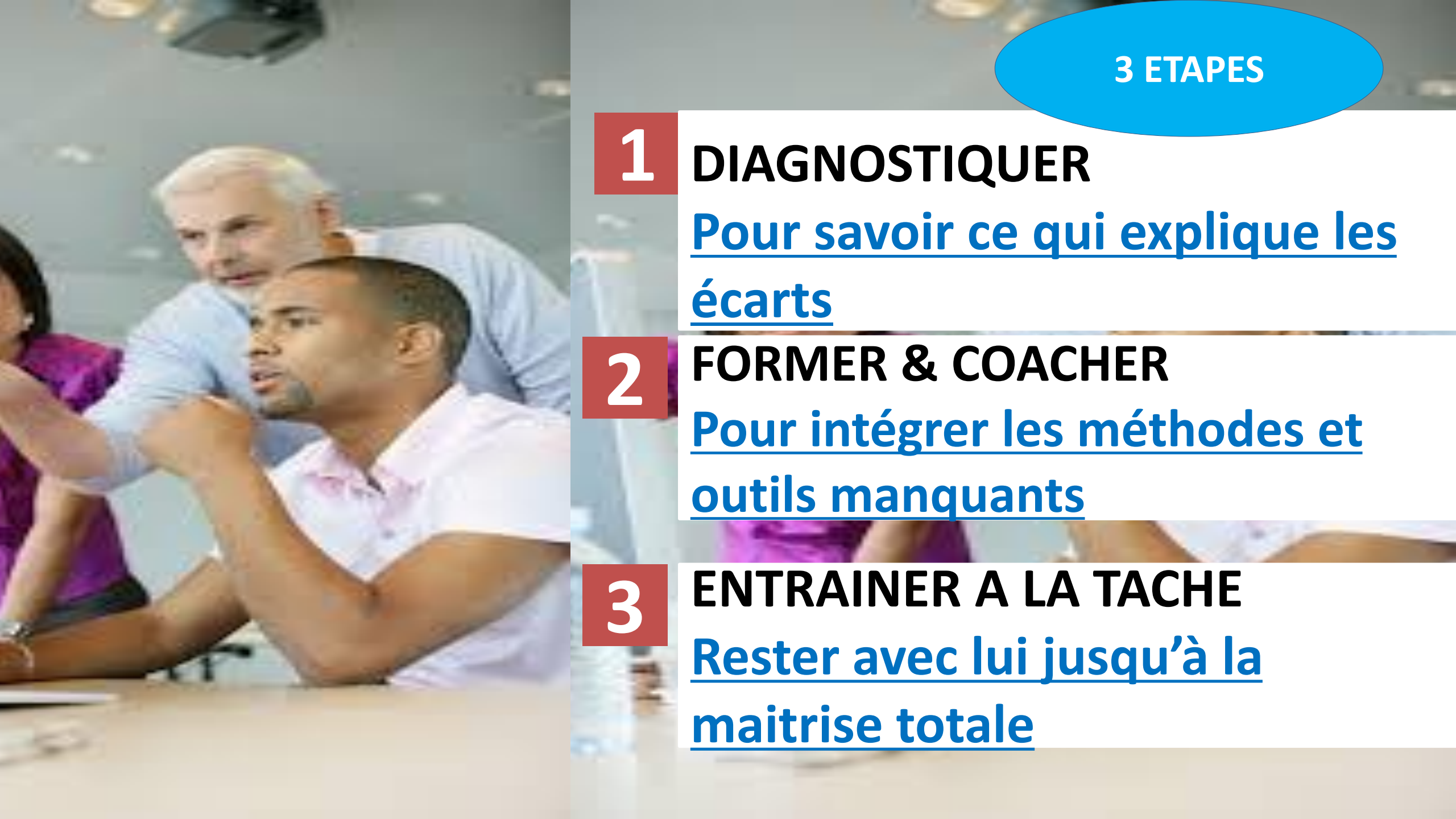
L'EXEMPLE

Pour démontrer

3

L'ACCOMPAGNEMENT

Pour assurer la maîtrise totale



3 ETAPES

1

DIAGNOSTIQUER

Pour savoir ce qui explique les écarts

2

FORMER & COACHER

Pour intégrer les méthodes et outils manquants

3

ENTRAINER A LA TACHE

Rester avec lui jusqu'à la maîtrise totale

A man with a beard, wearing a light-colored patterned suit jacket, a white shirt, and a dark tie, is sitting on a bright yellow armchair. He is looking out of a window with a view of a city street. He is holding a pen in his right hand. The background is slightly blurred, showing a building with windows and a street lamp.

PLAN, INDICATEURS & TABLEAU DE SUIVI DE LA VISION

MOBILISER

VUE STRATEGIQUE SUR UNE PAGE

VISION STRATEGIQUE

XXXXXXXX

OOA

XXXXXXXX

PRIORITES

XXXXXXXX.

XXXXXXXXX.

XXXXXXX

XXXXXXXXX.

RECENTRAGES REQUIS

XXXXXXXX.

XXXXXXXXX.

XXXXXXX

FOCUS STRATEGIQUE



Xxxxxxx
xxxxxx



Xxxxxxxxxx
xxxxx.



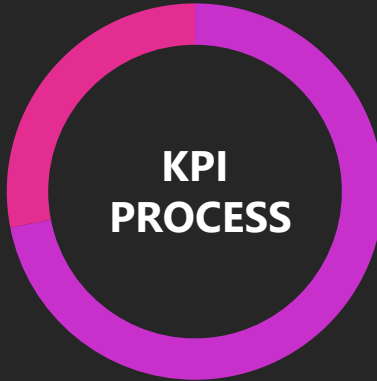
Xxxxxxx
xxx



■ XXXXXX

■ XXXXXX

KPI BUSINESS



■ XXXXXXXX

■ XXXXXXXX

KPI PROCESS

INITIATIVES & PROJECTS

XXXXXXXX.

XXXXXXXXX.

XXXXXXX

XXXXXXXXX.

MES AXES D'OPTIMISATION DE MON ENTREPRISE

MON AMBITION

Faire du VP MARKETING la cheville ouvrière de la performance optimisée des entreprises H&C, améliorer leur notoriété et leur penetration du marché et faciliter la réalisation des objectifs de croissance du chiffre d'affaires et de la rentabilité

MES OBJECTIFS PRIORITAIRES & KPI

This is a sample text. Insert your text here. This is a sample text. Insert your text here.

This is a sample text. Insert your text here. This is a sample text. Insert your text here.

This is a sample text. Insert your text here. This is a sample text. Insert your text here.

This is a sample text. Insert your text here. This is a sample text. Insert your text here.

This is a sample text. Insert your text here. This is a sample text. Insert your text here.

MES PROJETS & LEVIERS D'OPTIMISATION

Pillar 1

Pillar 2

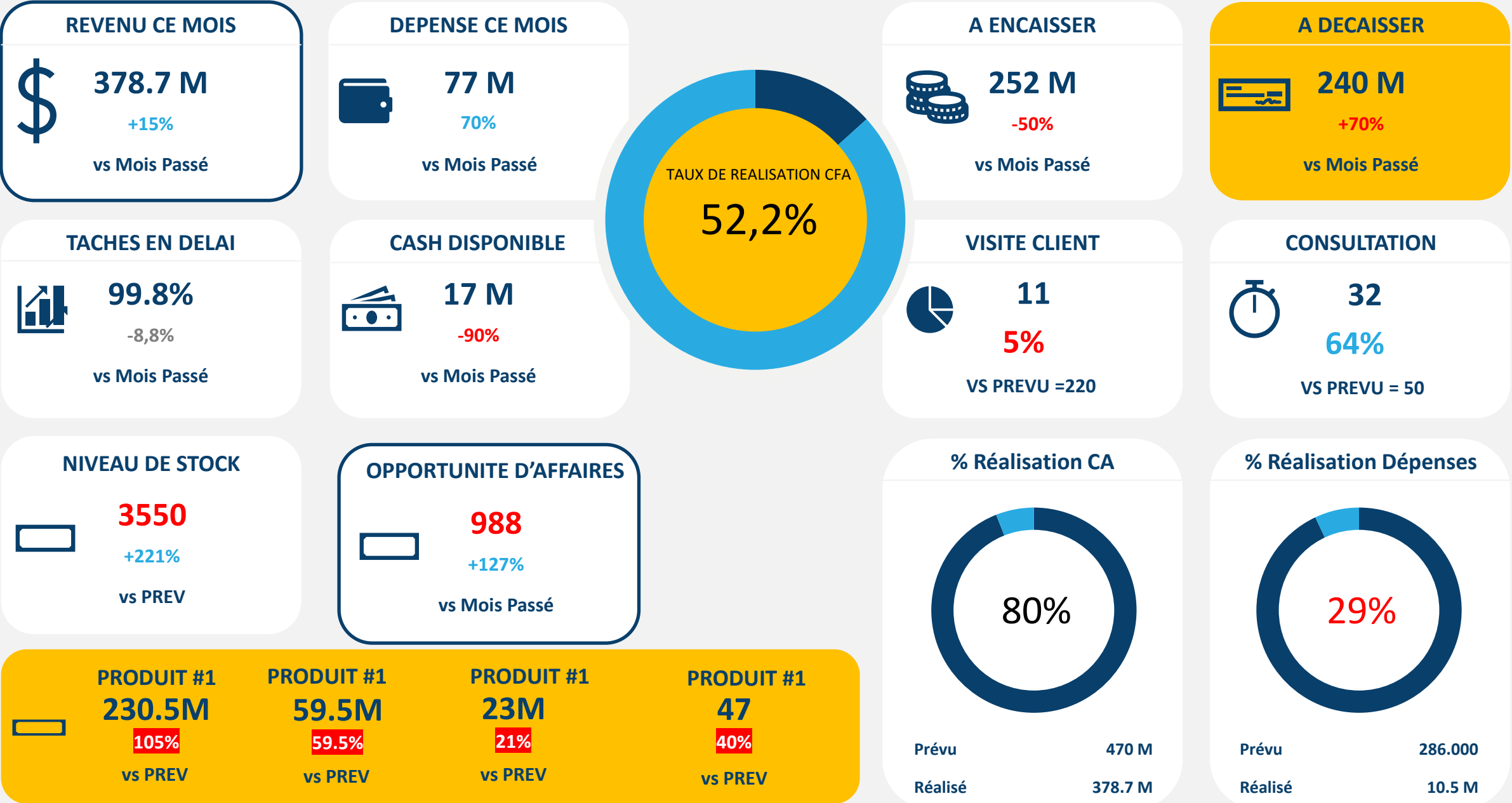
Pillar 3

Pillar 4

Pillar 5

Pillar 6

TABLEAU DE BORD – CHIFFRE CLE



A photograph of a Black man with a beard, wearing a light-colored checkered suit jacket, a white shirt, and a dark tie. He is sitting on a bright yellow armchair, looking out of a window. He is holding a pair of glasses in his right hand. The background shows a blurred view of a city street with buildings and a street lamp.

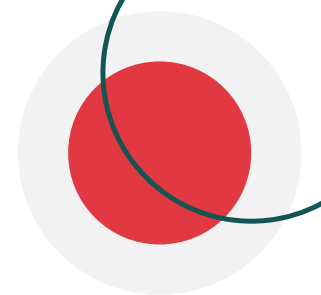
**MENER UNE VIE PUISSANCE 10
AVEC LA DIMENSION SUPERIEURE**

MOBILISER



LA DIFFICULTE EST LA CLE

... Chaque fois que vous fuyez LA DIFFICULTE ET LES
EPREUVES... Vous fuyez L'ARGENT... Vous fuyez LA
SOLUTION lorsque vous FUYEZ LE PROBLEME... Ou bien?
Les EPREUVES permettent de passer en classe supérieure





LA VIE EST UN COMBAT

Fuyez la difficulté si vous voulez. Trouvez des excuses pour ne pas donner le Meilleur de vous aujourd'hui...Mais vous savez quoi? La difficulté va vous attendre devant.... DEVENEZ UN COMBATTANT

1. Connaitre la difficulté permet d'apprendre à COMBATTRE ET GAGNER. 2. Préparez-vous à affronter plus de difficultés, combattre et GAGNER...3. Vos batailles vous attendront même si vous quittez le combat... LA VIE EST UN COMBAT



LES COUTS ET AVANTAGES DE LA DIFFICULTE



1

LA DIFFICULTE EMPECHE DE GAGNER...C'est pourquoi il faut tout faire pour la DOMPTER...

2

LA DIFFICULTE REQUIERT DE L'EFFORT..et de l'investissement...Il faut y aller pour en venir à BOUT

3

La difficulté OBLIGE à penser autrement et à voir les choses diffiremment et à innover...Pourquoi la fuir?

4

ON PASSE A UN NIVEAU SUPERIEUR lorsqu'on vient à BOUT de la difficulté... C'est un bel avantage...

5

Tu vas GAGNER et réussir lorsque tu trouvez un moyen de venir à bout de tes difficultés.



DEVENIR UN VENDEUR FORT

IL N'Y A PAS D'OBJECTIFS AMBITIEUX. IL Y A DES
OBJECTIFS A ATTEINDRE...L'AMBITION, C'EST
D'ATTEINDRE L'OBJECTIF...

S'IMAGINER DEPENSER TOUT SON ARGENT EN UNE
JOURNEE AVEC LA CERTITUDE DE POUVOIR
VENDRE QUELQUE CHOSE LE LENDEMAIN POUR
GERER LA JOURNEE. POUVEZ-VOUS PASSER LE
TEST?

On n'a jamais fait rien d'extraordinaire en faisant le
concevable... SCREW IT...LET'S DO IT





LA PENSEE PUISSANCE 10

**Votre niveau de pensée et d'action
déterminent notre niveau de résultat !**

PENSEE¹ + ACTION³ = RESULTAT¹

**SI VOUS DEVRIEZ MULTIPLIER PAR
10 ENSUITE PAR 10 LA QUALITE ET
LA QUANTITE DE VOS PENSEES ET
DE VOS ACTIONS, Que pensiriez-vous
et que feriez-vous DIFFEREMMENT?**



LES REGLES DE LA PENSEE PUISSANCE 10

*Si on ne vous prend pas pour un FOU...C'est que vous ne rêvez pas encore de grandes choses;
Revez GRAND et AGISSEZ GRAND car comme le dit Churchill « Si vous n'êtes pas en train
d'aller en enfer, AVANCEZ SEULEMENT»*

POINT #1

CE QUI COMPTE CE N'EST PAS
LA OU VOUS ETES. C'EST LA
OU VOUS SOUHAITEZ ALLER ET
CE QUE VOUS DEVEZ PENSER
ET FAIRE POUR Y ARRIVER

POINT #2

Allez-vous faire ce que le commun
des mortels fait afin d'avoir les
résultats que le commun des
mortels obtient ou allez-vous faire
ce que les HEROS FONT afin
d'obtenir des RESULTATS
HEROIQUES?

POINT #3

LA QUESTION N'EST PAS DE
SAVOIR SI VOUS AIMEZ LES
GENS AVEC QUI VOUS AVEZ
TOUJOURS ÉTÉ MAIS SI
VOUS DESIREZ FINIR LA
OU ILS RISQUENT DE FINIR

POINT #4

Les oiseaux de même
plumage volent ensemble.
Quel est votre plumage
envisagé? Avec quels oiseaux
voulez-vous voler?

THE NEXT ONE

Développer le CEO MINDSET pour structurer le
rêve entrepreneuriale





Comment les meilleurs entrepreneurs font évoluer leur mindset? Ils savent que...

1

Les résultats/ les chiffres disent tout

2

Vos difficultés et vos étouffent disent tout

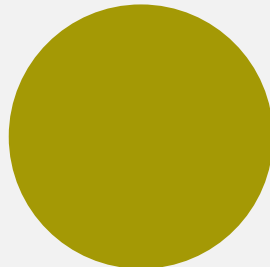
3

On ne peut pas changer les choses sans changer ni évoluer soi-mêmes !

S'ELEVER A LA DIMENSION DIRIGEANT



THE CEO MINDSET



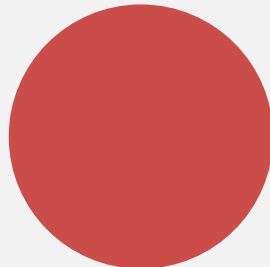
CHANGE SOI-MEME

Great leaders are change-makers! What if they
refuse to change themselves?

S'ELEVER A LA DIMENSION DIRIGEANT



THE CEO MINDSET



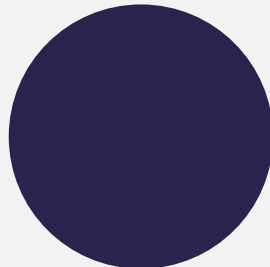
SE DIFFERENCIER

Je n'ai jamais vu personne réussir de grandes choses en faisant ce que tout le monde fait

S'ELEVER A LA DIMENSION DIRIGEANT



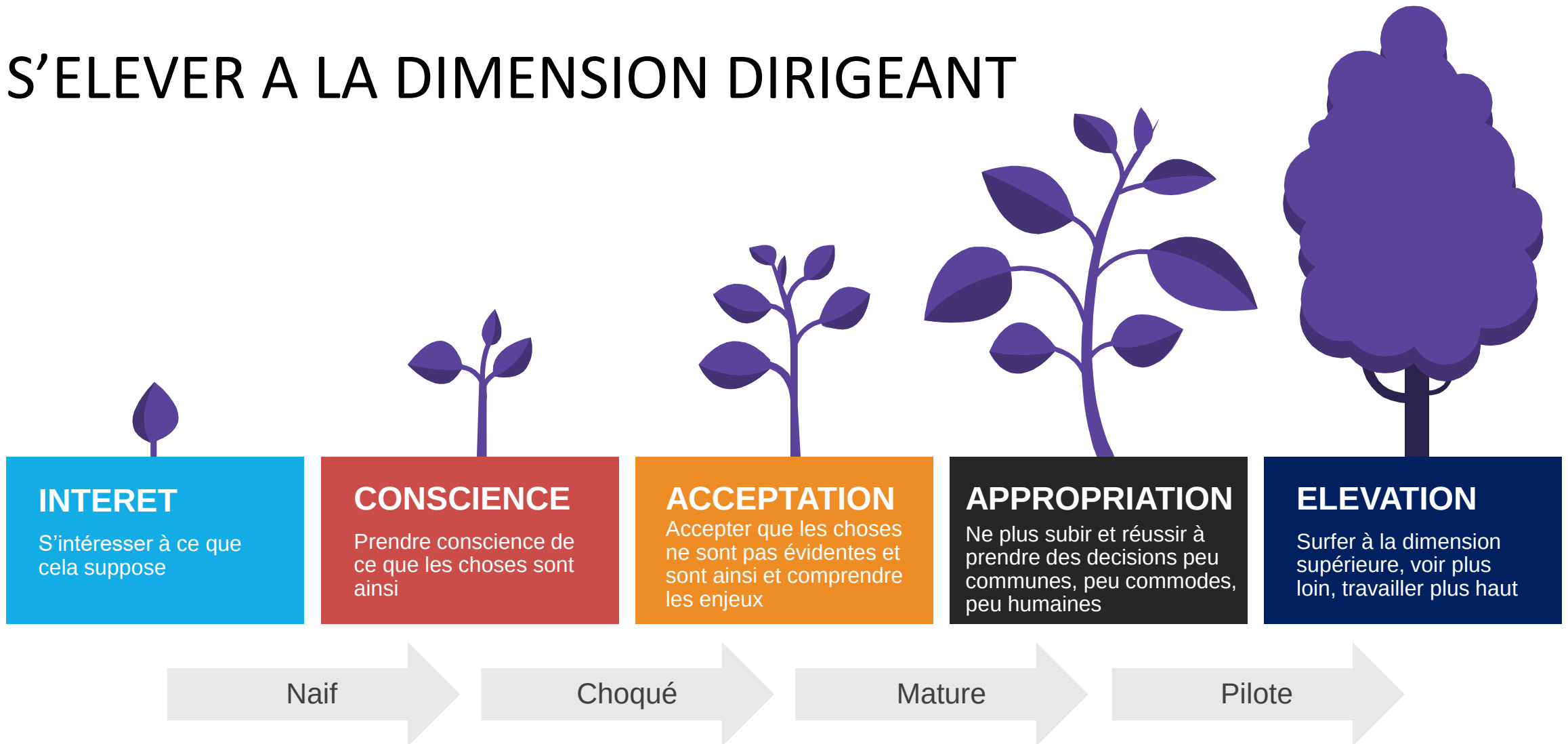
THE CEO MINDSET



**UPPER LEVEL ... UPPER THINKING...
UPPER DOING**

« Ce qui vous a amené là où vous êtes ne suffit
pas pour y réussir ni pour aller plus loin »
Marshall Goldschmidt

S'ELEVER A LA DIMENSION DIRIGEANT

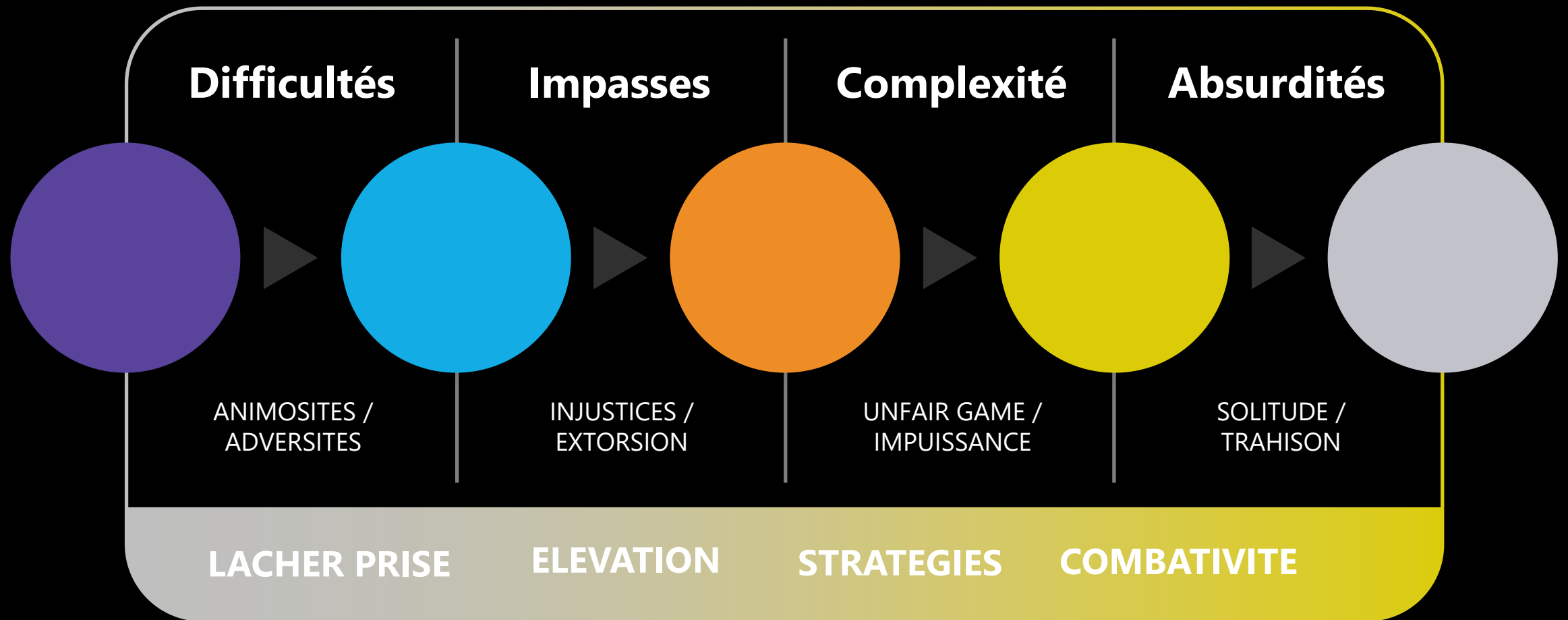


THE ENTREPRENEUR MINDSET

**CES REALITES A ACCEPTER POUR PORTER
AISEMENT LES REALITES D'ENTREPRENEUR**



CES REALITES A ACCEPTER POUR PORTER AISEMENT LES REALITES D'ENTREPRENEUR



THE ENTREPRENEUR MINDSET

**Comment passer de 'ESSAYER DE GAGNER
LE JEU' À 'REDÉFINIR LE JEU' afin d'exceller
en tant qu'ENTREPRENEUR du 21^e
siècle**





H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #1:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Comment j'aimerais
que les choses soient
et doivent être...et
qui me frustrant

Disrupteur

Comment les choses
sont et ce que je dois
faire pour redéfinir le jeu

Entrepreneur Mindset Shift #2:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Ce qu'il faut pour
gérer les charges
actuelles

Disrupteur

Ce dont tu rêves pour
l'entreprise et qui
dépasse les ENJEUX
ACTUELS

Entrepreneur Mindset Shift #3

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Patauger dans les défis quotidiens et les enjeux

Disrupteur

Agiliser et mettre en musique l'organisation

Entrepreneur Mindset Shift #4

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Saisir des
opportunités

Disrupteur

CRÉER DES
OPPORTUNITÉS ...être
la nouvelle opportunité



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #5:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Se fixer des objectifs
atteignables...

Dirupteur

Se fixer des objectifs
outrageusement
audacieux

Entrepreneur Mindset Shift #6:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Zone de
compétition... et de
combativité

Disrupteur

Zone de disruption... et
d'exclusivité

Entrepreneur Mindset Shift #7:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Combattre les
mauvaises pratiques

Disrupteur

Transformer
culturellement
l'organisation

Entrepreneur Mindset Shift #8:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Piloter par rapport à
aux prochaines
échéances

Disrupteur

Se donner de la
perspective et en donner
à ses AYANT DROIT



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #9:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Tenter
désespérément et
tardivement des « big
moves »

Disrupteur

Scénariser et déployer
assez tôt les BIG
MOVES



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #10

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Strategic THINKING

Disrupteur

Actionnable THINKING



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #11:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Attendre le miracle
des équipes

Dirupteur

Scénariser, orchestrer et
systématiser le miracle



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #12:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Vouloir atteindre ses
objectifs sur le
marché

Disrupteur

Servir les besoins
négligés / latents du
marché



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #13:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Se battre pour la part
de marché

Disrupteur

Créer de nouveaux
marchés



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #14:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Vouloir atteindre ses
objectifs

Disrupteur

Servir , satisfaire et
émerveiller les ayant
droit / stakeholders



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #15:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Stratégies de cost-killing

Disrupteur

Stratégies de création de valeur & de realocation des ressources



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #16:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

La perspective locale

Disrupteur

La perspective universelle



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #17:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Ce que vous êtes,
pensez, savez , faites
et avez

Dirupteur

Ce que vous devez être ,
penser, savoir, faire et
avoir



H&C EXECUTIVE EDUCATION
L'Université des dirigeants

Entrepreneur Mindset Shift #18:

Passer de “essayer de gagner le jeu” à “redéfinir le jeu”

Acteur

Regarder, suivre le
jeu / film

Disrupteur

Etre dans le jeu/film,
créer le jeu/ film , recréer
le jeu/film

The background is a solid dark blue. It features several decorative squares: two large red squares in the top-left and top-right corners, two smaller red squares in the bottom-left and bottom-right corners, and four small white squares positioned at the top-center, bottom-center, and on the left and right sides near the horizontal center.

MERCI INFINIMENT

H&C EXECUTIVE EDUCATION

contact@hcexecutive.net

+221 781381517

www.hcececutive.net