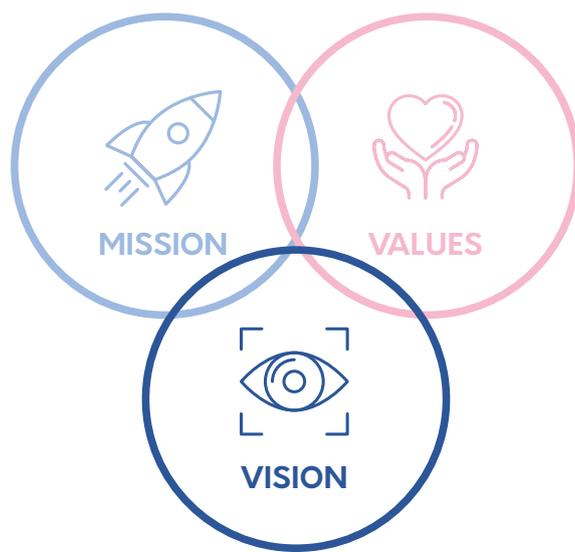


DONNER DU SENS À L'ADN DE L'ENTREPRISE.

POURQUOI DÉFINIR SON ADN ?



Sans ADN, il sera compliqué de dérouler votre stratégie qualité et de toujours tenir de manière cohérente vos promesses qualité.

C'est votre ADN qui va permettre de créer une culture d'entreprise forte en interne et de diffuser une image de marque inoubliable en externe.

Hôtel Château Laurier à Québec	https://www.hotelchateaulaurier.com/a-propos/
Hôtel Château Bellevue à Québec	https://www.hotelvieux-quebec.com/a-propos/
Musée Québécois d'archéologie	http://www.pointedubuisson.com/a-propos/mission-vision-valeurs
Musée des beaux-arts du Canada	https://www.beaux-arts.ca/a-propos/enonce-de-mission
Fédération québécoise du camping	https://www.fqcc.ca/la-federation/lorganisation/quest-ce-que-la-fqcc/mission-vision-valeurs/
Camping Parque Cerdeira	https://parquecerdeira.com/fr/mission/
Camping Huttopia	https://huttopia-cie.com/nos-recrutements/notre-vision-rh/nos-valeurs
Le Golf de Rougemont	https://www.golferougemont.be/page/mission-ambition-valeurs.html
Humania	https://voyageshumania.ca/qui-sommes-nous-2/vision-mission-valeur-et-proche/
Metalus	https://metalus.qc.ca/mission-vision-et-valeurs/

COMMENT FAIRE VIVRE ET FACILITER L'INCARNATION DES VALEURS DE VOTRE ENTREPRISE ?

Définir ses valeurs n'est qu'un **point de départ**. Cette démarche n'a de sens que si les valeurs sont déclinées au niveau **opérationnel**. Croire que tout le monde s'appropriera naturellement les valeurs relève de l'utopie.

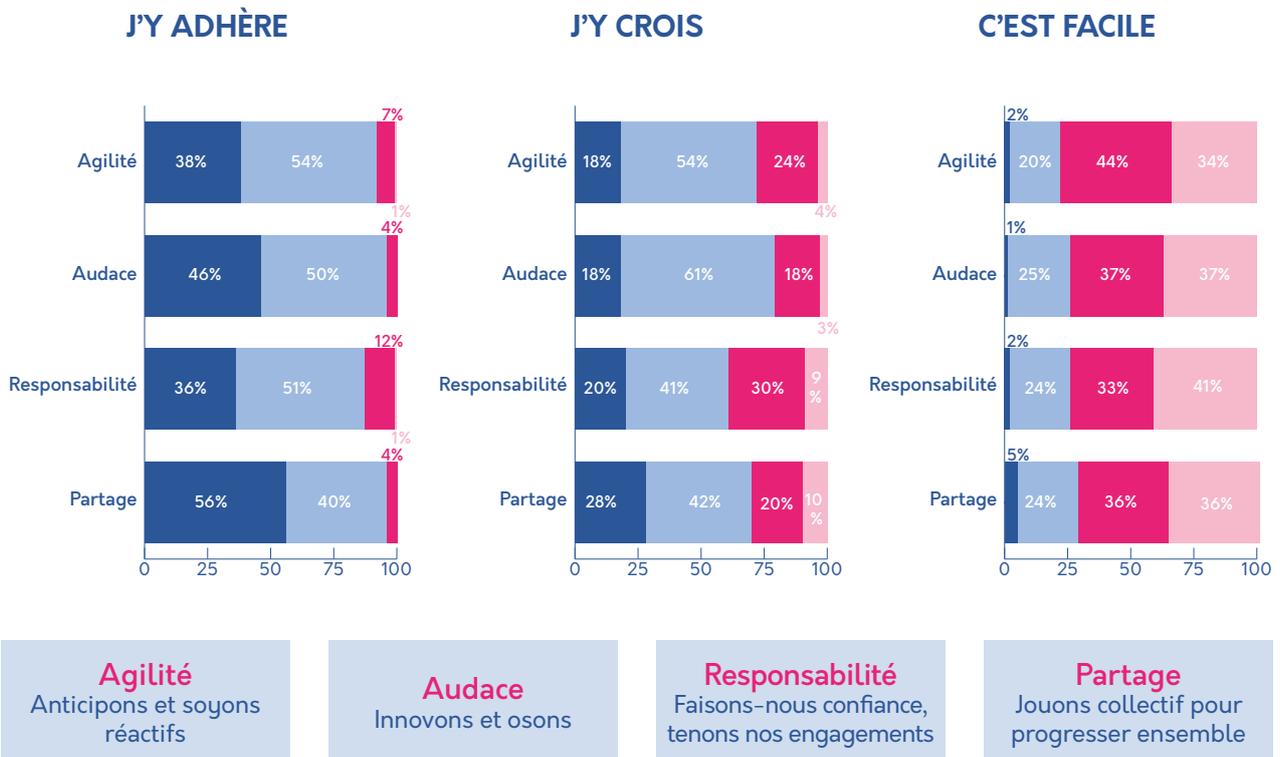
On constate que souvent si 90% à 100% des collaborateurs adhèrent aux valeurs, environ 70% ne croient pas qu'elles puissent être ancrées dans le quotidien et 40% considèrent qu'elles sont **difficiles à s'approprier**, notamment les valeurs collaboratives « humanistes » telles que la confiance, l'authenticité, l'humilité ou les valeurs « d'innovation » telles que l'audace, la créativité ou encore l'agilité (dans des environnements fortement bureaucratiques).

L'enjeu ne se situe pas au niveau de l'adhésion (qui n'adhère pas à l'idée que la confiance règne à tous les niveaux de l'entreprise ?) mais au niveau de l'**appropriation des valeurs au quotidien**.

C'est la raison pour laquelle, il est indispensable **d'associer vos équipes, partenaires...** à la définition de vos valeurs.

SYNTHÈSE DES DÉCLARATIONS INDIVIDUELLES

96 participants



Exemple de restitution de déclarations du niveau d'appropriation des valeurs

SE RÉFÉRER AUX VALEURS

Référez-vous régulièrement à vos valeurs :

- Mettez en place un **bulletin météo des valeurs** et utilisez-le au moins tous les trimestres. Invitez vos collaborateurs à exprimer leurs points de vue, sur le niveau d'ancrage de chacune des valeurs. Ensuite, proposez des actions de renforcement de **l'appropriation** si la météo est orageuse ou pluvieuse, par exemple.



Si vous n'avez pas de collaborateurs, vous pouvez mettre en place cet outil à destination de vos clients. Une bonne manière de savoir si vos valeurs sont réelles, ressenties et surtout vécues par vos clients!

				Valeurs	Engagement	Garant (personne ou service)	Date

Exemple d'outil d'animation périodique des valeurs au sein d'une équipe

Le « Bulletin météo des valeurs » est disponible en format word dans la partie planification de la boîte à outils de « Wallonie Destination Qualité ».

www.tourismewallonie.be/boite-outils

- **Lors de moments d'évaluation** (après une saison, après un événement...) et demandez-vous si vous tenez toujours vos promesses et si vos valeurs sont bien intégrées.
- **Dans vos questions d'évaluation** (internes et externes – questionnaire de satisfaction), n'oubliez-pas d'intégrer vos valeurs. Cela vous apportera un regard externe sur la tenue de vos promesses.
- **Dans le cadre d'un recrutement**, faites réagir le candidat « Quel est le niveau de facilité d'appropriation de nos valeurs sur une échelle de 1 à 5 ? Pouvez-vous argumenter votre score... ». Si les valeurs ne sont pas connues, proposer 15 valeurs et demandez au candidat d'en sélectionner 5 pour voir s'il sélectionne une ou plusieurs de vos valeurs.

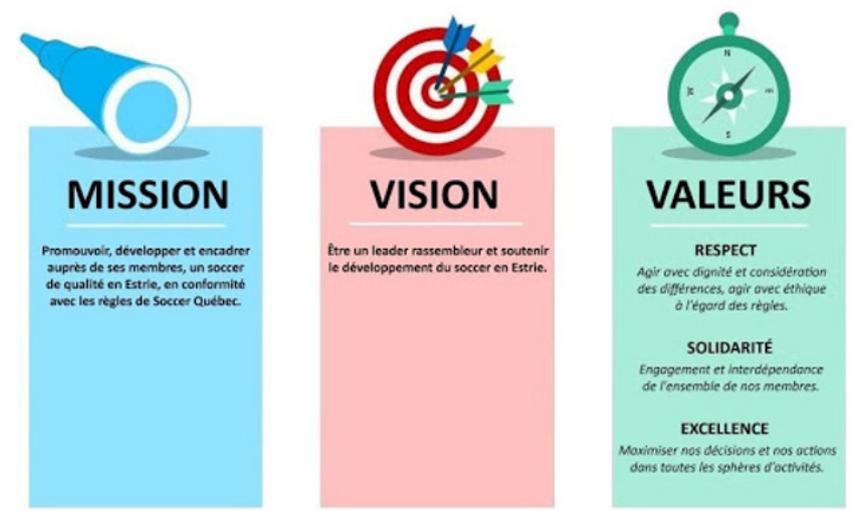
AFFICHER VOTRE ADN

Il est important de faire connaître au minimum **votre mission** et **vos valeurs** à vos clients, vos partenaires... Affichez-les donc de manière **visible** à l'accueil, dans votre boutique, votre cafétéria, ... mais aussi sur votre page internet. Utilisez-les également dans le cadre de certaines publications sur les réseaux sociaux.



Pensez à donner à cette présentation une forme agréable. Une bonne mise en page renforce votre message.

QUELQUES EXEMPLES DE PRÉSENTATION INSPIRANTES :



finance
NOW
Money your way

Vision

To be a valued service orientated enterprise and the first choice of our target markets

Values

- ✓ Shared Success
- ✓ Clear and Decisive
- ✓ Committed and Energetic
- ✓ Team and Individual Excellence



Mission Statements

- ✓ Create valued individual experiences
- ✓ Epitomise professionalism and integrity
- ✓ Set the benchmark in generating stakeholder value