

www.linkedin.com/company/nexum.eu



Vincent Piedboeuf

Prosci®
PEOPLE. CHANGE. RESULTS.

Le webinar débutera à 13h



Antoine Wouters

Arrêtez de parler de ce que vous faites
Commencez à parler de ce que vous apportez

Nexum

People solutions for business challenges

Agenda

Trois trucs pour susciter l'appropriation et l'engagement pour le Change Management en vous focalisant sur ce que vous apportez (et non sur ce que vous faites)



Contexte



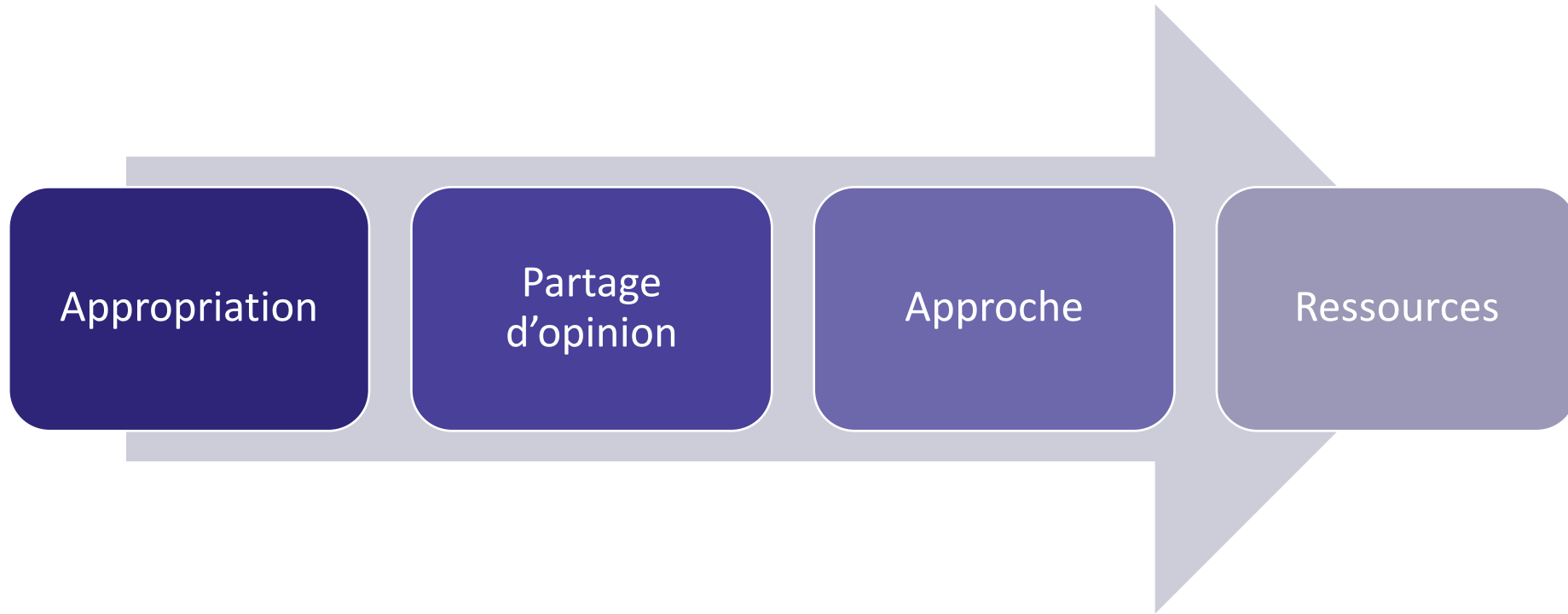
Problèmes



Langage

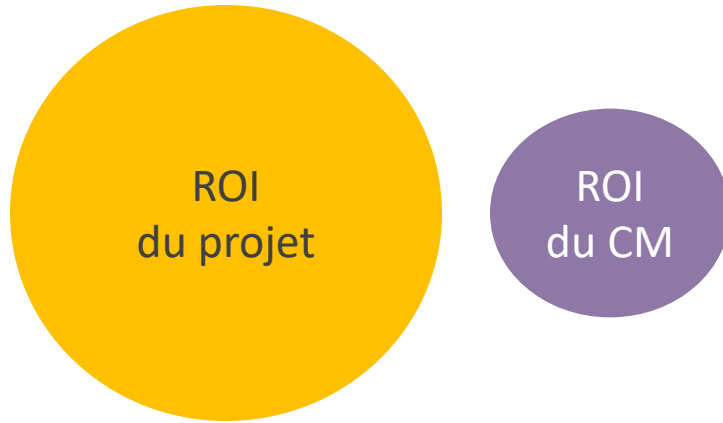
Droit au but

Obtenir l'engagement

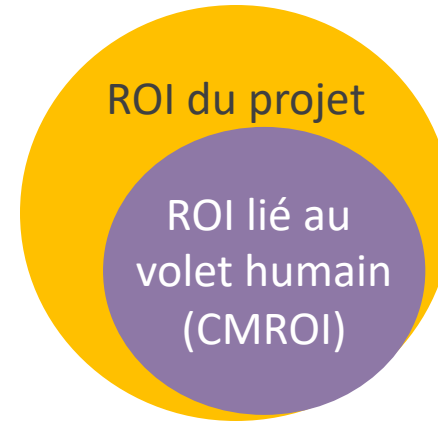


Droit au but

ROI inséparable



ou



Connectez directement l'impact
du Change Management aux
résultats, bénéfices et objectifs
du projet

On ne parle plus de “ressources
pour le Change Management” –
cela devient des “ressources pour
X% des résultats du projet”

Droit au but

Attention à la marche

Une bonne idée

Un processus
parfaitement
optimisé

Un projet mené
efficacement

**ADOPTION ET
UTILISATION
DE LA SOLUTION
PAR LES
COLLABORATEURS**

Résultats et
effets souhaités

Réalisation des
bénéfices

ROI durable

Droit au but
Evitez les malentendus

“Nice to have”

Juste de la communication
et de la formation

Optionnel

Le premier élément
supprimé

C’est le côté “soft”
du changement

N’est-ce pas juste
du bon leadership?

Ce n’est pas
mon boulot

Analyse des parties prenantes
Evaluations d'impact
Stratégie de Change Management
Plan de communications
Feuille de route du sponsor
Plan de coaching
Plan de formation
Plan de gestion des résistances
Collecte de feedback
Activités de pérennisation

Ce que vous
faites
(les détails)

Ce que vous
apportez
(le "pourquoi")

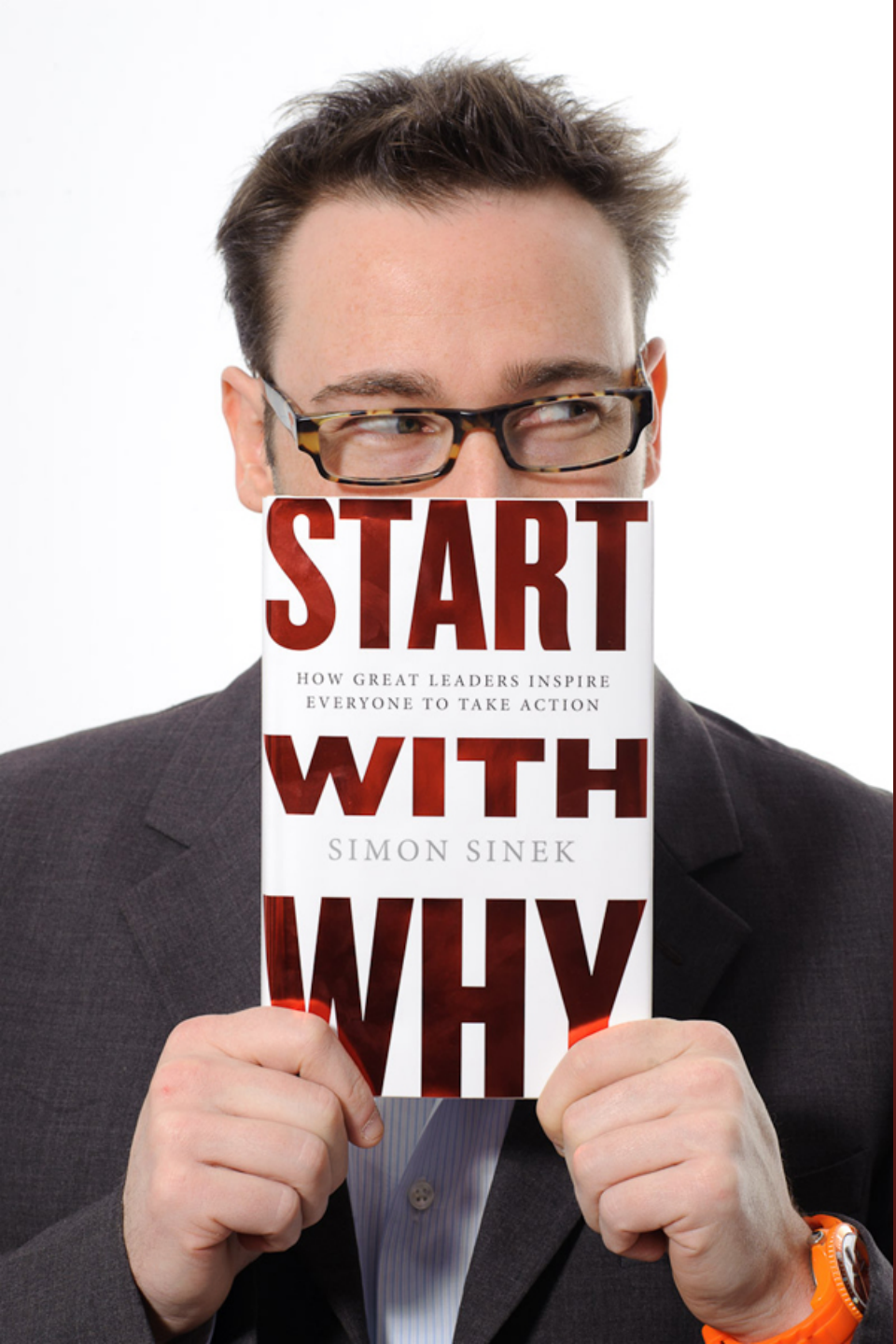
Mener la réalisation
des bénéfices
Protéger le ROI
Permettre d'obtenir
les résultats et effets souhaités
...par...
l'adoption et
l'utilisation du
changement par les
collaborateurs



Que diriez-vous... que vous faites ici?

“Je mène des évaluations de la disposition au changement, j’effectue des analyses d’impact, je développe des stratégies, je crée des plans de Change Management et j’aide à leur intégration dans les plans de projet.”

“Je nous aide à saisir la portion de bénéfices des projets qui dépend de l’adoption et de l’utilisation par les collaborateurs.”



“Les gens n’achètent pas
ce que vous faites,
ils achètent la raison
pour laquelle vous le faites.”

Simon Sinek

Agenda



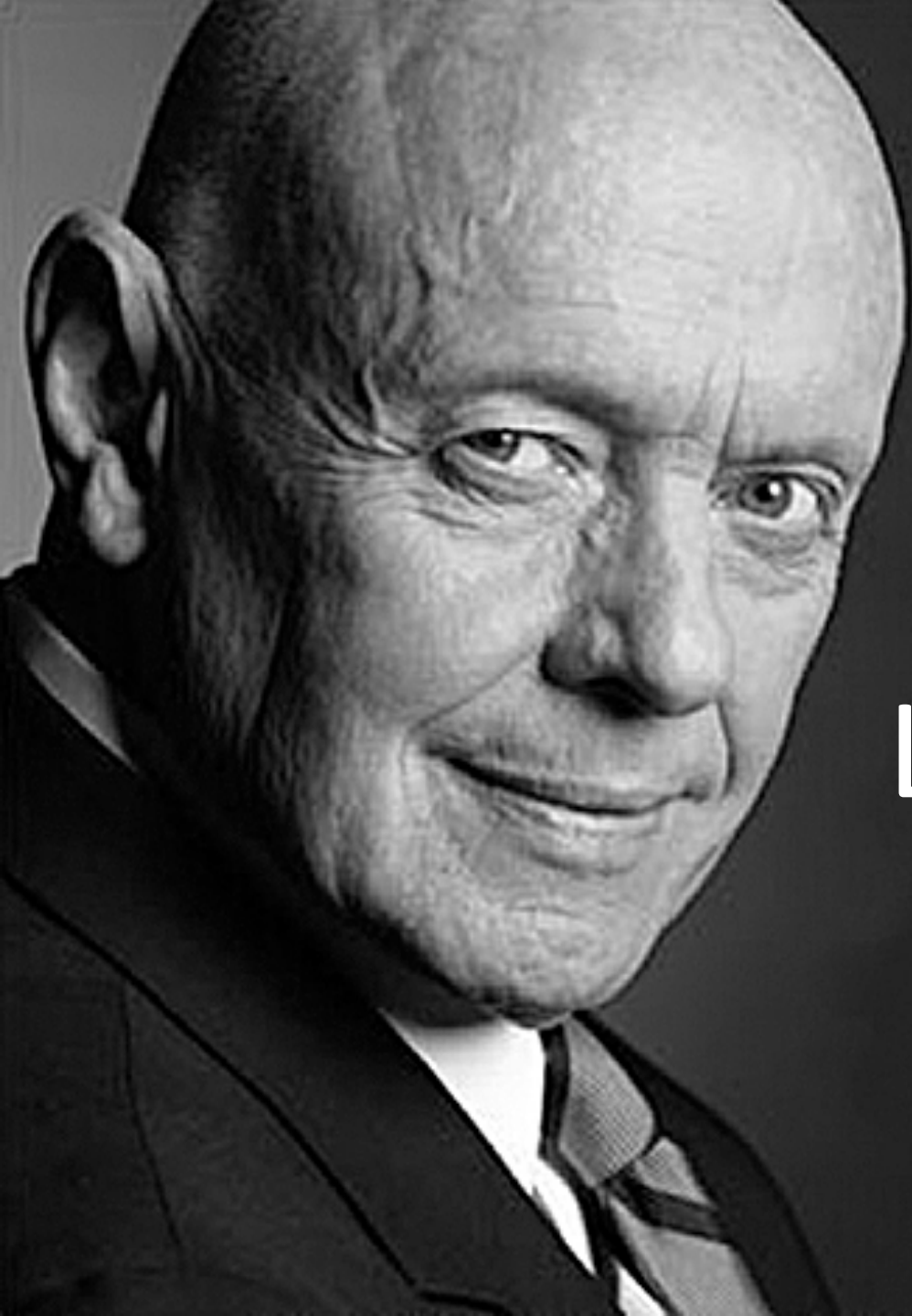
Contexte



Problèmes



Langage

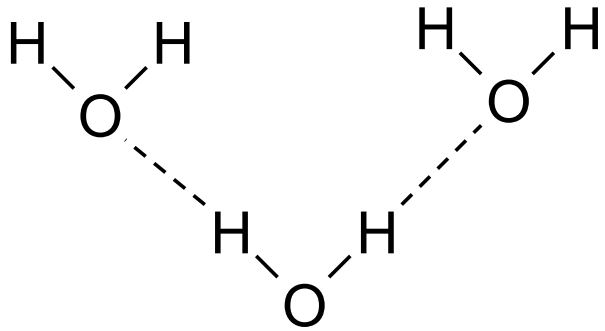


La priorité est fonction
du contexte.

Stephen R. Covey

Le contexte dit tout

Voici le
Change Management
(sans mise en contexte)



Voici les bénéfices attendus d'un changement et la
portion qui dépend du fait que les collaborateurs
font leur travail d'une nouvelle façon
(c'est ce à quoi je contribue)



“Le volet humain du changement”
consiste à combler l’écart

Besoins



Résultats

Livrables



Effets

Spécifications



Pérennisation

Installation



Réalisation*

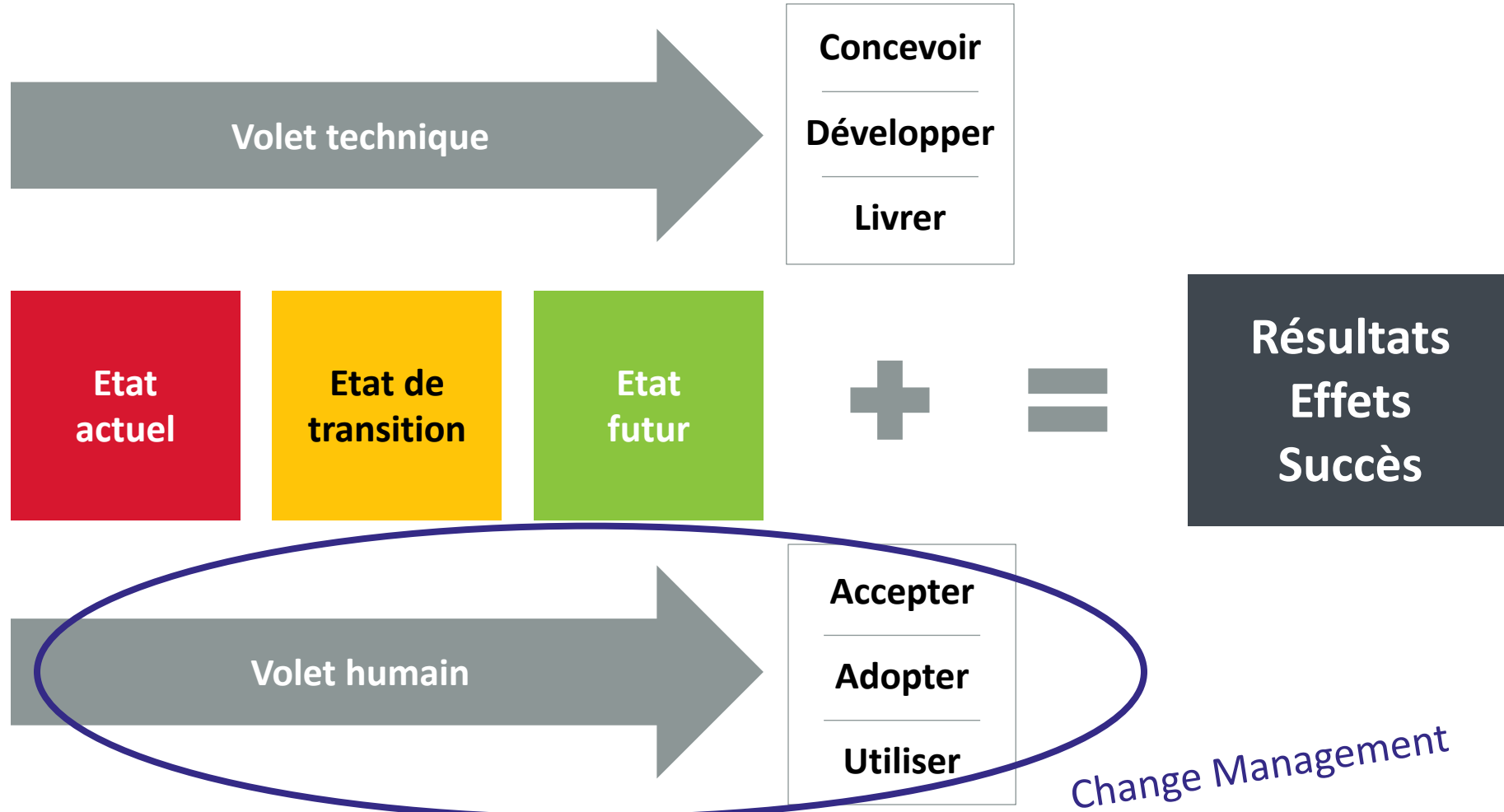
* Daryl Conner

Solutions

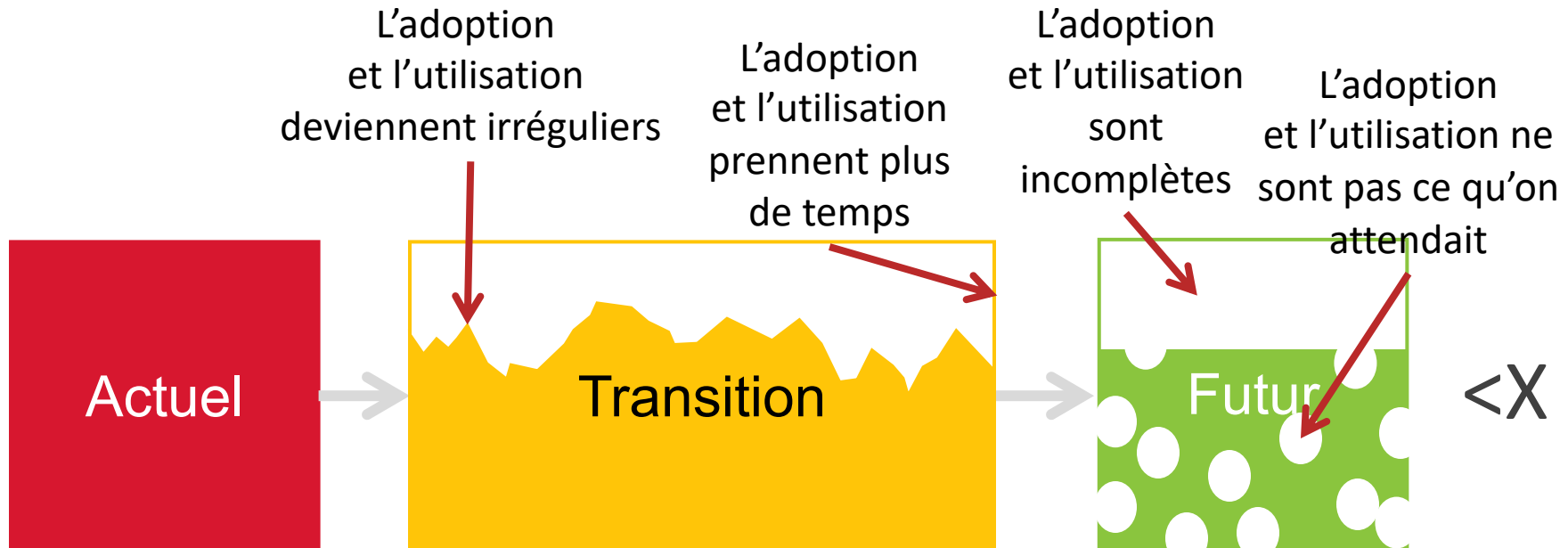
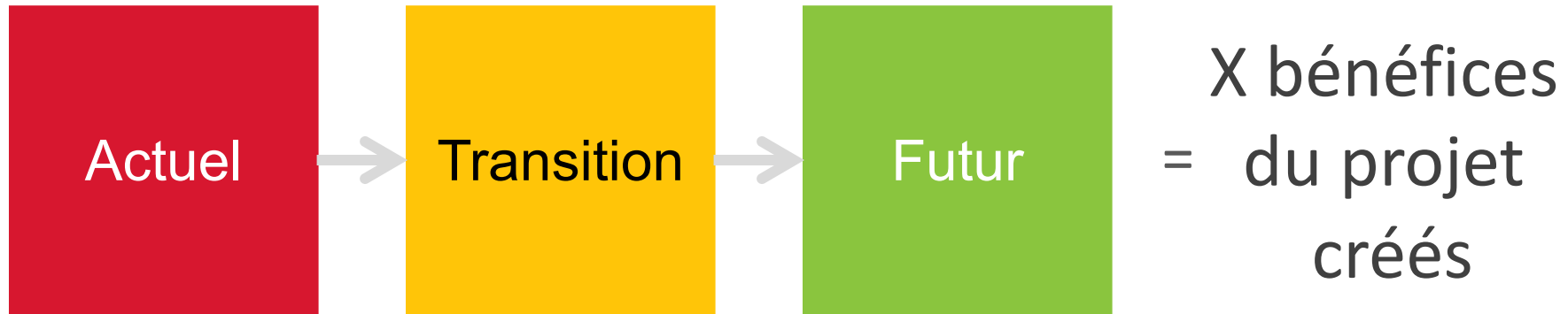


Bénéfices

Le succès du changement nécessite à la fois les volets technique et humain



Les résultats et effets dépendent
de l'adoption et de l'utilisation

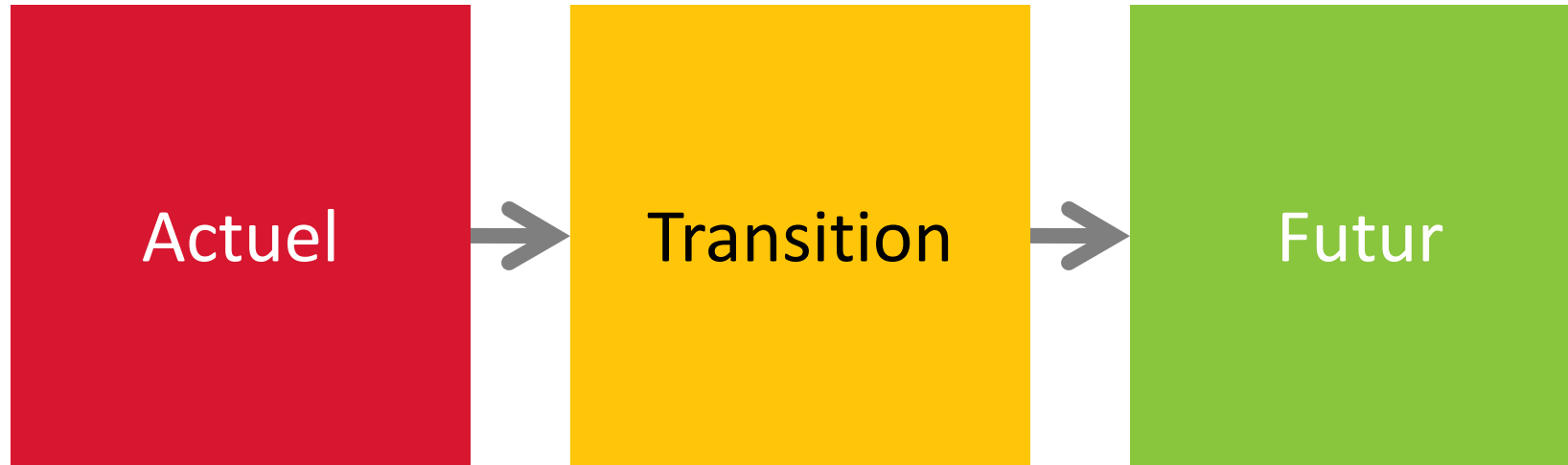




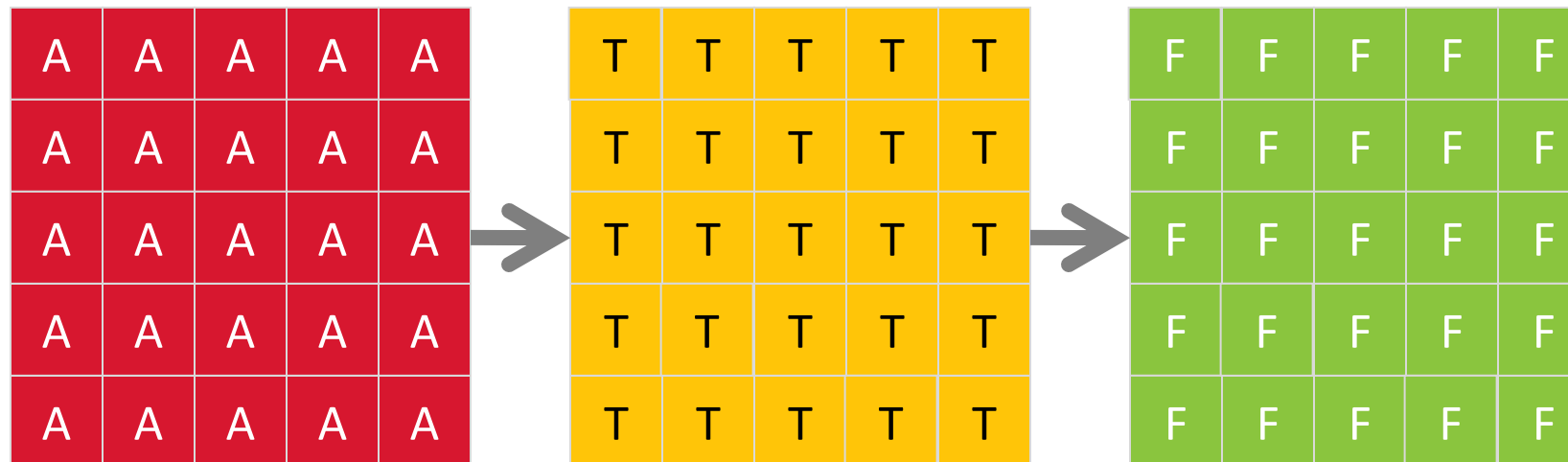
Les réalisations d'une
organisation sont les
résultats de l'effort
combiné de chaque
individu.

Vince Lombardi

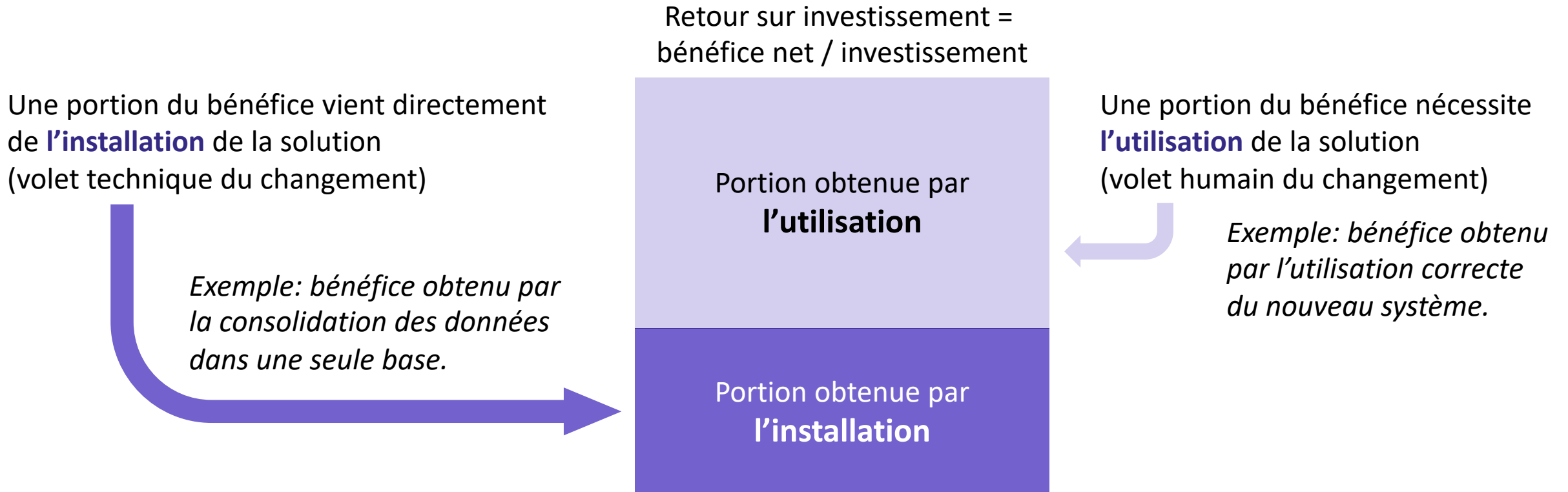
Un changement organisationnel vers un état futur



nécessite en fin de compte que les individus passent de leur propre état actuel à leur propre état futur



D'où viendra votre retour sur investissement?



Pour un projet que vous supportez maintenant, quel pourcentage des résultats attendus dépend du fait que les gens vont adopter le changement ? (arrondissez à un multiple de 5 et ne mettez pas le signe %)

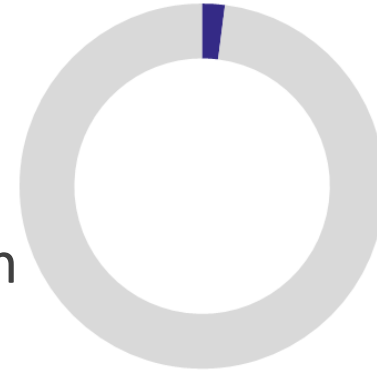
80 75 85
100 80% 50 95 60% 90

Pour notre projet, estimez le pourcentage de l'ensemble des résultats effets qui **dépend** de l'adoption et de l'utilisation par les collaborateurs:



dépend de
l'adoption et
de l'utilisation

investi pour
l'adoption
et l'utilisation



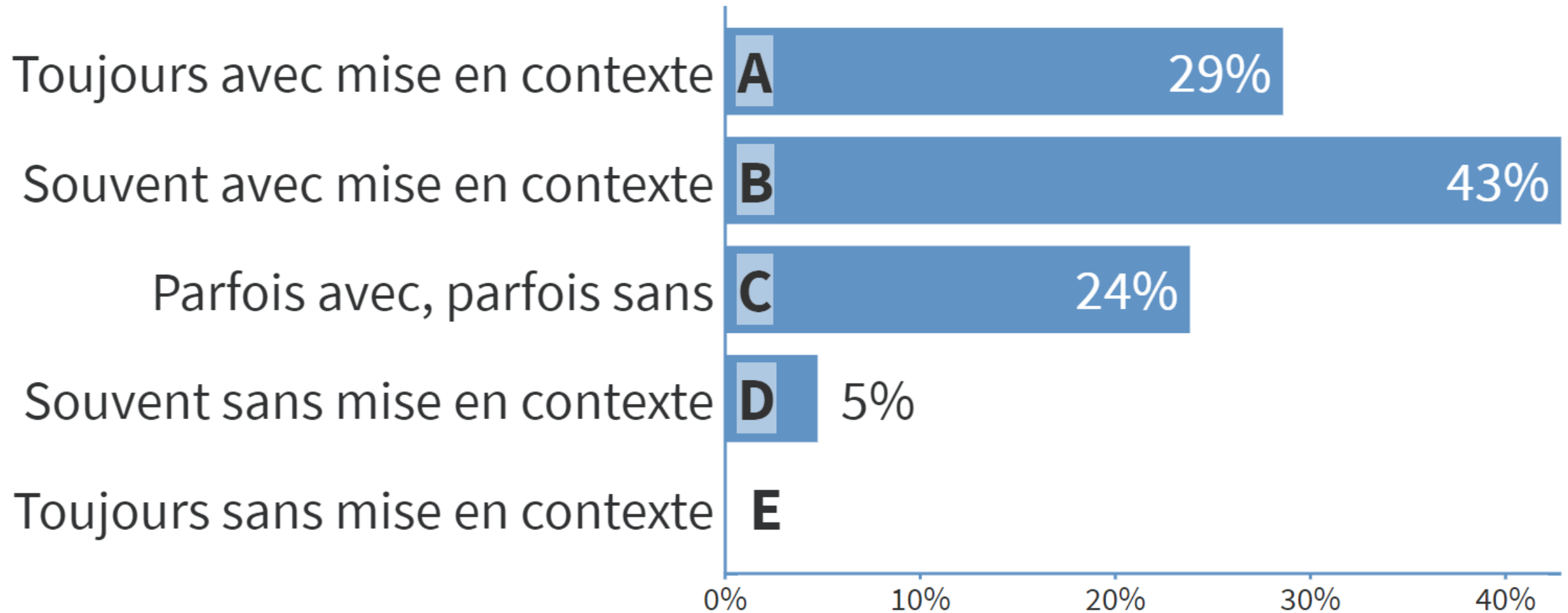
Combien **investissons-nous** (en budget, ressources et énergie) pour mener et soutenir l'adoption et l'utilisation par les collaborateurs?



Une once de
contexte
vaut une livre
de faits isolés.

@daveElf

Lorsque vous parlez de la conduite du changement, est-ce avec une mise en CONTEXTE ?



Nexum

Prosci

Arrêtez de parler de ce que vous faites et commencez à parler de ce que **vous apportez.**

Contexte

La priorité est fonction du contexte. Stephen R. Covey

Identifiez les bénéfices organisationnels (les résultats et effets) d'un effort que vous soutenez actuellement.

Dans quelle mesure ce bénéfice dépend-il du volet humain?
Entièrement – largement – peu – pas du tout

Problèmes

Les gens n'achètent pas une mèche de foreuse de 6 mm, ils achètent un trou de 6 mm. Theodore Levitt

Pour le projet que vous soutenez actuellement, identifiez quatre problèmes spécifiques et comment (au moyen du Change Management) vous pouvez aider à les résoudre.

1.	
2.	
3.	
4.	

Langage

Si vous parlez à un homme dans une langue qu'il comprend, vous parlez à son esprit. Si vous lui parlez dans sa langue, votre message atteint son cœur. Ne

Les mots et phrases que vous allez **arrêter** d'utiliser dans vos conversations.

Les mots et phrases que vous allez **com** à utiliser dans vos conversations.

--	--

Contexte

La priorité est fonction du contexte. Stephen R. Covey

Identifiez les bénéfices organisationnels (les résultats et effets) d'un effort que vous soutenez actuellement.

Dans quelle mesure ce bénéfice dépend-il du volet humain?
Entièrement – largement – peu – pas du tout

© Prosci. All Rights Reserved.

Prosci

24

Agenda



Contexte



Problèmes



Langage



Les gens n'achètent pas une mèche de foreuse de 6 mm, ils achètent un trou de 6 mm. Vous devez étudier le trou, pas la foreuse. La foreuse est juste la solution pour le trou

Theodore Levitt (Leo McGinneva)

Apportez la solution à leurs problèmes

Le problème du dirigeant n'est pas:

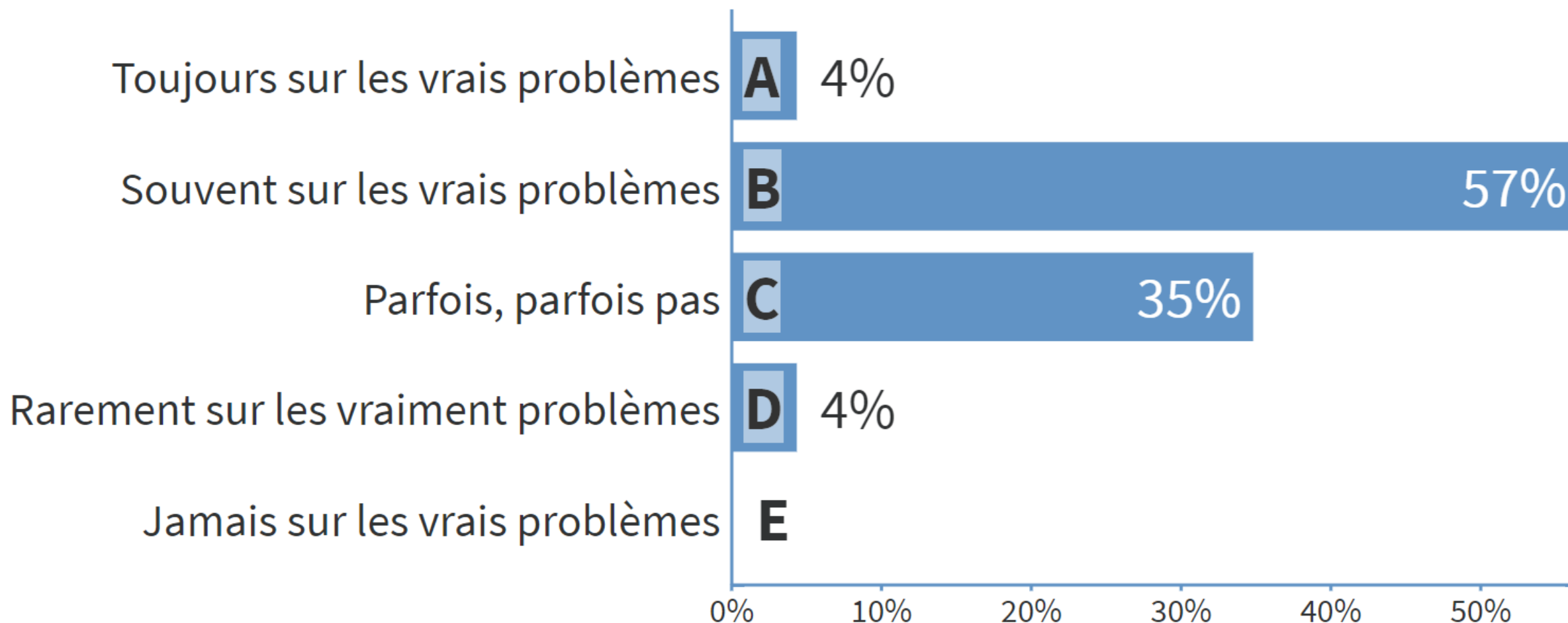
Je n'ai pas de Change
Management pour mon
initiative de changement

Le problème du dirigeant est :

J'ai un changement à réaliser
et j'ai besoin de fournir les
résultats et effets attendus

Votre rôle: connecter ce que vous *faites* à la solution de leurs problèmes

Lorsque vous parlez de la conduite du changement, est-ce focalisé sur leurs véritables PROBLEMES ?



Dans votre proposition de valeur

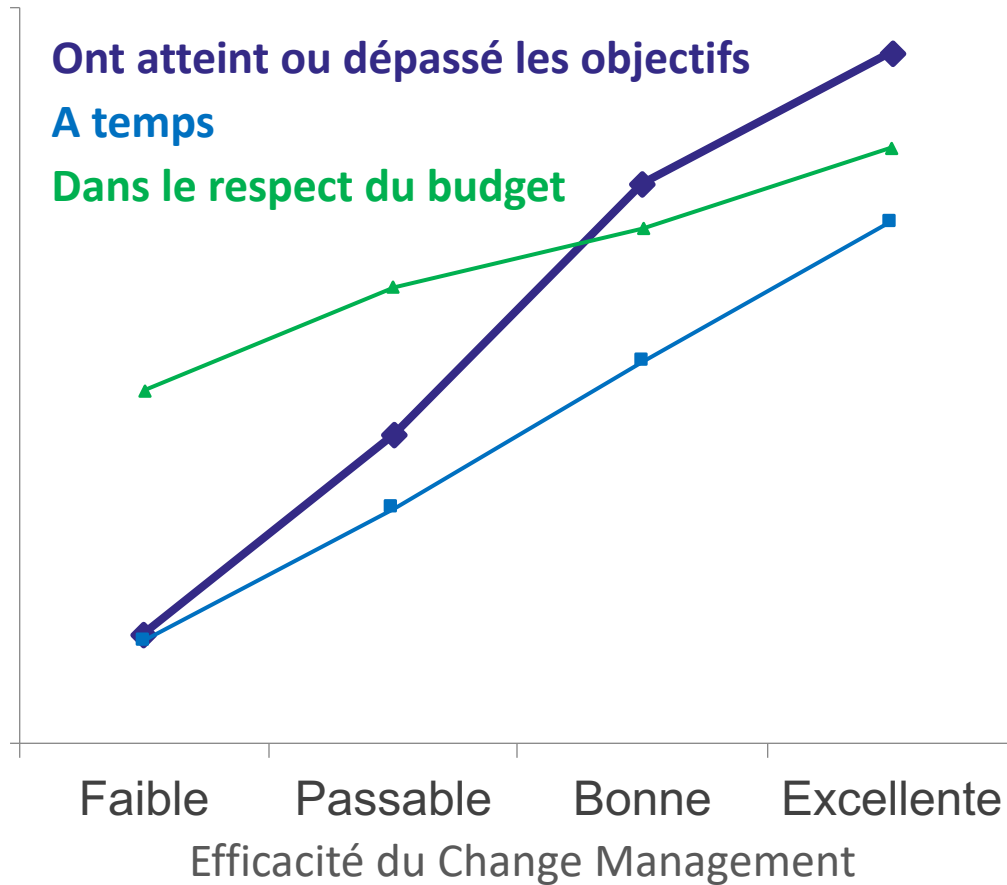
“Une formulation qui décrit ce que vous faites de façon exceptionnelle et pour qui vous le faites”

- Michael Skok

- Cibler “l’acheteur”
- **Son problème**
- Votre solution
- Meilleure que toute alternative

Source: Michael Skok, *Startup Secrets: Building a Compelling Value Proposition*,
www.entrecapitalist.com/resource/building-compelling-value-proposition

Améliorer les effets du changement



- Améliorer les résultats et effets des projets
- Mener la réalisation des bénéfices et le retour financier
- Minimiser les risques
- Réduire les coûts de type “re”



*Les gens n'achètent pas une mèche de foreuse de 6 mm,
ils achètent un trou de 6 mm. Theodore Levitt*

1.	
2.	
3.	
4.	

Quels sont les principaux PROBLEMES de vos sponsors et chefs de projets que vous pouvez résoudre par la conduite du changement ?

problèmes d'inter-correlations entre projets	culture de l'interdisciplinarité
Impliquer tous les intervenants	Soucis concernant l'adoption
Priorité Différente	Pas d'évaluation de la charge de travail liée au changement
Surplus du travail ponctuel	définir les priorités
Casser les silos	Donner du sens
Adoption de nouvelles technologies	Gerer les risques
Changement de culture	Faire évoluer les modes de travail
adhésion des employés au nouvel outil	Acceptation de la nouvelle structure organisationnelle
Crainte concernant l'implication des collaborateurs	le projet implique la création de nouveaux rôles
Mise en relation et partage d'infos des intervenants	Engagement quasi inexistant
Faire comprendre les résistances de son équipe	pas de volonté de changer pour les travailleurs
créer la confiance pour faire ensmeble	cadrer le projet au départ
Septicisme	Non utilisation des nouveaux processus
Désintérêt et désengagement des managers	Vision
Ameliorer l'adhesion au changement	Faire évoluer la culture
respect du cadre budgétaire et rapidité d'adoption	Pas de vision claire de la cible
favoriser l'adoption	Embarquement des employés dans le changement
Disponibilités des personnes	

Agenda



Contexte



Problèmes



Langage

Si vous parlez à un
homme dans une langue
qu'il comprend, vous
parlez à sa tête. Si vous
lui parlez dans sa langue,
votre message atteint
son cœur.

Nelson Mandela



Utilisez leur Langage

“Les dirigeants parlent trois langues:
finance, finance et finance.”

Jeff Hiatt

+ Exécution de la stratégie

+ Compétence clé

+ Avantage concurrentiel

+ Leur succession

Votre rôle: exprimer la valeur du Change Management dans leur langage

Dans les termes que vous utilisez

Communications

Formation

Parties prenantes

Résistance

Résilience

Evaluations

Templates

Retour sur investissement

Réalisation de bénéfices

Résultats

Effets

Objectifs

Pérennisation

Dans la façon dont vous formulez les questions

**Quel est le retour sur
investissement du Change
Management?**

Nébuleux

Manque de contexte

**Quelle portion des bénéfices
du projet dépend de
l'adoption et de l'utilisation
par les collaborateurs?**

Focalisé

En contexte

Dans votre “discours d’ascenseur”

Vous avez 30 secondes pour
décrire la Change Management.
Allez-y!

Le but n’est pas:

d’être précis et complet

Le but est:

d’être rappelé!!!



Définissez le Change Management

Comment définissez-vous le Change Management?

Techniquement:

Focalisé sur le quoi

Pour obtenir l'engagement:

Focalisé sur le pourquoi

Change Management:

CHānj 'manijmənt



Le Change Management est:
l'application de processus et outils pour mener le volet humain
du changement d'un état actuel vers un état futur de telle sorte
que les résultats souhaités par le changement soient réalisés
(Hiatt & Creasey, 2012)

Change Management:

CHānj 'manijmənt

Catalyser les
transitions individuelles
pour fournir les
résultats organisationnels

Change Management:

CHānj 'manijmənt

Préparer, équiper et soutenir les individus
au travers du trajet de changement qu'ils
parcourent au sein de votre entreprise

Change Management:

CHānj 'manijmənt

Capturer la portion du
retour sur investissement
qui
dépend du volet humain

Change Management:

CHānj 'manijmənt

Assurance de **réalisation**
des bénéfices

Change Management:

CHānj 'manijmənt

Mobiliser les **gens**
pour fournir les **résultats**

Rédigez votre propre définition concise et convaincante de la conduite du changement

Une complémentarité à la gestion de projet sur l'échelle humaine pour un succès renforcé
Pérenniser l'adoption de la. Ou elle solution pour atteindre nos objectifs annuels
Transformer l'organisation sans laisser les collaborateurs sur le bas coté
Mobiliser
Mettre en place l'écosystème idéal pour obtenir le ROI qui dépend de la manière dont les gens vont changer la manière de travailler
embarquer tous les collaborateurs sur un chemin commun vers nos résultats attendus
c'est aider nos clients a adopter leur nouveaux outils
Accompagner les gens pour profiter des nouveautés et augmenter la performance
Accompagner l'humain vers les résultats attendus
Mettre en place des actions pour faciliter l'adoption et l'utilisation et atteindre les résultats organisationnels et financiers du projet
Mobiliser les énergies pour réaliser les projets en qualité
créer les conditions pour obtenir les gains envisagés
Créer un contexte favorable à l'obtention des résultats escomptés

Guider les gens face aux impacts du changement personnel
Outils et processus pour **mener** les gens au travers du changement

Mener les gens de l'état actuel vers le futur

Aider les gens à aller **de a vers b**

Mener les gens du point a au point b

Parcourir un trajet vallonné

Faciliter les **transitions** avec finesse et attention

Aider les **gens** à adopter et utiliser de façon maximale

Le volet **humain** du changement

Aider les **gens** à faire la différence

Rendre les choses meilleures pour les **gens**

Identifier et gérer les risques **humains**

Donner aux **gens** la volonté et la capacité à changer

Cela signifie mener efficacement les **gens** vers le succès

Mobiliser Les gens Pour fournir Les résultats

Succès par les gens

Gérer le volet humain du changement pour mener les **résultats**

Changer les comportements pour **accomplir** les besoins du business

Des transitions individuelles qui **génèrent** le changement organisationnel

De meilleurs **effets** business au moyen des gens

Un retour sur investissement plus rapide **par la conduite** des gens au travers du changement

Convertir les **objectifs** business en changement de comportement

Aider les organisations à atteindre leur état **souhaité**

Un processus structuré pour produire des **résultats**

S'assurer que les objectifs de l'entreprise sont **atteints**

Fournir des **résultats**

Réalisation de bénéfices

Faire en sorte que le changement **tienne**

Fournir le **retour sur investissement** qui dépend des gens

Nexum

Prosci

Arrêtez de parler de ce que vous faites
et commencez à parler de ce que **vous apportez**.

Contexte

La priorité est fonction du contexte. Stephen R. Covey

Identifiez les bénéfices organisationnels (les résultats et effets) d'un effort que vous soutenez actuellement.

Dans quelle mesure ce bénéfice dépend-il du volet humain?
Entièrement – largement

Problèmes

Les gens n'achètent pas une mèche
ils achètent un trou de 6 mm.

Pour le projet que vous soutenez actuellement, identifiez quatre problèmes spécifiques et comment vous pouvez aider à les résoudre.

1.	
2.	
3.	
4.	

Langage

Si vous parlez à un homme dans une langue qu'il comprend, vous parlez à sa tête.
Si vous lui parlez dans sa langue, votre message atteint son cœur. Nelson Mandela

Les mots et phrases que vous allez **arrêter** d'utiliser dans vos conversations.

Les mots et phrases que vous allez **commencer** à utiliser dans vos conversations.

--	--

?

!

Langage

Si vous parlez à un homme dans une langue qu'il comprend, vous parlez à sa tête.
Si vous lui parlez dans sa langue, votre message atteint son cœur. Nelson Mandela

Les mots et phrases que vous allez **arrêter** d'utiliser dans vos conversations.

Les mots et phrases que vous allez **commencer** à utiliser dans vos conversations.

--	--

© Prosci. All Rights Reserved.

Prosci

48

Quels sont les termes que vous allez ARRETER d'utiliser dans vos conversations ?

Au secours	Tu as besoin de la conduite du changement
Il faut plus de Change Managers	Accompagner le changement est une nécessité
Il n'y a plus qu'à	Change management
Il n'y a pas le choix	efficience
On va former nos leaders au change mgt	Processus de changement
Nous devons organiser le plan de formation et le plan de communication	Il nous faut un plan de com
Nous devons lancer les formations	accompagner le changement
Il faut mettre en place une stratégie de CDC	Change Mgt
nous allons donner une formation	NE PAS faire
accompagnement des gens	il faut prendre en compte l'impact humain
changer manager nécessaire	Définir
Définir	Il nous faut un plan de com
Tu as besoin de la conduite du changement	accompagner le changement
Accompagner le changement est une nécessité	Change Mgt
Change management	NE PAS faire
efficience	il faut prendre en compte l'impact humain
Processus de changement	Change Management

Quels sont les termes que vous allez COMMENCER à utiliser dans vos conversations ?

se donner les moyens d'optimiser les bénéfices du projet	le sens
anticiper les résistances	Facteur humain
Timing	Répondre à vos besoins
Pour plus d'efficience accompagnons le changement	Augmenter l'adoption et l'utilisation
se comprendre	Adoption
donner le sens	Mobiliser
maitrise des risques pour un succes	Résultats
changer vite et bien	retours sur investissement
Pérennité	mobiliser
Sustainability	Impact
Succès	Nexum
Respect du budget et des délais	Adoption
Atteinte des objectifs	ensemble
pérenniser	Bénéfices organisationnels
Plaisir	mobiliser
Résultats organisationnels	

Agenda / Conclusion

Trois trucs pour susciter l'appropriation et l'engagement pour le Change Management en vous focalisant sur ce que vous apportez (et non sur ce que vous faites)



Contexte



Problèmes



Langage



Prosci[®]

PEOPLE. CHANGE. RESULTS.

vincent.piedboeuf@nexum.eu

antoine.wouters@nexum.eu

www.nexum.eu

www.linkedin.com/company/nexum.eu

Nexum

People solutions for business challenges