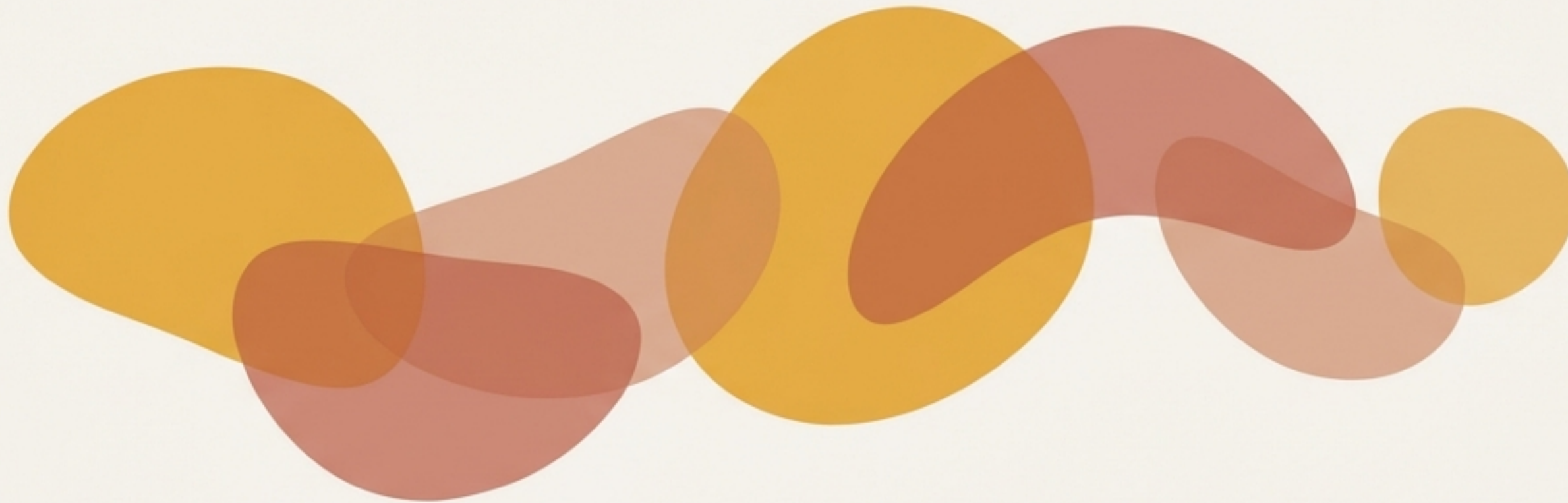


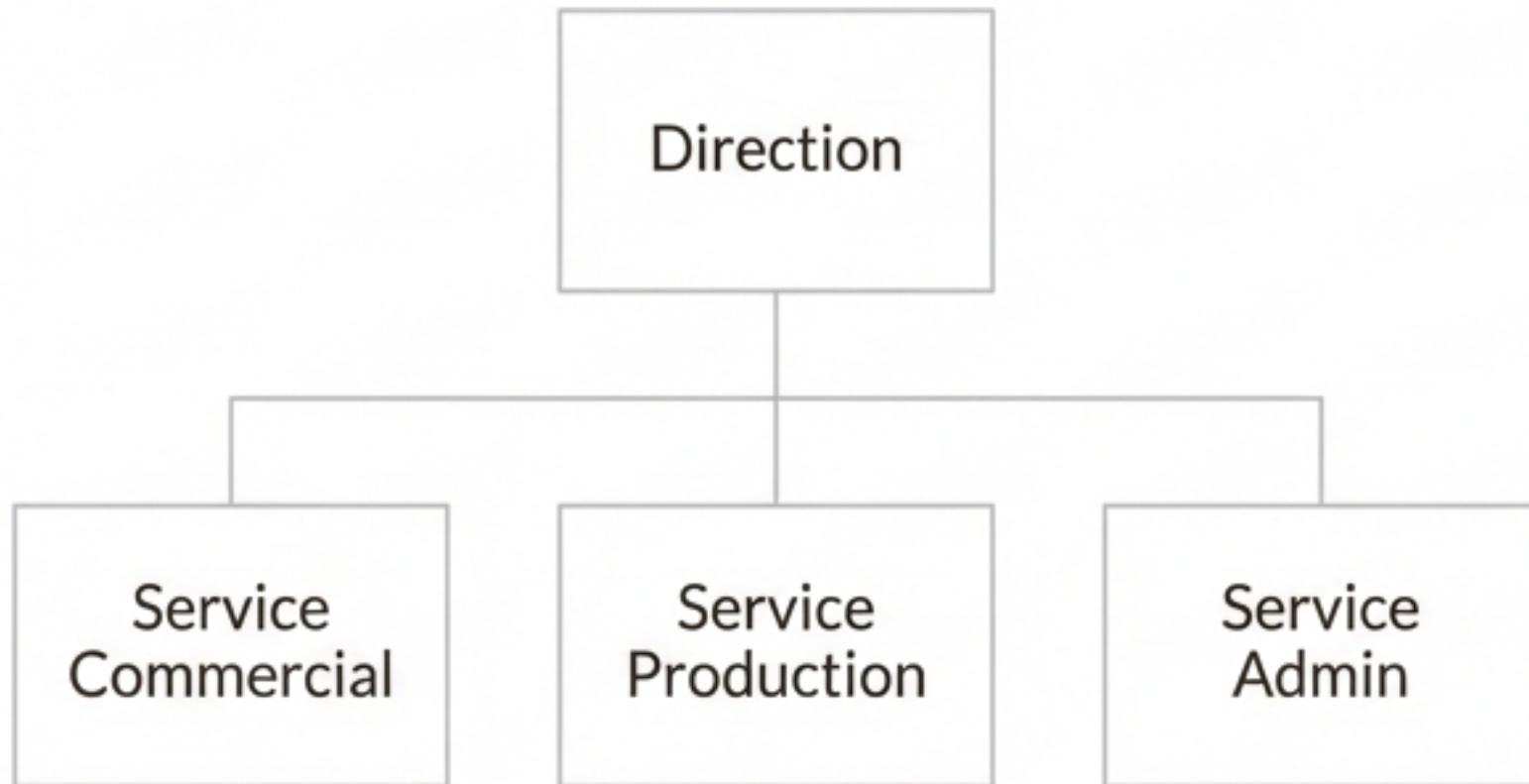
Au-delà de l'organigramme : Le secret des entreprises qui réussissent

Une compétence clé pour votre examen et votre avenir professionnel.



Bonjour à toutes et à tous ! Nous sommes ravis de partager avec vous aujourd'hui un concept qui peut sembler un peu intimidant au premier abord, mais qui est en réalité une clé essentielle pour comprendre le monde de l'entreprise.

Considérez-nous comme vos guides. Notre **objectif** : que vous repartiez d'ici en vous sentant plus confiants et mieux préparés pour vos défis à venir.



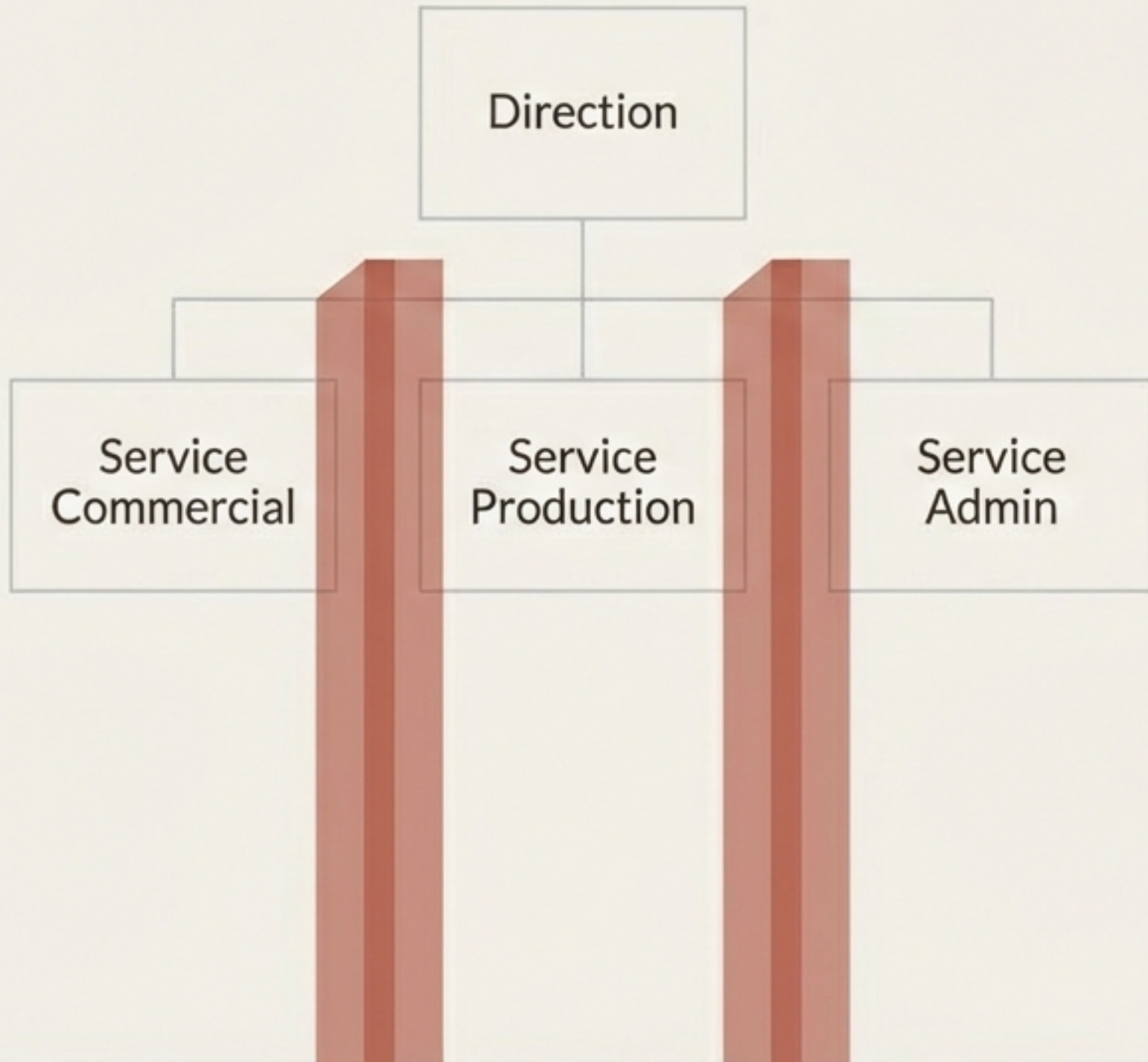
Commençons par ce que vous connaissez tous : l'organigramme.

Le fameux organigramme. Chaque service dans sa case, chaque personne à sa place. C'est clair, c'est net, et c'est la première chose que l'on apprend sur la structure d'une entreprise. Il nous montre "qui est le chef de qui".

C'est une vision utile, mais est-ce qu'elle raconte toute l'histoire ? Loin de là.

Laissez-nous vous montrer pourquoi. →

Le problème caché de cette vision : les 'murs' entre les services.

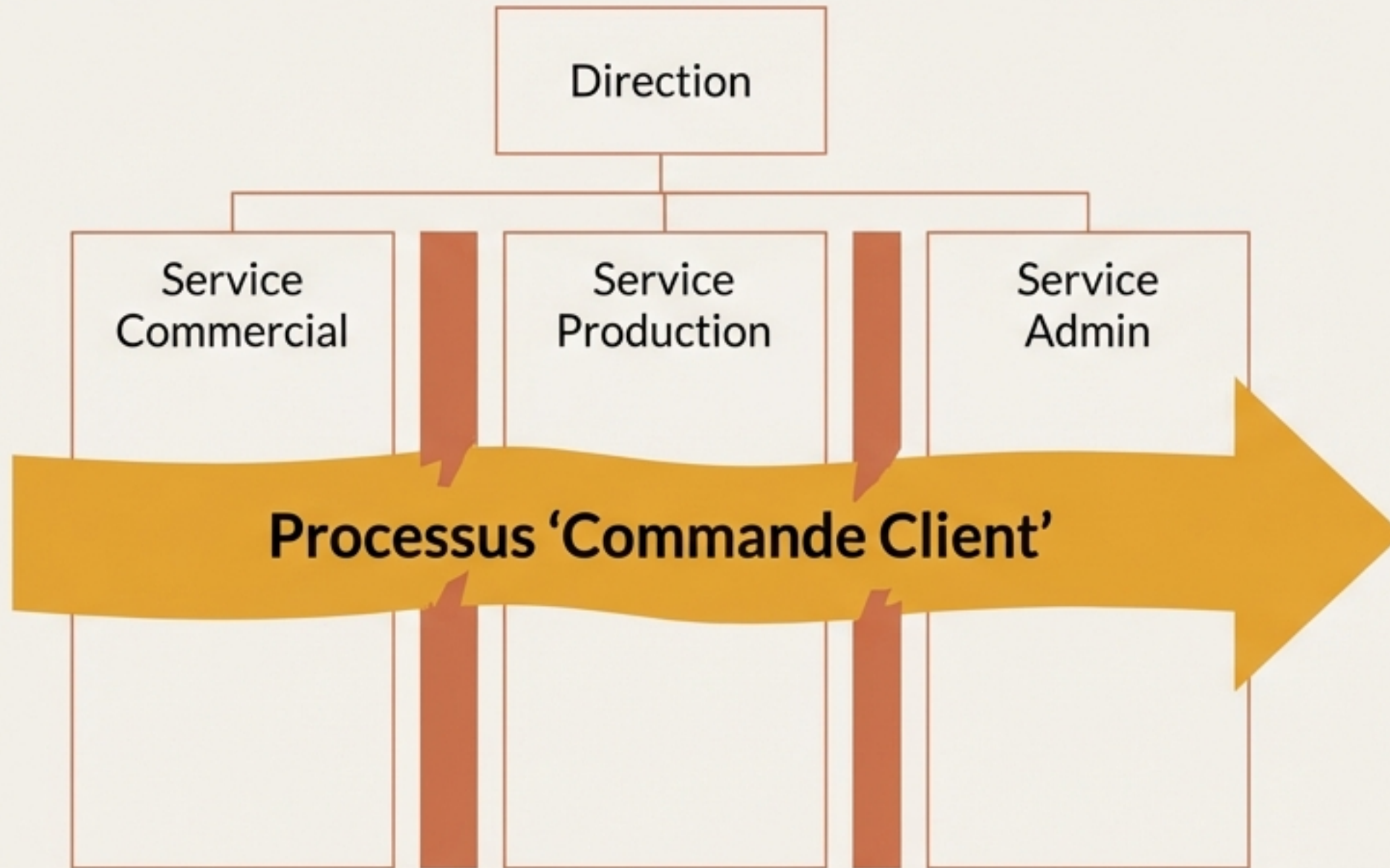


Quand on se concentre trop sur l'organigramme, des murs invisibles se créent. Chaque service se focalise sur ses propres objectifs, et la communication avec les autres devient difficile. On appelle ça travailler 'en silo'.

C'est une source fréquente de lenteurs, d'erreurs et de frustration.

Et la première victime de ces silos... c'est le client.

Car le besoin du client, lui, se moque des silos.



Imaginez un client qui passe une commande. Sa demande va voyager :

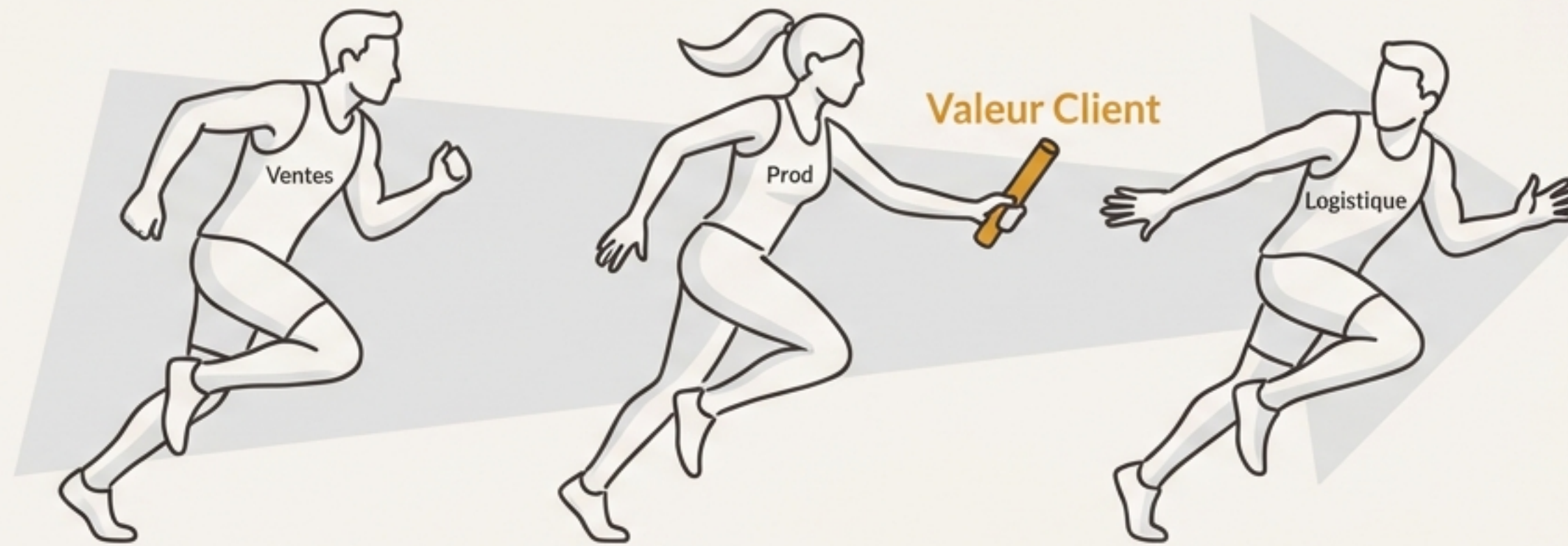
1. **Service Commercial** (qui enregistre le besoin)
2. **Administration des Ventes** (qui valide la commande)
3. **Production** (qui fabrique le produit)
4. **Logistique** (qui le livre)
5. **Service Client** (qui assure le suivi)

Ce parcours, qui traverse l'entreprise de bout en bout pour apporter de la valeur au client, c'est un **processus transversal**.

Le changement de perspective qui change tout.

**Penser processus
= Penser client.**

C'est arrêter de regarder l'entreprise de haut en bas (la hiérarchie)
pour la regarder de gauche à droite, en suivant le flux de valeur ajoutée,
exactement comme le perçoit le client.

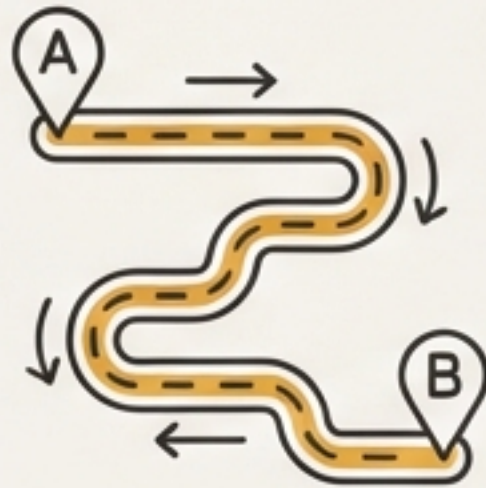


Une analogie simple pour ne plus jamais oublier : la course de relais.

- Imaginez que votre entreprise est une équipe de relais.
- Chaque **service** est un **coureur**. Il peut être très performant.
- Mais la réussite de la course dépend de la fluidité du **passage de témoin**.
- Ces points de passage entre les services s'appellent des **interfaces**. Si le témoin tombe, peu importe la vitesse individuelle des coureurs, la course est compromise.
- L'approche processus s'assure que le témoin arrive parfaitement jusqu'à la ligne d'arrivée : **le client satisfait**.

Point crucial pour l'examen : ne pas confondre Processus et Procédure.

Le Processus



Le **QUOI** et le **POURQUOI**. C'est le film en entier, le flux global pour atteindre un objectif.

Exemple : Le processus de traitement d'une commande.

La Procédure



Le **COMMENT**. C'est le mode d'emploi détaillé pour réaliser **une seule étape** du processus.

Exemple : La procédure pour enregistrer la commande dans le logiciel.

Note des mentors : C'est une distinction que les examinateurs adorent. Maîtrisez-la, et vous marquerez des points précieux.

Ce n'est pas une mode, mais une idée qui a révolutionné l'industrie.

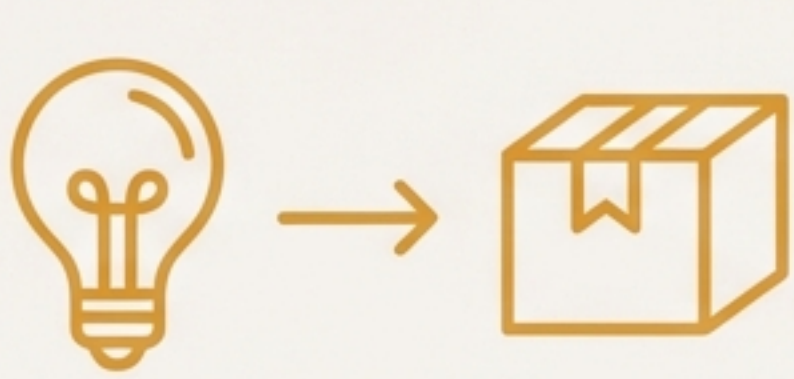


Cette façon de penser a été popularisée dans les années 1950 par Taiichi Ohno, un ingénieur de génie chez Toyota. Plutôt que de chercher à rendre chaque poste de travail plus rapide, il a eu l'idée de regarder la chaîne de production dans son ensemble, de la première vis à la voiture finie, pour chasser le gaspillage (*'muda'*) entre les étapes.

Ce 'Toyota Production System' a fait du constructeur un géant mondial et a inspiré toutes les industries.

Une fois qu'on a compris, on voit des processus partout.

Où que vous travailliez demain, vous retrouverez cette logique transversale :



Développement d'un nouveau produit : De l'idée du Marketing, en passant par la R&D, l'industrialisation et le lancement.



Réassortiment chez Decathlon : Des équipes de vente en magasin, qui déclenchent un flux vers l'entrepôt logistique et les fournisseurs.



Gestion d'une plainte client : Du premier contact au service client, à l'analyse par le service juridique et à l'indemnisation par la finance.

Pourquoi est-ce si important pour vous, futur(e) professionnel(le) ?



Comprendre les processus, ce n'est pas juste de la théorie. C'est acquérir une vision à 360° qui va radicalement changer votre façon de travailler et la valeur que vous apporterez. C'est passer du statut d'exécutant dans une case à celui d'acteur qui comprend le jeu dans son ensemble. C'est un véritable super-pouvoir professionnel.

Votre super-pouvoir en entreprise : la vision transversale.

Maîtriser cette vision vous permettra de :



Mieux résoudre les problèmes : Vous ne verrez plus seulement le symptôme dans votre service, mais sa cause, souvent située à l'interface avec un autre service.



Mieux collaborer : Vous comprendrez les objectifs et les contraintes de vos collègues, ce qui rend le travail d'équipe plus fluide et efficace.

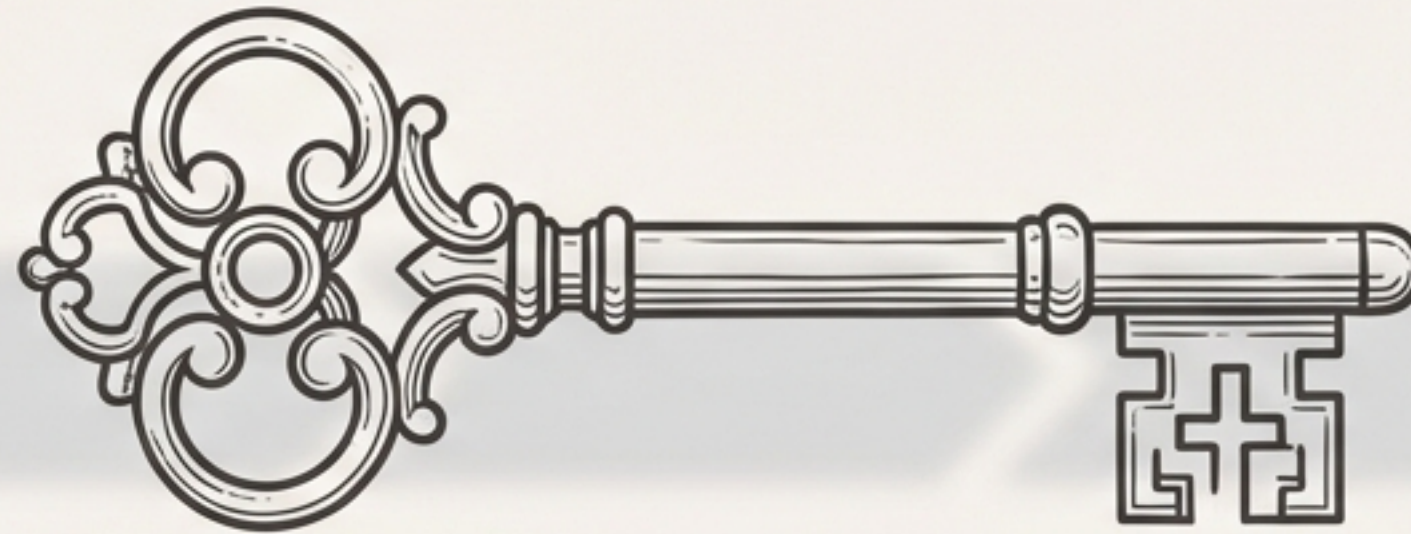


Avoir plus d'impact : Vous serez capable de proposer des améliorations qui profitent à toute l'entreprise et, in fine, au client.



Devenir un meilleur manager : Le jour où vous dirigerez une équipe, vous saurez piloter la performance globale, pas seulement celle de votre silo.

Vous avez maintenant une clé de lecture essentielle du monde du travail.



L'organigramme vous montre **qui est qui**.
Le processus vous montre **comment la valeur est créée**.
C'est là que la magie opère.

Nous savons que ce n'est pas facile, mais vous avez fait l'effort de comprendre un concept fondamental.
Soyez-en fiers. Vous êtes maintenant équipés pour voir ce que beaucoup d'autres ne voient pas.
Un grand bravo, et bonne chance pour la suite de votre parcours !