



### Les rites dans l'entreprise

Par Jean-Pierre Jardel et Christian Lordon  
Editions d'Organisation  
280 pages

#### L'opinion de Résumés:

Du temps rétréci, au temps réfléchi

En 1965 dans son livre «Les 40.000 heures» l'économiste Jean Fourastié prévoyait pour la fin du XXe siècle des semaines de travail de trente heures (!!!) ... en craignant que "l'avalanche d'informations" qu'il pronostiquait pour notre époque, prive l'homme moderne (nous...) "du temps nécessaire à la réflexion".

Trente cinq ans plus tard nous nous retrouvons en effet confrontés à un bouleversement des rythmes professionnels et privés. Nous avons progressé vers les trente heures (sur le papier du moins), mais savons-nous prendre le temps de la réflexion ? Qu'avons nous à dire sur ce décalage, justement, entre le temps - instantané-imposé par "l'âge de l'information" et celui - chronobiologique - de notre rapport humain au métier ?

Au-delà des modèles de performance ou d'optimisation, nous devons repenser en profondeur les nouvelles conditions de la vie en entreprise. L'ouvrage que nous vous proposons ici fournit les repères nécessaires à ce travail.

**Les idées forces :** Communauté, Temporalité, Identité, Repérage, Ethnologie de proximité



### Le temps des services

Une nouvelle approche de management  
Par James Téoul  
Editions d'Organisation  
316 pages

#### L'opinion de Résumés:

Transfrontières

Dans les années 80, François Mitterrand se rendit avec Jacques Attali dans la Silicon Valley. On lui expliqua alors qu'autour d'un emploi dans les hautes technologies gravitaient douze emplois de services. Les experts français furent dubitatifs. Pour eux, les services restaient avant tout la restauration, l'hôtellerie, la distribution, sans grande valeur ajoutée. Tout a volé en éclats. Aujourd'hui, les services génèrent 70 % du PIB américain.

La France s'y met à grande vitesse pour rattraper son retard. Les économistes européens ont compris que la notion de secteur primaire, secondaire et tertiaire est dépassée, que les services sont en amont, en aval, partout. James Téoul, dans Le Temps des services, explique cela pour en dégager une nouvelle approche du management et tracer les frontières de cet univers, où la valeur ajoutée est de plus en plus importante, créatrice de richesses et d'emplois très qualifiés. Parlez-en à Jean-Louis Beffa, président de Saint-Gobain, il vous expliquera pourquoi un groupe industriel est aujourd'hui un groupe de services.

**Les idées forces :** L'avant-scène et l'arrière-scène. La matrice d'intensité. La matrice d'intensité. La proposition de valeur. Les écarts de qualité. Le modèle du "seau percé".



### Bénéfices sur le Net

Par John Hagel III et Arthur Armstrong  
Editions d'Organisation  
266 pages

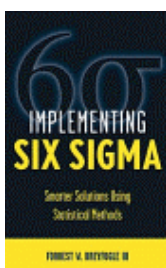
#### L'opinion de Résumés:

Une nouvelle dimension marketing

Jusqu'ici, la dernière grande révolution dans le domaine du marketing était le marketing direct. Son dernier avatar est le « one-to-one ». Il faut traiter chaque client comme un client unique. Micromarchés et microsegmentations sont entrés dans notre univers, pour longtemps. Aujourd'hui, le Net donne encore une autre dimension à cette approche. Et un formidable coup d'accélérateur. Il permet d'approfondir le concept de marketing direct, de l'élargir, d'aller jusqu'au bout du mot « direct » tout en reconnaissant que, sur la toile, c'est le client qui a le pouvoir. Mais, avec des moyens autrement puissants, beaucoup plus rapides que les mailings.

Ce marketing de communauté est à la fois plus sophistiqué et plus brutal encore que le marketing classique. Direct certes, mais aussi indirect, puisqu'il faut faire agir les clients dans le sens de l'entreprise, faire de chacun d'eux un prescripteur et un acheteur. Mais c'est également un marketing où toutes les firmes ont les mêmes chances. Une aubaine que beaucoup vont saisir. Et vite..

**Les idées forces :** Marchés inversés. Communautés virtuelles. Nouvelle donne. Volontarisme et excellence. Faire vite.



### Six Sigma

The breakthrough management strategy revolutionizing the world's top corporations  
Par Mikel Harry et Richard Schroeder  
Currency Doubleday  
304 pages

#### L'opinion de Résumés:

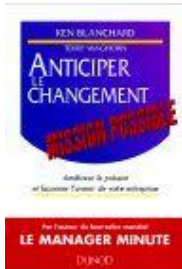
La qualité totale qui sert à gagner plus

Pourquoi la méthode inventée par Mikel Harry fait-elle un tabac à Wall Street ? Parce qu'elle n'est pas juste une méthode d'amélioration de la qualité. C'est une démarche qui remet en cause tous les processus de l'entreprise un par un -pour qu'ils ne produisent plus du tout de défauts au lieu d'introduire des procédures, des inspecteurs et des rectificateurs qui coûtent cher et alourdissent les circuits.

Les chiffres parlent d'eux mêmes : alors que la plupart des entreprises qui opèrent à un niveau de trois ou quatre sigma (des dizaines de milliers de risques d'erreurs par million d'opérations) voient leurs coûts totaux de défauts peser de 20 à 30% sur leur chiffre d'affaires, les firmes qui atteignent les six sigma – trois défauts pour un million d'opérations- voient le coût de la qualité descendre à un pour cent de leur chiffre d'affaires.

C'est le paradoxe génial de cette méthode, certes sans concession, que la plus haute qualité revient toujours moins cher. Pour y parvenir il faut aimer les statistiques et les tableaux de bord, mais surtout faire vraiment participer chacun dans l'entreprise et former des équipes de pointe. Bref, un projet financier qui peut aussi motiver le personnel.

**Les idées forces :** Rentabilité. Rendements. Conception. Client. Equipes.



### **Anticiper le changement**

Mission possible  
Par Ken Blanchard, Terry Waghorn  
Dunod  
194 pages

#### **L'opinion de Résumés:**

Se préparer à ce qu'on ne connaît pas

Qui ne connaît ces lunettes à double foyer qui permettent à la fois de voir de près et de loin ? Confrontées à des marchés mouvants et soumises aux vertigineuses accélérations des changements technologiques, moult entreprises rêveraient de disposer d'un tel outil. C'est simple, leur dit Ken Blanchard, il suffit de le vouloir : en s'organisant bien, on peut apprendre à vivre à la fois dans le présent et dans l'avenir. Cette double vie managériale a une traduction très concrète en terme d'organisation : il faut associer, à tous les niveaux, des équipes qui travaillent sur l'amélioration de l'existant et d'autres, sur l'anticipation ou l'innovation. Il y a juste quelques règles de bon sens à respecter. Recruter plutôt des imaginatifs pour préparer l'avenir et des talents éprouvés pour optimiser les procédures en place. Susciter la participation de tout le personnel, en l'aidant à s'approprier un projet collectif (ainsi même ses heures de loisirs deviendront créatives). Comme les fameuses lunettes, c'est un peu gênant au début, mais tellement efficace ensuite...

**Les idées forces :** Anticipation. Courbe. Équipes. Partenariat.



### **Le marketing du désir**

L'indispensable stratégie  
Par Jean Mouton  
Éditions d'Organisation  
130 pages

#### **L'opinion de Résumés:**

Le nouveau jeu de l'amour et du pouvoir

Voici donc une manière nouvelle de considérer le rapport de l'offre et de la demande : offre de produits ou de services d'un côté, demande d'amour et de reconnaissance du client de l'autre.

Dans les pages de ce livre, vous trouverez en filigrane toute une philosophie des rapports de l'entreprise avec ses interlocuteurs. Une vision alliant stratégie de fidélisation et pratiques d'écoute réelle, de respect véritable du consommateur. Nous sommes passés définitivement dans l'ère du pouvoir du client. Il est nomade, infidèle, zappeur ; il veut être considéré en permanence et non plus manipulé. Il s'agit maintenant d'en tirer sans hypocrisie ni cynisme les conséquences en matière de marketing. Reconnaître le client, son pouvoir réel, le respecter vraiment sont aujourd'hui les bases obligées de toute approche commerciale. Il faut l'aimer un peu (ou beaucoup) son client et lui témoigner de la générosité pour qu'il devienne fidèle. C'est le jeu.

**Les idées forces :** Reconnaissance. Deux temps. Fidélisation. DIAD. Loi de composition.

*à suivre...*