

Séminaire pour cadres et dirigeants

QUELLE MENTALITE !

Votre mentalité influence en profondeur vos décisions et vos réactions professionnelles

Contenu

Lors de cette séance, vous mettrez à jour (en répondant à un bref questionnaire) les valeurs qui orientent votre travail. Chaque participant sera positionné sur la rose des valeurs. Nous verrons comment les mentalités de l'est à l'ouest, du nord au sud, s'opposent et conduisent l'entreprise sur des chemins différents. Mieux savoir qui l'on est, pour mieux savoir où l'on va.

NOTION DE VALEURS – ATTITUDES – COMPORTEMENTS

Introduction

Chaque individu possède un système psychologique unique composé de valeurs, d'attitudes, de perceptions, de capacités d'apprentissage, de traits de caractère, de besoins, d'expériences... Chaque personnalité se révèle plus ou moins stable dans le temps. Elle n'évolue que progressivement, le plus souvent sous l'effet de l'expérience.

Etant donné qu'il est plus facile, par le biais de la formation, de doter les individus de nouvelles capacités, plutôt que de modifier le noyau dur composant leur personnalité, il s'avère indispensable de constituer des équipes équilibrées, cohérentes, complémentaires, compatibles. Ces regroupements doivent donc dépasser les seuls concepts de compétences professionnelles et d'aptitudes intellectuelles et reposer sur l'analyse de la personnalité de chacun des membres en relation de travail. La mentalité constituant l'une des composantes principales de la personnalité, il convient d'analyser les valeurs fondamentales que chaque équipier porte au fond de lui.

Dépassant les niveaux de l'individu et du groupe, chaque équipe s'intègre dans une organisation possédant, elle aussi, son système de valeurs, sa culture d'entreprise. Selon Walter Wriston*, membre de la direction de la firme Citicorps, les valeurs sont essentielles pour qu'une société fonctionne sans heurt. Sa réflexion illustre la nécessité de créer un environnement fondé sur des valeurs auxquelles le personnel adhère:

« Chacun de nous, au sein de l'entreprise et dans sa propre vie, se fixe des points de repère... Une firme n'est rien d'autre qu'une somme d'individualités qui s'éparpillent dans tous les sens si elles ne sont pas canalisées. Pour unifier cette pluralité, il faut nécessairement que la philosophie de l'entreprise repose sur des valeurs partagées par tous. Prenons l'exemple du système de direction collégiale; il suppose que les gens se fassent mutuellement confiance et se fondent sur des conceptions et des procédures communes. »

*** cité dans du Projet d'Entreprise à l'Engagement Personnel, le sens de la mission, Campell A., Devine M. Young D., Editions d'Organisation, 1992**

LES CONFLITS LATENTS DE VALEURS

Quel état d'esprit !

↔

Quelles mœurs !

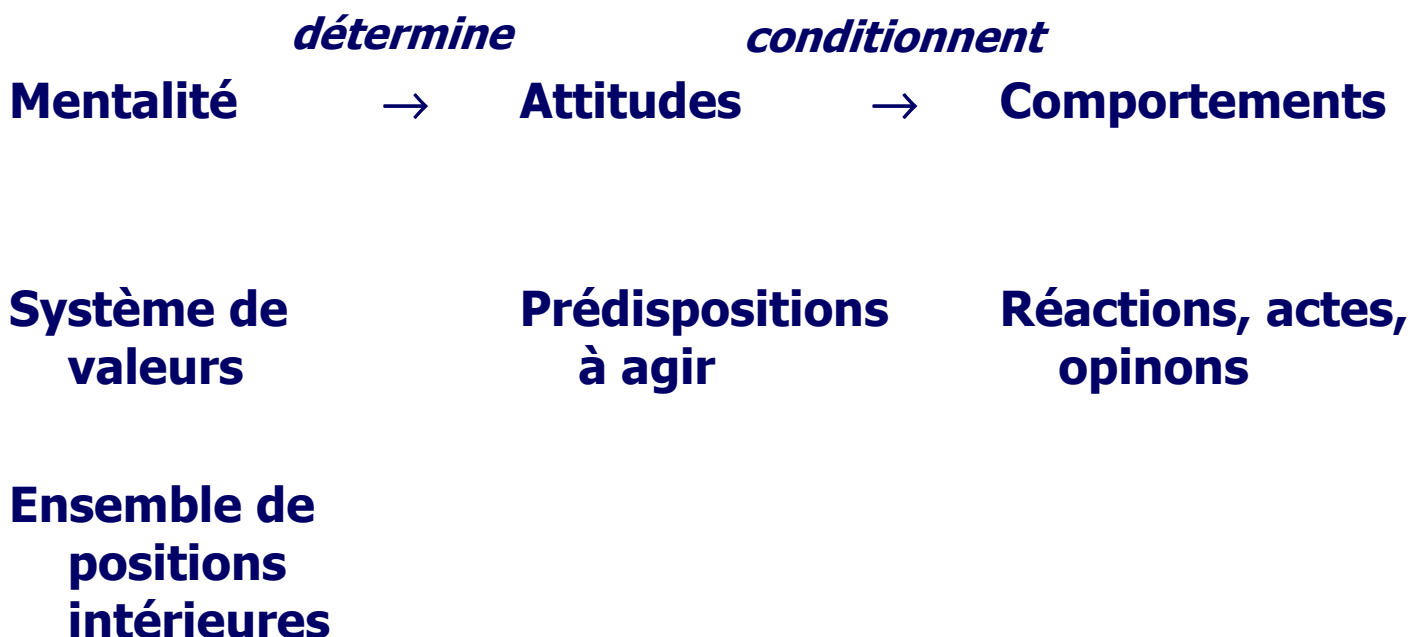
Quelle mentalité !

↔

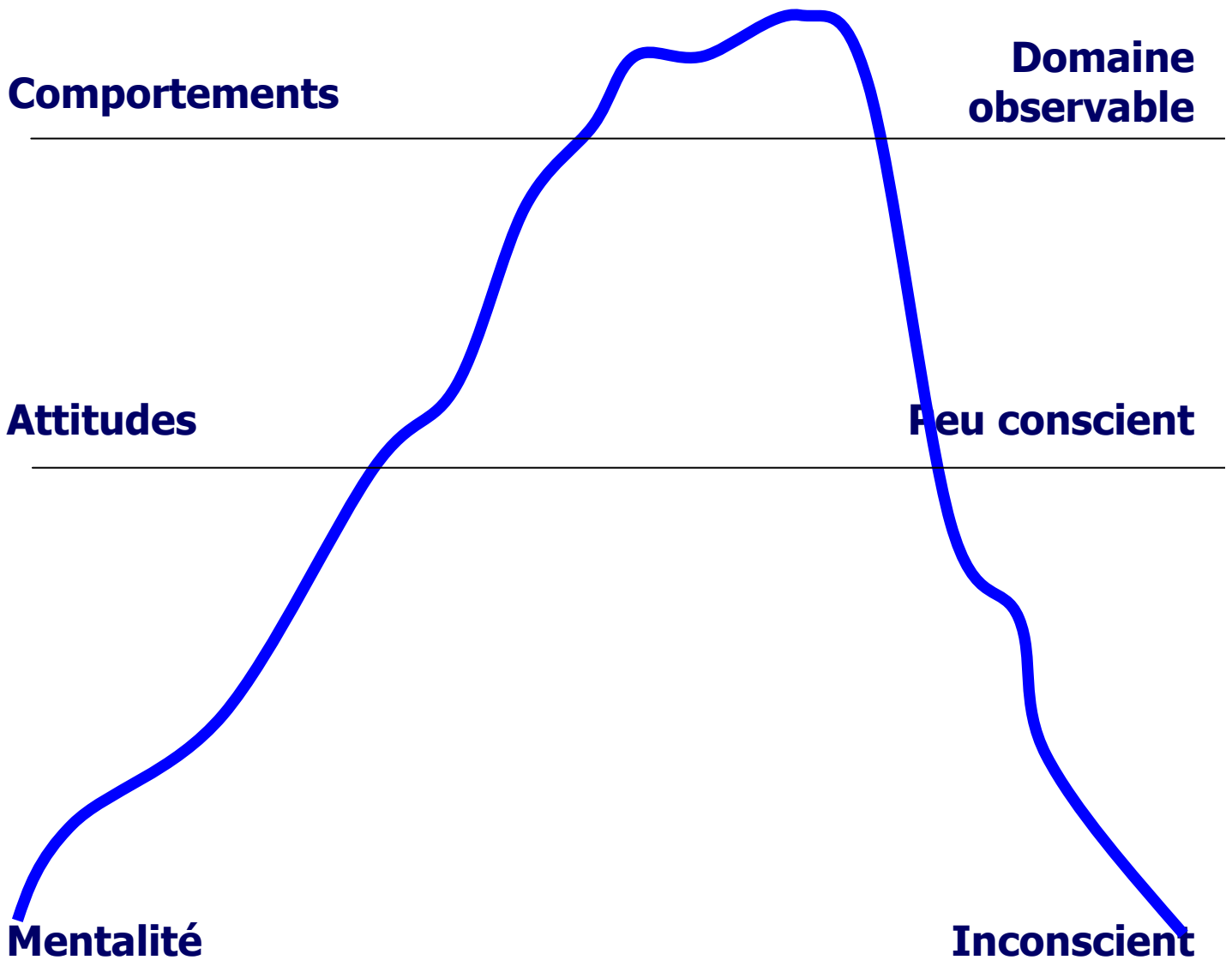
Quelle conduite !

Impression de dépaysement mental, de se trouver avec quelqu'un d'un autre milieu culturel: un étranger culturel, d'une autre nationalité mentale.

Enchaînement Valeurs – Attitudes – Comportements



L'iceberg



Définitions

Valeurs: positions intérieures relativement stables (principes, croyances, jugements, normes, concepts...)

Mentalité: système de valeurs formant une structure mentale, une logique propre. Chaque individu perçoit et interprète son environnement par l'intermédiaire de ce système de référence. Ce dernier détermine son état d'esprit, ses intentions, ses attitudes.

Attitudes: prédispositions à agir de façon systématiquement favorable ou défavorable face à un événement du monde, un objet de l'attitude (une attitude se définit face à...)

Exemple: L'interdiction d'ouvrir les magasins le dimanche.

Décodages divers:

- une atteinte à la liberté d'entreprendre
- une protection du droit des travailleurs
- le respect du jour du Seigneur

Le don de sang

(mai 2003)

**81% des français
se disent prêts à
donner leur sang.**

**Seulement 4%
font le geste.**

Attitude



Comportement

Comportements: ensemble de réactions, actes, opinions en situation et observables.

Exemple: La société de consommation

1er discours

La fonction de consommation joue 2 rôles *considérables*:

Premièrement, elle est à l'*origine* de la *multiplication prodigieuse* de produits *utiles* dans nos économies *développées*.

Deuxièmement, la fonction de consommation est un *élément essentiel* du *système* économique.

Etant donné l'*importance* des investissements et des volumes de production *espérés*, l'*activité* peut se réaliser grâce à la consommation qui *réussit* le bouclage final.

2ème discours

La fonction de consommation joue 2 rôles *redoutables*:

Premièrement, elle est la *cause* de la *prolifération* incroyable de produits *futiles* dans nos économies *essoufflées*.

Deuxièmement, la fonction de consommation est un *rouage obligatoire* du *mécanisme* économique.

A cause du *poids* des investissements et des volumes de production *planifiés*, la *machine* ne peut tourner que si la consommation est *forcée* au bouclage final.

LA ROSE DES VALEURS

La rose des valeurs

Un test positionne la mentalité des participants sur la rose des valeurs. Ce travail est fait en séance.