



L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs

De Ellipses Marketing

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs De Ellipses Marketing

 [Download L'Entreprise humaniste : Le management par les val ...pdf](#)

 [Read Online L'Entreprise humaniste : Le management par les v ...pdf](#)

L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs

De Ellipses Marketing

L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs De Ellipses Marketing

Téléchargez et lisez en ligne L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs De Ellipses Marketing

352 pages

Extrait

Extrait de l'introduction

Les entreprises évoluent et les préoccupations de leurs dirigeants également, le rôle de l'entreprise n'étant plus simplement de produire un bien ou un service. Cette fonction première fait dorénavant partie d'un cadre plus large, celui de la responsabilité sociétale des entreprises. C'est pourquoi la place des femmes et des hommes qui les composent est en pleine mutation et que certaines entreprises ont déjà compris qu'ils étaient leur richesse première. Alors, l'humain serait-il en train de prendre la première place ? Pas tout à fait et le chemin sera long. Pour ceux qui ont envie d'une entreprise plus humaniste, ce livre aux apports de multiples consultants vous fera vous poser les bonnes questions et l'exemple concret de Châteauforn' vous permettra de réaliser que l'entreprise humaniste peut exister !

Mais, avant tout, je vais laisser Philippe Bloch vous conter en quelques mots Châteauforn' :

«Zéro indifférence envers les participants des séminaires. Zéro souci pour les organisateurs. Et zéro stress pour les animateurs. En décidant de recevoir les gens "comme à la maison" dans de magnifiques demeures (et souvent des châteaux) à une heure des grandes capitales, Jacques Horovitz et ses Châteauforn' ont ajouté au "tout est compris " le "tout est possible ". Des valeurs universelles (convivialité, simplicité, générosité), des ingrédients simples : un "vrai" couple aux commandes, un chef, une équipe et quelques convictions partagées par tous. Il faut aujourd'hui selon lui "Bien conquérir" (aide-moi à acheter), "Bien servir" (mes attentes sont satisfaites) et "Bien fidéliser" (Montre-moi que tu m'aimes). Pas besoin d'inspecteurs qualité, les clients s'en occupent grâce à leurs "coups de coeur" et leurs "coups de gueule". Si l'un d'entre eux emporte un peignoir "par inadvertance", on lui en propose un pour son épouse plutôt que de l'accuser. Le siège de l'entreprise s'appelle la "Maison de Famille", laquelle mesure chaque mois la satisfaction des sites quant à la qualité des services qu'elle leur délivre. Convaincu que le marketing "interne" précède toujours le marketing "externe" (impossible de bien vendre en externe si ce n'est pas bien vendu en interne) et "qu'il ne faut jamais punir le client de nos propres erreurs", Jacques Horovitz pense qu'il vaut mieux "ne rien faire que de faire des choses petites", et que mieux vaut "multiplier les relations que les transactions". Partant du principe que "le problème d'avoir un patron, c'est qu'il a toujours un avis... et rarement le même que le sien !", il explique aux couples d'hôtes qu'il recrute (sur la base de cent soixante questions), et qui sont nécessairement cooptés par cinq autres couples d'hôtes, que leur seul patron est le client. Tout au long de leur formation au sein de "l'école volante", le couple d'hôtes ne connaît pas la maison où il va finalement s'installer, afin qu'il continue à apprendre. And last but not least, aucun couple d'hôtes ne reste jamais en poste plus de trois ans. Car au-delà de cette limite, impossible de ne pas tomber dans la routine et de continuer à voir son quotidien avec l'oeil du client. Parmi tous les enseignements que l'on peut retirer d'une entreprise aussi atypique, sans doute celui-ci est-il l'un des plus efficaces et des plus faciles à mettre en oeuvre. Difficile en effet de s'enthousiasmer pour chaque client et de faire constamment preuve d'énergie une fois que la monotonie s'est installée. Étudiez depuis combien de temps chacun de vos collaborateurs occupe son poste, et organisez un séminaire chez Châteauforn' avec vos managers pour étudier ce que vous pourriez proposer de nouveau et de différent pour chacun d'entre eux. Vous prendrez au passage une superbe leçon de service !» Présentation de l'éditeur

Qu'est-ce qu'une entreprise humaniste ? C'est une entreprise qui a fait le choix du management par les valeurs plutôt que par les règles, et qui met les hommes et les femmes au coeur de l'entreprise au lieu de la performance. Une équipe de vingt-six consultants dévoile dans cet ouvrage les clés pour comprendre, mettre en place et faire vivre cette nouvelle forme de management, illustrée par des exemples concrets d'expériences

réussies. En fin de compte, Jacques Horovitz présente les pratiques mises en place chez Châteauform', cette entreprise atypique qui offre des sites entièrement dédiés aux séminaires d'entreprise avec un accueil « comme à la maison ». Dirigeants, managers, responsables RH, créateurs d'entreprise, ainsi qu'étudiants, découvriront ici en quoi le management classique a atteint ses limites et comment instaurer de nouvelles pratiques et de nouvelles valeurs au sein de l'entreprise. Les auteurs Frédéric Beaud Bernard Benattar Michel Calef Sandra Chauvin Véronique Cherki Philippe Cosson Pierre Daems Nicole Danon Stéphane Flahaut Hervé Franceschi Olivier Herold Pierre-Arnaud Juin Victoire Lejuste Régine Lepage Claire Lustig-Rochet Patrick Minod Béatrice de la Perrelle Agnès Poirier Jocelyn Rémy Martine Renaud-Boulart Brigitte Romagné Étienne Roy Sandra Sadat Annie Sarthe-Innocenti Édouard Stacke Gill Webb Biographie de l'auteur

Jacques Horovitz est expert dans les domaines de la satisfaction client et de la qualité de service. Après avoir enseigné la stratégie et l'organisation à l'ESCP-Europe, l'ESSEC, HEC, l'INSEAD et plus récemment à l'IMD de Lausanne, il a quitté l'enseignement pour l'entreprise : Club Med USA, Disneyland Paris, Grand Vision, dont il a été directeur général. Il crée Château form' en 1996 et depuis 2011 s'y consacre à 100 %. il a publié une quinzaine de livres sur le service client, la stratégie d'entreprise et le leadership, traduits dans de nombreuses langues.

Download and Read Online L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs De Ellipses Marketing #N6T5LA3DE0J

Lire L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs par De Ellipses Marketing pour ebook en ligne
L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs par De Ellipses Marketing Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs par De Ellipses Marketing à lire en ligne.
Online L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs par De Ellipses Marketing ebook Téléchargement PDF
L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs par De Ellipses Marketing Doc
L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs par De Ellipses Marketing Mobipocket
L'Entreprise humaniste : Le management par les valeurs par De Ellipses Marketing EPub

N6T5LA3DE0JN6T5LA3DE0JN6T5LA3DE0J