

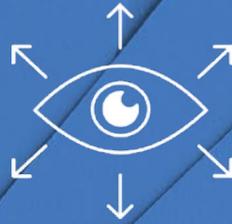
Le Visioning :

Qu'est-ce que le Visioning ?
Elaborer la Vision d'une entité.
La démarche de Visioning.
Les composantes de la Vision.

Analyse de la Valeur

Design thinking



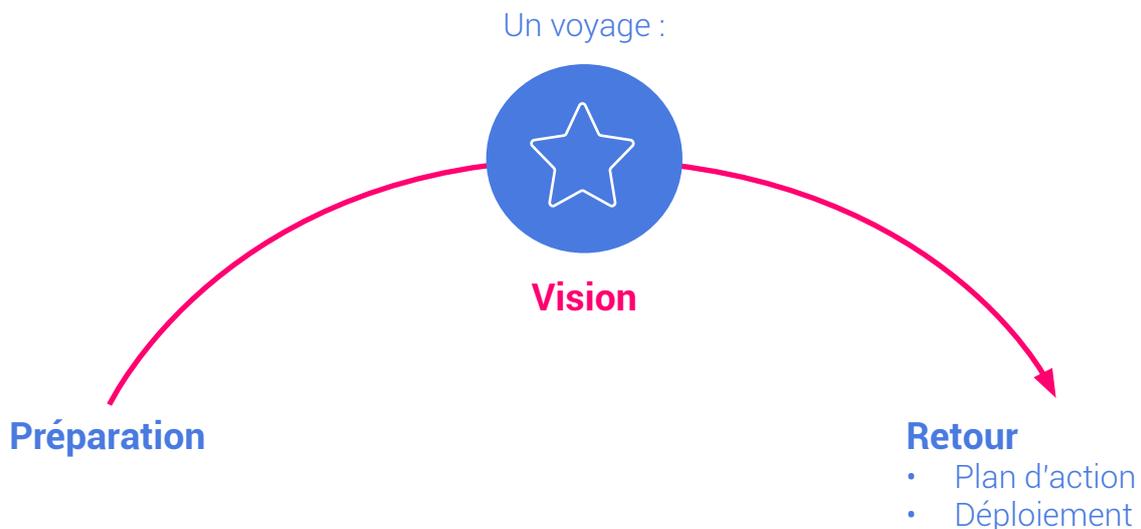


Le Visioning :

Qu'est-ce que le Visioning ?



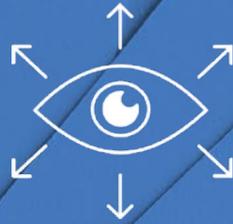
C'est le processus d'élaboration de la VISION, du futur rêvé, de l'image idéale de l'organisation.



Cette VISION représente le cap, l'étoile du berger qui, illuminant l'ensemble de l'organisation, la guidera vers son futur.



Toutefois cette vision ne vaudra que si elle est partagée par l'ensemble de l'organisation, afin de devenir pour chacun un guide de l'action.

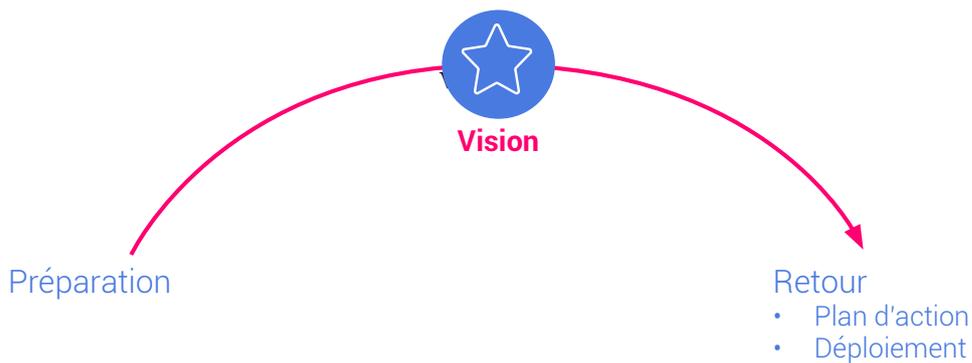


Le Visioning :

Elaborer la Vision d'une entité,
définir son «futur rêvé».

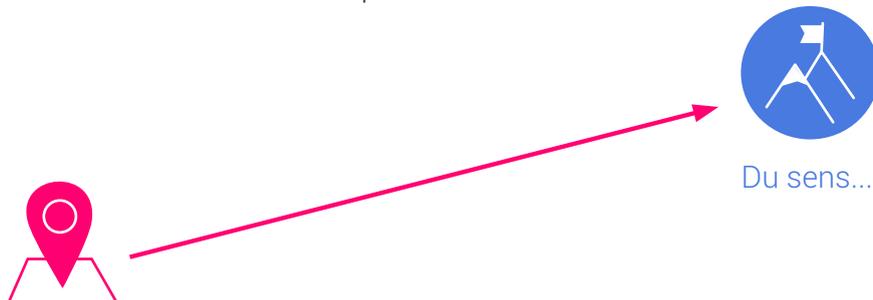
Un voyage :

Processus de construction de la vision par lequel on imagine la réussite future et on décrit les étapes franchies pour atteindre le succès. Expérience collective qui pose les fondations et la feuille de route de l'entité future



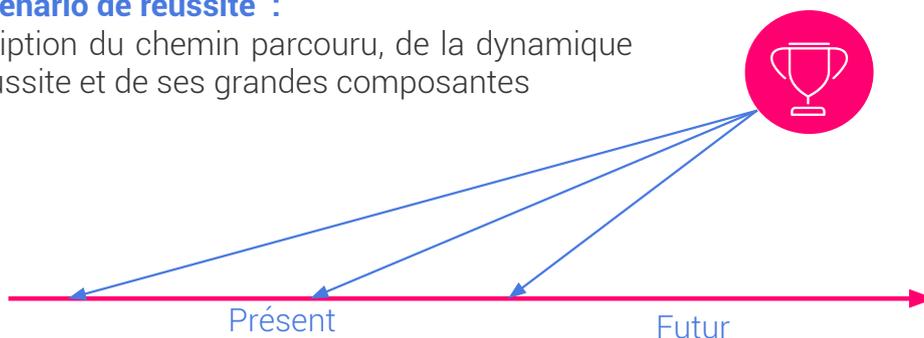
Un futur rêvé :

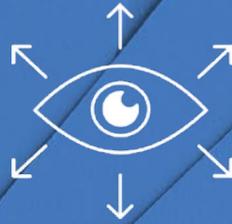
Projection du futur de l'entité à long terme – 3 à 5 ans ou plus selon le domaine d'activité – pour lui donner du sens



Un scénario de réussite :

Description du chemin parcouru, de la dynamique de réussite et de ses grandes composantes





Le Visioning :

La démarche de Visioning

Un besoin :

Chaque fois que l'on veut **créer** et **mobiliser** des **énergies** avant une réflexion stratégique, dans les phases initiales des projets importants, dans les périodes de changements importants.

Un voyage en 3 phases :



PRÉPARATION :

apprécier le présent, réécrire le passé pour mieux retrouver ses racines, scruter l'environnement futur.



VISION :

rêver l'entreprise à long terme - au moyen d'outils projectifs et créatifs pour construire les composantes de la vision



RETOUR :

en se plaçant dans le futur, imaginer le chemin parcouru - se confronter à la réalité - imaginer des plans d'action, s'engager sur les premiers pas.

Des résultats :



Vision et stratégie validées



Rôles, postures et comportements définis et partagés



Modalités de déploiement



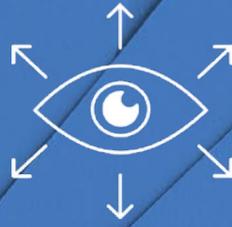
Ambition et facteurs de réussite énoncés



Initiatives prioritaires

« Une vision sans action n'est qu'un rêve, agir sans vision est morne et ennuyeux, agir avec vision est l'espoir du monde »

Lu dans une église du Sussex, 1730



Le Visioning :

Les composantes de la Vision



VOCATION

Mission, cœur de métier sur lequel l'Entité veut être reconnue, souvent complété par des précisions sur les produits /activités /marchés.



AMBITION

Position que l'Entité veut avoir sur son marché.



CLIENTS CIBLES

Cœur de cible de l'Entité à l'horizon de la vision.



VALEURS

Façon dont l'Entité veut réaliser sa vocation et les limites qu'elle se donne : place dans l'environnement écologique, économique, social, culturel.



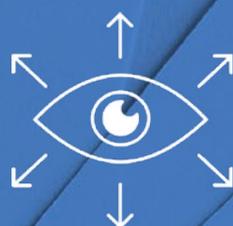
IMAGE

Manière dont l'Entité veut être perçue.



ORGANISATION, FONCTIONNEMENT, FACTEURS CLES

Moyens dont l'Entité se dote pour mettre en œuvre sa vision avec succès.



Si vous souhaitez plus
d'informations :

creergie.fr

Nous
contacter