



Mon MBA Express avec Singapour Live : Vision, mission et stratégie d'entreprise : comment s'y retrouver ?

Singapour Live éclaire quelques notions de business et comment elles s'appliquent à Singapour. Même si l'on parle souvent de stratégie et d'objectifs dans une organisation, un certain flou demeure sur ce que cela

recouvre.

Finalement, on passe davantage de temps à faire des choses à court terme qu'à comprendre le sens de notre travail à long terme.

Quelques définitions

La vision est la **future réalité** que l'entreprise souhaite voir à travers le monde, pour ses clients et pour elle-même. C'est le « **pourquoi** ? ». Une vision est mobilisatrice et est toujours liée aux autres.

La **mission** est **ce que fait l'entreprise** pour construire cette future réalité. C'est sa **raison d'être**. C'est le « **qui (sommes-nous)** ? »



La vision, et aussi la **mission**, sont comme les **fondations** d'une maison : elles sont **stables** et solides, et le reste de la **construction** va s'y poser étape par étape. Ces **étapes**, avec les **objectifs**, sont planifiées sur les **court et long termes** dans le cadre de la stratégie.

La **stratégie** d'entreprise désigne **les plans** et les choix d'allocation de **ressources** en vue de réaliser les objectifs qui vont contribuer à construire la vision. C'est le « **comment faire?** ». Les axes de stratégies classiques cherchent en général à **assurer la rentabilité, la pérennité, le développement**

commercial, et **l'épanouissement** des salariés.

Si l'on considère que la stratégie est le plan d'action qui mène aux objectifs, **les tactiques** sont plutôt les étapes concrètes et individuelles qui permettront d'avancer dans leur réalisation. C'est le « **quoi faire ?** ».



La communication

Ecrire et partager sa stratégie est **capital**. Il faut commencer par définir sa base, à savoir, la vision et la mission, puis viennent ensuite les plans et les objectifs.

Dans beaucoup d'organisations, tout ceci n'est **pas toujours très clair**, ce qui peut entraîner une **défaillance** dans la communication interne et externe, et aussi une **perte de sens** pour les salariés. Si les **salariés** travaillent uniquement pour leur paye à la fin du moins, ils seront plus **volatils** et prêts à changer d'entreprise pour un meilleur salaire. En revanche, s'ils ont l'impression de contribuer à quelque chose de grand et de beau, ils seront plus hésitants à changer.

Des projets ? Oui. Des objectifs ? Oui, à court terme, presque toujours. Mais parfois pas de vision, pas de stratégie.

Quelle est notre **raison d'être**, notre **ikigai** comme disent les Japonais ? Pourquoi bâtir une vision et comment ?

La **communication** doit être simple et **claire**. N'utilisez **pas de jargon** ou d'acronymes. Comme disait Albert Einstein, « si vous ne pouvez expliquer un concept à un enfant de six ans, c'est que vous ne le comprenez pas complètement. »



Comment faire ?

Voir les choses **en grand** est un état d'esprit. Si je ne vois pas grand, je resterai petit et ma société avec. Avoir une grande idée, suppose aussi la **bâtir** et donc **établir une stratégie** : il faut clarifier sa mission puis, pour avancer dans la vision, **planifier qualitativement** et **quantitativement** les étapes et les objectifs, faire un business plan à **long terme** et à **court terme**. A **chaque étape** majeure, il faudra

vérifier si on avance dans la **bonne direction**, tout en étant suffisamment souple pour **ajuster** la stratégie en fonction des facteurs externes à l'entreprise.

Une vision sans stratégie restera une idée virtuelle.

Et une stratégie sans vision se résume souvent à « je veux faire un maximum d'argent et revendre la société dans 3 ans », ce qui peut arriver à Singapour comme ailleurs. Pas facile de mobiliser les employés dans ce projet où ils ne vont pas se sentir très impliqués.



Un exemple

Prenons un exemple. Je crée une société qui vend du ginko biloba biologique. Ma vision est « Améliorer la santé des gens en utilisant des produits naturels pour se soigner et pour améliorer leur bien-être ». Ma mission est « Devenir la référence et le leader du marché en Asie du Sud Est pour le ginko biloba bio ». Ma stratégie est « Bâtir une marque leader en Asie du Sud Est, basée sur 1) des partenariats solides avec des producteurs responsables, 2) des réseaux de distribution qui font la promotion des produits naturels, 3) une communication ciblée sur les réseaux sociaux en partenariat avec les sites et les influenceurs de santé au naturel. »



Références et inspiration

Stratégie Océan Bleu est un livre qui vous aidera à construire votre stratégie si vous démarrez une activité nouvelle. **The 1 Page Business Strategy** vous donnera des idées concrètes pour planifier et suivre l'exécution de votre stratégie.

Mon MBA Express avec Singapour Live : Vision, mission et stratégie d'entreprise : comment s'y retrouver ?

Je recommande pour la vision et la mission de regarder les **TED** ou de lire les livres de **Simon Sinek**, en particulier **Start With Why** et **The Infinite Game**, qui ont été traduits en français. La vision de Simon Sinek est de créer un monde dans lequel la majorité des gens font un travail qui les passionne. Ce que je nous souhaite à tous.

LIRE MON MBA AVEC SINGAPOUR LIVE 1ère partie : Donner du feedback et avoir des conversations difficiles au boulot

LIRE MON MBA AVEC SINGAPOUR LIVE 2ème partie : coaching et mentoring

Marie-Hélène Mansard