

LA TÉLÉVISUELLE

Le Changement POUR TOUS

L'INTRODUCTION DU CHANGEMENT AU TRAVAIL COMME DANS LA VIE PRIVÉE.

Une télévisuelle qui fait découvrir ce que font la plupart des personnes qui ont du succès, les résultats qu'elles obtiennent et la pensée stratégique soutenant leurs actions. Elle introduit plusieurs idées créatives de changement, tout en fournissant des conseils, étape par étape, sur la façon de mettre en application des stratégies semblables autant dans la vie personnelle qu'au travail.

Afin de poursuivre dans la même veine que le livre « Le changement POUR TOUS », le parallèle entre le papillon et l'humain servira de fil conducteur.

En ce début de 21^e siècle ou tous devons relever le défi d'un environnement plus sain, d'utiliser l'exemple harmonieux de la transformation du papillon, afin d'offrir aux téléspectateurs une approche des plus terre à terre, permettra assurément à ces derniers d'entamer une réflexion sur les changements qu'ils doivent reconnaître, comprendre, accepter puis exécuter.

La mise en contexte est bien importante lorsque l'on traite du changement. Pour ce faire, les téléspectateurs se retrouveront en début de segment soit dans un lieu historique, touristique, commercial ou industriel. Cette façon de procéder, permettra d'introduire les changements du passé, afin de mettre en perspective les actions déjà entreprise pour mieux engager le sujet traité durant le segment.

La participation de spécialistes et de gens qui ont vécu le changement sera le moyen de transmettre aux téléspectateurs les façons de faire qui ont fait leurs preuves. L'approche académique sera rarement utilisée.

Pour faire un succès de la télévisuelle, il faut que les gens se retrouvent parmi l'information dispensée. Les sujets traités doivent enclencher la réflexion chez les téléspectateurs et ainsi initier la recherche de pistes de solutions.

Il est dans la nature de chacun de s'assurer d'aller dans la bonne direction. L'utilisation de citations de personnalités références permettra non seulement de renchérir l'information diffusée, mais aussi de faire connaître des gens qui ont fait une différence. Des personnages qui ont fait l'effort de reconnaître, de comprendre et de poser des actes évolutifs autant par leurs écrits que par leurs actions.

Redécouvrir les Churchill, Rousseau, Darwin, Shaw, Kennedy, Bonaparte, Aristote, Confucius, Lincoln, Deming par leurs réflexions et actions est un excellent moyen d'intéresser les téléspectateurs en plaçant un visage sur ceux qui n'ont pas hésité à changer le monde. Une télévisuelle qui se doit d'être porteuse d'une culture souvent oubliée, permettant aux téléspectateurs de mieux comprendre où nous en sommes aujourd'hui, afin de façonner notre futur pour le meilleur.

Souvent des trucs et astuces aideront la compréhension et au renforcement de l'information dispensée. Une touche d'humour sera aussi déterminante, afin de permettre aux téléspectateurs de poursuivre leur réflexion de façon joviale et non préoccupante.

Les sujets traités lors des quatorze (14) segments composant la télévisuelle.

1- La résistance au changement: Le parallèle entre le papillon et l'humain et les questions que nous devons nous poser face au changement en ce début de 21^e siècle serviront d'introduction à ce segment et à la télévisuelle. Le but de celle-ci est de sensibiliser les téléspectateurs sur les tendances économiques, technologiques, sociales et politiques à venir bientôt.

Pour ce faire, des questions telles que: Sommes-nous prêts à affronter les situations? Comment éviter de devenir désuet? Le changement une opportunité? Le changement, évolution ou révolution? Qui est un agent du changement? Le changement peut-il être géré?

Une centrale permettant de valoriser l'évolution technologique Hydroélectrique des derniers 100 ans pourra facilement servir de théâtre pour introduire des spécialistes expliquant les embûches du changement ainsi que les bénéfices qui en suivent une fois harnachée.

2- L'implantation du changement: Le côté humain est souvent négligé lors de l'implantation du changement. Pourtant, ce côté influence grandement la réussite du projet.

Dans la plupart des cas, toute l'énergie est dispensée à créer la machine. Le processus ou la méthode, en pensant, qu'elle va s'implanter par elle-même!

Ce segment a pour but de sensibiliser les agents du changement que le changement c'est une série d'actions qui débute par la question de confiance. Les questions abordées: Quelle est la marche à suivre? Y a-t-il des outils pour aider dans le processus?

Comme mise en situation, pour ce segment, nous pourrions visiter un centre d'interprétation historique ou sociaux culturel, tout en utilisant, par exemple, des spécialistes du secteur agro-alimentaire pour faire valoir les moyens évolutifs prônés par cette industrie en perpétuelle mutation.

3- La transformation continue: Les conjonctures économiques, compétitives, sociales et politiques évoluent à une rapidité effarante, et les prétentions et les pratiques d'hier ne fonctionnent plus. Il doit y avoir innovation, et l'innovation signifie ré-imaginer et pour ce faire, il doit y avoir transformation continue.

Le transport a joué un rôle crucial dans l'ère industrielle et au 21e siècle il deviendra le moyen de matérialiser les réseautages économiques, technologiques, sociaux et politiques mondiaux.

L'invitation d'un grand transporteur ou manufacturier soit ferroviaire ou aérien permettra assurément de démontrer la place de l'innovation dans le cadre d'un programme de transformation continu.

Nous soulèverons des questions telles que: Les gestionnaires reconduisent-ils simplement des pratiques d'hier plutôt que d'innover, afin de réaliser les succès de demain? La transformation personnelle et organisationnelle est-elle prise en compte? Y a-t-il une méthode pour gérer la transition? Un programme de transformation continue?

4- La gestion des conflits: Qui dit changement, dit potentiel conflictuel. Pour chaque changement proposé, bon ou mauvais, une opposition se fait sentir, un conflit se prépare.

Dans un processus de changement, il y a toujours des gens qui se sentent menacés et d'autres qui craignent de perdre leurs privilèges. Par conséquent, le changement génère toujours de l'opposition.

Le mot conflit est synonyme de querelle, discorde, antagonisme, divorce, litige, haine et souvent guerre. Pour démontrer l'évolution de la gestion des conflits quoi de mieux que d'utiliser des centres d'interprétation historique de la santé et militaire.

Les questions abordées: Comment gérer les conflits? Doit-on essayer de les éviter? Un conflit non réglé peut-il avoir des conséquences catastrophiques? Les avantages des conflits?

5- Les nouveaux Leaders: Le leadership est un des facteurs de succès du changement. Les leaders doivent assurer un rôle de premier plan afin d'entraîner les autres.

Par ailleurs, ces mêmes leaders peuvent faire échouer le projet s'ils travaillent contre vous. Les réflexions présentées aideront à identifier les meneurs et à les stimuler.

À partir d'un musée du patrimoine ou de la culture des interviews autant avec des gens d'affaires, des politiciens que des historiens influents permettront de guider nos leaders à en devenir, afin qu'ils puissent développer un plan d'action pour mettre dans le coup les gens de leur entourage et aller de l'avant avec le changement.

6- La peur du changement: L'élimination de la peur est nécessaire pour créer un environnement de confiance et de coopération, ingrédients essentiels à introduire pour soutenir l'effort de la qualité, de la poursuite de l'amélioration continue, de l'innovation et de la ré-imagination, afin de réaliser les objectifs que nous nous fixons autant dans la vie privée qu'au travail.

Des gens qui ont affronté des épreuves nous fourniront des témoignages qui par la suite seront placés en contexte autant par des psychologues, des psychiatres que des gens du domaine des affaires. Le secteur de la santé et en particulier l'industrie pharmaceutique pourront assurément interpréter grâce à leurs recherches ce mécanisme de protection qu'est la peur.

Quelques questions soulevées: Qu'est-ce que la peur du changement? À quoi sert la peur? Comment reconnaître la peur? Comment apprendre de vos erreurs?

7- Le concept d'équipe: Les nouveaux leaders savent maintenant que, pour profiter du plein potentiel, ils doivent puiser dans l'immense réservoir que représentent les talents, connaissances, expériences et énergie de leur équipe.

Via une usine de produits alimentaires ou industriels, nous démontrons les éléments pour livrer au public un produit de qualité d'une part et de l'autre, nous pourrions observer comment une équipe canalise l'énergie des jours pour favoriser le jeu d'équipe.

Des questions seront soulevées: Quelles sont les caractéristiques d'une équipe efficace? Êtes-vous toujours concurrentiels? Comment maintenir en vie un changement grâce au concept d'équipe? C'est quoi une organisation du savoir?

8- Comment communiquer: Dans la vie, comme dans toute organisation, la communication est un processus vital. Sans un niveau de communication adéquat, les échanges d'idées, de techniques ou d'informations sont difficiles et inefficaces.

Peu importe le milieu, lorsque l'information ne circule pas, la créativité, la valorisation et la participation sont remplacées par une compétition malsaine, l'isolement et l'ignorance.

Les chefs d'entreprises, les politiciens, les religieux et les publicistes exploitent les méandres de la communication depuis belle lurette. Quoi de mieux que le déroulement d'une campagne de publicité expliqué par une entreprise de fabrication de biens de consommation.

Les questions pouvant être abordées: Pourquoi communiquer? Comment faire? Quoi dire et comment le dire? Dans quel ordre distribuer l'information?

9- L'innovation: L'innovation ne se retrouve pas seulement chez les grands, mais très souvent dans la petite et moyenne entreprise. D'ailleurs on y retrouve fréquemment les innovations les plus imaginatives et ingénieuses.

Une visite d'une agence spatiale en toile de fond pour démontrer que l'innovation c'est souvent de faire un petit pas pour faire avancer l'humanité. Des interviews avec des inventeurs, des financiers et des marketers pour aider les gens à comprendre les étapes, afin de profiter de l'innovation dans un contexte de mondialisation.

Tous aujourd'hui se posent comme questions: Comment identifier des opportunités de projet d'innovation? Qu'est-ce qu'une innovation? La recherche, le développement et l'innovation? Comment savoir si le changement réussira?

10- Les règles du succès: Qu'il s'agisse d'une compagnie, d'une oeuvre de charité, d'une association sportive, d'un gouvernement, d'une église, d'une mission sociale ou de gestion soit militaire ou ménagère, ceux qui réussissent comprennent et appliquent bien les règles fondamentales du succès.

Des gens qui ont connu le succès dans leur domaine, industriels, professionnels ou travailleurs sociaux viendront nous donner la définition des règles qu'ils ont respectées pour connaître le succès.

11- La valeur concurrentielle: La concurrence nous pousse à aller au devant des exigences du marché et à prendre tout de suite des décisions que nous serions de toute façon obligés de prendre plus tard.

Si on cherche à évaluer notre compétitivité face à la concurrence, on retrouve inévitablement des éléments tels que: l'humain, l'expertise, l'excellence, les coûts, le rendement, les risques etc.

La visite d'un grand détaillant de produits de consommations mettra assurément en perspective les défis des responsables de demain qui ne seront pas des spécialistes. Ils auront l'expérience de plusieurs fonctions autant sur le terrain que de directions, et sans doute dans plusieurs branches d'activité.

12- Fonctionne ou échoue: La participation, l'entraide, l'intérêt et l'équipe sont les éléments qui vous mèneront sur la bonne voie. Ce sont des concepts que vous devrez faire adopter par tous car la réalisation du changement dépend d'eux.

Dans le contexte d'un musée d'interprétation de l'art, des conseillers en organisation pourront nous guider dans la planification, le contrôle des opérations, la diffusion de l'information, la formation nécessaire et les moyens pour faire participer et entre autre, comment reconnaître les efforts de chacun.

Les questions pouvant être abordées: Qu'est-ce qui fait que le changement fonctionne ou échoue? Que faire, si vous échouez lors de votre première tentative? Comment faire face à l'échec? Êtes-vous préparé en cas d'échec? Les projets de changement flanchent, pourquoi?

13- En mouvement: L'importance de la connaissance dans la création de la richesse s'est solidement développée et franchie de plus en plus de frontières. De plus en plus de gens se branchent à ce réservoir planétaire de cerveaux toujours plus accessibles et en perpétuelle évolution. En conséquence, nous tous riches ou pauvres, devons constater que nous devons vivre et travailler cette nouvelle révolution ou ses répercussions.

Les industriels des grandes sociétés comprennent bien l'importance de la connaissance. Des interviews avec des ingénieurs industriels dans le cadre de leur travail et des travailleurs de l'économie du 21^e siècle formé pour y travailler, nous ferons part des réflexions qu'ils ont entamées il y a déjà quelque temps.

Sommes-nous à la croisée des chemins? Les enseignants devant la réalité du 21^e siècle? Faut-il ré-imaginer nos façon de faire? Les forces en mouvement?

14- Se démarquer: Se démarquer c'est bien simple. C'est faire des efforts, des efforts et toujours des efforts!

C'est faire des efforts pour comprendre ce qui se passe sur la planète. C'est lire sur le plus grand nombre de sujets, puis questionner et encore questionner. Car si l'on ne sait pas d'où on vient, comment savoir où on s'en va!

Comme mise en situation, pour ce segment, nous visiterons une institution financière qui nous introduira à des entrepreneurs de petites et grandes entreprises qui ont su se démarquer.

Des questions soulevées: Comment se démarquer? Sommes-nous si différents? S'asseoir sur ses lauriers? Des tendances qui valent des milliers de dollars? Sommes-nous tous des vendeurs?

En conclusion: En fin de ce dernier segment, une rétrospective de l'information reçue, des sites et entrevues, mais aussi d'inviter les téléspectateurs à poursuivre!

Comme chez le papillon, il faut continuellement se transformer, évoluer, mais, avant tout, la différence entre le papillon et l'homme se retrouve dans sa capacité d'imaginer et même plus encore de pouvoir ré-imaginer!



2120 Sherbrooke Est, suite 1113,
Montréal, Québec, Canada H2K 1C3

www.webtechmanagement\wisewhiz