

# La Lettre

MARQUE  TEAM



**Le prix de la croissance**  
*En grandissant les entreprises perdent en agilité et en connexion. Le siège est loin des clients, une distance s'établit nécessairement entre la tête de pont et les équipes. Les liens de causalité se distendent. Une décision met du temps à se répercuter sur le terrain de l'action. Les directions peuvent avoir l'impression que leur stratégie n'a pas été communiquée ou comprise par les équipes. Les équipes ont parfois le sentiment que l'entreprise devient une usine à gaz écrasée par les process et les réunions. Les collaborateurs disent ne plus avoir le temps de faire leur métier. Ils manquent de retour sur leurs initiatives personnelles ou leurs comportements. Des dirigeants nous parlent de « mur de verre » entre la direction et les équipes.*

Retrouvez-nous sur :  
 notre site

[www.marqueteam.com](http://www.marqueteam.com)

ou sur les réseaux

Linked in

<http://fr.linkedin.com/in/marqueteam>

Viadeo

<http://www.viadeo.com/fr/profile/marie.wiriath>

Revenons aux fondamentaux

## Simplifier et déléguer

**L'entreprise peut elle conserver son agilité, tout en poursuivant sa croissance ?**

### 1. Redonner du poids aux dirigeants locaux

Une centralisation à outrance génère a priori des économies, mais peut cependant avoir des répercussions en termes de qualité, de services, et d'adéquation à la demande. Face aux économies chiffrées, il faut estimer le coût et le manque à gagner de la distance perçue localement. Une agence régionale, ou un magasin de réseau pourra bénéficier du soutien de la commune, et d'une plus grande loyauté des clients, en agissant au niveau local. Que ce soit en matière d'achat, de négociations, de partenariats, en travaillant localement l'entreprise récupère naturellement le soutien et la prescription locale. Redonner du poids et une capacité d'initiative aux dirigeants locaux est clé pour leur donner envie d'animer leurs équipes et leurs publics.

### 2. Se resserrer sur son métier

Quels sont les fondamentaux de l'entreprise ? Pourquoi les clients achètent-ils ses produits ? Que leur apporte t-elle ? Que perdraient-ils si l'entreprise disparaissait ? Voici les questions essentielles que l'entreprise ne doit pas perdre de vue. Après une période marquée par les process, et la conceptualisation de tout, revenons aux fondamentaux.

Un espace garderie dans un complexe culturel, du service dans un supermarché, des toilettes propres dans une station service, ou un interlocuteur identifié et connecté à son mail dans une banque peuvent faire la différence ! Une écoute qualitative et approfondie des besoins des clients, menée de pair avec une écoute des équipes au contact direct du marché, peut parfois rapidement aboutir à la mise en place de solutions.



### 3. Encourager le réseau

Il s'agit de redonner de la place au bons sens, puis à l'initiative. Encourager les collaborateurs à se prendre en main et à prendre leur téléphone ou leur mail pour vérifier une idée, trouver une solution à un problème. Toutes les réponses ne sont pas prévues dans le process, trop y figurent déjà, avec un effet pernicieux de déresponsabilisation et de démotivation de l'individu ! Le siège ne peut pas tout. la richesse d'une entreprise est faite du cumul des initiatives individuelles et non de ses process ! Il est temps de le redire.

Marie Wiriath