




START WITH THE WHY

ET ON Y TRAVAILLE QUOI ?



MODALITÉS

-  2 jours
-  5-10 participants
-  50% d'inputs du formateur
50% d'études de cas customisées / prises de parole

■ COMPRENDRE LE CONCEPT ET SES ENJEUX

Découvrir le concept de Simon SINEK « Start with the WHY »

Comprendre la nature d'un projet collectif et les différents types d'organisation

TedTalk de Simon Sinek « Start with WHY » - Les 3 cercles et leur définition

Comprendre les enjeux autour de la définition du « WHY »

La notion de parcours aspirationnel pour les parties prenantes du projet

Quels liens entre notre « produit » et notre finalité idéologique ? Quel est notre story telling collectif ?

Comprendre les théories du développement humain (pyramide de Maslow, Spirale dynamique, pratiques narratives & neurosciences) et le lien avec le WHY

■ A NOUS DE JOUER : NOTRE CERCLE D'OR

Notre structure

Carte d'identité de notre structure (type de structure, enjeux spécifiques, etc.)

Analyse des dominantes dans l'entreprise : penser/inspirer, transformer/animer, produire/délivrer

Notre « WHAT »

Quelle est notre offre ?

Valeur ajoutée au projet de l'entreprise

Notre « HOW »

Typologie des comportements valorisés, culture d'entreprise et managériale

Processus organisationnel dominant et valeur ajoutée au projet de l'entreprise

Notre « WHY »

Notre vision / nos valeurs & notre projet ?

Quelle est la dimension donnée actuellement à notre WHY : core-mission et résonances ?

Notre parcours aspirationnel et son « WHY »

■ CONCLUSION

Quelle congruence globale pour notre projet ?

Quels sont les leviers identifiés pour le temps à venir ?

POURQUOI CE TRAINING ?

Popularisé par « Simon SINEK », le concept du WHY renvoie à la raison d'être profonde d'une structure ou d'un projet.

Si le « QUOI » (ce que nous faisons) et le « COMMENT » (comment nous le faisons) sont souvent clairs, le projet idéologique (le POURQUOI) est souvent peu lisible.

Pourtant l'enjeu est énorme, l'identifier c'est se permettre de réfléchir au sens profond d'une démarche collective, créer de l'adhésion et offrir un projet clair aux parties prenantes.

Commencer par le « pourquoi », c'est donc mettre en place les conditions uniques du succès futur et de la performance collective.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Quel est le point commun entre Martin Luther King et la marque Apple ?

Selon Simon Sinek, c'est la capacité à communiquer sur le sens profond de leur démarche (le « WHY ») plutôt que sur des aspects pratiques (« le WHAT »).

Utilisé intelligemment, le concept du WHY est un superbe outil au service d'une réflexion collective et d'une communication impactante.