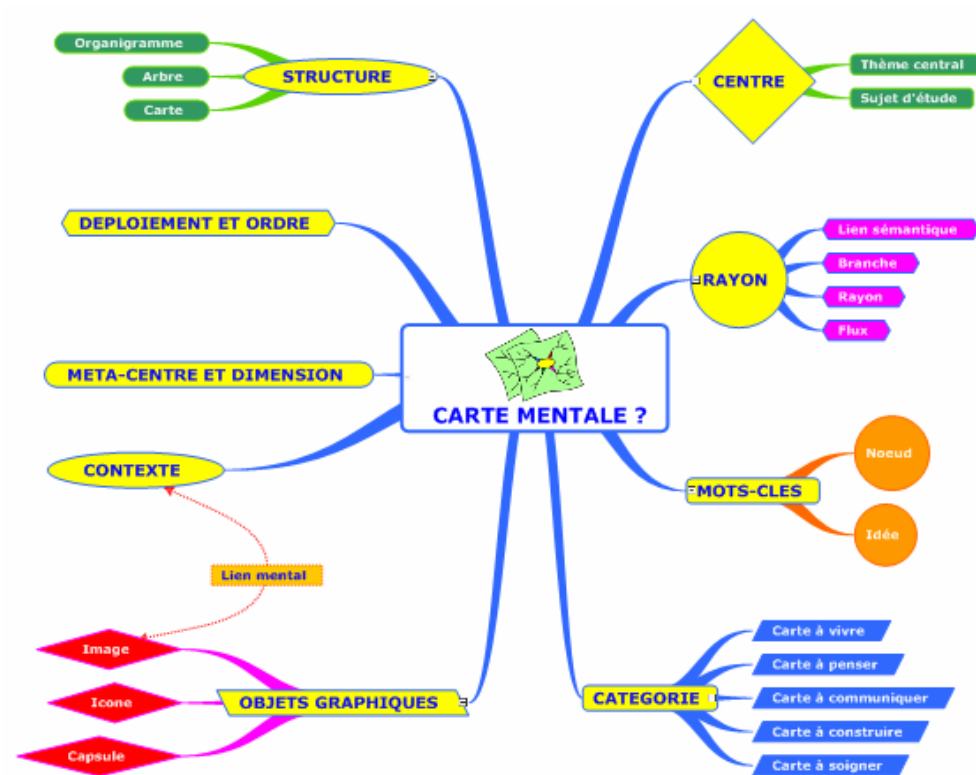


CARTOGRAPHIE MENTALE



Comment valoriser votre unité

Résumé : Comment présenter et valoriser votre unité (service ou département) à l'aide d'une carte mentale.

Auteur : Jean-Pascal Côte

<http://www.emapsfree.fr>

Le 9 mars 2008
Version 1.0

INTRODUCTION

Et vous que faites-vous dans la vie ? Cette question résonne comme un leitmotiv lors de nouvelles rencontres. Mais pas seulement !, car nos proches sont souvent peu au fait des détails de notre vie professionnelle. En général les choses se compliquent dès qu'il s'agit d'expliquer de manière simple ce que nous faisons et dans quel environnement. Pour pallier ce problème nous vous proposons, à l'aide d'une carte à communiquer ⁽¹⁾, de présenter l'activité de votre unité (service ou département) de manière originale.

LA CARTE MENTALE DE VOTRE UNITE

Les items suivants peuvent constituer un bon début :

- **le contexte** : L'environnement de l'unité (L'organisation, le rattachement, etc.)
- **l'histoire** : Quelle est son histoire ? Y-a-t-il des anecdotes ?
- **les missions** : Quels sont les missions qui lui sont affectées ? (On pourrait aussi parler de catalogue de services).
- **l'organisation** : Quels sont les membres de l'équipe ? Quelles sont ses contraintes ?
- **l'environnement technique** : Dans le cas d'une unité informatique il est toujours intéressant de rappeler les logiciels utilisés (Les éditeurs, les versions, etc.)
- **les valeurs** : Quelles sont les valeurs de l'unité qui participent à la culture de l'entreprise ? On est toujours un peu surpris des réponses quand on pose la question à ses collègues.
- **les clients** : Quels sont les clients de votre unité ? (Clients intérieurs et fournisseurs)
- **la qualité** : Comment la qualité est-elle mesurée ? Suivant quels critères ? Quelle fréquence ?

Exemple de carte mentale d'une unité (Service/Département) :

¹ Cf. la définition dans "<http://emapsfree.fr/2008/01/10/les-categories-12/>"

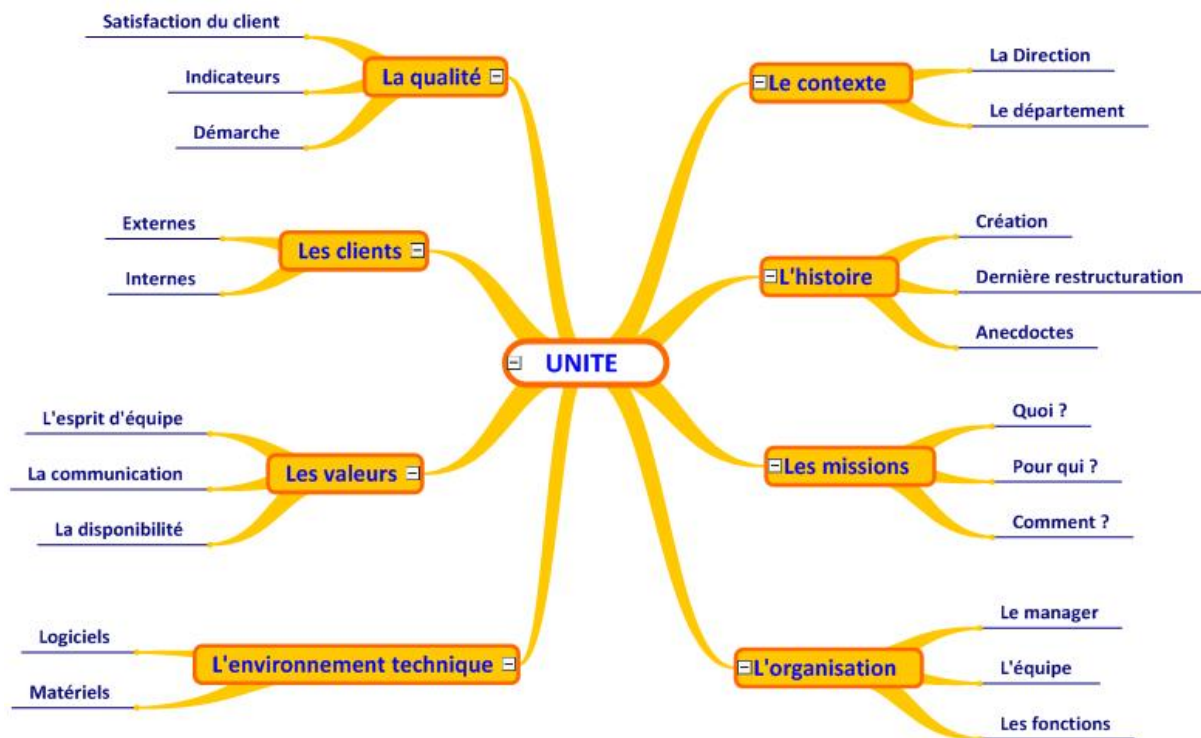


Figure 1

Bien-entendu la liste n'est pas exhaustive. A dessein d'être véritablement percutant, nous suggérons qu'une photo de l'équipe ⁽²⁾, figure en arrière plan. Pour parfaire le résultat on ajustera le paramètre de transparence. Le résultat est garanti en terme de communication.

LE PUBLIC VISE

Mais à qui donc peut-on présenter cette carte ? En fait il ne s'agit ni plus ni moins qu'une carte de visite de votre unité. Dans ce sens elle peut être utile à :

- un nouvel arrivant : afin de l'aider dans la compréhension du nouveau référentiel professionnel qu'il intègre,
- un postulant : lors d'un entretien,
- des homologues étrangers : à dessein de comprendre vos spécificités organisationnelles et techniques
- les services en amont et en aval de votre activité afin de les aider à comprendre vos attentes,
- responsable de l'unité qui évitera les redites et évitera les omissions lors des présentations,
- des proches, des amis, pour leur expliquer votre activité

Bien entendu, et selon le contexte, la carte peut-être traduite en plusieurs langues.

² I.e. le contexte de la carte

CONCLUSION

En pratique nous conseillons d'associer toute l'équipe de l'unité (service / département) à cette démarche puis à sa mise en place. Une fois la carte créée, chacun des collaborateurs deviendra alors un représentant du message que vous avez voulu transmettre. Notre expérience montre que cette démarche crée un véritable dynamisme et une grande motivation.

La gestion de la performance peut aussi passer par un sentiment « d'unité ».

REFERENCES

Philippe TACHE – « Organiser un service ou une unité » - Editions d'Organisation – 2005

