

Exprimer la vision d'une organisation

« Avoir une vision claire et motivante, c'est déjà la volonté de communiquer vos aspirations à votre équipe et à vos partenaires, c'est le premier pas vers une communication interne efficace.

La communication interne de vos objectifs, de vos buts, de votre vision, est souvent le gage du succès. »

Définition de la vision :

« Une description d'un état futur et désirable, ambitieux et réaliste de l'organisation et/ou de son environnement. »

« La vision lance un défi, simplifie la prise de décision, motive, donne une direction, aide à faire des choix, etc. »

La création d'une vision partagée permet aux membres de l'organisation de se situer face à trois interrogations fondamentales :

- **Qui sommes-nous ?** Cette question amène à préciser le métier de l'entreprise et la manière de l'exercer influencée par la raison d'être fondamentale de l'organisation.
- **Où allons-nous ensemble ?** La réponse correspond à l'image du futur, à la vision stricto sensu. Elle donne le sens, un but, un idéal à atteindre ensemble.
- **Comment y allons-nous ?** La réponse permet de définir le chemin et les moyens pour rejoindre le but.

Le fait d'avoir des réponses précises à ces questions permet au quotidien de savoir se situer, de relier ses actions à un but supérieur, de clarifier les enjeux, de recentrer les activités et les projets sur ce qui est le plus important, l'essentiel. La vision va porter le sens du travail réalisé.

La vision doit prendre en compte :

- l'histoire de l'organisation, (identité, valeurs fondatrices, évolution des activités, grands événements et ruptures),
- les enjeux internes et externes tels qu'ils sont perçus,
- les évolutions les plus probables de l'environnement.

- **Quelle est la raison d'être, la mission de votre organisation ? (à quoi sert votre organisation....)**

1. Les raisons d'être comptent souvent les 3 aspects suivants :
 - Conscience des enjeux du présent et du futur
 - Envie de partager sa vision
 - Définition d'un idéal qui pose un challenge authentique, sincère, personnel, différent, original qui prend position par rapport au statu quo
2. Sachez pourquoi vous existez et à quoi vous servez
 - A. **Pourquoi ?** Votre raison d'être
 - B. **Quoi ?** Produit(s) ou service(s) qui découlera de votre raison d'être.
 - C. **Comment ?** Avec quelle méthode de travail?

Ce que vous faites fait alors partie de votre stratégie, au service de votre vision.

3. Et votre projet rayonnera et s'adressera davantage à la partie émotionnelle du cerveau en suscitant confiance et loyauté.

- **Quelles sont les valeurs de votre organisation?**

Existe-t-il déjà une vision précédente exprimée ? Quelles sont les valeurs contenues dans cette vision ?

Quelles sont les nouvelles valeurs que je (nous) souhaite (ons) y ajouter/supprimer ?

Ecrivez votre vision en fonction de la mission et des valeurs. Selon votre style, vous pouvez être plus ou moins littéraire. La vision doit être à la fois réaliste, ambitieuse et motivante.

En fonction de votre vision, pouvez-vous définir 4 ou 5 axes stratégiques pour les 5 années à venir

σ **Axe 1**

σ **Axe 2**

σ **Axe 3**

σ **Axe 4**

σ **Axe 5**