

Michel Hébert fondateur de *Jump France* prône l'adaptation permanente

Management : il est grand temps de tout chanbouler !

95% des entreprises interrogées pensent qu'il faut s'adapter de plus en plus vite (étude *Limelight*).

Tout ce qui est aujourd'hui pratiqué dans les domaines du management, du marketing et de la communication date des années 40/50, le tout, bien sûr, «ripoliné» avec de nouveaux mots voulant dire la même chose qu'avant, la même chose que dans «*le monde d'avant*». Le langage du management d'aujourd'hui, ne changeant pas ou peu, devient finalement une sorte de discours politique où on dit ce qu'on va faire sans le faire. Soyons francs, c'est bien ce qui se passe dans bon nombre d'entreprises.

Mais aujourd'hui, nous sommes dans le monde d'après, ce monde incertain où les prévisions sont fausses, où les accidents imprévisibles se multiplient, monde où le consommateur citoyen s'est éduqué au marketing, pianote comme un pro sur son ordinateur, un citoyen qui a tout compris des ficelles du marketing et de la communication.

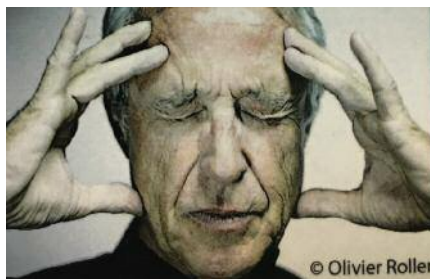
Rares sont les entreprises «classiques» qui sont capables de sortir de leur autoroute habituelle et de changer de direction rapidement pour s'adapter avant que l'inévitable n'arrive.

Les start-up, en revanche, sont certainement plus mobiles, plus réactives, dotées d'un état d'esprit entrepreneurial, mais qui ne les dédouane pas du passage par le changement de fond en comble... et de l'adaptation.

Parce que le changement change...

La seule chose dont nous pouvons être sûrs est que le changement change !

Simplement, les changements auxquels les entreprises sont soumises sont aujourd'hui dévastateurs ; il ne s'agit plus de continuité dans le changement, il ne s'agit plus de problèmes de changements classiques, pour lesquels il existe des fiches de marketing ou de communication de crise ! Il s'agit de problèmes, de ruptures totalement imprévisibles qui déboulent sur les marchés sans «se présenter» et qui n'ont jamais été envisagés.



Le changement change à son tour de nature.

Si le changement change, l'entreprise doit aussi changer de façon radicale pour s'adapter.

Changement et adaptation sont deux mots désormais indissociables
S'adapter vite ! S'adapter en permanence !

Carlos Ghosn a été un exemple dans l'adaptation de *Renault* et *Nissan*.

Conclusion : il faut changer tout dans les entreprises !

Managers : donnez l'exemple

Le management doit changer dans sa manière de faire.

Les salariés de l'entreprise doivent aussi changer en ayant une liberté de penser et de dire ce qu'elles pensent.

Les organisations doivent donc aussi

changer, donc les business plans doivent changer, donc les visions sont remises en questions, donc l'innovation doit redoubler d'ardeur, donc les mots que nous employons qui datent de 1940 doivent désormais être remplacés par d'autres mots plus en phase avec «*le monde d'après*», la réactivité, la mobilité, la flexibilité, la vitesse de réflexion, de décision, d'exécution, l'intuition, l'opportunisme... le métissage des métiers de l'entreprise. Si le changement change dans des marchés surpeuplés d'entreprises classiques ou digitales, dans des marchés où la vitesse de réaction face à l'imprévisible est décuplée, il faut bien admettre que la meilleure façon de lutter et de s'adapter face à l'imprévisible, c'est de créer des entreprises d'idées ! On ne pourra affronter des événements imprévisibles et s'y adapter que si on a la capacité de trouver de nouvelles façons de réfléchir et d'agir (des idées par conséquent). Il faut transformer l'entreprise en entreprise d'idées. Nous vaincrons les événements imprévisibles, non pas avec des règles ou théories, mais grâce à des idées adaptées à l'ennemi qui nous agresse. En d'autres termes, nous devons tous devenir des guerriers, des guérilléros, prêts à engager le combat contre les événements imprévisibles. Pour nous adapter, nos armes sont la vitesse de réflexion, de décision, la capacité à être créatif, l'intuition, l'opportunisme, l'envie, la passion, le courage, favoriser la réflexion collective et la liberté de pensée, la remise en cause de nos méthodes, des organisations trop rigides, donner la liberté de penser à chaque personne dans l'entreprise.

Il faut, comme le dit le titre de mon dernier livre «*changer tout*».

Michel HÉBERT

Son nouveau livre : «*Et s'il fallait tout changer ?*» (éd. L'Harmattan)
Commande sur [Amazon](https://www.amazon.fr), [fnac.com](https://www.fnac.com),
[editions-harmattan.fr](https://www.editions-harmattan.fr)

Nous vaincrons les événements imprévisibles, non pas avec des règles ou théories, mais grâce à des idées adaptées à l'ennemi qui nous agresse. Nous devons devenir des guerriers, prêts à engager le combat contre les événements imprévisibles...