Comment garder le plus longtemps possible vos meilleurs clients ?

Mobilisation de vos équipes 🡺 des salariés heureux = des clients satisfaits.

Voulez-vous que vos clients restent vos meilleurs partenaires après la crise ?

Alors, faites de vos collaborateurs vos meilleurs ambassadeurs.

Le contexte économique détériore la motivation de vos collaborateurs. Vos équipes sont stressées, l'ambiance et la qualité du travail s'en font ressentir.

Nous proposons des formations pour traverser sereinement les phases de mutations et intégrer le changement dans leur quotidien.

Nos formations sont collectives intégrant des pratiques faciles à s'approprier pour évoluer en toute autonomie après le stage. Les demandes individuelles peuvent être également satisfaites.

**Spécificité de nos séminaires :** pouvoir apprendre à contrôler votre physiologie, à glisser à travers les difficultés de l'existence. Vous constatez comment l'organisme réagit, et là, ça change tout. Avantage de la méthode : vous repartez avec des **pratiques qui vous permettent de faire face à toutes les situations de la vie courante**.

**Des stages pour se ressourcer:** avec des formules adaptées à votre rythme et des lieux proches de la nature.

Nous recélons des capacités non conscientes qui pourraient nous rendre plus curieux, plus souples, si nous les révélions. En changeant notre représentation du monde, nous changeons notre pouvoir sur le monde, les choses de l’univers.

La quasi-totalité des salariés d’une entreprise estime que travailler dans cette entreprise, n’est pas une vocation ou un plaisir mais une contrainte. Ils cherchent le bonheur, mais leur manager leur propose du travail. Il y a donc maldonne dès le départ, une maldonne que le management doit s’employer à lever.

L’entreprise, ce n’est pas le travail qu’elle recherche. Ce n’est pas créer des emplois, mais générer de la richesse, faire du profit. Comment donner un sens au travail, étant entendu que personne ne cherche le travail pour le travail, ni les salariés qui désirent le bonheur, ni l’entreprise qui aspire au profit ?

l’argent n’a jamais motivé personne. Il rend "motivable" mais ne suffit pas à la motivation, il n’incite pas à faire plus que le strict minimum pour ne pas se faire licencier.

Les salariés courent donc après le bonheur.

Qu’est-ce qui fait courir les salariés, les managers, les clients et les actionnaires ? Le bonheur.

Nous courrons tous après le bonheur. Il faut faire appel à la motivation. La motivation ne repose pas sur l’intelligence, mais sur le désir. Ce qui fait courir tout le monde, c’est le désir. Une motivation est un désir qui dure. Le but du manager est de rendre le désir durable. le désir dans le travail doit devenir une motivation. Aristote : « Le désir est l’unique force motrice. » Spinoza : « Le désir est l’essence même de l’homme. »

un cadre dirigeant est d’abord et avant tout un professionnel du désir de l’autre, que ce soit du client avec le marketing ou du salarié avec le management. La question la plus importante de toutes pour les chefs d’entreprise est donc de savoir ce qu’est le désir, ce qui ne leur a jamais été expliqué pendant leurs études. Cette question est pourtant centrale et décisive, pour eux comme pour leurs clients.

Revenons-en au chef d’entreprise, qui est un professionnel du désir de l’autre, des clients comme des salariés. C’est le désir qui fait courir les clients d’une entreprise, mais ceux-ci courent-ils après ce qui leur manque, avec Platon ? Ou courent-ils parce qu’ils ont plaisir à développer leur puissance de courir, parce que la course les met en joie, auquel cas ils courent chez Spinoza ?

C’est le désir qui fait courir les salariés de telle ou telle entreprise. Mais courent-ils après ce qui leur manque, c’est-à-dire chez Platon, ou parce qu’ils ont plaisir à développer leur puissance de courir, parce que la course les met en joie. ils s’ennuient. D’autres passent leur journée chez Spinoza, courant après l’argent, mais appréciant de faire ce travaillà, dans cette entreprise-là, avec ces collègues-là. Le management est réussi quand, dans l’Entreprise, le plus grand nombre de salariés, au lieu de tomber de Platon en Schopenhauer, monte de Platon en Spinoza. Le manager peut les aider à monter de Platon en Spinoza.

Le management est réussi quand les salariés réussissent à aimer le travail qu’ils font. Le bon manager n’est pas celui qui est aimé de ses collaborateurs, mais celui dont les salariés aiment le travail. Se soucier du bonheur professionnel de ses collaborateurs, de leur bien-être professionnel, combattre leur malheur ou leur mal-être professionnel constituent donc le coeur du métier de manager.

L’intérêt majeur de l’entreprise réside dans le marketing managérial. La seule manière de conserver dans la durée les meilleurs clients est effectivement de garder les meilleurs salariés. La réciproque n’est pas vraie. C’est parce qu’on a les meilleurs salariés qu’on a une chance de garder ou de conquérir les meilleurs clients. La seule manière d’avoir ou de garder les meilleurs salariés, c’est de créer dans l’entreprise les conditions leur donnant l’impression qu’ils sont mieux dans cette société-là que chez les concurrents.

L’un des objectifs du manager est de garder les meilleurs salariés. Il faut faire en sorte que les salariés aiment le métier qu’ils font. quelque chose qui ne manque pas mais qui réjouit et qui permet aux salariés d’aimer le métier qu’ils font. motiver en lui donnant du sens et de la connaissance. L’argent rend motivable mais ne motive personne. Le sens du travail. Meilleures conditions de travail, une meilleure ambiance, davantage de convivialité, davantage de respect ou de reconnaissance de la part du management, le sentiment d’une plus grande utilité sociale, l’impression de progresser au fil du temps, la joie de participer à une aventure collective exaltante, le fait de travailler en harmonie avec sa morale personnelle... Le sentiment est un outil de management, tout comme les primes et les parts variables. Pour conserver les salariés, le manager doit faire en sorte qu’ils soient heureux au travail, et donc trouver quelque chose qui ne leur manque pas mais qui réjouit.

Trois traits de personnalité chez les managers qui réussissent : l’intelligence, le courage et la gentillesse.

la stratégie, qui est une prise en compte du réel, et la créativité, qui est la prise en compte d’un nouveau réel, mais aussi dans la morale. Le management suppose de reconnaître les autres, de les respecter. l’enrichissement individuel profite à tous, en bout de compte, qu’au final, l’équilibre sera atteint dans un monde en changement incessant. En bref, il faut être gentil avec les gens et impitoyable avec les idées.

**Intelligence collective en temps de crise = Antistress :**

dans un orchestre, chaque musicien est relié à tous les autres musiciens. Derrière toutes ces individuations, chacun a conscience du tout, est en situation holoptique. Dans ce contexte particulier, il n’existe pas de contraste entre l’individu et le collectif.

En cas de crise individuelle ou collective, nous pouvons nous interroger sur l’existence de

l’holoptisme. S’il est absent, comment le restaurer ?

Dans les entreprises, la souffrance au travail découle d’ailleurs souvent de l’absence d’holoptisme,

c’est-à-dire de l’absence de lien entre l’individu et le collectif.

Tout collectif a besoin d’objets liens, quels qu’ils soient. Il en existe trois types.

· Les objets liens miam miam : on les poursuit ensemble, on se coordonne autour d’eux (une proie pour une meute de loup, de l’argent pour les hommes…).

· Les objets liens monstres, que l’on fuit : on se coordonne ensemble pour faire face à ce danger, développant une symbiose polarisée.

· Les objets art : on court après quelque chose que l’on crée, que l’on invente, que l’on réactualise.

il n’existe pas de perspective donnée. Comment restaurer. L’holoptisme, c’est-à-dire la capacité à percevoir le tout, le collectif auquel on appartient, nous aide à déterminer les pas à venir, c’est-à-dire l’alignement de notre être avec le sens du collectif.

**Management et mouvements sociétaux** Il faut faire preuve de pragmatisme relationnel. Il est important de savoir ce que l’autre pense pour travailler avec lui ou pour l’aider à aller mieux : cela suppose de connaître ses représentations et ses propres enjeux.

NB : synthèse conférence d' André Comte-Sponville