

## **Memo sur les spécificités des 360°<sup>15</sup>** **« Management », « Commercial »** **de PROCESS 360°<sup>15</sup>**

Ces 2 applications d'évaluation en ligne constituent de puissants outils de **résilience individuelle** (faire rebondir des professionnels dans l'exercice de leur fonction) et **organisationnelle** (faire « bouger » des unités –équipe, département, direction, unité de production).

Ces outils ont été élaborés de façon itérative depuis **15 ans**, avec plus de **500** professionnels (**Managers** et **Commerciaux**) et validés par environ **30 entreprises** (TPS, ONYX VEOLIA, IBM, Carbone Lorraine Corporate, Isoroy, KIABI, en autres).

La spécificité de ces 360°<sup>15</sup> tient en l'assemblage de 3 processus RH expérimentés et parfaitement connus :

- **l'évaluation à 360°** (confrontation entre ce qu'un professionnel pense faire avec ce que son entourage professionnel le voit faire). Le travail effectué sur le 360°<sup>15</sup>, et qui en constitue l'une de ses spécificités tient au fait de ne travailler que sur des **savoir-faire pratiques**, la culture française acceptant difficilement les remises en cause personnelles qui touchent à la personnalité des individus (qualités, attitudes, savoir-être).
- **l'accompagnement individualisé** (coaching – en présentiel lors de la restitution du 360° au manager ou au commercial), structuré autour d'un **Plan de Progrès en 15 étapes** très précises, sur 3 ou 4 mois.  
Ce plan de progrès (ainsi que le diagnostic et les recommandations) est automatiquement généré par la compilation des données des évaluations (dans une application informatique qui gère plus de 12 000 conditionnelles).
- **Le suivi tutoré du Plan de Progrès** (à distance – mail – téléphone ou web-cam) sur chacune des 15 étapes (**3 ou 4 mois**) qui permet de valider de façon explicite les progrès effectués par le professionnel dans sa fonction (Manager ou Commercial).

## Spécificité du 360°<sup>15</sup> Management :

L'outil permet de détecter un niveau de « profit warning » très précis à partir du **constat de non-management** (chez un individu – document de restitution du 360°, ou dans une équipe – tableau de synthèse des atouts et carences managériales). Ces **indicateurs de risques** portent sur 6 aspects du modèle économique et social de l'entreprise (cf pages 3 et 4) :

- **la Rentabilité du Modèle Economique** (analyse micro en termes de Manque à Gagner, Déperdition en Ligne - Gâchis, Résistance au changement – Inertie et Perte Sèche),
- **la Productivité et la Fiabilité du Process** (analyse micro en termes de Dysfonctionnements, Non-Qualité, Désorganisation et Démantèlement),
- **la Performance du Modèle de Service - Taux de Service** (analyse micro en termes de Litiges, Réclamations, Perte d'image et Ruptures de Contrat),
- **les Tensions sociales –Conflits** (analyse micro des Mécontentements, des Blocages – Oppositions, de la Contestation et des Revendications),
- **les Pathologies Professionnelles** (analyse micro des Arrêts de Travail/Accidents et Conduites Addictives, de la Pénibilité, du Stress et des Plaintes pour Harcèlement),
- **l'Absentéisme Chronique** (analyse micro des Retards, des Absences Injustifiées, de l'Indisponibilité et du Désengagement –Turn-over.

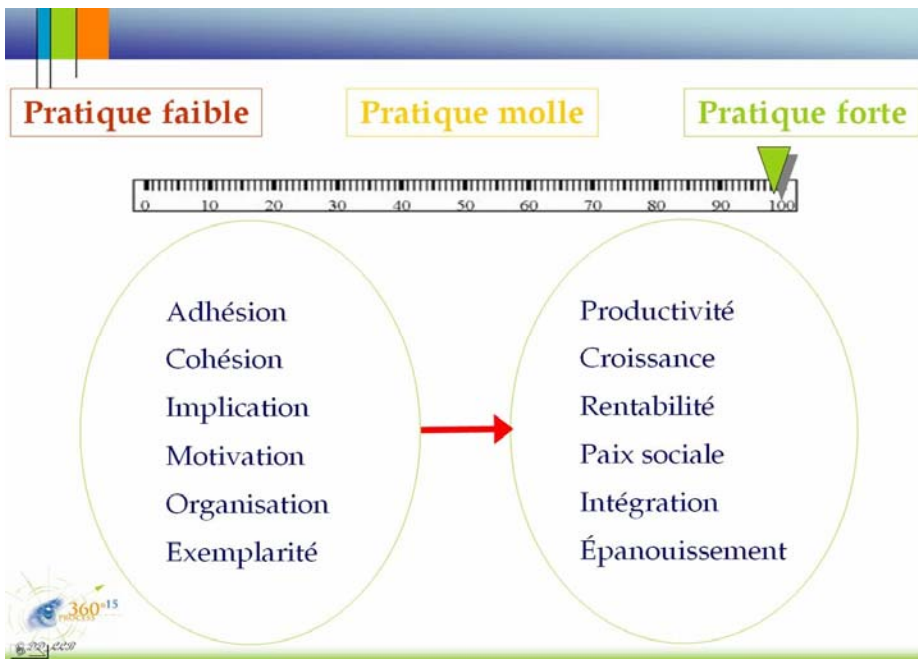
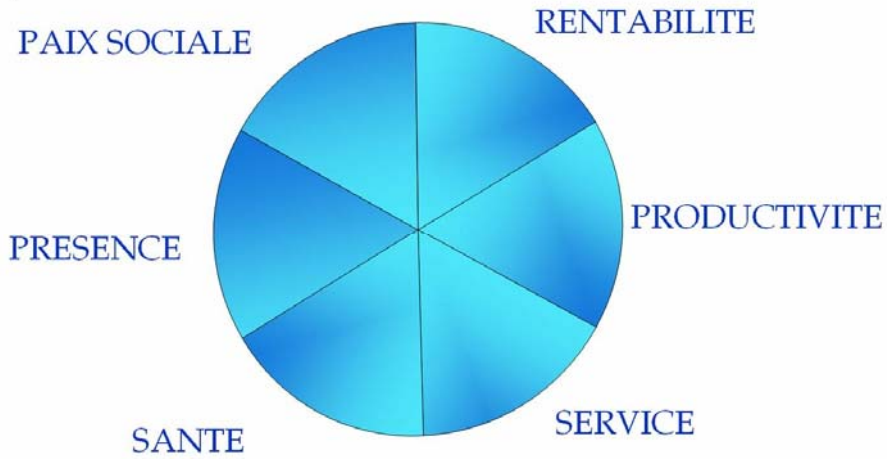
## Spécificité du 360°<sup>15</sup> Commercial :

L'outil s'appuie sur les travaux qui ont servi de base à l'élaboration de la **norme AFNOR sur les Systèmes de Vente**, terminologie indiquant que chaque vente à ses particularités (vente de service à entreprise, télévente, négociation d'affaire Grands Comptes) qui doivent être identifiées dans **un référentiel de compétences précis** (O2C – Organisation de la Culture Commerciale – cf « Commerciator », Interéditions -1993 - ouvrage de référence sur la démarche qualité dans les systèmes de vente co-écrit par Dominique DELOCHE, concepteur auteur du 360°<sup>15</sup> Commercial).

Le Plan de Progrès individuel permet à l'encadrement commercial d'**accompagner** de façon directement « **profitable** » les commerciaux sur le « **terrain** », de façon à valoriser immédiatement la compétence commerciale nouvellement acquise et réactualisée du fait des évaluations des Clients (en externe) des Services fonctionnels – Marketing, SAV, ADV (en interne).

La réactivité déclenchée par cet outil est d'autant plus forte qu'elle résulte d'une analyse micro (individu, système de vente, secteur commercial, marché) et d'un suivi dense et rigoureux (**Principe de Formation-Action**). L'**effet d'entraînement** (l'impact sur les forces de vente) est augmenté grâce à la valeur ajoutée (**Marge ≠ CA**) des ventes générées.

## Modèle socio économique



## Dégradation du modèle socio économique



Pratique faible

Pratique molle

Pratique forte



Autisme  
Individualisme  
Désimplification  
Démotivation  
Désorganisation  
Incohérence

Démantèlement  
Récession  
Perte  
Conflits sociaux  
Absentéisme  
Pathologies

