

Valeurs, piliers de la culture d'entreprise

Wel'Com-Hom News



Communication & Management
Hommes & Méthodes

Com-Hom est partenaire des entreprises pour fédérer les énergies au service d'une performance durable.

www.com-hom.com

Engagement, respect et confiance pour Cepelec



[Cepelec](#) s'est positionné depuis plusieurs années sur une offre Produits/Services à forte valeur ajoutée pour les industriels.

L'équipe a clairement défini et validé ces orientations stratégiques en l'assumant pleinement et nous avons décidé d'apporter une transparence totale vis-à-vis de notre environnement : Clients, fournisseurs, banquiers, réseaux locaux... Nous voulions aussi que chacun dans la société avance vers le même objectif.

Notre première étape a été de construire des nouveaux locaux et de mettre à disposition tout cet environnement :

- Show-room pour présenter les offres et former nos clients
- Utilisation de tout notre espace pour mettre en situation les offres proposées
- Mise à disposition de la salle de réunion de toute personne ayant un besoin



De ce fait toute l'équipe s'est formée pour recevoir à tout moment nos visiteurs, travailler en transparence et en confiance.

Nous voulions aussi clairement afficher qui nous étions devenus. Notre métier a muté. De revendeurs de produits nous sommes devenus des facilitateurs opérationnels : Cepelec accompagne les entreprises dans le choix et la mise en place des solutions porteuses de valeur ajoutée optimum pour :

- L'analyse et le traitement de la pollution générée par les applications électronique, Laser.
- Le diagnostic du poste de travail électronique et la proposition de solutions personnalisées.
- L'audit des processus, procédures concernant l'identification de sécurité, la consignation des énergies dangereuses.
- L'analyse des besoins en traçabilité et identification industrielle

Notre fonctionnement avec le client part du diagnostic de l'existant puis une proposition de solutions services / équipements et un accompagnement sur le long terme garantissant l'atteinte des objectifs fixés.

Nous prenons systématiquement en compte les problématiques liées à la sécurité des personnes, l'ergonomie et la mise en place du LEAN et des impacts sur la performance et la qualité de vie au travail.



Lors de ces mutations, il était vital de partager « Nos valeurs » applicables en interne et représentatives de notre ADN en externe. **Chacun s'est exprimé** sur ces valeurs et a analysé leur **implication dans notre fonctionnement au quotidien.**



Engagement

- Nous allons jusqu'au bout du contrat qui nous lie à notre client.
- Nous respectons notre promesse et l'engagement pris avec lui, en s'assurant d'avoir fait le maximum.

Respect

- Nous traitons nos clients avec tous les égards, nous sommes attachés à la compréhension, à la prise en compte de ses besoins et de son fonctionnement.
- Une parole donnée doit être respectée aussi bien envers le client que vis-à-vis de l'interne.

Confiance

- Nous pouvons faire face aux difficultés en s'appuyant sur nos compétences reconnues dans le milieu industriel.
- Le client doit pouvoir s'appuyer totalement sur nos solutions et préconisations.

Ces valeurs se complètent de deux autres piliers :

Les principes

- Etre en permanence à l'**écoute**
- **Agir** en équipe et partager
- Permettre le développement des jeunes

Les fondamentaux

- La satisfaction du client qui passe par la **compréhension** de ses besoins
- Le développement des personnes
- La pérennité de l'entreprise

Nous avons ensuite mis en avant notre ADN dans les bureaux



et dans la salle de réunion.



Nous avons élaboré un référentiel qui est remis à chaque nouvelle personne intégrant Cepelec – CDI, CDD, Stages, Intérim. Nous expliquons pourquoi nous existons et comment nous voulons avancer.

Les valeurs et fonctionnement client sont affichés pour montrer à nos interlocuteurs qui nous sommes mais sont aussi un rappel à nos obligations. Le travail en équipe très fort chez Cepelec permet de veiller au respect de ce que nous avons collectivement choisi et exprimé.

Après plusieurs années de mise en place, nous pouvons en tirer les conclusions suivantes :

En interne :

- Il est impératif que l'équipe s'approprie la stratégie, les objectifs et les valeurs
- Cette démarche est longue et il faut régulièrement expliquer et partager les comportements attendus.
- Certaines personnes ne comprennent la valeur que lorsqu'ils sont confrontés à des situations réelles : ces situations permettent de mettre en relation la « belle » théorie aux résultats réels
- Les retours clients sont importants et permettent de concrétiser notre discours

En externe :

- La majorité de nos clients est sensible à cette transparence et le discours est en général plus détendu, même si cela n'enlève pas les différences d'approche et d'objectifs.
- Il faut cependant veiller à chaque instant à ce que les actes soient en phases avec les mots. Le client sera très sensible à une « non-conformité » de nos valeurs



[Cepelec](#)

[A propos de Cepelec](#)

Cepelec a été créée en 1987 par M. Perrier, ancien responsable d'agence d'un distributeur Lyonnais. Son professionnalisme a permis à la société de rapidement prendre sa place dans le secteur de l'électronique avec la confiance des clients et des fabricants. Reprise en 1998 par deux anciens cadres de Schneider Electric, la société a évolué vers une orientation service plus forte et une organisation optimisée en interne. Le CA a doublé entre 1998 et 2008 avec une activité élargie sur la France - Suisse - Belgique.



Jean-Pierre Villain

[Cepelec](#)

[A propos de l'auteur](#)

De double formation, Ingénieur et MBA, Jean Pierre Villain a fait ses premiers pas professionnels à l'international comme ingénieur Pétrolier, puis intégré Schneider Electric comme responsable Marketing à l'international. Ses fréquents tours du monde auront marqué pour toujours ses relations avec les autres et sa croyance en des valeurs fortes. Seul dirigeant depuis 2008 et s'appuyant à ce jour sur une équipe jeune, il veut donner un autre élan à Cepelec pour répondre aux nouveaux enjeux des 10 prochaines années.



Notre raison d'être est représentée par notre logo : associer les **H**ommes, le **M**anagement, la **C**ommunication et les **M**éthodes au service des **O**bjectifs.

Copyright

Les textes sont la propriété des auteurs référencés et de [Com-Hom](#) .
Crédit photographique : [Cepelec](#), [Com-Hom](#), [//fr.fotolia.com/](http://fr.fotolia.com/) – tous droits réservés.