

Vivre de sens

Com-Hom News



Communication & Management
Hommes & Méthodes

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

www.com-hom.com

Signification – Sensation - Direction



Vivre de sens plutôt qu'être vide de sens.

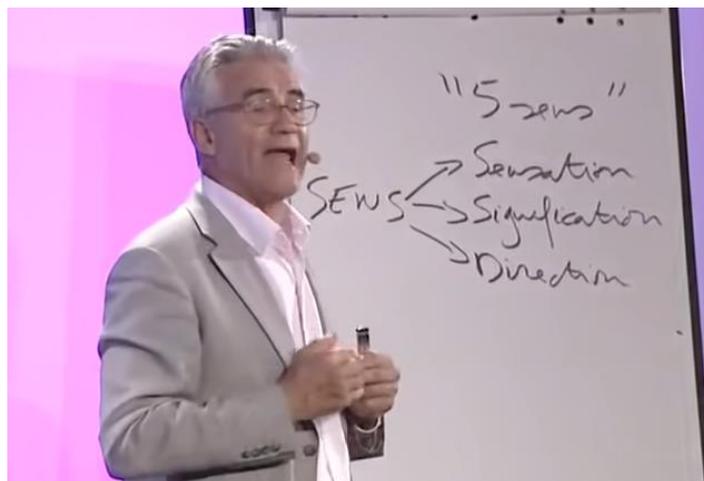
Cet article fait largement référence aux nombreuses conférences d'[André Comte-Sponville](#) sur le sens du travail.

Car comme le dit André Comte-Sponville, si le salarié avait le choix, il ne travaillerait pas. Il préférerait être rentier.

Alors un des enjeux pour le manager est de donner du sens au travail. C'est sa contribution à la motivation.

Comme le souligne André Comte-Sponville, le sens au travail a au moins 3 sens mais pas celui du travail en lui-même.

Le travail n'est pas une valeur en soi* puisque si c'était le cas, il n'y aurait pas de vacances et il ne serait pas rémunéré. A titre d'exemple, prenez-vous « des vacances de respect », 5 semaines où vous devenez irrespectueux avec tout le monde ou demandez-vous un salaire pour respecter les personnes ?



Managers, il va donc falloir apporter du sens au travail. Et pour cela voici 3 propositions d'axes de travail pour pouvoir attirer et garder les talents dans votre entreprise :

La signification :

👤 Quelles est la mission de votre entreprise ? Quelles valeurs ajoutées apportez-vous ? A qui ? Au monde ?

👤 Quelles sont les valeurs de votre entreprise, ce qui est non négociable ? : pas de répit, pas de vacances pour les appliquer.

Et chose très importante, quels sont les comportements associés définis par les salariés eux-mêmes pour appliquer ces valeurs au quotidien ?

Dans les bonnes pratiques, bon nombres d'entreprises intègrent dans leurs entretiens des objectifs concrets en lien avec les valeurs de l'entreprise.

D'autres entreprises [baptisent leur société en références aux valeurs](#) qu'elle porte.

Intégrer une entreprise dont la mission et les valeurs font sens pour le salarié apporte de la signification au job.



La sensation :

« Il n'est sens que de l'autre », nous dit André Comte Sponville. ». La sensation, au sens des 5 sens, a besoin de l'autre : vous ne pouvez sentir votre propre odorat ou entendre votre ouïe. Les sens nécessitent l'autre...

Pour donner le goût du travail, des moments d'échange sont nécessaires. Pour cela, l'outil incontournable du manager est le 1 à 1. 30 minutes sur une base régulière avec chaque collaborateur pour :

👤 10 minutes pour toi : j'écoute ton vécu, ta sensation de ton poste, tes joies, tes colères, tes points d'équilibre, de déséquilibre. Et tant pis si cette phase prend les $\frac{3}{4}$ du temps au début !

👤 10 minutes pour moi : nous faisons le point sur tes engagements, tes objectifs, tes décisions et apportons une bonne dose de feed-back qui, rappelons-le, signifie « nourrir en retour ».

👤 10 minutes pour nous : nous faisons le point sur notre relation. Nous partageons : les événements particuliers, ce que nous avons perçu de l'environnement, les idées, le futur ...

Du point de vue d'un manager ayant une équipe de 8 personnes, la base de temps à consacrer pour un 1 à 1 tous les 15 jours avec l'ensemble des collaborateurs est importante : 2h par semaine.

Du point de vue du collaborateur, la sensation est différente : il aura bénéficié, sur l'année, de moins de 2 jours d'attention positive.



La direction :

Il s'agit de regarder devant, de clarifier les buts à atteindre.



- Avec la nécessaire priorisation, dans un monde où tout est urgent : quels sont les 2 à 5 objectifs essentiels pour la réussite du collaborateur et de l'équipe ? Si vous n'aviez que 2 à 5 lampadaires pour éclairer la rue, où les placeriez-vous ?
- Avec la nécessaire co-construction des objectifs entre le manager et le collaborateur autour du [très connu outil SMARTE](#), et pourtant si peu ou si mal utilisé.

Tiens, à ce propos, Com-Hom a rajouté un E à SMART pour Enjeux : le sens de l'exigence...

En complément, nous pouvons ajouter **le sens du collectif**. Cette attention particulière à comprendre les besoins de ses interlocuteurs, et très particulièrement entre les métiers de l'entreprise qui sont, en grande majorité, fortement en tension de nos jours. Je finis par penser que la plus grosse perte d'énergie aujourd'hui se situe à ce niveau. Mais ce sujet fera l'objet d'un nouvel article.

En conclusion, les **managers** et l'entreprise sont **dépositaires du sens au travail** qui donne de la valeur au travail car la valeur travail n'existe pas*.

A noter aussi que les **collaborateurs** sont **dépositaires de leur motivation**, à savoir de faire le point sur l'équilibre entre leurs besoins/aspirations et les engagements pris dans le contrat de mission qu'ils ont contracté.

** Si le travail n'est pas une valeur en soi, « le travail bien fait, de qualité » est une valeur. A aucun moment, vous ne décidez de faire un « break » dans la qualité du travail en célébrant la journée des non-conformités ... 😊*

Pour aller plus loin :

- [Manager accompagnateur : porter le sens et faciliter la performance](#)
- [Atelier « fondations de l'entreprise » : expliciter et diffuser les fondamentaux de l'entreprise](#)
- [Ateliers de compétences relationnelles](#)



Marc VILCOT
[Com-Hom](#)

Marc Vilcot : J'ai vécu 17 années enrichissantes de vente et management dans l'industrie. De formation technique (Grenoble INP 89), mes préférences créatives et relationnelles m'ont vite orienté vers des activités commerciales et marketing : directeur commercial (1997-2007). En 2008, je me suis investi dans la formation et l'accompagnement, poursuivant ainsi, dans des contextes variés, le développement de la performance par « le travailler ensemble ».

Je trouve en Com-Hom : confrontation de nos approches, évolution permanente de nos pratiques, laboratoire d'idées, confiance.

J'accompagne et je forme en management d'équipe, vente & négociation, performance individuelle et collective, lecture des personnalités, régulation des relations & gestion de conflit, cohésion d'équipe & coopération.



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 de [Com-Hom](#)

Crédit photographique : Com-Hom, Oleg Tesler, Adobe Stock, Pixabay, Burst-shopify, Fotomelia