

Faire confiance

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

Pour libérer l'action



A vous de jouer ...

Vous avez peut-être croisé ce piano mis à disposition de tout artiste, en herbe ou chevronné, gare de Lyon à Paris.

Etonnant non !

Cela nous a amenés à quelques réflexions...

1/ Un piano dans une gare : inhabituel. Cela attire l'attention, les personnes s'arrêtent, s'interrogent, apprécient et pour les plus téméraires ou accrocs, font la queue pour passer agréablement le temps d'attente.

Quand les bonnes vieilles méthodes ont fait leur temps, pourquoi ne pas tenter la **rupture** ?

2/ OUI MAIS

Le fameux oui mais... la résistance au changement.

Vous pensez peut-être : « Le piano va être détruit, personne n'osera, ... ». Osez !

N'essayez pas de convaincre avec force. Annoncez la vision tout en restant sobre (A vous de jouer !), accueillez les peurs et **faites confiance**.

Bref, au final une animation agréable à moindre coût.

3/ Libérez le comment

Pas de note explicative, de règles superflues. Si votre projet a du sens, s'il **apporte de la valeur** en interne et/ou en externe, il sera respecté. J'ai croisé ce piano à plusieurs reprises ces derniers mois : occupé et non vandalisé.

4/ Développez le visuel

L'espace est mis en valeur par un tapis rouge. Les instructions sont simples et explicites.

A l'inverse, si vous n'apportez pas de valeur ajoutée, votre projet sera boudé à l'image de ce café en herbe synthétique et aux papillons en plastique devant la même gare...



Allez, à vous de jouer....



Marc VILCOT
[Com-Hom](#)

A propos de l'auteur :

Marc VILCOT : J'ai créé [Com-Hom](#) en 2008 après 17 années enrichissantes de vente et management terrain dans l'industrie.

Ingénieur électrotechnique (INPG 1989), j'ai commencé ma carrière à concevoir des machines électriques. Mes préférences créatives et relationnelles m'ont vite amené vers des activités commerciales et marketing. En tant que directeur commercial de Cedrat (1997-2007), j'ai animé une équipe de 14 personnes et un réseau de 20 distributeurs. Administrateur de la société et de sa filiale américaine, j'ai pratiqué les aspects stratégiques et opérationnels.



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 et les photos sont la propriété de [Com-Hom](#)