

ÉDITO

CHRISTOPHE ÉTIENNE
PRÉSIDENT DU RÉSEAU OUDINOT
ET DIRECTEUR DE BUSINESS UNIT SANTÉ

TOUJOURS PLUS HAUT...

2021 -encore plus que 2020- nous amène à être imaginatif et inventer de nouvelles solutions, de nouvelles offres pour nos membres. Sans cesse se donner des moyens d'interagir, de dépasser les contraintes du distanciel, d'acquérir des outils encore plus pertinents pour l'enrichissement de chacun.

C'est que nous mettons en place au mois de mai, avec :

1) de nouveaux groupes de travail « Expertise DG », « Expertise Direction Commerciale », mais aussi avec :

2) **un partenariat unique et un investissement auprès de Xerfi « le top des études de marché »**. Ainsi tous nos membres ont accès à plus de 600 études sectorielles approfondies, en mode téléchargeable ! **« L'information c'est le pouvoir » ? Alors nos membres en ont** et, dans tous les cas, sont plus forts et plus crédibles dans leurs approches marché et démarches de networking professionnelles.

Le **Réseau Oudinot** entend être « l'Association de référence » qui développe l'employabilité des Cadres « Experts et Dirigeants » sur le territoire national, et attirer les profils les plus ouverts, les plus curieux, les plus engagés. Vous êtes tentés de nous rejoindre ? Visitez notre site internet et visualisez notre actualité sur www.reseau-oudinot.com



Sommaire

VIS MA VIE

- 2 Pourquoi le bénévolat de compétences est peut-être fait pour vous ?
- 3 Comment j'ai animé une formation dédiée aux femmes afin de développer leur Leadership

4 LU POUR VOUS

Les grands patrons français racontent un an de crise.

VU POUR VOUS

- 5 L'intuition ça s'apprend !
- 6 « Les émotions sont nos alliées L'intelligence émotionnelle, un enjeu professionnel et managérial »
- 7 Pourquoi la reprise d'entreprise est une solution à envisager ?

AUTOUR DE NOUS

- 8 Le Bonheur au travail
- 9 Les multiples visages du consommateur chinois
- 10 Réindustrialisation, relocalisation, quel futur pour l'industrie française ?
- 11 Les 3 règles pour être au rendez-vous des transformations de son entreprise

ACTIVITÉ DES COMMISSIONS

- 12 Mastermind R.O., un rendez-vous convivial et stimulant.

- 13 CLIN D'ŒIL À VOS AGENDAS



VIS MA VIE

POURQUOI LE BÉNÉVOLAT DE COMPÉTENCES EST PEUT-ÊTRE FAIT POUR VOUS ?



PAR THIERRY ROBERT

DIRECTEUR DE PROGRAMMES DE TRANSFORMATION, DIGITAL, OPTIMISATION DES PROCESSUS MÉTIERS

Photo : © pexels-lil-artsy-1722258

Habités à **transformer** et **piloter** des sujets stratégiques pour nos entreprises l'arrivée d'une situation de transition peut ébranler nos croyances et notre sentiment d'utilité. Les coachs vous expliquent qu'il faut prendre du temps pour vous, au moins 50% et de consacrer le reste à votre recherche.

Ils ont raison car après une première partie de carrière intense, prendre un peu de temps pour se poser et réfléchir à soi, à ses valeurs, ses ambitions pour la suite de la carrière n'est pas un exercice vain.

Pour moi ce n'était pas suffisant, je voulais me sentir utile et impliqué dans des actions porteuses de sens.

C'est comme cela que j'ai découvert **Oudinot** et ses valeurs, que j'ai participé à la newsletter et ai été sparing partner sur un SNW.

C'est comme cela que j'ai découvert le mécénat de compétences avec Pro Bono Lab et Passerelles et Compétences. Pro Bono Lab est sur des actions ponctuelles que quelques demi-journées et P&C plus dans la durée mais sur le temps que vous êtes prêts à lui consacrer. J'accompagne actuellement un jour par semaine un ESAT, Etablissement d'Insertion par le Travail pour 84 travailleurs handicapés.

Je travaille avec le directeur de l'établissement à revoir et déployer

une nouvelle stratégie commerciale et j'y prends énormément de plaisir. Je me rends compte que toute mon expérience corporate m'est extrêmement utile et semble satisfaire les objectifs de l'établissement. Je me rends compte que ce petit supplément d'âme ouvre beaucoup de portes et suscite beaucoup d'engagement chez les interlocuteurs. Cela redonne du sens à mes semaines, montre que je suis actif, développe mon réseau et j'en suis sûr apporte à mon discours en entretien. ●

DES QUESTIONS ?

<https://www.linkedin.com/in/thierry--robert/>



VIS MA VIE

COMMENT J'AI ANIMÉ UNE FORMATION DÉDIÉE AUX FEMMES AFIN DE DÉVELOPPER LEUR LEADERSHIP



PAR AXELLE MARNAT

RÉFÉRENTE RSE FOCUS ÉGALITÉ F/H – DIRECTRICE DES VENTES.

Accroître le nombre de femmes managers est un objectif affiché par de nombreuses entreprises. Identifier les potentiels capables et volontaires reste un challenge.

Chez Signify* un programme international Women for More est adapté en France afin d'identifier, motiver les femmes managers de demain.

Appartenant à la commission Egalité F/H de notre Comité RSE, j'ai été sollicitée pour intervenir. Passionnée par le sujet, j'ai animé 3 sessions de 2 jours depuis 2019 : 37 femmes ont pu y accéder sur volontariat. La diversité était réelle avec une représentation de métiers, responsabilités, âges très variés.

Une préparation e-learning et un test de personnalité MBTI sont demandés. Le programme se déroule en 2 jours espacés de 2 semaines.

Il souligne les biais cognitifs sexistes qui nous influencent inconsciemment. Les participantes échangent leurs expériences. Des témoignages d'autres salariés illustrent des parcours.

Les résultats du test sont expliqués et les participantes échangent en groupes. L'approche du feedback – à faire comme à recevoir- suscite des échanges très authentiques. La construction de son image de marque personnelle bouscule chacune qui doit apprendre à mieux se mettre en avant- entre autres via les réseaux -

et le développement de leur propre réseau. Les notions de sponsoring, mentoring sont découvertes.

Trois ateliers d'intervenantes externes rythment les journées : les rêves, mouvements et posture, prise de parole et respiration.

La force de cette formation est démontrée par des actions immédiates, des évolutions, une connexion entre les participantes : elles osent ! Cette expérience m'a enrichie au-delà de ce que j'imaginai... ●

* anciennement la branche éclairage Philips

<https://www.linkedin.com/in/axelle-marnat-8b59273/>



LU POUR VOUS

LES GRANDS PATRONS FRANÇAIS RACONTENT UN AN DE CRISE.



PAR **FRANCK BESSON**
CONSULTANT MARQUE, STRATÉGIE DE COMMUNICATION



Photo : © lucas-neves-FfuJMpkiOAA-unsplash

Comment les grands patrons d'entreprises ont-ils vécu la crise du Covid 19 de l'intérieur?

La société Perles d'Histoire, agence d'ingénierie archivistique, a interrogé plus de 40 dirigeants de grands & moyens groupes français (ADP, Air France, Lemoine, Pomona, Renault, Sodexo, Total, ...).

Avant 2020, les organisations avaient bien des procédures de crise rodées (catastrophe industrielle, cyber-attaque, ...), mais n'étaient pas prêtes au scénario d'une pandémie qui affecte à la fois tous les collaborateurs et toute la chaîne de valeur de l'entreprise, en se doublant d'une crise économique liée à une baisse d'activité.

Un contexte de flou constant, un devoir d'humilité.

C'est l'intégralité du fonctionnement des entreprises qui a dû être revue, dans un contexte particulièrement anxiogène et tendu dont le dirigeant devait tenir compte. Les dirigeants ont dû faire preuve d'humilité, comme le rappelle l'un d'eux : « *En trois jours, du fait de la fermeture des écoles et des entreprises, on a perdu 60 % de notre CA. On s'est rendu alors compte de la violence de la crise.* ». Plusieurs évoquent l'importance du digital, qui a « *permis de réagir à la crise* », en facilitant le télétravail et le maintien de la relation-clients. Sont évoquées aussi la fonction RH et de bonnes relations personnelles entre la direction et les parties prenantes

(équipes dirigeantes, syndicats, etc). Enfin, un grand sentiment de fierté apparaît concernant la résilience de leur organisation, l'adaptabilité des équipes, l'implication et la solidarité de tous.

« *Le partage des expériences va renforcer notre aptitude à tirer des leçons. La pédagogie de l'anticipation sera l'une des clés de la formation des dirigeants de demain* », souligne Frank Bournois, DG de ESCP, partenaire académique de l'initiative. ●

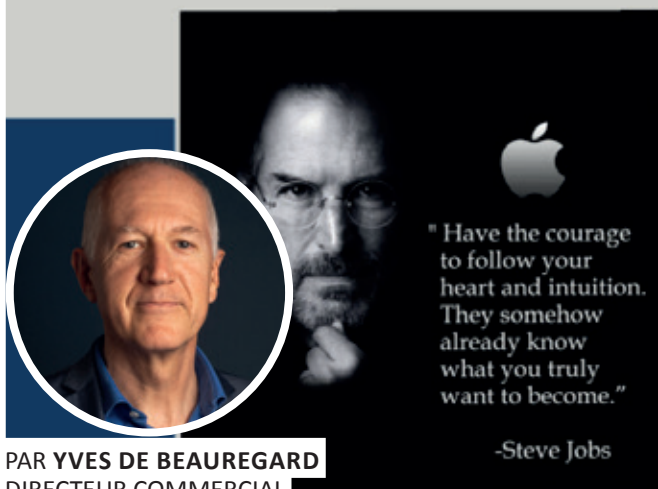
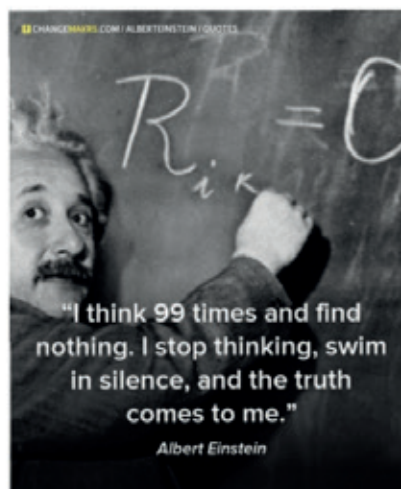
POUR EN SAVOIR PLUS
<https://bit.ly/2R0r9qO>

VU POUR VOUS

INTUITION



JONATHAN SARDAS


 PAR YVES DE BEAUREGARD
 DIRECTEUR COMMERCIAL


L'INTUITION ÇA S'APPREND !

Jonathan Sardas, fondateur de **DeRose For Leaders** enseigne depuis 11 ans le développement des performances et intervient à HEC, Nestlé et Enedis. Sa conférence sur l'Intuition a réuni 80 participants et... questions !

Qu'est-ce que l'intuition : connaissance directe immédiate de la vérité sans recours au raisonnement ou à l'expérience.

Nous ne valorisons pas assez notre intuition, reconnaissable à la clarté, l'évidence et la sérénité qui en découlent.

Pour la développer :

1. Noter ! Elle repart aussi vite qu'elle est arrivée. Elle peut aussi

venir a posteriori (je savais que je ne devais pas faire ça) : la re-connaître permet de mieux se connaître. Pas de jugement a priori : on verra ensuite ce qu'on fera de nos notes.

2. Se sentir en vacances, se donner rdv, se détendre favorisent l'intuition. Attention au trio délétère - fatigue, sur-stress, dispersion - qui empêche de se connecter et forme une spirale négative. La sédentarité nuit à l'intuition : activité physique, détente et plaisir la favorisent.

3. L'intuition donne une sensation de certitude (je dois faire ceci), l'émotion aussi. Si on est engagé par rapport au sujet, il s'agit plutôt d'une émotion.

4. L'intuition va donner une direction, le travail fera le reste : on peut gagner en réussite en apprenant à

écouter nos intuitions. Une équipe devrait intégrer intuitifs et rationnels.

5. Apprendre à se concentrer procure un accès direct à nos intuitions. C'est difficile de le rester même peu de temps : on tend à dériver. Plus on travaille sa concentration, plus on élève sa capacité d'intuition. Comme l'intuition est à un degré au-dessus, elle permet d'atteindre un niveau hors du commun : créativité, vision stratégique, prise de décision.

L'intuition n'est ni bonne ni mauvaise. C'est... une information à prendre en compte. ●

VU POUR VOUS



PAR OLIVIA MIKOL, HEAD OF GROUP PEOPLE GROW AT ALBELLI (MONALBUMPHOTO.FR)

Merci à Dominique Mondoloni et Élise Ramin pour ce webinar du 30 mars 2021.

« LES ÉMOTIONS SONT NOS ALLIÉES L'INTELLIGENCE ÉMOTIONNELLE, UN ENJEU PROFESSIONNEL ET MANAGÉRIAL »

« Quand l'humour et la finesse
cisèlent le professionnalisme et
l'expertise » (Françoise Baltès).

Sans émotions, pas de vie.

Elles sont nos guides et veillent à la satisfaction de nos besoins. Elles nous gouvernent, même si nous aspirons à être rationnels. Elles sont un moteur puissant ET un frein terrible... Pour vivre sereinement, il faut savoir les identifier.

Le cerveau est modélisé en 3 parties :

- Le cerveau reptilien régule les fonctions vitales. Primitif, il exécute automatiquement des actions assurant la survie.
- Le système limbique agit sur la mémoire, la régulation des

émotions et le contrôle du système endocrinien. Pilote automatique activant les réactions physiologiques nécessaires à la survie.

- Le néocortex, est le « cerveau qui pense ». Le cortex préfrontal, siège de notre intelligence adaptative, permet de prendre la main sur les modes automatiques des cerveaux : reptilien et limbique.

Notre monde moderne nous éloigne du danger réel immédiat. En mode de survie primitive, le manque d'adaptation génère une réponse inadaptée : le stress ! L'individu a alors 3 réactions possibles : fuite, lutte ou inhibition.

Par l'Intelligence Emotionnelle (empathie, écoute active,

reformulation), le manager accueille ce stress, le canalise et adapte sa posture.

Les 8 clés de développement de l'IE :

- **Pratiquer** la pensée positive
- **Prendre du temps** pour soi
- **Adopter** une gestion positive des regrets
- **Vivre** le moment présent
- **Pratiquer** la communication non verbale
- **Acquérir** confiance en soi
- **Vivre** avec le regard des autres
- **Se libérer** du sentiment de culpabilité

Bonne nouvelle : Nous développons notre Intelligence Emotionnelle tout le long de notre vie ! ●

VU POUR VOUS



PAR AYMERIC GUINARD, REPRENEUR DE PME

POURQUOI LA REPRISE D'ENTREPRISE EST UNE SOLUTION À ENVISAGER ?

Après de nombreuses années dans des grands groupes, on peut ressentir une volonté de liberté, d'autonomie et d'indépendance, avec **un objectif d'être seul maître à bord**. C'est une réflexion longue apparaissant avec l'expérience et la maturité du cadre qui souhaite faire un virage professionnel : C'est la volonté d'avancer à travers un parcours du combattant excitant et stimulant.

En France, 850K entreprises sont créées par an ; dont 70k changent de main (âge moyen du cédant de 62 ans) ; 6 % des entreprises ont plus de 10 salariés. Au-delà de la taille de l'entité, étudiez son potentiel de développement, ses produits et marchés, son organisation clients / fournisseurs, le staff, sa situation financière sur les 3 dernières années. Le marché est ouvert (annonces officielles), semi-caché (via des intermédiaires financiers), ou encore caché (prospection).

Les étapes incontournables à respecter :

- . Se former sur la reprise de PME (CRA, CCI...).
- . Mettre en place une équipe de conseils (financier, avocat, expert-comptable...).
- . Étudier des dossiers de reprise seul, puis accompagné par ses conseils.
- . Échanger avec des amis chefs d'entreprise.
- . Rencontrer de nombreux cédants pour comprendre leurs problématiques.
- . Proposer une LOI (lettre d'intention d'achat).
- . Rédiger un mémo de présentation, un SWOT et business plan pour les banques.
- . Élaborer le protocole.
- . Mettre en place un audit.
- . Créer sa holding qui va racheter la fille ciblée.
- . Signature chez l'avocat avec le cédant.

On peut racheter seul, ou à plusieurs (création d'un pacte d'actionnaires), ou encore faire intervenir un fonds d'investissement (levée de fonds en LBO, love money, prêts d'honneur : Fonds Initiative, Réseau Entreprendre, Total Développement Régional, Airbus...). Le problème n'est pas l'apport personnel mais de persuader les interlocuteurs que votre profil, expérience, crédibilité financière et motivation sont en adéquation parfaite pour continuer à écrire une belle histoire avec la cible choisie.

Ce nouveau métier se révèle passionnant. Quel plaisir d'être à la barre sur tous les sujets en se projetant sur sa stratégie et sa croissance !

Bon courage dans votre pensée, réflexion, et projet, et à votre disposition pour tout conseil. ●



PAR PHILIPPE-JEAN FIEDLER
DIRECTEUR COMMERCIAL DE TRANSITION BUSINESS ET STRATÉGIE

AUTOUR DE NOUS

LE BONHEUR AU TRAVAIL

« Il est où l'bonheur, il est où ? », s'époumone **Christophe Maé**, tandis que cette énigme enflamme plus que jamais la sphère des gourous du gai savoir en entreprise, sans que cela n'ouvre la voie à un arc-en-ciel, ce n'est pas le thème. Je dis Gourou et j'assume. A vouloir tant en faire, on finit par trop en faire et on tombe dans l'absurdité du doux moelleux environnement des Bisounours.

Le bonheur serait un état de satisfaction de l'individu caractérisé par sa stabilité, sa durabilité. Le bonheur est un état global considéré comme le but premier de l'existence. Être heureux serait réaliser tous ses désirs primordiaux, ses projets. C'est une expérience individuelle.

Expérience individuelle, nous sommes dans le dur. L'entreprise n'est pas un lieu d'individualité, mais de collectivité, de collectif. La notion de bonheur est personnelle et comme les goûts et les couleurs ne se discutent pas. L'hypothèse que l'entreprise pourrait y répondre favorablement est un leurre, une impossibilité technique. Par ailleurs, on peut valablement se poser la question de savoir si cela est vraiment son rôle. Par contre, l'entreprise est un lieu où l'objectif de bien-être est compatible avec le nombre et la pluralité des personnalités. C'est ce que l'on appelle la Qualité de Vie au Travail que je préfère qualifier pour ma part de Qualité de vie par le Travail.

Le bien-être au travail, c'est respecter au sein de l'entreprise l'intégrité physique, psychologique et intellectuelle des individus et considérer que les gens sont intelligents, responsables, qu'ils peuvent avoir droit à l'autonomie, car c'est cela qui fait la richesse d'une organisation.

Pour l'individu, en faire partie pourrait bien être une composante, de son bonheur.

Quod tandem, Hoc illud est quod puto. ●

¹ tributis serviens au Professeur Rollin

<https://www.linkedin.com/in/pjfiedler/>



PAR JEAN-LUC ROSSIGNOL
DIRECTEUR MARKETING ET
BUSINESS DÉVELOPPEMENT

AUTOUR DE NOUS

LES MULTIPLES VISAGES DU CONSOMMATEUR CHINOIS

En 2010, les ménages Chinois avaient juste assez d'argent pour couvrir leurs besoins essentiels : **92%** avaient un revenu disponible **inférieur à 140 000 rmb***. En 2020, pour **50%** des ménages il est compris entre **140 000 rmb et 300 000 rmb*** ; c'est ainsi qu'ils ont pu **consommer sans souci du lendemain** : Aller au restaurant, acheter des produits de beauté, des smartphones, des TV à écran plat, partir en vacances à l'étranger... **Cependant aujourd'hui on voit clairement une fragmentation du comportement.**

Tendances 1 : Les jeunes consommateurs des villes en province ont accédé à la consommation plus récemment et sont aujourd'hui le moteur : **25%** de la population mais **60%** de la croissance de la consommation entre 2018 et 2017*.

Tendance 2 : La plupart des consommateurs chinois sont **extrêmement exigeants et avertis**, ce sont des **experts de l'internet et des réseaux sociaux** ! Que ce soit pour des produits bon marché ou haut de gamme, la **frugalité** est de mise et ils portent une attention particulière au **« best value for money »**.

Tendance 3 : La recherche de produits sains. Essentiellement le fait des consommateurs des grandes villes. Ce sont donc de nouvelles opportunités. Notamment en cosmétique, d'autant plus que récemment le gouvernement Chinois a supprimé l'obligation de tests sur les animaux ouvrant la voie pour de nouvelles marques.

Tendance 4 : Les Chinois deviennent des **voyageurs plus indépendants** que ce soit pour des voyages sur le sol national ou à l'étranger. La plupart

préfèrent aujourd'hui les **voyages auto-organisés**.

Tendance 5 : L'attractivité croissante pour les **marques Chinoises**. Les consommateurs veulent se reconnecter à leur patrimoine culturel. Le phénomène du HanFu (汉服), s'habiller au quotidien en habit traditionnel, est un exemple frappant. Ceci implique pour les marques étrangères une **capacité d'adaptation toujours croissante** et une obligation d'**inclure dans leurs produits des éléments culturels Chinois**.

Prochain et dernier article : Mon partenaire veut déjà renégocier ! Pourquoi ? ●

* Source: McKinsey Global Institute.



PAR PHILIPPE TURA
DIRECTEUR ACHATS

AUTOUR DE NOUS

RÉINDUSTRIALISATION, RELOCALISATION, QUEL FUTUR POUR L'INDUSTRIE FRANÇAISE ?

La crise du covid a rendu inacceptable un des effets de la désindustrialisation française : notre dépendance vis-à-vis de pays tiers pour un certain nombre de produits tels que les masques ou les respirateurs... Nous découvrons à nouveau des pénuries pour les circuits intégrés, les matières plastiques...

La réaction à ces phénomènes serait la relocalisation de certaines industries. Par relocalisation on entend, le retour en France d'entreprises qui avaient choisi de s'installer à l'étranger pour optimiser la base de coûts de leur chaîne de valeur.

Cette tendance soulève un certain nombre de points, d'abord pour l'offre :

- Quels sont les produits cibles pour ces plans de relocalisation ?
- Relocaliser ne peut se faire sans tenir compte des coûts de main d'œuvre. Le produit relocalisé devrait être reconçu pour une « manufacturabilité optimisée » notamment par l'utilisation de robots dont la France est sous équipée (18 robots pour 1 000 salariés en France contre 35 en Allemagne). Il ne peut s'agir d'un « copier/coller » d'un produit déjà fabriqué
- Quid des achats en pays « bas coûts » de ces entreprises ?
- La puissance publique doit développer l'attractivité des territoires à partir de mesures ciblées (fiscalités, charges...)

Pour la demande ensuite, l'Etat doit la relancer en évitant des aides détournées vers des produits importés de pays tiers. Elles n'auront aucun impact sur l'industrie française. Cette politique de relocalisation doit aller de pair avec l'arrêt des délocalisations et la réindustrialisation des territoires par exemple avec les nouvelles filières de mobilités électriques ou hydrogènes soutenues par l'industrie 4.0.

Enfin, ces politiques ne seront efficaces qu'en développant le patriotisme économique, la préférence pour des produits français.

C'est cet effet simultané sur l'offre et la demande qui assurera le succès de ces politiques de relocalisation et de réindustrialisation. ●



PAR THIERRY ROBERT

DIRECTEUR DE PROGRAMMES DE TRANSFORMATION, DIGITAL, OPTIMISATION DES PROCESSUS MÉTIERS

AUTOUR DE NOUS

LES 3 RÈGLES POUR ÊTRE AU RENDEZ-VOUS DES TRANSFORMATIONS DE SON ENTREPRISE

L'école de Palo Alto identifie 4 niveaux de transformation

Les premiers niveaux concernant des adaptations ne remettant pas en question nos croyances et nos fondamentaux.

Le niveau 4 implique un shift des mentalités et des comportements. Il faut souvent une crise pour le faire. Sortir de nos habitudes et réflexes est malaisé et nécessite une remise en question. Pourtant ces mécanismes de changement sont souvent négligés dans les plans de transformation.

Une entreprise qui cherche à gérer une transformation risque d'échouer si elle ne mise que sur les outils

Cela serait négliger les mécanismes individuels. 77% des personnes finiront par être convaincues grâce à des exemples ou par la pratique. 8% pourront être convaincus très rapidement au moyen de leur propre réflexion et 15% viendront challenger régulièrement les choix. Si les résistances primaires ne sont pas dépassées, l'outil risque de ne pas être bien utilisé, voire pas utilisé du tout.

La stratégie du dauphin appliquée aux entreprises

Cette stratégie montre que c'est en sautant du sommet d'une vague vers une autre que l'animal minimise son effort. Les entreprises ont intérêt à

se transformer avant d'être au creux de la vague. Elles doivent chercher à saisir les opportunités du marché quitte à se disrupter elles-mêmes. Combien le font ? Le faire quand on est au pied du mur impose de le faire vite, dans la douleur et peut-être trop tard.

La responsabilité du leader sur le moyen et long terme consiste donc à détecter les besoins de transformation de son entreprise, à ne pas attendre une crise pour s'y engager et à développer une culture inclusive du changement qui lui permettra d'embarquer ses employés, d'en faire des acteurs de la transformation. ●



ACTIVITÉ DES COMMISSIONS

MASTERMIND R.O., UN RENDEZ-VOUS CONVIVAL ET STIMULANT

PAR ISABELLE VITALIS
LEADERSHIP MENTOR

Photo : © dylan-gillis-KdeqA3aTnBY-unsplash

Le 26 mars dernier voyait le 1^{er} rendez-vous Mastermind version Réseau Oudinot. Un démarrage avec 12 membres, répartis en 3 groupes, qui se sont engagés à se retrouver tous les 15 jours pour échanger, s'entraider, partager leurs défis, leurs difficultés et profiter des conseils et expériences des autres participants. À peine un mois s'est écoulé et nous arrivons déjà à notre 3^{ème} rendez-vous avec la mise en place d'un 4^{ème} groupe.

Mais au fait, c'est quoi le Mastermind version Réseau Oudinot ?

Et bien, c'est un super accélérateur pour toutes celles et ceux qui souhaitent profiter du soutien et du feedback des membres du réseau. Ce Mastermind R.O. permet également de prendre de la hauteur sur ses problématiques, de confronter ses idées, ses stratégies, de retrouver une dynamique parfois un peu émoussée, le tout dans un état d'esprit positif et un environnement convival. Sans compter que c'est une excellente opportunité d'élargir son

réseau en créant des liens durables avec d'autres membres. Que nous soyons salariés, en transition ou entrepreneurs, nous avons tous besoin d'échanger pour ouvrir le champ des possibles, nous challenger et trouver des solutions.

Me conformant à l'adage « *Qui n'avance pas recule* », j'ai eu envie de créer ce groupe de personnes qui échangent ouvertement sur leurs challenges du moment, sans se juger mais en s'entraidant avec une vraie volonté de faire avancer les autres.

Et aider les autres à avancer en leur donnant les clés pour passer à l'action étant devenu mon activité professionnelle, vous proposer ce Mastermind m'est apparu comme une évidence. Mais ça c'est une autre histoire... ●

www.linkedin.com/in/i-vitalis



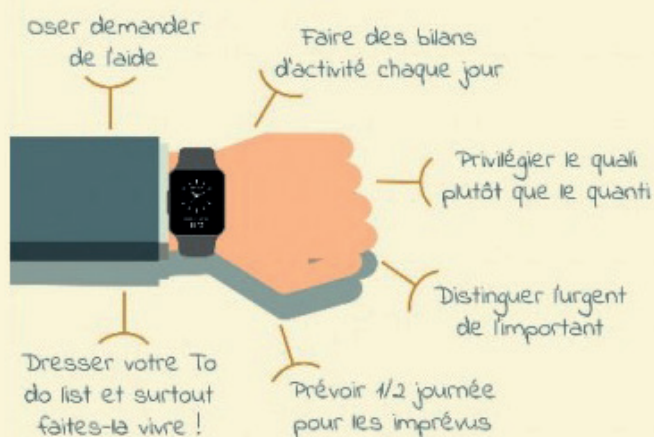
CLIN D'ŒIL



LA GESTION DU TEMPS



Nos astuces



6 lois que vous connaissez sans doute... mais toujours intéressantes à avoir en tête !

- Loi de PARKINSON plus on a le temps pour réaliser une tâche, plus cette tâche prend du temps
- Loi de MURPHY Toute chose prend plus de temps qu'on ne l'avait prévu
- Loi d'ILLICH Au-delà d'un certain seuil de travail, l'efficacité décroît
- Loi de CARSON Faire un travail de façon continue prend moins de temps que de le faire en plusieurs fois
- Loi de FRAISSE 1 heure n'est pas toujours égale à 1 heure
- Loi de PARETO 20 % de nos activités produisent 80% de nos résultats

Un outil pour gérer vos priorités ! (Méthode Eisenhower)

Classez ce que vous avez à faire en 4 catégories. Ce qui est :



À VOS AGENDAS



PROCHAINE MENSUELLE (ZOOM)
le mardi 25 mai en visioconférence



4 MAI À 18H30

« CHASSER SON JOB » :
COMMENT SÉDUIRE LES
CABINETS DE RECRUTEMENT -
Visioconférence animée par **Anne Stephan**, spécialiste du Sourcing des profils Dirigeants pour les plus grands cabinets de chasse de tête.

6 MAI À 18H30

ÊTRE ADMINISTRATEUR
OU ADMINISTRATRICE :
POURQUOI PAS VOUS ?
Visio conférence animée par **Lise Bachmann** et **Anne Navez**, expertes sur le sujet de la gouvernance d'entreprise.

18 MAI À 18H30

L'EBIT, C'EST BIEN, L'IBET
C'EST MIEUX ! - UN INDICE DE
PERFORMANCE SOCIALE, POUR
UNE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE
RESPONSABLE - Visioconférence
animée par **Victor Wakinne**, fondateur
du cabinet Mozart Consulting.