

Conclusion

Ce travail vous a présenté des techniques, et des attitudes que vous pourrez facilement expérimenter dans la conduite de vos projets en entreprise. En vingt ans d'accompagnement d'équipes, j'ai observé qu'elles donnaient régulièrement les résultats attendus.

Elles ne représentent toutefois qu'une toute petite partie des techniques de la PNL. Si ce sujet vous a intéressé, je vous invite à vous documenter en lisant les livres cités dans la section bibliographie à la fin de cet ouvrage. Ce livre est quasiment terminé, et je voudrais revenir sur le point qui me paraît le plus important. Qu'est-ce qui fait qu'un projet est une réussite ou pas ? D'ailleurs comment affirmer que c'est une réussite ? Je propose que l'on détermine la réussite du projet en fonction de l'objectif que l'on s'était fixé au départ. Dès lors la réussite d'un projet serait la mesure de l'écart entre l'objectif de départ et le constat à la fin du projet. Si l'écart est faible ou nul on parlera de réussite. En revanche, s'il est important certains parleront d'échec. Si l'on part de ce postulat, on mesure l'importance de la bonne définition de l'objectif. Je devrais plutôt dire DES objectifs. En effet, nous avons vu que, si l'objectif du client est important, il est indispensable de définir l'objectif de votre équipe, qui réalise le projet du client. Car dans ce cas, l'atteinte de l'objectif du client ne dépend pas que de lui (sinon il ne ferait pas appel au fournisseur) et l'objectif de votre équipe ne dépend pas que d'elle (sans le client, le fournisseur n'a pas de raison d'être). La réussite d'un projet passe par une bonne définition des objectifs. La phase de collecte des informations est primordiale. Suit une phase de communication destinée à établir un référentiel commun entre le client et l'équipe. Durant cette phase, vous allez partager des visions du monde différentes, quelquefois opposées. Une communication appropriée permettra à chacun de vérifier qu'il agit peut être différemment, mais au service de valeurs communes. Enfin un feed-back régulier vous enrichira des observations des autres en vous permettant de mettre en œuvre des actions correctrices. En vous donnant du feed-back, le client vous remet en mémoire son objectif. Ses observations ou ses « critiques » sont la mesure des écarts entre sa vision du projet et ce que vous avez réalisé. Vous savez alors ce que vous devez faire pour satisfaire votre client. Ce livre traite des projets en entreprise, mais comment ne pas penser à nos projets personnels, à nos actions à nos décisions ? Ne peut-on pas penser qu'ils sont régis par les mêmes mécanismes ? Que chacune répond à un objectif précis que nous nous fixons consciemment ou inconsciemment ? Que nous jugeons nos réussites en fonction de l'atteinte de nos objectifs ? Dans ces dernières lignes, je voudrais vous faire partager ma profonde croyance et ma conviction que les objectifs sont des piliers dans la conduite de nos vies. En définissant nos objectifs, nous conduisons notre vie en accord avec nos valeurs, et nous apprécions nos résultats en fonction du but que nous nous étions fixés. Les erreurs sont alors des étapes sur le chemin de la réussite, qui nous enrichissent pour nous indiquer ce qu'il faudra faire différemment une prochaine fois dans pareille circonstance. Mais bien sûr tout cela engage que moi …