

FICHE D'AUTO-COACHING

Le but de cette fiche est de servir de fil conducteur pour vous permettre de réaliser un état des lieux initial complet de votre projet.

Exercice 1 : Attribution du projet

- Pouvez-vous faire la liste des membres de l'équipe qui vous a délégué le projet?

- Pensez-vous que l'ensemble des partenaires ait été correctement informé par la personne qui vous a confié le projet?

- Si le contexte n'est pas clair (collègue vexé par votre nomination, votre sélection n'est pas officialisée...), que pourriez-vous faire pour améliorer la situation? Comment votre supérieur (s'il y en a un) peut-il vous aider?

Exercice 2 : État des lieux des partenaires

Vous pouvez établir la liste de vos partenaires de projets en complétant le tableau ci-dessous.

Vos clients	Vos fournisseurs	Votre ou vos supérieurs	Les membres d'équipe

Exercice 3 : État des lieux et validation de la mission

L'état des lieux du projet et la définition de sa mission consistent à recueillir les perceptions de vos différents partenaires quant au but du projet et aux outils dont vous aurez besoin. Il s'appuie sur les étapes suivantes:

a) Comparaison entre la vision du mandant, la votre et celle de votre équipe

Cette étape préliminaire permet de définir l'*identité du groupe* ou, si elle existe déjà, de vérifier que cette identité correspond à la réalité. De plus, la comparaison entre les *valeurs de votre mandant* (c'est-à-dire la personne qui vous a confié le projet) et celles de votre *équipe* peut s'avérer très intéressante, afin de se faire une idée des attentes des uns et des autres.

Exemple de comparaison des valeurs :

VALEURS	VISION DU MANDANT	VISION DE L'ÉQUIPE	VISION DU PILOTE	CONCLUSIONS
Professionalisme		X	X	
Rigueur		X	X	
Rentabilité	X		X	
Excellence		X	X	
Patience		X	X	

b) Synthèse de la vision de l'environnement du projet

Il s'agit ici de comparer la vision qu'ont vos clients et partenaires de la *faisabilité du projet* avec les données concrètes, chiffrées et mesurables à votre disposition. Ceci permet d'une part de vérifier qu'il existe une cohérence entre les différentes visions en présence et, d'autre part de délimiter *l'espace* économique, organisationnel et humain du projet (est-ce un espace international? local? touche-t-il l'ensemble de l'entreprise?)

	VISION DU CLIENT	VISION DES PARTENAIRES	FAITS / DONNÉES ACTUELLES	STATUT
Espace géographique	Créer un site asiatique	Réaliste, mais difficile...	Bonne ouverture du marché africain	<i>A travailler</i>
Espace physique				
Espace organisationnel				
Espace de la place de travail				

c) Synthèse de la vision de l'avenir du produit

	Vision des clients		Vision des partenaires		Faits / Données actuels	Statut
	Description des objectifs	Changements / Innovations	Perception des objectifs	Perception du changement		
PRODUIT 1	Augmenter la part de marché de 10%	Modifier le « look »	Réaliste à condition d'une campagne publicitaire	Il faut modifier le « look »	Pub actuelle mauvaise	OK
PRODUIT 2						
...						

Il peut s'avérer très profitable de sonder l'opinion de vos partenaires afin d'évaluer le réalisme de la demande. Une fois toutes ces informations recueillies, vous pouvez y ajouter votre propre vision et synthétiser le tout.

d) Synthèse de l'état des lieux des processus du projet

Cette étape consiste principalement à évaluer les aspects financiers du projet. Y a-t-il une possibilité de trouver de nouveaux clients? Le budget alloué est-il réaliste par rapport à l'ampleur du projet? Y a-t-il une chance d'assurer un succès financier ou part-on perdant? Les délais y sont aussi examinés.

PROCESSUS OBSERVÉ	POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
Approvisionnement	Excellents délais des fournisseurs Prix d'achat optimal	Retards dans les passations de commande
...		

e) État des lieux des outils du projet

Dresser la liste des outils nécessaires après avoir évalué les processus du projet vous permet d'acquérir, d'une manière très simple, une vision d'ensemble des moyens à votre disposition.

	OUTILS NÉCESSAIRES	OUTILS DISPONIBLES	OUTILS INDISPENSABLES MANQUANTS
OBJECTIF 1	Nouveau logiciel de gestion des stocks	Vieux logiciel de gestion des stocks	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nouveau logiciel plus performant ▪ Directives claires pour son alimentation par les collaborateurs
OBJECTIF 2			
...			

f) Bilan des compétences globales

Cette analyse de l'effectif (*est-il suffisant? va-t-il évoluer en cours de projet?*) et des compétences de votre équipe de projet vous fournira une vision d'ensemble des atouts dont vous disposez, ainsi que des points qui mériteraient d'être développés. (A noter que *l'autonomie* des collaborateurs y est évaluée comme une compétence à part entière). Pour vos propres compétences, vous pouvez vous baser sur le profil du poste, ainsi que sur les attentes de vos partenaires en termes de gestion humaine, de communication, etc.

Vous gagnerez aussi à monter de *petits audits* auprès de vos partenaires pour obtenir les informations dont vous avez besoin et connaître leurs réelles attentes. À noter que celles-ci peuvent changer en cours de route, et qu'il est donc utile d'instaurer un dialogue continu avec eux.

	Compétences globales requises	Compétences globales effectives	ATOUS	MANQUES
1. OBJECTIFS DE L'EQUIPE				
2. OBJECTIFS DU PILOTE				
3. OBJECTIFS DES FOURNISSEURS				
4. ...				

Exemple d'audit :

- Comment comprenez-vous la mission du projet x?
- Qu'est-ce qui actuellement va bien dans les activités techniques du projet x?
- Qu'est-ce qui constitue actuellement les points forts des membres de l'équipe du projet x?
- Quels sont les points faibles des activités techniques du projet x?
- Qu'aimeriez-vous voir se développer dans le comportement ou les compétences de l'équipe de projet?
- Quelles seraient vos propositions d'amélioration?

Conditions de succès d'un audit:

- Expliquer le contexte de l'audit
- Expliquer son utilité
- Éviter tout jugement
- Poser les mêmes questions aux différentes personnes auditées
- Informer et communiquer les résultats et les mesures qui en découlent au groupe audité

Exercice 4 : création d'entreprise

Si vous souhaitez vous mettre à votre compte, vous pouvez procéder de la même manière. La différence est que vous n'avez pas encore de mandant (cela viendra à travers les projets que l'on vous confiera), mais une *demande du marché* par rapport à vos potentielles prestations.

Dans le cas de la création d'une entreprise, il est particulièrement utile de vous définir une "niche" sur le marché. Celle-ci correspond à un créneau précis où la demande est potentiellement forte et l'offre réduite (soit parce que les compétences sont très pointues et rares, soit parce que peu ou pas de gens y ont pensé avant vous).

Une fois l'évaluation faite, confrontez votre projet à un conseiller (financier, d'entreprise...).