

VALÉRIE DEBRUT

**ÉCRIRE
LA RÈGLE
DU JEU**

UN MANUEL UNIVERSEL

ÉCRIRE
LA RÈGLE
DU JEU *.fr*

En savoir plus sur : <http://www.ecrirelaregledujeu.fr>

© 2020 – Notices, le projet littéraire initié par Valérie Debrut
un vendredi 13

VOUS VOULEZ CHANGER LE MONDE ?

COMMENCEZ PAR CHANGER LA RÈGLE DU JEU

**EN APPLIQUANT À VOTRE SPHÈRE
CETTE MÉTHODE PAS À PAS**

PROLOGUE

Écrire la règle du jeu est en soi un jeu. C'est une mise en abyme de jeu. Vous allez jouer à un jeu qui va vous permettre de changer la règle d'un autre jeu. Cet autre jeu, c'est un jeu social. C'est l'activité de groupe, la structure, le projet que vous voulez améliorer.

C'est votre classe, si vous êtes professeur. C'est votre ville, si vous êtes maire. C'est votre institution. C'est votre association. C'est votre école, votre équipe de sport, votre troupe, votre cercle, votre tribu, votre parti. C'est votre collectivité, votre ONG, votre cabinet, votre multinationale, votre usine, votre mouvement... C'est votre terrain de jeu.

MODALITÉS

Objectifs du jeu :

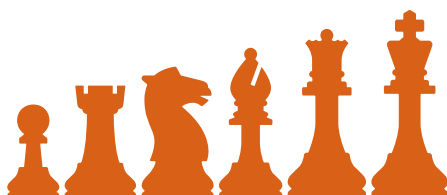
- Optimiser une structure (lire la **notice**)
- Monter un projet

Nombre de joueurs :

- Réunissez une petite équipe en mode projet
- Piochez des volontaires qui soient représentatifs

Durée de la partie :

- en fonction de la taille de la structure
- de vos échéances ou de l'urgence de la situation



AVERTISSEMENT

Jouer à ce jeu est conseillé si :

- votre structure rencontre toujours les mêmes problèmes
- vous sentez que votre structure a un potentiel inexploité
- vous êtes prêt à remettre en question certaines évidences

Jouer à ce jeu est déconseillé si :

- vous n'accepterez qu'un ravalement de façade
- vous cherchez des réponses toutes faites
- vous ne voulez pas prendre le temps de la réflexion

DÉROULEMENT

1 PREMIÈRE ÉTAPE. DÉCRIRE LE JEU

En quoi consiste votre jeu ? Le périmètre, le décor, les personnages, les objectifs, les comportements.

2 DEUXIÈME ÉTAPE. ÉVALUER LE JEU

Qu'est-ce qui va et ne va pas ? La formule d'évaluation, le contenu de la mission, les dysfonctionnements

3 TROISIÈME ÉTAPE. PENSER DE NOUVELLES RÈGLES

Comment améliorer votre jeu ? Le but du jeu, l'équipe, l'organisation, l'écosystème, la structure

4 QUATRIÈME ÉTAPE. RÉÉCRIRE LA RÈGLE DU JEU

Comment changer concrètement ? Les rôles, l'architecture, le management, la communication

5 CINQUIÈME ÉTAPE. JOUER SELON LES NOUVELLES RÈGLES

Comment appliquer les changements ? Créer ses outils, former les collaborateurs, animer ses communautés

À LIRE AVANT DE COMMENCER À JOUER

1. Consistance

Pour que la partie soit bénéfique, elle doit porter sur un vrai jeu social que vous pouvez décrire, notamment le but du jeu, le cadre de jeu, l'expérience de jeu.

2. Précision

Ces objectifs et éléments doivent pouvoir être définis de manière à évaluer la cohérence de votre jeu.

3. Amélioration

Les carences mises en lumière peuvent servir de point de départ pour penser de nouvelles règles, plus pertinentes et plus utiles.

4. Investissement

Vous avez les moyens (notamment le temps et les qualités rédactionnelles) de réécrire la règle du jeu, en consignnant tout ce qui mérite de l'être.

5. Volonté

Vous êtes déterminé à appliquer et à faire appliquer la nouvelle règle du jeu : revoir le management, réaménager les locaux, former vos équipes, repenser votre communication, animer vos communautés, trouver des prescripteurs, etc.

**ON GAGNE PLUS FACILEMENT
LA PARTIE QUAND ON CONNAÎT
LA RÈGLE DU JEU !**

ÉTAPE #1. DÉCRIRE LE JEU

DE QUEL JEU S'AGIT-IL ?

Votre entreprise, votre projet, votre structure, votre groupe

C'EST UNE ACTIVITÉ SOCIALE

Il doit s'agir d'un groupe de personnes (une entreprise, une organisation, une équipe, une association, une troupe, un syndicat) qui poursuit un but commun identifiable.

QUI VISE À SATISFAIRE UN BESOIN PRÉCIS

L'objectif sert de dénominateur commun à l'activité de chaque participant (produire des objets, fournir des services, organiser des évènements, influencer l'opinion).

MAIS COMPORTE DES INTENTIONS AMBIVALENTES

Les motivations personnelles des différents participants (l'argent, l'ambition, la sécurité, le confort) entrent en conflit soit entre elles, soit avec le but commun affiché.

ET SUIT DES SCHÉMAS INCONSCIENTS

C'est-à-dire des conditionnements : instincts (domination, concurrence), usages (habitude, bienséance), représentations (langage, sens commun), discriminations (sexisme, racisme).

QUI CRÉENT DES FRICTIONS.

Des conflits (malentendus, querelles, rancœur, jalousie) ou des dysfonctionnements (retards, gaspillage, réclamations, mécontentements, crise, scandale).

Lisez la notice sur les **jeux sociaux** !

QUEL EST LE PÉRIMÈTRE DU JEU ?

Votre plateau de jeu, votre terrain de sport, votre scène de théâtre

DÉTERMINER LE PÉRIMÈTRE DU JEU

Pour écrire la règle de votre jeu, il faut d'abord lui assigner un périmètre, c'est-à-dire en relever les limites.

- Qu'est-ce qui fait partie de votre jeu ?
- Qu'est-ce qui en est exclu ?
- Sur quoi pouvez-vous agir (personnes et lieux) ?

L'EXEMPLE DU JEU INTITULÉ « ENTREPRISE DE CONFECTION DE PARAPLUIES »

Personnages inclus

Les dirigeants, les finances, les ouvriers, les commerciaux, les distributeurs, les clients, etc.

Personnages exclus

Les concurrents, le législateur, toutes les entreprises qui travaillent dans un domaine autre que le vôtre et, bien sûr, les gens qui vivent dans des pays imbéciles où jamais il ne pleut...

Lieux inclus

Les usines, les points de vente, les routes nécessaires à l'acheminement, les encarts publicitaires, le site internet, etc.

Lieux exclus

L'univers entier moins ce qui précède...

DÉCRIRE D'ABORD

LES PERSONNAGES

1. Identifiez les catégories de joueurs

Les managers, les stagiaires, les ouvriers, les vendeurs, les techniciens, les juristes, les comptables, etc.

2. Explicitez leur rôle au sein du jeu

Diriger, produire, vendre, contrôler, organiser, promouvoir, concevoir, anticiper, se former, etc.

3. Listez toutes les différences de statut

Rémunération, avantages en nature (badge, place de parking), responsabilité, prestige, etc.

4. Évaluez la légitimité des différences de statut

Au regard de la charge et des horaires de travail, sont-elles justifiées ? Ont-elles des effets pervers ou contreproductifs ? Notamment, l'évolution de carrière est-elle régie par des règles connues et acceptées ?

LE DÉCOR

1. Identifiez les lieux qui se rapportent à votre jeu

Ce sont les usines, les bureaux, les boutiques et autres locaux. Interrogez-vous sur l'ergonomie des lieux de travail, les trajets des salariés, les modes d'acheminement, le temps et l'argent dépensés pour l'organisation spatiale de votre activité.

2. Prêtez attention aux tenues portées

Ce sont les équipements de travail, les signes extérieurs de richesse, les codes vestimentaires. Créent-ils des distinctions inutiles ? À l'inverse, des uniformes ou des signes de reconnaissance peuvent-ils créer un sentiment d'appartenance ou contribuer à l'image de l'entreprise ?

DÉCRIRE AUSSI

LES COMPORTEMENTS

1. Observez les comportements

Prêtez attention à la concurrence ou à l'entraide au sein de la structure, à la rétention d'informations, à la malveillance, voire au harcèlement, à la calomnie, aux discriminations.

2. Analysez les usages

Observez la culture d'entreprise, la communication interne, la gestion des conflits, le traitement des problèmes, l'utilisation de vos produits par les clients.

Dans la structure, la créativité est-elle encouragée ou réprimée ? La hiérarchie est-elle pesante ? Comment sont prises les décisions ? Tenez-vous suffisamment compte des remarques ou suggestions des clients, des salariés, des investisseurs ?

LES OBJECTIFS

1. Formalisez les objectifs affichés

C'est la mission de votre structure, analysée comme sa fonction sociale, sa raison d'être. C'est en fait le but de votre jeu à partir duquel tout doit être pensé.

2. Essayez d'identifier les motivations secrètes

Il est plus difficile de les faire remonter à la surface. Profitez des discussions avec les uns et les autres pour déceler les aspirations, les frustrations, les ambitions, les regrets des clients comme des salariés. Ne négligez ni les entretiens individuels, ni les réseaux sociaux, ni même les bruits de couloir pour recueillir des informations. Surtout, croisez les sources.

L'INTELLIGENCE DÉCISIONNELLE

Pour commencer à repenser votre jeu, inspirez-vous des principes de l'intelligence décisionnelle (holisme, cohérence et créativité) ; essayez aussi d'en suivre les 6 étapes.

1. RÉVÉLEZ L'ÂME DE VOTRE ENTREPRISE

- ▶ Identifiez votre raison d'être
- ▶ Appuyez-vous sur votre marque de fabrique

2. MISEZ SUR UN POSITIONNEMENT AUTHENTIQUE

- ▶ Soyez cohérent avec ce que vous affichez
- ▶ Faites de l'authenticité un atout

3. TROUVEZ L'ÉQUILIBRE DE VOTRE STRUCTURE

- ▶ Préservez l'intérêt de tous vos partenaires
- ▶ Pensez autant à court qu'à long terme

4. IMAGINEZ UNE STRATÉGIE AUDACIEUSE

- ▶ Forgez une stratégie créatrice de valeur
- ▶ Appliquez votre stratégie à tous vos projets

5. PRIVILÉGIEZ UNE ORGANISATION DYNAMIQUE

- ▶ Pour l'organisation interne, visez l'agilité
- ▶ Pour l'organisation externe, créez votre écosystème

6. DOMPTEZ L'ÉVOLUTION DE VOTRE PROJET

- ▶ Évaluez le projet pendant sa mise en œuvre
- ▶ Modifiez ce qui doit l'être au fur et à mesure



ÉTAPE #2. ÉVALUER LE JEU

COMMENT ÉVALUER ?

LA FORMULE D'ÉVALUATION

Mettre en balance

- ▶ le **contenu** de la mission
- ▶ avec la **réalité** de la structure ou du projet

Le but est de faire le point sur les résultats, le bilan et les bénéfices, les réussites et les échecs, les points positifs et les points négatifs, le savoir-faire et le faire-savoir, l'image de marque, etc.

LE CONTENU DE LA MISSION

Réaliser son objectif

Produire des biens, fournir des services, gagner une élection, monter un spectacle, organiser une collectivité locale

▶ **selon ses moyens**

Personnel, locaux, matériel, matériaux, finances, temps

▶ **sans causer de dégâts internes ni externes**

Pollution, responsabilité, mécontentement, gaspillage, crise, scandale

EXEMPLES DE MISSION

- Proposer des solutions comptables aux TPE du coin
- Concevoir des produits connectés pour les seniors
- Mettre en relation coachs sportifs et jeunes mamans
- Fabriquer des parapluies artisanaux de grande qualité
- Organiser des rencontres sportives intergénérationnelles
- Initier des échanges entre adolescents de pays différents
- Attirer des investisseurs étrangers sur un territoire
- Trouver un emploi aux personnes précaires

ÉVALUER D'ABORD

LA RÉALITÉ DE L'ACTIVITÉ

- L'état de vos finances, les investissements à faire
- La qualité de vos produits et prestations
- Votre image de marque, notamment auprès du public
- La satisfaction des consommateurs, adhérents, électeurs
- La satisfaction de vos collaborateurs et fournisseurs
- La satisfaction de vos partenaires et prescripteurs

LA RÉALISATION DES OBJECTIFS

1. Identifiez et explicitez la mission (souvent méconnue) de votre structure

Déterminez-la en fonction de votre objectif, de vos moyens et des limites à ne pas franchir (notamment, les dégâts à éviter, afin de préserver votre réputation et vos finances).

2. Partez de cette mission et situez-la par rapport à votre terrain de jeu

Êtes-vous assez présent sur votre marché ?

Êtes-vous relayé, connu, estimé ?

3. Mettez votre mission en balance avec les résultats de l'activité

Examinez votre bilan comptable, identifiez vos points faibles, faites ressortir vos manquements et émerger des pistes d'amélioration.

ÉVALUER AUSSI

LES GASPILLAGES

Passez au crible les achats. Mesurez le gaspillage (matières premières, temps, énergie). Recyclez-vous ce qui pourrait l'être ? Vos collaborateurs perdent-ils du temps en réunions, procédures complexes, validations inutiles ? Des trajets peuvent-ils être limités ?

LES DYSFONCTIONNEMENTS

Ce sont évidemment les pannes techniques mais aussi, et surtout, les problèmes de communication et d'organisation : les couacs, les malentendus, les informations qui ne circulent pas, les injonctions contradictoires, des doublons dans l'organigramme, une organisation datée, une image en décalage avec la réalité interne.

LES REVENDICATIONS

► **Celles de vos collaborateurs**

À ne jamais négliger. Salaires, avantages, mobilité interne, télétravail, aménagement des horaires. D'une manière générale, soyez souple sur tout ce qui n'affecte pas la qualité du travail.

► **Celles de vos clients ou électeurs**

Anticipez sur leurs attentes légitimes, n'attendez pas les protestations pour progresser, améliorez sans cesse votre offre, faites-vous concurrence à vous-même.

► **Celles de vos partenaires**

Assurez une veille : les informations qu'ils diffusent, leurs nouveaux projets, leurs aspirations en matière de développement.

► **Celles de la société**

Environnement, qualité de vie, économie d'énergie, éthique... Que ce soit votre préoccupation ou non, sachez que toute structure est aujourd'hui jugée sur ces sujets.

À CE STADE, FAITES LE POINT SUR

1. VOTRE IDENTITÉ

Vous avez identifié votre mission actuelle ou future, qu'il s'agisse d'une structure existante ou d'un projet à venir.

2. VOS OBJECTIFS

Vous avez une ambition claire pour l'avenir quant à votre chiffre d'affaires, votre positionnement, votre image de marque, vos parts de marché, le lancement de produits.

3. VOS OBLIGATIONS

Vous remplissez bien toutes vos obligations (légalité, conformité). Le cas échéant, prenez de (bons) conseils et ne négociez pas afin d'éviter les mauvaises surprises.

4. VOTRE BUDGET

Vous avez une vision nette et exhaustive de vos finances (les dettes et les créances, la trésorerie, les investissements indispensables à faire).

5. VOTRE ENGAGEMENT

Vous êtes déterminé à aller au bout d'une démarche exigeante. Vous êtes prêt à vous donner le temps nécessaire, à faire preuve de persévérance, à porter un regard critique sur votre action.

**AFFAIRES, POLITIQUE,
ASSOCIATIONS, SPORT
ÉCOLES, RÉSEAU, ART...**

**UN JOUR, ON SE
DEMANDERA COMMENT
ON A PU JOUER SI
LONGTEMPS À TOUS
CES JEUX EN IGNORANT
QU'ON POUVAIT EN
ÉCRIRE ET EN RÉÉCRIRE
LES RÈGLES.**

ÉTAPE #3. PENSER DE NOUVELLES RÈGLES

REPENSER D'ABORD

LE BUT DU JEU

1. L'objectif principal (la mission)

En fonction de l'identité de la structure ou du projet, fixez un objectif principal (votre mission, c'est-à-dire votre activité, votre cible, votre particularité).

2. Les objectifs secondaires (les valeurs)

Ensuite, choisissez quelques valeurs comme objectifs secondaires en fonction de vos spécificités réelles (management familial, ancrage local, protection de l'environnement, commerce équitable). Il faudra veiller à les appliquer au quotidien dans le recrutement, la production, la livraison. Mais elles seront des éléments de différenciation, idéales pour vous démarquer et sur lesquelles vous pourrez communiquer.

L'ÉQUIPE

1. Les fonctions (les modes de production)

Identifiez les fonctions nécessaires à la réalisation de votre mission (conception, qualité, production, communication). Repartez de zéro et imaginez sans idée préconçue le support idéal de votre activité, la meilleure structure possible pour réaliser votre mission.

2. Le fonctionnement (les modes de collaboration)

Inventez de nouveaux modes de collaboration entre ces diverses fonctions (communication des informations, prise de décision, gestion des conflits). Supprimez les postes inutiles, créez-en d'autres, fusionnez ou scindez des équipes, passez en mode projet, organisez des événements pour vos collaborateurs, dédiez des espaces aux échanges ou au repos.

REPENSER ENSUITE

L'ORGANISATION

1. Fluidifiez (agilité)

Bannissez les usines à gaz, limitez les validations, les réunions, les opérations, les procédures. Responsabilisez vos collaborateurs. Donnez-leur un peu d'air.

2. Économisez (sobriété)

Éradiquez le gaspillage. Privilégiez les filières courtes. Recyclez autant que possible. Rapprochez-vous d'autres entrepreneurs complémentaires : partagez des coûts, sous-traitez, produisez ensemble, utilisez les déchets des autres ou des énergies gratuites (le soleil, la gravité).

L'ÉCOSYSTÈME

1. Les communautés (séduction)

Ce sont les clients, les utilisateurs, les passionnés, les mécènes. Identifiez, fédérez et faites vivre des communautés autour de votre mission. Organisez des événements, utilisez les réseaux sociaux, créez des signes distinctifs. Valorisez ces différents publics afin qu'ils s'attachent à vous.

2. Les partenaires (loyauté)

Il s'agit des fournisseurs, des financeurs, des prescripteurs, des distributeurs, des collectivités. Entretenez en continu des relations avec vos partenaires, pas uniquement quand vous avez besoin d'eux. Proposez des partenariats innovants où chacun trouvera son intérêt, faites-vous le relais de leurs activités, donnez-leur un coup de pouce.

REPENSER ENFIN LA STRUCTURE

1. EXHAUSTIVITÉ

Commencez par noter toutes vos idées, listez les éléments à repenser et répertoriez les problèmes à régler. Écrivez aussi ce que vous aimeriez mettre en place à l'avenir.

2. SPÉCIFICITÉ

Définissez clairement votre mission (votre objectif principal). Explicitez également vos valeurs ou, plus précisément, vos modes de production, vos particularités sur votre marché.

3. COHÉRENCE

Donnez-vous une vraie ligne de conduite. Partez de votre spécificité et tirez-en les conséquences opérationnelles (management, production, communication).

4. UTILITÉ

Déclinez votre mission en quelques grandes fonctions, dont l'utilité est avérée. Supprimez les doublons. Recentrez-vous sur le cœur de votre projet et de vos savoir-faire.

5. FLUIDITÉ

Décrivez les relations idéales entre ces diverses entités, veillez à la circulation de l'information. Souvenez-vous aussi que **manager, c'est expliquer la règle du jeu.**

**SOUVENEZ-VOUS QU'UNE STRUCTURE,
AUTANT QU'UN ÉCOSYSTÈME, EST DURABLE
QUAND CHACUN DE SES MEMBRES
Y TROUVE SON COMPTE.**

**ÉTAPE #4.
RÉÉCRIRE
LA RÉGLE
DU JEU**

**ÉCRIRE LA RÈGLE DU JEU, C'EST ÉCRIRE
CE QU'ON NE VOIT PAS, CE QU'ON
N'ÉCRIT JAMAIS ET QUI MÉRITE
POURTANT D'ÊTRE LU ET COMPRIS**

**ÉCRIRE LA RÈGLE DU JEU, C'EST
PORTER SUR SON QUOTIDIEN UN
REGARD NEUF POUR L'ADAPTER AUX
CIRCONSTANCES ET AUX ÉVOLUTIONS**

**ÉCRIRE LA RÈGLE DU JEU, C'EST
CHOISIR LA RAISON PLUTÔT QUE LES
PULSIONS, LE BON SENS PLUTÔT QUE
L'ORGUEIL OU LES PRÉJUGÉS POUR
GOUVERNER SON ACTIVITÉ**

**ÉCRIRE LA RÈGLE DU JEU, C'EST EN FAIT
LA MEILLEURE MANIÈRE D'ABORDER
L'INGÉNIERIE DE PROJET OU LA
CRÉATION DE STRUCTURE**

**ÉCRIRE LA RÈGLE DU JEU, C'EST
FINALEMENT PROCÉDER PAR ORDRE,
FAIRE LES CHOSES DANS LES RÈGLES
DE L'ART, CULTIVER LA PERTINENCE**

RÉÉCRIRE D'ABORD

LES RÔLES

1. Construisez un nouvel organigramme

Selon les nouvelles fonctions précédemment identifiées, dessinez une nouvelle organisation interne (redécoupage des unités, hiérarchie plus horizontale, responsabilités clairement définies, modes de validation, règles de prise de décision, etc.).

2. Faites évoluer les postes

Réattribuez les rôles aux collaborateurs, identifiez toutes les compétences des collaborateurs, utilisez-les en interne plutôt que d'externaliser certaines tâches, réécrivez les fiches de poste, supprimez les postes inutiles, créez-en d'autres, formez vos équipes.

L'ORGANISATION

1. Libérez la conception

Favorisez-vous vraiment la créativité, l'initiative, l'innovation ? Utilisez-vous toute l'information disponible en interne (communication, brainstorming, big data) ? Est-ce que les collaborateurs peuvent faire remonter les problèmes et pistes d'amélioration ? Est-ce que, dans les faits, la parole est libre ?

2. Optimisez la production

Veillez à la qualité des produits et à l'économie des moyens, sachant que le personnel fait également partie des moyens... Faites au plus simple, au plus efficace, au plus intelligent. Faites mieux avec moins en intégrant des innovations (et du bon sens) aux processus de fabrication.

RÉÉCRIRE AUSSI

LE MANAGEMENT

1. Motivez vos collaborateurs

Commencez par donner du sens au travail. Donnez à chacun son projet, sa mission, sa responsabilité. Valorisez votre personnel. Laissez chacun recueillir sa part de lauriers. Mettez chaque réussite en avant et chaque équipe dans la lumière. Sentez-vous concerné par les conditions de travail.

2. Ne les découragez pas

Déjà, mettez un terme aux injonctions contradictoires, aux guerres des petits chefs, aux tâches sans intérêt. Revalorisez les postes ingrats. Le personnel est généralement de bien meilleure volonté qu'on ne le dit. Considérez-le sincèrement et vous en récolterez les fruits.

LA COMMUNICATION

1. Communiquez en interne

Parent pauvre de la communication, la communication interne sert à faire circuler l'information dans la structure. Ça n'est que cela. Mais ça permet d'utiliser plus de ressources internes (talents et compétences), d'éviter les erreurs, de donner du sens au travail et de motiver les troupes.

2. Portez votre voix

Identifiez votre mission, respectez-la et communiquez dessus. Ne cherchez pas plus loin. Allez chercher vos partenaires là où ils se trouvent mais ne vous travestissez pas. Faites ce que vous dites et dites ce que vous faites. Vous n'aurez plus de mauvaises surprises.



**SI ON N'A JAMAIS
AUTANT PARLÉ
D'HUMAIN, C'EST QUE
L'ÊTRE HUMAIN N'A PLUS
SA PLACE NULLE PART.**

**ALORS MÊME QUE LES
CLIENTS ET LES COLLA-
BORATEURS SONT DES
ÊTRES HUMAINS.**

COMMENT FAIRE ?

1. LISTEZ TOUTES LES RÈGLES À ÉCRIRE

2. IDENTIFIER LES DIVERS TYPES DE PUBLICS

3. CHOISISSEZ LES GENRES DE TEXTES À UTILISER

4. RÉDIGEZ VOS DOCUMENTS SELON LE GENRE CHOISI

5. IMPRIMEZ-LES, DIFFUSEZ-LES, EXPLIQUEZ-LES

6. METTEZ RÉGULIÈREMENT À JOUR

Remettre en cause les évidences, porter un regard neuf sur les choses, vous mettre à la place des autres, ne pas vous mentir sur vos intentions, avoir le sens du détail, prendre en compte toutes les revendications, n'en écarter aucune sans vrai motif, mettre en place des modes de fonctionnement simples et souples, encourager réellement la créativité, agir avec bon sens, mettre votre orgueil de côté, être cohérent, insuffler plus de transparence à votre organisation et d'authenticité à vos négociations, communiquer sur vos spécificités, anticiper sur l'avenir, vous faire concurrence à vous-même, progresser sans cesse, dédier une partie de vos moyens à des projets annexes, novateurs, dont certains se révéleront les produits ou services de demain, utiliser votre structure pour renouveler votre marché, demander l'avis de vos collaborateurs, les laisser exprimer leur potentiel, faire ce qui doit être fait sans délai, être toujours exigeant, oser, tomber les masques...

L'INGÉNIERIE RÉDACTIONNELLE

Concrètement, pour rédiger chaque document, suivez les 6 étapes de l'ingénierie rédactionnelle.

1. L'IDENTITÉ

Qui êtes-vous ? En quelle qualité écrivez-vous : employeur, partenaire, candidat, marque, fournisseur ?

2. LA CIBLE

À qui vous adressez-vous : clients, prospects, collaborateurs, partenaires, jury, collectivité, administration ?

3. LE MESSAGE

Que voulez-vous dire ? Listez toutes vos idées et sous-idées. Ne rédigez qu'ensuite.

4. LE SUPPORT

Où, sur quoi allez-vous le dire ? Sur votre site, les réseaux, vos emballages, conditions générales, procédures internes, notices, modes d'emploi ?

5. LE STYLE

Comment voulez-vous le dire ? Choisissez un ton : proche, optimiste, professionnel, enfantin, traditionnel, désuet.

6. LE FORMAT

À quoi voulez-vous que ça ressemble ? Déclinez votre charte graphique, travaillez les illustrations. Assurez-vous qu'on reconnaisse vos documents au premier coup d'œil.

**MAINTENANT, VOUS
SAVEZ QUE PARTOUT,
TOUJOURS, ON PEUT
ÉCRIRE ET RÉÉCRIRE
LA RÈGLE DU JEU...**

**ÉTAPE #5.
JOUER SELON
LA NOUVELLE
RÈGLE**

JOUER À DOMICILE

CRÉER DES OUTILS

1. Identifiez les besoins

Pour chaque situation récurrente (prise de décision, lancement d'un produit, rédaction d'un document), listez les éléments à prendre en compte et imaginez une manière de les présenter de manière intuitive.

2. Créez vos outils

Créez les outils correspondant en choisissant le meilleur type de contenu (procédures, arbres de décision, documents partagés, tableaux à remplir), en anticipant sur leur mise à jour et leur utilisation (partage, application, confidentialité). Bref, déclinez les nouvelles règles en outils faciles à utiliser et à faire évoluer.

FORMER VOS COLLABORATEURS

1. Recentrez le management

Briefez vos managers pour qu'ils se recentrent sur leurs missions (faire exécuter les décisions, organiser le travail et motiver les collaborateurs). Point à la ligne. Laissez-leur les coudées franches, assurez-vous qu'ils ne font pas de zèle, qu'ils se contentent d'obtenir le meilleur de leur équipe.

2. Assouplissez l'exécution

Les exécutants sont là pour fabriquer les produits ou fournir les services, pas pour subir l'égo du management ou de la direction. L'efficacité de la production et la pertinence de votre offre par rapport à votre marché doivent être vos seuls guides dans la prise des décisions et leur exécution.



JOUER À L'EXTÉRIEUR

RÉÉCRIRE LA COMMUNICATION

1. Un message fort

Élaborez quelques messages : des spécificités de votre organisation ou du produit mis en avant, une conviction personnelle, des valeurs, un objectif, un slogan.

2. Un ton personnel

Choisissez un ton en fonction de l'image que vous voulez donner. Listez des mots rares qui vous ressemblent et utilisez-les de manière répétitive pour imprimer votre identité.

3. Un calibrage précis

Adaptez ce message aux situations rencontrées et aux publics visés. Variez les supports et les types de contenus. Emparez-vous de tout écrit pour faire vivre votre message.

ANIMER LES COMMUNAUTÉS

1. Des gens

Constituez, fédérez et animez des communautés. Rassemblez-les par catégories (clients, collaborateurs, fournisseurs, partenaires) ou, mieux, de manière transversale, sur des activités. Créez des groupes par affinités autour de votre structure ou de ses valeurs. Ne cherchez pas à vous mettre trop en avant. Tout ce qui relève du marketing doit être utile, doit comporter une plus-value réelle et perceptible. Aucune clientèle n'est définitivement captive.

2. Des évènements

Organisez des évènements. Faites en sorte que vos communautés se rencontrent et discutent. Communiquez sur ces évènements, qui constitueront une partie de votre actualité.

LA STRATÉGIE CHINOISE

TOUT CE QUI PRÉCÈDE REPOSE SUR UNE APPROCHE OCCIDENTALE DE LA STRATÉGIE : LA MODÉLISATION. ELLE CONSISTE À CRÉER UN MODÈLE (UN PLAN) QU'ON VA ENSUITE CHERCHER À FAIRE COLLER À LA RÉALITÉ.

LA CHINE PROPOSE UNE AUTRE APPROCHE DE LA STRATÉGIE : LA MATURATION. IL S'AGIT MOINS D'AGIR QUE DE TRANSFORMER, EN PARTANT DES POSSIBILITÉS DU TERRAIN OU DE LA STRUCTURE.

CETTE APPROCHE INCITE À ÊTRE RÉACTIF, À ANALYSER UNE SITUATION POUR DÉTECTER LES ÉLÉMENTS PORTEURS ET LES UTILISER. C'EST L'ART DE RÉVÉLER DES POTENTIELS AVEC SON FLAIR, DE TOUT CONFIGURER POUR QU'EN DÉCOULENT LES EFFETS VOULUS.

C'EST UNE AUTRE MANIÈRE D'ÉCRIRE ET DE RÉÉCRIRE LA RÈGLE DU JEU.

**REFUSEZ DE JOUER À UN JEU DONT
VOUS SAVEZ QUE LES RÈGLES SONT
ABSURDES... RÉÉCRIVEZ-LES!**

EN RÉSUMÉ

5 étapes

Introduction | 4-6

#1. DÉCRIRE LE JEU | 7

Quel jeu ? Les critères du jeu social (8)

Décrire le périmètre du jeu (9)

Décrire les personnages et le décor (10)

Décrire les comportements et les objectifs (11)

L'intelligence décisionnelle (12)

#2. ÉVALUER LE JEU | 13

La méthode d'évaluation (14)

Évaluer les résultats de votre activité (15)

Évaluer les marges de progression (16)

#3. PENSER DE NOUVELLES RÈGLES | 19

Repenser le but du jeu et l'équipe (20)

Repenser le fonctionnement et l'écosystème (21)

Repenser enfin la structure (22)

#4. RÉÉCRIRE LA RÈGLE DU JEU | 23

Réécrire les rôles, l'organisation (25)

Réécrire aussi le management, la communication (26)

Comment tout réécrire ? (28)

L'ingénierie rédactionnelle (29)

#5. JOUER SELON LES NOUVELLES RÈGLES | 31

Jouer à domicile : outils & collaborateurs (32)

Jouer à l'extérieur : communication & communautés (33)

L'approche chinoise de la stratégie (34)

À PROPOS DE VALÉRIE DEBRUT

DOCTEURE EN DROIT



Née en 1983 en Charente-Maritime, Valérie a étudié et enseigné le droit à l'Université de Poitiers. Docteure en droit des affaires mais juriste repentie, elle se consacre désormais à l'écriture de la règle du jeu, s'attachant à décrire sous forme de modes d'emploi tous les « jeux » auxquels nous jouons sans le savoir (politique, concurrence, management, communication).

Sa démarche consiste ainsi à décliner l'ingénierie de la règle — procédé éminemment juridique — à d'autres domaines : les affaires & l'entreprise, la culture & la société, également l'art de vivre. Cette ambition a pris corps dans le projet littéraire **Notices**, qui en est une première expression. La rédaction d'un livre — actuellement en cours d'achèvement — en est une autre, plus ambitieuse et aboutie.

En savoir plus sur : <http://www.ecrirelaregledujeu.fr/valerie-debrut/>

**ABONNEZ-VOUS À
LA *NOTICES* | *LETTER*
ET N'OUBLIEZ PAS :
LISEZ LA NOTICE !**

**ÉCRIRE
LA RÈGLE
DU JEU**

.fr