

Midi-causerie : Les analyses systémiques - 23 février 2023

Dans quel contexte ?

- Motifs d'insatisfactions ou enjeux récurrents escaladés par les employés « terrain »
- Demande spécifique d'un secteur d'activités dans l'organisation
- Suivi des insatisfactions en mode « vigie », en lien avec les orientations ou la planification stratégique de l'organisation
- Selon calendrier de reddition de compte (ex. : rapport annuel)
- Demande d'accès à l'information
- Vigie liée à un phénomène ou enjeu d'actualité / d'intérêt public

En quoi est-ce utile ?

- Pour soutenir une démarche d'amélioration continue
- Pour rendre visibles et utilisables des données utiles (volumes, analyses) : intranet, rapport de gestion, portail à accès restreint, etc.
- Pour soutenir la recherche de solutions à une problématique identifiée par un secteur (contribution de la « voix de l'utilisateur »)
- Permet d'appuyer un argumentaire, de faire une démonstration efficace d'un enjeu
- Pour capter des enjeux locaux et les faire cheminer au niveau central
- Pour permettre à l'organisation de faire des ajustements rapides
- Pour soutenir des réflexions sur des ajustements à envisager à plus longue échéance
- Pour contribuer à la mesure à différents moments du déploiement d'un projet/changement dans l'organisation
- Peut être perçu plus positivement auprès des instances visées que lorsqu'ils sont sollicités sur une plainte spécifique (tendance alors à être plus en mode « justification »)
- Permet de relativiser l'importance d'un motif d'insatisfaction, pour engager les efforts de l'organisation dans une démarche d'amélioration objectivement pertinente (p/r à d'autres objets d'amélioration)

Une communication efficace : préalable incontournable

- Établir des liens solides avec chaque secteur d'activités pour assurer une bonne circulation de l'information, connaître les priorités / besoins
- Assurer des communications rapides, fluides, transversales et bidirectionnelles (top-down / bottom-up)
- Établir des partenariats « terrain » pour comprendre leur réalité, les dynamiques et les enjeux

Conditions gagnantes et stratégies

- Mettre en place un comité permanent (ex. : comité gouvernance clientèle)
- Faire des choix : prioriser les secteurs / motifs selon des critères pré-définis
- Mettre en place une veille pour se préparer à « ce qui peut arriver » (être plus proactifs que réactifs)
- Faire attention à la « couleur » de la démarche : la présenter de façon constructive
- Former les employés de l'organisation et les partenaires
- Avoir un système de gestion des données performant (pour éviter les analyses « mitaines »)
- Établir une codification standardisée, de concert avec les secteurs d'activités concernés pour pouvoir saisir des motifs / enjeux dans le langage qui leur « parle »