

COHERENCE CONSCIOUS HUMAN
CULTURE  PERFORMANCE



The Crisis Canvas for Teams

CREATING A CULTURE OF RESILIENCE

The Crisis Canvas for Teams



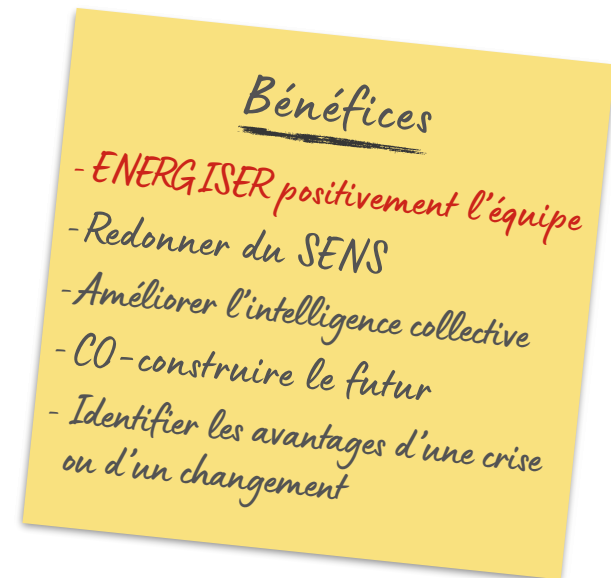
Transformer les obstacles en opportunités en 5 étapes

Face aux changements, qu'on le veuille ou non, nous réagissons, entre autres, en manifestant certaines émotions fortes (et pas toujours conscientes pour autant), particulièrement lors de transformations inattendues. Confusion, sentiment de ne plus être à la hauteur, inquiétude, perte de sens, tristesse, résistance, ... c'est autant de réactions qui montrent, d'une manière ou d'une autre notre aversion au changement. La plupart d'entre nous avons des difficultés à voir spontanément les opportunités.

En période de crise, il est essentiel que les membres d'une même équipe ait l'occasion de s'exprimer et, ensemble, de tracer le nouveau chemin. C'est là l'objectif de ce "Crisis Canvas" inspiré du Lean Canvas. Sans cela, il n'est pas rare que l'agitation s'installe dans une dispersion d'énergie parfois rassurante mais qui s'essoufle rapidement.

La compréhension de ce qui se joue dans l'équipe et chez les parties prenantes importantes est une première étape pour retrouver toute la sérénité requise pour construire une action efficace.

Ensuite, le remplissage du canevas permettra à la plupart des membres de prendre conscience qu'une transformation est souvent source d'opportunités.



The Crisis Canvas for Teams

Comment

Comment utiliser le canevas ?

1. Prévoyez deux heures ensemble (pour un groupe de 10 à 20 personnes), avec la possibilité de travailler en sous-groupes et en groupe complet. Adaptez l'espace en conséquence.
2. **CHECK-IN** : Après avoir accueilli chacun, co-construisez (ou rappelez) un cadre relationnel, c'est-à-dire l'état d'esprit dans lequel vous souhaitez fonctionner ensemble pour l'exercice. Il est important de créer les conditions extérieures pour que chacun se sente le plus à l'aise possible pour contribuer ensuite (le non-jugement est ici très important).
3. Prenez un temps (20') ensemble pour répondre aux questions du **BOARDING** (embarquement), qui permettra à chacun d'entrer dans le vif du sujet (voir description ci-après). Le temps est volontairement court !
4. **CANVAS (1)** : Répartissez le groupe en sous-groupes de 3 à 5 personnes. Chaque sous-groupe reçoit des post-it et des marqueurs, un guide avec les questions et une grande feuille blanche (de paper board) pour y dessiner le canevas.
5. Demandez à chaque équipe de remplir le canevas en commençant par la colonne des inquiétudes et des pertes puis celle des valeurs et ensuite les autres cases au choix du sous-groupe. N'écrivez pas sur le canevas, notez les idées sur les post-it que vous collez dans les cases (une idée par post-it). Veillez, dans chaque sous-groupe, à ce que chacun puisse s'exprimer et notez sur le canevas les éléments communs. La collégialité est ici de mise (pas de hiérarchie).
6. Proposez à chacun d'être très proche des faits et du présent. Par exemple : comment cette situation t'affecte-t-elle à cet instant ? En quoi exactement ? Le mental humain est capable d'exagérer ou sous-estimer un problème. En restant proche des faits et du présent, vous limitez ce problème (sans l'empêcher complètement).
7. Nous devons accepter que cela prenne du temps. Veillez à laisser des espaces de silence pour que chacun puisse s'exprimer à son rythme et laissez chaque sous-groupe s'organiser pour le reste. L'exercice de remplissage ne doit cependant pas durer plus de 45 minutes.
8. **CANVAS (2)** : Une fois que chaque sous-groupe aura rempli son canevas, demandez aux participants de présenter leur canevas au groupe en essayant de raconter une histoire (comment les difficultés peuvent se transformer en opportunité). Accueillez la richesse des différents points de vue, c'est ce qui renforcera l'intelligence collective.
9. **SYNTHÈSE** : Faites, ensemble, une synthèse qui rassemble les trois valeurs essentielles évoquées (colonne centrale), les trois forces du groupe en faisant émerger les opportunités sur les plans humains (progrès, rebond, apprentissage, transformation de la culture, agilité, ...), sur les plans commerciaux, financiers, efficacité opérationnelle, etc.

CHECK-IN
Accueil et
cadre
relationnel
10'

1

BOARDING
20'

2

CANVAS (1)
Sous-groupes
Remplissage
canevas
40'

3

CANVAS (2)
Présentation
à tous
10' par ss-groupe

4

SYNTHÈSE
15'

5

LES CONSTATS

Comment a-t-on fonctionné pendant la crise ? Après la crise ?
Qu'a-t-on mis en place pour bien fonctionner ?

A quoi avons-nous renoncé ? Qu'est-ce qui est devenu inutile ou obsolète ?

Quelles solutions ont été particulièrement aidantes ?

A considérer :

- Les rituels (réunions du lundi, one-on-one, ...)
- Les outils utilisés ou abandonnés
- Les supports utilisés ou abandonnés
- ...

LES EMPÊCHEMENTS

Qu'est-ce qui nous manquait vraiment et qui nous empêchait de servir, en tout ou en partie, nos clients (internes ou externes) ?

A considérer :

- Equipement technique (travail à distance impossible ou limité par certains problèmes techniques, ...)
- Autorisations
- Possibilité d'adaptation des procédures en période de crise
- Prise de décision limitée ou impossible
- ...

LES ENSEIGNEMENTS

Qu'avons-nous appris de plus essentiel sur ce que l'on fait / a fait ?

Y a-t-il des choses à garder ou à améliorer ? Au niveau des processus, des façons de fonctionner (réunion en visio-conférence, travail à distance, échange de documents, ...), des interrelations/interactions, ...


Par exemple : la réunion du lundi n'a pas pu avoir lieu et finalement cela n'a pas affecté la productivité. Ou encore : on a appris à fonctionner de façon plus frugale et plus directe parce que ... Ou encore : lors des réunions, l'outil de réunion à distance nous obligeait à être plus vigilants et les réunions étaient plus efficaces.
Etc ...

LE FUTUR

Si nous traversons à l'avenir une situation qui nous oblige à nous réorganiser rapidement, sur base des expériences vécues actuellement, quels seraient les principaux éléments à mettre en place pour bien fonctionner en mode « crise » ?

Si jamais cela se reproduit, quels seraient les comportements les plus adaptés ?

QUI NOUS AIDE ET NOUS SOUTIENT




Quelles personnes ou parties prenantes nous aident ou nous aideront plus particulièrement ?

Sur qui pouvons-nous compter et comment ?

Quels fournisseurs (internes ou externes) sont une aide dans ce contexte ?

INQUIÉTUDES / PERTES




Qu'est-ce qui nous inquiète ?
 Que devons-nous apprendre à lâcher ?
 Qu'avons-nous perdu dans cette crise ?

- Le contrôle
- Des clients
- Des compétences
- Du temps
- Des moyens
- De l'argent
- ...

Comment cela nous affecte-t-il ?

NOTRE VALEUR




Quelles (nouvelles) valeurs apportons-nous aux clients ?
 Quelles valeurs seraient-elles spécifiquement liées à la crise ou l'après-crise ?

Quels problèmes solutionnons-nous ? A quels (nouveaux) besoins répondons-nous ?

Quels sont les bénéfices particuliers liés à la crise dont profitent les clients grâce à notre travail ?

RELATIONS CLIENTS



Quelles relations nos clients attendent-ils que nous créions et entretenions ?


Quel est l'état d'esprit que nous souhaitons proposer à nos clients ?

Que pourrions-nous proposer comme nouveau cadre relationnel (en réponse au contexte) pour que nos clients et nous-mêmes en profitions ?

De quelles informations (et niveaux de transparence) ont besoin nos clients ?

Comment allons-nous entrer en relation avec nos clients ?
 Comment vont-ils vous entrer en relation avec nous ?

CLIENTS INTERNES OU EXT.




Pour qui créons-nous de la valeur ?

Qui est notre client le plus important ?

Quels sont les principaux besoins de nos clients durant cette période ?


NOUVEAUX OPPOSANTS



Qui n'est plus une aide dans ce nouveau contexte ? Qui voudrait nous empêcher de réaliser notre travail ?

Comment gérer ces personnes ou ce groupe : quels sont leurs besoins, en quoi feraient-ils obstacle ? Pourrions-nous les aider ?

CE QUI NOUS RENFORCE



Qu'est-ce qui nous rassure ?

Quels sont nos espoirs ?

Quelles sont nos ressources pour nous adapter rapidement ? dans la durée ?

Quel nouveau cadre relationnel (sécurité psychologique, respect, ...) pouvons-nous nous proposer pour encore mieux fonctionner ensemble ?

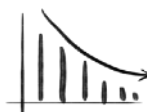
A considérer :

- Réduction de risques
- Amélioration de la sécurité (physique, émotionnelle, ...)
- Diminution de coûts
- Augmentation du confort/commodité
- Amélioration des performances
- Augmentation du plaisir
- Etc

Client int. : ceux pour qui notre équipe délivre une valeur, autre que le client final. Ce peut être un autre département, une entité extérieure (autorité, ...), etc.


QUELS SONT LES COÛTS ET LES IMPACTS NÉGATIFS DE CETTE CRISE


Temps, énergie, réorganisations, frais supplémentaires, ...
 Envisagez les aspects matériels et immatériels (stress, insatisfaction, peur, ...)




QUELS SONT LES BÉNÉFICES ET LES OPPORTUNITÉS DE CETTE CRISE


Nouvelles réflexions, plus de flexibilité, décision plus rapide, croissance, nouvel apprentissage, résilience (en quoi précisément), ...
 Satisfaction, reconnaissance, engagement citoyen, congruence avec nos valeurs
 Bien-être, sens retrouvé, ...




QUI NOUS AIDE ET NOUS SOUTIENT 

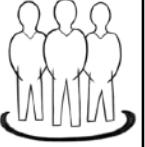
INQUIÉTUDES / PERTES 


1


NOTRE VALEUR 

2

RELATIONS CLIENTS 


CLIENTS INTERNES OU EXT. 

NOUVEAUX OPPOSANTS 

CE QUI NOUS RENFORCE 

QUELS SONT LES COÛTS ET LES IMPACTS NÉGATIFS DE CETTE CRISE 

QUELS SONT LES BÉNÉFICES ET LES OPPORTUNITÉS DE CETTE CRISE 

QUI NOUS AIDE ET NOUS SOUTIENT 

Direction IT

Fournisseur IT-Deck

INQUIÉTUDES / PERTES 

Temps : journée plus longue et moins satisfaisante

Contrôle plus complexe

2x plus d'interventions tél => Impossible de planifier


NOTRE VALEUR 

Offrir un accès stable au système informatique à tous

Faire sourire nos utilisateurs

Garantir la tranquillité d'esprit

Rendre nos utilisateurs autonomes dans leur connexion à distance

RELATIONS CLIENTS 

CLIENTS INTERNES OU EXT. 

NOUVEAUX OPPOSANTS 

Service réseau
Equipe réduite
Absence
- besoin d'échanger sur priorités

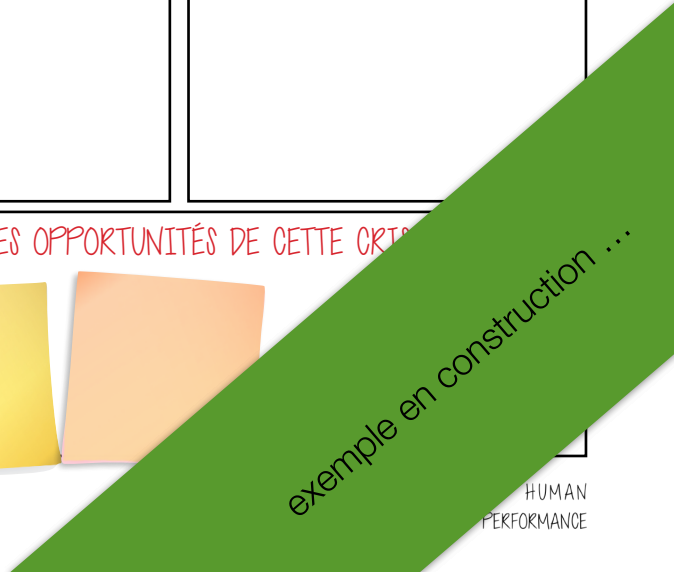
CE QUI NOUS RENFORCE 

Esprit de solidarité dans l'équipe
« Dans le même bateau »

- agilité
- pas de plainte
- focus solution
- geekness

QUELS SONT LES COÛTS ET LES IMPACTS NÉGATIFS DE CETTE CRISE 

QUELS SONT LES BÉNÉFICES ET LES OPPORTUNITÉS DE CETTE CRISE



The Crisis Canvas for Teams

WEBINAIRE : Passer à la pratique

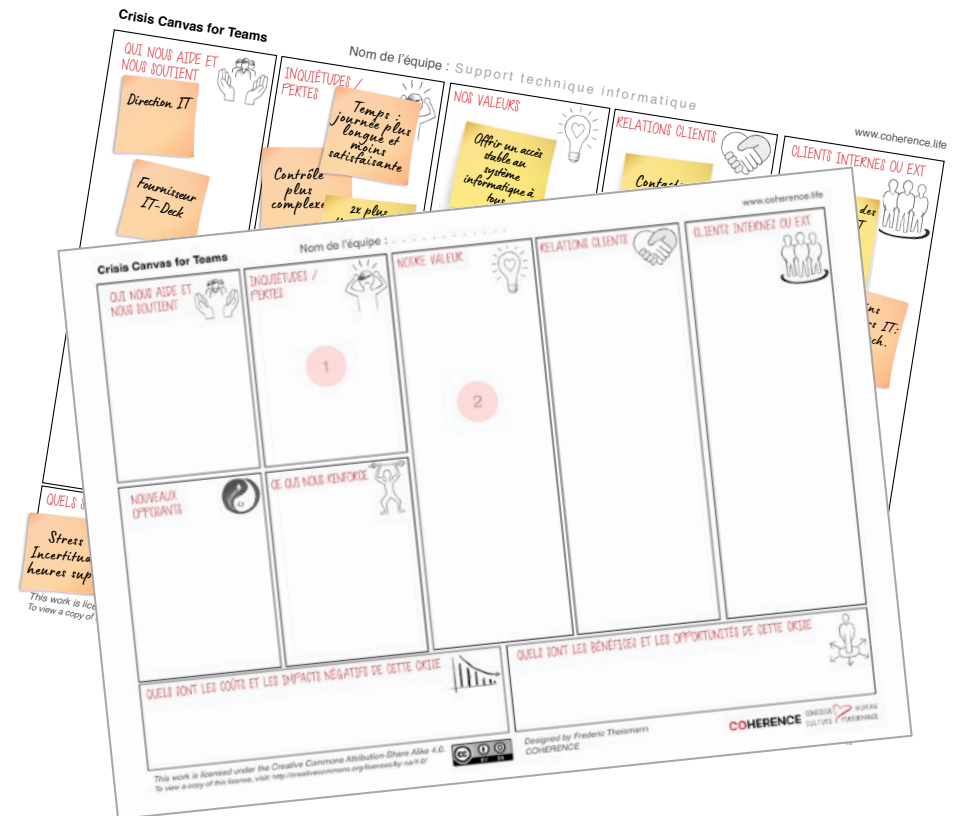
Si vous avez l'âme d'un animateur, les éléments proposés ici devraient être suffisants pour vous lancer. Si vous souhaitez vous préparer davantage et acquérir quelques éléments nécessaires pour l'animation, rejoignez-nous :

Webinaire d'introduction (1h) : comment animer un atelier « Crisis Canvas » : les bases essentielles - Gratuit (Voir notre site web pour les futures dates)

Webinaire « Obtenez le meilleur du Crisis Canvas et transformez votre culture » (3 x 1h) : maîtriser l'animation d'atelier, améliorer votre leadership collaboratif, gérer les résistances, comprendre la gestion de l'énergie d'une équipe, apprendre à co-créer et faire vivre une charte relationnelle.

Voir [notre site pour les prochaines dates](#).

Tarif: 99€H.T. par personne.



Le “Crisis Canvas for Teams” vous a été présenté par



Auteur : Frederic Theismann



Frédéric Theismann a près de 30 ans d'expérience dans les domaines de l'informatique, des finances, des ressources humaines et de l'accompagnement. Il est co-fondateur de COHERENCE qui promeut l'écologie humaine, le leadership conscient, l'intelligence relationnelle, la culture du feedback pour des performances durables. Il intervient également en centre pénitentiaire où il pratique la méditation avec les détenus. Il est également l'un des experts ayant contribué au livre "Business Model for Teams" de Tim Clark et Bruce Hazen.

Contributeurs :
Mathieu Barbeau
Brigitte Annet
Fiora Theismann

Illustrations :
Fiora Theismann

Pour aller plus loin, contactez-nous, nous serons heureux de vous répondre

www.coherence.life hello@coherence.life

LU +352 691 8000 68 FR +33 767 327 647