

# COMMENCER PAR POURQUOI - SIMON SINEK

L'apport du livre → un modèle, une façon de penser, d'agir et de communiquer que certains leaders possèdent naturellement et qui leur donne la capacité d'inspirer les gens autour d'eux

## Les modèles d'organisation qui ne fonctionnent pas

### Chercher à atteindre un résultat sans vision

Chaque directive, chaque plan d'action, chaque action commencent avec la même chose : une décision. Deux grands types de motivations sont à l'origine de nos prises de décisions :

1. Vouloir atteindre le résultat escompté pour les bénéfices qu'ils procurent (fabriquer du matériel informatique performant)
2. Viser l'atteinte du résultat pour satisfaire une vision (œuvrer pour donner à chaque individu et chaque organisation les moyens de réaliser leurs ambitions = slogan de Microsoft)

Les deux visions aboutissent à des résultats semblables à court terme ( = fabriquer des ordinateurs), mais sur le long terme seule une organisation possède une raison d'être qui la guide.

### S'appuyer sur la carotte et le bâton

Une entreprise a deux principales options : chercher à inspirer ou utiliser la manipulation. La tendance à manipuler est plus répandue. Cela s'observe à plusieurs niveaux : Jouer sur la peur en prétendant que le pire va arriver si l'on achète pas un produit / Proposer des réductions sur le prix en rognant sa marge pour vendre plus, au risque de mettre en péril sa santé financière. / Privilégier l'option la plus rapide et la moins coûteuse plutôt que par la meilleure solution à long terme. / S'appuyer sur la pressions sociales  
Les manipulations sont des stratégies parfaites pour conclure une transaction, mais elles n'incitent pas à la fidélité. hands

## L'importance de découvrir son pourquoi

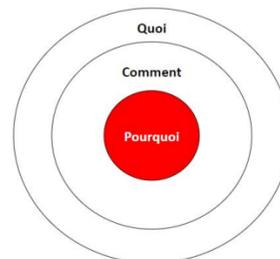
Ironiquement, le plus difficile n'est pas d'identifier son pourquoi mais de rester complètement équilibré et authentique. Le secret est d'avoir un pourquoi clair, d'être discipliné et responsable à l'égard de ses propres valeurs et et manifester de la constance dans ses paroles et ses actions.

## Une perspective différente : exprimer son pourquoi

### Le cercle d'or

Le concept du cercle d'or :

- le quoi : savoir ce que l'on fait
- le comment : savoir comment on le fait
- le pourquoi : savoir pourquoi on le fait



Savoir pourquoi est la seule manière de maintenir une réussite à long terme et de profiter de plus de flexibilité et d'innovation. Les gens n'achètent pas ce que l'on fait, mais les raisons pour lesquelles on le fait.

### Une question de biologie

La puissance du pourquoi est liée à notre besoin d'appartenance. Nous avons tendance à nous identifier aux leaders et aux entreprises qui partagent nos valeurs. Pour qu'il fonctionne, le cercle d'or doit être équilibré et dans le bon ordre : Le pourquoi doit être précis et transparent / Il doit être soutenu par des valeurs et principes / Nos paroles et nos actions doivent refléter ce en quoi on croit. L'authenticité est la résultante d'un cercle d'or équilibré.

## Le plus grand défi : Lorsque le pourquoi devient vague

Généralement, à mesure qu'une organisation grandit et réussit, le quoi passe en premier. Les gens continuent de savoir ce qu'ils font, comment ils le font mais ils ne savent plus pourquoi. Il s'ensuit une confusion entre les accomplissement et la destination finale ainsi qu'un désalignement entre le pourquoi et le comment. La solution : trouver des moyens efficaces de toujours garder vivante la vision du fondateur. Pour qu'une entreprise continue à inspirer, son pourquoi doit être intégré à la culture de l'entreprise.

## Se concentrer sur les gens qui ont les mêmes valeurs

Le but en affaires est de se concentrer sur les gens qui croient aux mêmes valeurs que nous.

### L'émergence de la confiance

Développer des cultures : un ensemble commun de valeurs. La réunion de personnes ayant les mêmes croyances favorise l'émergence de la confiance. L'expression de son pourquoi est un formidable levier pour rallier les personnes motivées autour de cette même raison d'être .

### Vendre aux gens qui croient en nos valeurs

Considérer que notre population se divise en cinq segments qu'il est possible de représenter par une courbe : les innovateurs, les utilisateurs précoces, la majorité précoce, la majorité tardive et les suiveurs. Trouver des gens qui croient aux mêmes valeurs que nous, et laisser la loi de la diffusion faire son œuvre.

## Les principes pour rallier les gens à sa cause

### Commencer avec pourquoi mais travailler son comment

Personnifier le pourquoi, en être imprégné, et être le symbole des convictions de la société. En parallèle, s'assurer qu'il y a des gens au sein de l'équipe qui croient aux mêmes valeurs et qui savent comment développer et mettre en œuvre la vision.

### S'assurer que le quoi soit aligné avec les valeurs

S'efforcer de respecter son système de valeurs par l'intermédiaire de la transparence, de la discipline et de la constance. Le plus important est de faire en sorte que le quoi et le comment soient cohérents avec le pourquoi. Utiliser une simple métaphore appelée le test du céleri.