

DELSEY

Le Predictive Index et DELSEY

Une histoire commentée par Anne Etchenagucia

SOMMAIRE

↓ Le PI et Anne !

↓ Qui est DELSEY ?

↓ Le PI et DELSEY !

SOMMAIRE

↓ Le PI et Anne !

↓ Qui est DELSEY ?

↓ Le PI et DELSEY !

LE PI et moi!

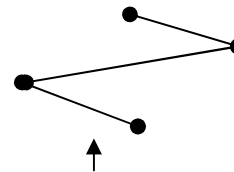
↓ Anne Etchenagucia

- 12 ans d'expérience en Assistanat de Direction Générale dans des entreprises internationales (notamment le Groupe Habitat)
- 8 ans d'expérience en Coordination de Ressources Humaines et Communication (Habitat – DELSEY)
- Depuis 2 ans, chez DELSEY, dans le cadre d'une mission de restructuration de l'entreprise
- Adore le contact humain, l'action, le travail bien fait
- Déteste l'inefficacité, la lenteur et les « jeux politiques »

LE PI et moi!

↓ Ma rencontre avec le PI !

- Formée au PI par Frédéric L.C. en octobre 01 (Habitat)
- A modérément fort
B très fort
C très faible
D modérément fort



↓ Mon utilisation du PI !

- Depuis 4ans ½, chez Habitat et DELSEY, dans les 2 cas dans le cadre d'une restructuration
- Utilisation « intensive » depuis 2 ans chez DELSEY (la seule personne formée au sein de l'entreprise)

SOMMAIRE

↓ Le PI et Anne !

↓ **Qui est DELSEY ?**

Qui est DELSEY ?

↓ NAISSANCE DE DELSEY :

En 1911, les Établissements Delahaye se spécialisent dans la fabrication d'étuis pour appareils photographiques, de coffrets pour machine à écrire, ou encore d'électrophones.

↓ ORIGINE DU NOM DE DELSEY :

En 1946, Monsieur **Del**ahaye et les frères **Sey**nhaeve s'associent pour créer **DELSEY**. Leurs expériences respectives leur permettent, dès 1965, de créer un département « articles de voyage » en matière plastique moulée.

Les premières valises rigides DELSEY vont voir le jour.

Qui est DELSEY ?

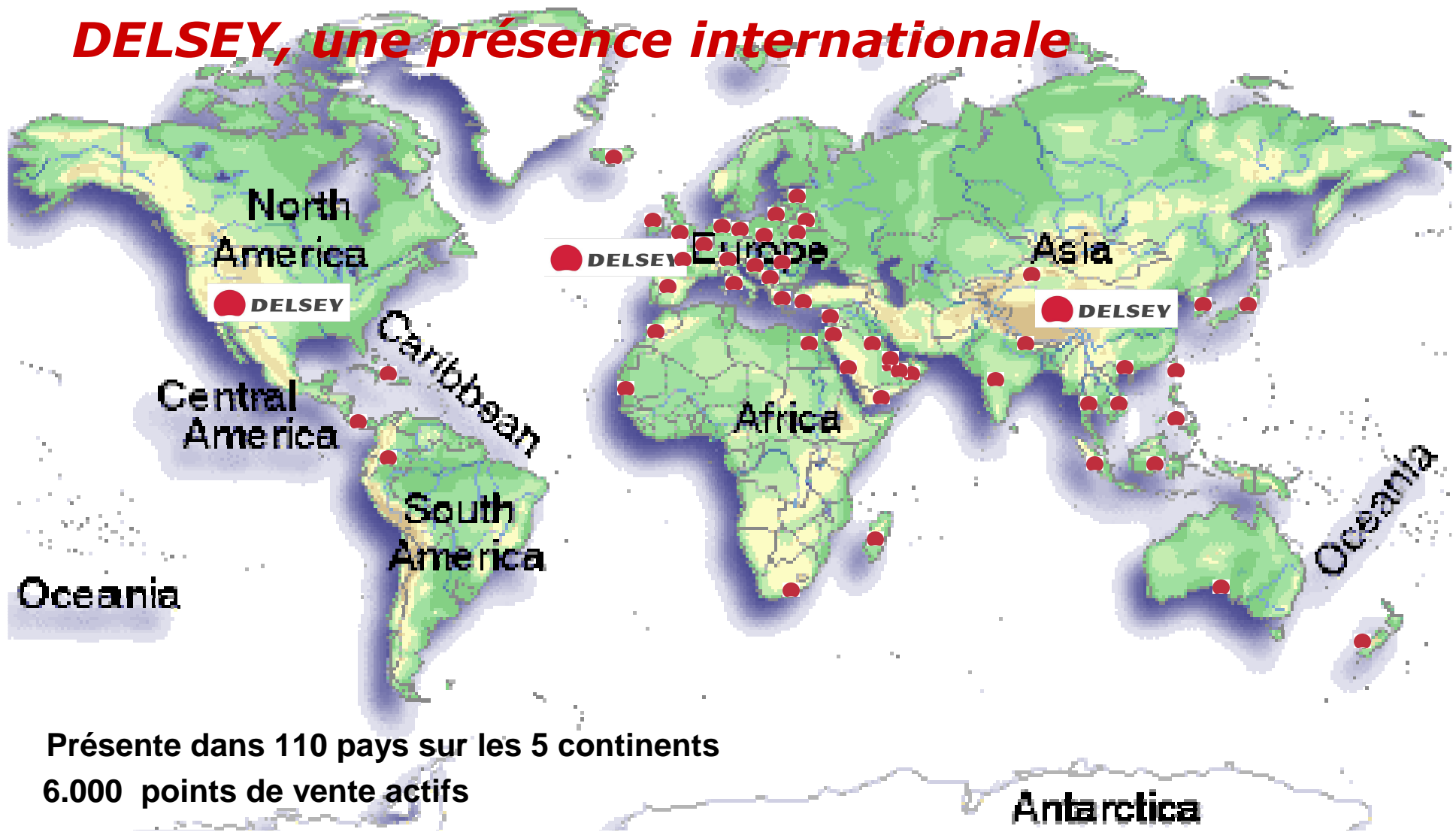
↓ DELSEY AUJOURD'HUI :

2^{ème} marque mondiale dans le domaine du bagage *

- Présente dans plus de 110 pays sur les 5 continents
- 6.000 points de vente diversifiés
- 4,5 millions de bagages vendus par an, soit 8.5 produits vendus chaque minute !
- 75 M€ de chiffre d'affaires annuel dont 75% à l'étranger
- 270 salariés dont 220 en France et 50 dans les 5 filiales européennes

** Chiffres hors DELSEY Luggage Inc - USA*

DELSEY, une présence internationale



Présente dans 110 pays sur les 5 continents
6.000 points de vente actifs

DELSEY, une stratégie de marque

PHILOSOPHIE

DELSEY conçoit des **produits créatifs** en veillant à ce que tous les objets dont nous avons besoin puissent être **transportés avec facilité et élégance**.

DELSEY place l'utilisateur **au cœur du design** et du **processus de conception du produit**.

DELSEY s'attache prioritairement **au bénéfice que le bagage apporte au consommateur au quotidien**.

VALEURS

Vecteur d'**idéaux** et de **rêves, style, contemporain, savoir-faire, émotion, design, marque haut de gamme, statut**.

POSITIONNEMENT

Une marque **suscitant du désir** grâce à des produits recherchés dont le **design** rend **l'utilisateur fier de le posséder** et de **profiter d'une utilisation pratique**.

Rencontre Petit-déjeuner Predictive Index – 23-03-06



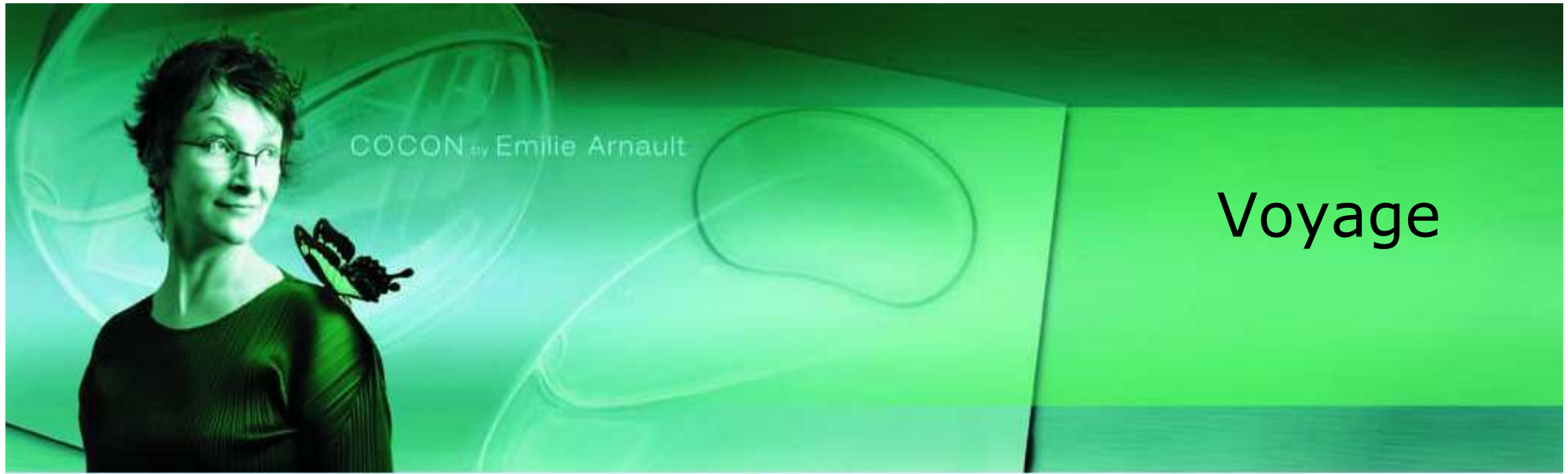
Rencontre Petit-déjeuner Predictive Index – 23-03-06



Rencontre Petit-déjeuner Predictive Index – 23-03-06



Rencontre Petit-déjeuner Predictive Index – 23-03-06



SOMMAIRE

↓ Le PI et Anne !

↓ Qui est DELSEY ?

↓ **Le PI et DELSEY !**

LE PI et DELSEY

↓ Situation de DELSEY en mars 2004

n'était pas UNE Entreprise, UNE Marque car:

- Pas de stratégie de marque claire par rapport aux canaux de distribution
- Des process de travail dépassés
- Cloisonnement et « jeu politique » entre les services
- Mentalité : « je présente mon problème, mais je n'apporte pas de solutions »
- Pas les bons collaborateurs au bons postes

LE PI et DELSEY

↓ Restructuration depuis mars 2004

- **Qu'est-ce qu'une restructuration?**

Coordonner tous les process d'une entreprise afin de former une ligne droite la plus courte et efficace possible entre le 1^{er} et le dernier maillon de la chaîne.

LE PI et DELSEY

↓ Restructuration depuis mars 2004

▪ Objectif de la restructuration chez DELSEY

Faire de DELSEY **UNE Entreprise, UNE Marque** en:

- ✓ étant **plus efficace** en terme de **fonctionnement** (effective) et en terme de **coût** (efficient)
- ✓ **en vendant plus...** mais avec moins (**réduction des coûts**)
- ✓ devenant **UNE Equipe** avec un **esprit gagnant**
- ✓ en acceptant d'être **responsable**, mais aussi **redevable** (accountable)
- ✓ en acceptant, en participant et en suggérant le **changement**

LE PI et DELSEY

↓ Pourquoi ai-je utilisé le PI dans le cadre de la restructuration ?

- Les **collaborateurs** représentent **l'atout n° 1 de la réussite d'une entreprise**
- **Les bons collaborateurs** sont **la clé de la réussite d'une restructuration**
- Or le PI permet **d'optimiser le potentiel humain** d'une entreprise, en étant un **outil d'analyse** (feedbacks individuels) et un **outil de management** (ateliers d'animation d'équipes + recrutement)

LE PI et DELSEY

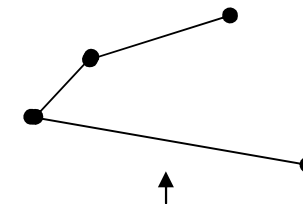
↓ Comment ai-je utilisé le PI dans le cadre de la restructuration ?

- « **Cartographie** » des **profils** de 80 collaborateurs environ via des feedbacks **individuels**
- Travail avec les **Managers** et les **Equipes** sur:
 - ✓ la complémentarité des profils
 - ✓ l'interaction entre les individus et entre les services
(outil de management)
- **Outil d'aide au recrutement**
- **Utilisation d'Access PI 2.0**

LE PI et DELSEY

↓ Exemple d'utilisation en tant qu'outil de management

- **Constat:** Equipes Marketing et Commerciale ont des difficultés à travailler ensemble de manière constructive
- **Pourquoi:** le PI apporte la réponse
 - ✓ Majorité de A fort : dominants
 - ✓ Majorité de B faible: introvertis
 - ✓ Majorité de C faible : impatientes
 - ✓ Majorité de D fort: formels= « Professionnel scientifiques / Analytiques créatifs »



→ Equipe orientée tâches/résultats, analytique, introspective, sceptique vis-à-vis du changement et de la nouveauté, rapide, exigeant la variété, besoin de structure, discipline, informations et préférant éviter les erreurs et les risques

LE PI et DELSEY

↓ Exemple d'utilisation en tant qu'outil de management

- **Décision:** Elaboration et mise en place d'un projet de **Formation interne** :
 - ✓ Groupes mixtes Marketing / Commercial constitués de formateurs internes et « d'élèves »
 - ✓ Objectifs:
 - créer la ligne droite la plus courte et efficace possible entre le 1^{er} et le dernier maillon de la chaîne Marketing / Commercial
 - S'assurer que les collaborateurs veulent et peuvent travailler ensemble, de manière efficace, (pas de lacunes et le minimum de doublons) vers un même but: Une Entreprise, Une Marque

LE PI et DELSEY

↓ Quels ont été les principaux bénéfices pour DELSEY?

- **Identifier les forces et les faiblesses des collaborateurs** ainsi que l'adéquation (ou inadéquation) de leur profil par rapport aux postes (PRO)
- Tirer un **meilleur parti du potentiel humain existant**, en « plaçant les bonnes personnes au bon endroit »
- **Identifier les postes à supprimer et à pourvoir** (recrutement)
- Créer des process pour **travailler ensemble de manière efficace** (pas de lacunes et le minimum de doublons)
- **Renforcer l'esprit de cohésion** entre les équipes
- **Aider les collaborateurs quittant l'entreprise** à identifier leur potentiel d'avenir

LE PI et DELSEY

↓ Conclusion

**Une Entreprise ne peut être dirigée
avec succès et durablement ...**

**...que si elle sait placer ses collaborateurs
avec le bon profil et les bonnes compétences
aux bons postes...**

LE PI et DELSEY

↓ Conclusion

**... C'est en cela que le PI
est un outil redoutable
d'efficacité et de
simplicité d'utilisation !**

Au nom de DELSEY
merci de votre attention !

Anne E.