

Communiqué de Presse  
Décembre 2009

Créatives Ressources Management ©

***Placez vos salariés au cœur de votre dispositif de croissance et de valeur ajoutée***

Pendant cette période de doute et de manque de visibilité, il faut essayer de faire preuve d'innovation sociale, afin de remobiliser le personnel, le rassurer, lui donner des perspectives, et augmenter la valeur ajoutée de l'entreprise. Difficile, sans aucun doute, mais le management de crise est toujours plus créatif à moyen terme.

Plusieurs facteurs nous ont conduits à proposer de nouvelles clés de management : le **CRM**, s'appuyant sur un **marketing social**, transactionnel et relationnel, afin de répondre à un besoin d'accompagnement culturel, socio-écologique, et générationnel **individualisé**.

Les USA et pays anglo-saxons résistent mieux à la compétition des marchés, par leurs capacités de réaction marketing et leur créativité. Plus de 40% du CAC 40 est détenu par des investisseurs étrangers, introduisant progressivement une orientation culturelle différente dans les Conseils d'Administration. Comment le management s'adapte-t-il ?

Le potentiel de croissance reste faible en Europe, ainsi que les gains de productivité. Le tissu PME absorbe moins bien les gains de marchés à l'export, faute de concentration et de dynamisme. L'Etat dans sa nécessaire réforme, se désengage progressivement afin de diminuer sa dette et gérer au mieux l'affectation des ressources stratégiques. La compréhension des développements démographiques de la zone SUD, n'est pas assez prise en compte par l'Europe et la zone NORD, faute de politique commune. Les alliances SUD-SUD créent des entités de plus en plus importantes, et perturbent le marché des matières premières, des devises et des changes.

Dans cet environnement complexe, dur et en perpétuel mouvement, le principe du **CRM**, intégrant les caractéristiques de chaque entreprise, consiste à « profiler » chaque salarié, afin de lui octroyer un espace « liberté » nécessaire à sa créativité et à l'évolution de ses « schémas mentaux », sources d'innovation et de valeur.

Le **CRM** a pour objectif :

- Une meilleure connaissance du salarié
- La mise en place d'une stratégie relationnelle
- La mise en place de modes communication
- La proposition de valeurs individualisées, permettant l'espace liberté

Les salariés et l'entreprise pourront optimiser ainsi leurs engagements et développer une valeur ajoutée.

L'ère de l'**industrialisation RH** va se terminer pour le bien être de tous.

Les entreprises créatrices attireront les salariés sensibles à une véritable **écologie sociale**.

Nous passons bien de la collaboration à la coopération.

Le management devra se positionner rapidement afin de maintenir le potentiel des équipes et répondre à la **compétition sociale** : le salarié n'est-il pas devenu un consommateur d'entreprises averti ?