

Checklist des valeurs organisationnelles

Cette checklist se destine surtout à mettre en évidence certains points et de favoriser d'éventuelles améliorations, sans porter aucun jugement sur votre organisation.

Elle est divisée en deux parties, premièrement sur la définition des valeurs organisationnelles, la gouvernance utilisée pour leur création, ainsi que leur diffusion et leur partage. La deuxième partie est consacrée à leur cohérence avec les principaux éléments de l'écosystème de l'organisation, autant interne qu'externe.

Pour chacun des éléments de la checklist, réfléchissez si l'affirmation s'applique à votre organisation, et cochez la case correspondante.

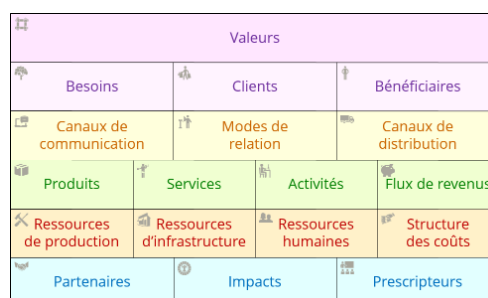
1. Sur la création des valeurs et des principes d'action

Elément d'appréciation	Application			
	Oui	Partielle	Faible	Non
1 Les valeurs organisationnelles sont claires, composées d'un mot clé et de son interprétation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Les valeurs ont été construites et définies collectivement, impliquant un maximum de collaborateurs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Les valeurs ont été utilisées pour en dériver des principes d'action.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Les valeurs figurent dans un ou plusieurs textes fondateurs, tels les statuts ou une charte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Les principes d'action figurent aussi dans un des textes fondateurs, tel un code de conduite, un code de déontologie ou un règlement.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Les valeurs et leurs principes d'action sont largement communiqués au sein de toute l'organisation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 L'ensemble des valeurs, des principes d'actions, ainsi que des textes fondateurs où ils figurent, est cohérent et intégré dans la culture de l'organisation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Sur la cohérence des valeurs et principes d'action

Cette deuxième partie considère la cohérence des valeurs de l'organisation avec un certain nombre d'éléments constitutifs de sa logique entrepreneuriale.

Ces éléments de base correspondent à ceux qui se trouvent dans le Super Canevas de modèles d'affaires¹ de My-SBM.



Elément d'appréciation	Application			
	Oui	Partielle	Faible	Non
1 Les segments de clientèles (clients et bénéficiaires) sont sélectionnés en cohérence avec les valeurs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Les besoins auxquels l'organisation répond sont cohérents avec les valeurs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Les valeurs orientent la recherche d'impacts positifs et l'absence d'effets collatéraux négatifs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Les canaux de communication utilisés sont cohérents avec les valeurs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Le(s) mode(s) de relation avec les bénéficiaires et/ou les clients est(sont) influencé(s) par les valeurs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Les canaux de distribution ont été prévus en cohérence avec les valeurs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Les produits, services et les activités qui en découlent respectent les valeurs de l'organisation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Le modèle de revenus et les flux qui en découlent sont compatibles avec les valeurs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 Les ressources de production, ainsi que leurs fournisseurs et leurs chemins d'approvisionnement sont en accord avec les valeurs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 L'infrastructure de l'organisation est pensée et gérée en accord avec les valeurs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 La gouvernance des ressources humaines est alignée avec les valeurs. Celles-ci sont aussi mise en évidence lors du recrutement et autres événements de la vie des collaborateurs dans l'organisation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 Le choix des partenaires et des prescripteurs se fait en tenant compte de la compatibilité de leurs propres valeurs avec celles de l'organisation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ⁱ Accessible sur <https://design.my-sbm.ch/documents-a-telecharger/>