

Entreprise

>> Management

La créativité, atout n° 1 des cliniques

Face aux nouvelles exigences de la clientèle, la clinique vétérinaire moderne doit innover en permanence pour survivre et se développer. Elle doit disposer d'un capital humain créatif, capable d'apporter des idées nouvelles pour améliorer sa compétence et ses chances de réussite. Toute l'équipe, par son intervention directe et quotidienne, peut et doit apporter sa contribution à l'effort collectif de créativité de la clinique.

La créativité, pour quoi faire ?

La créativité permet de fidéliser ses clients et d'en conquérir de nouveaux, la clinique vétérinaire doit pouvoir innover sans cesse. Elle ne peut pas considérer comme définitivement acquise sa réussite du moment et se reposer sur ses lauriers. Une telle attitude provoquerait des difficultés et, à terme, de lourdes conséquences. Il lui faut, au contraire, améliorer sans relâche la qualité de ses prestations, offrir de nouveaux services, plus compétitifs et mieux adaptés aux besoins de la clientèle.

Elle doit aussi disposer d'une équipe toujours plus efficace et compétente.

La clinique a besoin, pour progresser durablement, d'un capital humain capable de participer à l'effort collectif d'innovation.

Des ASV créatives, qui soient toujours à l'affût de nouvelles idées et aptes à apporter des solutions originales aux difficultés à résoudre. Les ASV, par leur action directe et quotidienne, en font partie au même titre que les responsables de l'entreprise. Aussi, c'est l'ensemble du personnel qui doit faire preuve d'imagination et de créativité pour faire face aux exigences toujours plus importantes des clients.

«L'expérience et les connaissances professionnelles ne suffisent pas pour apporter une véritable valeur ajoutée aux missions de la clinique.»

La créativité sera l'atout numéro un pour réussir et remplir efficacement toutes les tâches qu'impose l'environnement actuel aux coéquipiers du vétérinaire dirigeant : recueillir des informations sur les clients (découvrir leurs attentes, anticiper leurs besoins...), vendre les produits et services de la clinique, entretenir des relations constructives avec les fournisseurs, etc.

L'expérience et les connaissances professionnelles seront utiles pour accomplir ces tâches. Mais à aucun moment cela sera suffisant pour apporter une véritable valeur ajoutée aux missions de la clinique. Il s'agira de s'ouvrir vers de nouvelles possibilités stimulantes et productives. Cela relève de la créativité, une faculté que chaque collaborateur possède et peut développer.

Une ressource inépuisable

En effet, tous les collaborateurs, même les plus passifs en apparence, ont un potentiel de créativité qui ne demande qu'à être révélé. Depuis leur plus jeune âge les enfants font preuve

d'imagination et de fantaisie. Pour preuve leurs jeux, dessins, bricolages, conversations... Cette fécondité intellectuelle tend à être étouffée au fil des années. Tout commence à la maison, lorsque l'éducation repose plus sur les interdits et la réprimande que sur l'encouragement des initiatives et de la spontanéité. Le processus se poursuit à l'école, dont les méthodes pédagogiques mettent encore trop l'accent sur l'acquisition des connaissances et le conformisme. Ce sont autant d'entraves au développement des personnalités créatrices et originales.

«La créativité est comme un muscle dont on tire le maximum en le faisant travailler et en mettant à profit ses possibilités.»

La famille et l'école ne sont pas seules en cause. Une tendance se fait jour en France pour accorder plus d'importance au travail créatif des élèves.

Cela signifie-t-il que les collaborateurs de la clinique, des adultes donc, ne puissent plus être créatifs en raison d'obstacles mentionnés plus haut ? Toutes les expériences menées à ce jour prouvent en réalité le contraire. La créativité est comme un muscle dont on tire le maximum en le faisant travailler et en mettant à profit ses possibilités.

S'il est vrai que l'habitude, l'expérience et le conformisme tendent à l'atrophier, il est vrai aussi que l'application de méthodes stimulant l'imagination et la production d'idées tend à la renforcer. ■

** Frédy Pérez est consultant en relations humaines, coach en développement personnel et conférencier en intelligence relationnelle et émotionnelle. Il a créé European training management en 1992, cabinet spécialisé dans la formation en vente et management. Il est actif dans le secteur vétérinaire depuis plus de 10 ans. European training management, 125, avenue Amédée Bollée, 30900 Nîmes, tél. : 04.66.04.22.08, site Internet : www.training-management.fr, blog : fredy.perez.over-blog.fr*

>> L'AUTEUR

Frédy PEREZ

Formateur dans le cadre du
Diplôme d'étude en management
vétérinaire (ENVT)



>> GROS PLAN

Les principaux facteurs freinant le développement de la créativité

- Le conformisme et le respect des conventions ;
- l'habitude et l'expérience, qui enferment dans un cadre intellectuel et mental empêchant de jouir de la liberté d'esprit nécessaire à la production de nouvelles idées ;
- les émotions négatives, telles que le découragement, la peur d'être ridicule et le manque de confiance en soi, dus notamment aux critiques destructrices. **F.P.**