Cinq trucs pour demeurer dans l'élite

Astrid Morchoine

Faire partie des leaders une année est une chose. Rester dans l'élite pendant six années de suite en est une autre. Spécialistes et lauréats du

Club Platine partagent leurs

trucs et recommandations

pour demeurer parmi les

Gowling Lafleur Henderson s.r.l.

Avocats | Agents de brevets et de marques de commerce

Hamilton

Région de Waterloo

meilleurs.

Se remettre continuellement en cause

Pour être membre du Club Platine, il ne suffit pas de rester aussi bon pendant six ans après avoir été sélectionné parmi les 50 sociétés les mieux gérées au Canada. Il faut s'améliorer sans cesse, et c'est là le plus gros piège, croit Dominic Vendetti. associé chez Deloitte.

« Le danger qui guette les membres du Club Platine est de penser que leur situation est un acquis, dit-il. Les entreprises doivent continuer à être prudentes et mettre en œuvre les quatre piliers du programme que sont la stratégie, la capacité, l'engagement et les résultats financiers. »

Pour ne pas se reposer sur ses lauriers, le fournisseur de solutions logicielles DLGL vise chaque année à aller chercher de deux à quatre nouveaux clients. « C'est un rythme à la fois soutenable et nécessaire, affirme Jacques Guénette, président de l'entreprise. Chaque fois, il faut se mettre à nu puisque l'entreprise est soumise à une entrevue détaillée sur sa stratégie, ses technologies, son fonctionnement, etc. »

M. Guénette estime que ça oblige à une remise en cause permanente, car si l'un des critères de jugement comporte une faiblesse, quelqu'un va nécessairement en faire la remarque.

Gérer la croissance en visant un développement durable

DLGL ne court pas après une croissance effrénée. « On mesure la croissance par la quantité de volume livré aux clients, explique le président de la compagnie. Plus on en fait avec les mêmes ressources, plus on est content. »

Pour les cinq prochaines années, l'entreprise vise une croissance de 15 à 20 %. « On ne veut pas être les plus gros, on veut être les meilleurs », poursuit-

Pour Nathalie Gagnon, vice-présidente, finance, d'Algorithme Pharma, les deux clés de la réussite de l'entreprise sont la qualité et la gestion de la croissance. « Il est facile pour une entreprise d'être tentée par une croissance rapide, mais la meilleure stratégie est de contrôler cette croissance et de planifier à plus long terme.

Attirer et retenir les meilleurs employés

La formation des employés est un aspect essentiel de la stratégie d'Algorithme Pharma. Chaque année, 6 % de la masse salariale est consacré à la formation.

Une autre des clés de la réussite, d'après Nathalie Gagnon. c'est d'attirer et de retenir les meilleurs employés. « Au moins deux sondages sont menés annuellement auprès des employés, afin de mesurer leur sentiment de satisfaction vis-à-vis de la communication et de la supervision dans l'entreprise, dit-elle. Et s'il y a une insatisfaction, on agit dans les mois qui suivent pour remédier au problème. »

Assurer la qualité de vie de ses clients et collaborateurs

La philosophie numéro un de DLGL est d'assurer la qualité de vie de tous ceux avec qui elle travaille, soit ses clients, ses fournisseurs et ses employés. « On veut travailler avec des gens heureux », dit Jacques Guénette. Concrètement, cela signifie que DLGL se permet de refuser certains clients. « Si les projets sont trop flous ou si l'entreprise a mauvaise réputation, on n'en veut pas », affirme-t-il sans

La stabilité des ressources est pour M. Guénette l'un des points essentiels pour durer parmi l'élite. Il est très fier de dire que sur les 26 ans d'existence de sa société, la durée moyenne de service des employés est de 11 ans.

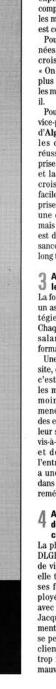
Pour en arriver là, il importe de bien choisir les recrues, de bien les former et de bien s'en occuper. L'entreprise cherche avant tout des personnes voulant avoir une vie équilibrée entre le travail, la famille et le social. « On ne veut pas d'employés qui travaillent 72 heures par semaine », dit-il.

Rester concentré 5 Rester constants

Il faut avoir la sagesse de ne pas croire que si l'on a du succès dans un secteur d'affaires en particulier, on a intérêt à s'étendre ailleurs et à faire des fusions-acquisitions dans d'autres secteurs. Ce dernier conseil paraît évident à première vue, mais c'est loin d'être le cas.

« C'est comme ça que beaucoup d'entreprises dans notre secteur ont échoué, raconte le cofondateur de DLGL. Il est important de bien connaître sa mission d'entreprise et de rester concentré dessus. »





GOWLINGS

L'intelligence des idées

514. 878. 9641 | www.gowlings.com

Luc Lissoir, associé-directeur