

HIERARCHIE DE MASLOW POUR ELARGIR SA VISION ET SES PROPOSITIONS

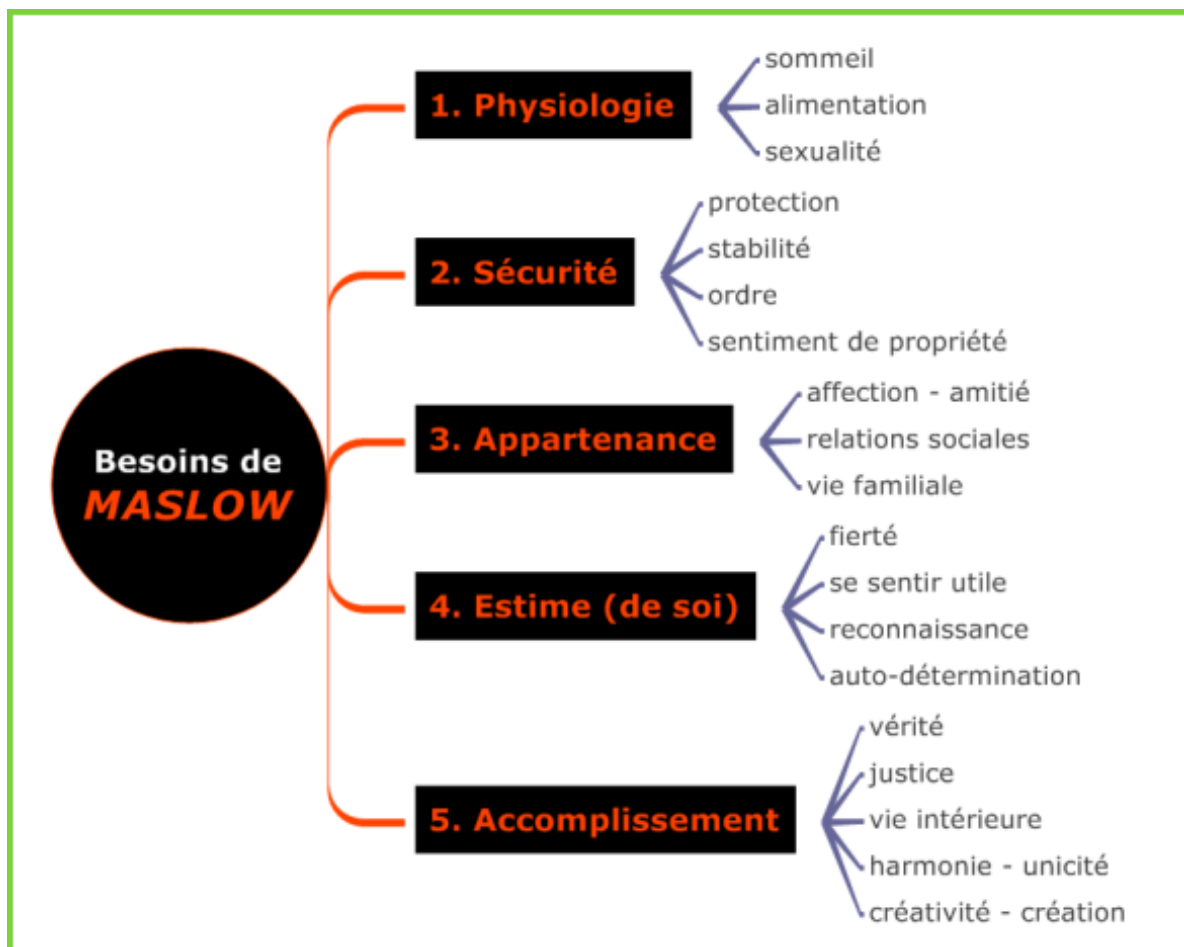
Le psychologue Abraham Maslow (USA, 1908 - 1970) est entre autres connu pour son modèle structurant les besoins et les motivations des êtres humains. Si ce modèle est partiellement contesté ou contestable, il n'en reste pas moins qu'il peut être mis à contribution notamment pour générer des idées ou structurer des propositions.

Brièvement

L'ensemble des besoins poussant les individus à agir ou à ne pas agir sont classés en 5 catégories ou paliers. Avant d'envisager entrer dans un palier supérieur, tout individu est sensé avoir satisfait au moins partiellement les besoins correspondant au palier précédent.

Visuellement

La hiérarchie de Maslow est habituellement représentée sous la forme d'une pyramide. Faisons preuve d'un tout petit peu d'originalité :



Concrètement

Tous les individus ne réagissent pas aux mêmes motivations (ou conditions motivantes), aux mêmes moments, de la même manière. Une évidence à intégrer, par exemple,

- Avec (chacun de) vos collaborateurs, sachez où vous en êtes et ne brûlez pas les étapes. Si vous envisagez de proposer des stimulants en faveur de l'inventivité et de l'innovation, ne visez ni trop bas, ni trop haut.
- Vis-à-vis de vos clients, voyez si certains besoins méritent d'être pris en compte dans le cadre de vos actions de prospection, campagnes de communication, etc. Si vous travaillez ou comptez travailler sur "l'expérience client", quelle corde sensible pourriez-vous faire vibrer ?
- A l'égard de vos produits ou services, déterminez le ou les niveaux auxquels ils répondent actuellement et cherchez éventuellement des idées pour les upgrader ou les positionner différemment.

La course à la performance et à l'innovation remet certains principes-clés de Maslow à l'avant-plan.