

LA LETTRE du *Dirigeant* présente ...

Troisième édition,
revue et augmentée

Une lecture originale, décapante,
enrichissante, stimulante.

Pour vous-même,
pour vos collaborateurs,
pour vos relations d'affaires.



Format : 11,5 x 22 cm

Paris, le 19 novembre 2010

Cher Abonné,

Dans une présentation luxueuse, *Le Vade-Mecum du Manager* est tout à la fois un aide-mémoire, un aiguillon intellectuel, un guide pratique et un dictionnaire de management. C'est le compagnon du dirigeant d'entreprise et de ses collaborateurs. C'est aussi un cadeau d'affaires très apprécié. Son format pratique permet de le garder constamment à portée de main et d'en faire un véritable auxiliaire de travail et de réflexion.

Par petites doses ciblées, dans un style vif et concis, sur un ton léger et parfois iconoclaste qui n'hésite pas à aller à contresens de la pensée unique, *Le Vade-Mecum du Manager* vous conduira à penser autrement à votre entreprise, au management, à vous-même. Sans doute même, vous amènera-t-il à remettre en cause certaines convictions et à prendre quelques résolutions importantes à mettre en œuvre immédiatement.

Trouvant sa source dans une sélection d'articles bien spécifiques de *La Lettre du Dirigeant*, il a fait l'objet d'un important travail d'adaptation et de mise en forme pour rassembler en huit chapitres bien délimités des centaines d'idées fausses à oublier, d'erreurs à éviter, de règles à suivre, de réflexions à partager, de pensées à méditer, de bizarreries à surveiller, de mots et notions à maîtriser, de spécialistes et de principes à connaître (voir des exemples au verso). Vous y trouverez à chaque instant l'aide que vous recherchez, la solution à un problème, la réponse à une question. Et ceci dans tous les domaines qui vous concernent : de la prise de décision à la stratégie, de l'efficacité personnelle au marketing, de la productivité à la qualité, de l'innovation au management des ressources humaines, de la finance à l'économie.

Un index de recherche et deux tables des matières vous aident à exploiter votre *Vade-Mecum du Manager* suivant vos besoins et votre inspiration du moment.

Pour profiter sans tarder du *Vade-Mecum du Manager*, retournez-nous rapidement votre bulletin de commande (ci-joint).

Tirez parti des remises sur quantité que nous vous accordons pour offrir *Le Vade-Mecum du Manager* à vos collaborateurs et aux relations d'affaires à qui vous voulez faire plaisir. Les uns et les autres l'apprécieront beaucoup, car ils y trouveront la réponse à de très nombreuses questions qu'ils se posent.

En vous souhaitant d'en tirer le meilleur profit, je vous prie d'agréer, Cher Abonné, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Gérard FERLET
Directeur de la Publication

Voir au verso ►

PS : Nous aurons le plaisir de vous accorder une remise supplémentaire de 10 % si votre commande et votre règlement nous parviennent avant le 31 décembre 2010.



MMD • 83, rue Michel-Ange • F - 75016 PARIS
Siren : 399 293 075
APE : 6420 Z

Service
abonnés

BP 95 • F-06902 SOPHIA ANTIPOLIS CEDEX
Tél. : (33) 04.93.65.47.48
Fax : (33) 04.93.65.47.49

E-mail : info@mmd-i.com - Internet : www.mmd-i.com

LA
LETTRE du
Dirigeant

La panoplie pratique du dirigeant

Du marketing à la qualité, de la productivité à la finance, de la production aux ressources humaines, de l'efficacité personnelle à la stratégie, de l'organisation à la vente, etc.

Le *Vade-Mecum du Manager* compte près de 210 pages de texte organisées en huit chapitres :

- **Des idées fausses et des erreurs à éviter.** Plus de 220 erreurs de perception ou d'attitude qui compromettent vos efforts. Par exemple : croire qu'il est impossible d'évaluer la rentabilité de la publicité, que la qualité coûte cher, que la stratégie relève du seul bon sens, qu'un employé heureux dans son travail est automatiquement productif. Ou bien se laisser enfermer dans l'opérationnel, penser que l'on sait ce que les clients attendent, juger les employés sur la façon dont ils atteignent leurs objectifs plutôt que sur leurs performances, considérer le prix comme la meilleure arme pour gagner des points sur les concurrents.
- **Des règles à respecter.** Près de 200 recommandations pratiques qui résument l'essentiel du bien-faire dans tous les domaines du management. Ce chapitre "bréviaire" constitue, à lui seul, une mine de conseils concrets pour chaque décision et chaque action. Par exemple : pour négocier avec succès, pour équilibrer la démarche commerciale, pour réaliser un diagnostic stratégique, pour connaître les attentes des clients, pour modifier l'organisation de l'entreprise, pour prendre le risque en compte dans une décision.
- **Des bizarreries à surveiller.** Plus de 110 anomalies ou paradoxes dont on ne se méfie pas. Par exemple : tout problème complexe a une solution simple ; c'est la mauvaise. Ou bien : si l'on ne prend pas le temps de bien faire, il faudra trouver le temps de refaire. Ou encore : la stratégie ne prépare pas les décisions futures, mais prend les décisions qui préparent le futur. Ou enfin : dans tout projet, il n'y a que 10 % de chances que le budget initial ne soit pas dépassé.

- **Des choix à négocier.** Près de 80 choix sur chacun desquels, et chaque jour, vous devez vous déterminer. Par exemple : comment réaliser le compromis entre le stratégique et l'opérationnel, entre l'urgent et l'important, entre la raison et l'intuition, entre l'entreprise et son environnement ? Ou encore, la distinction à faire entre qualités des produits et satisfaction des clients, entre publicité et promotion, entre biens et services, entre coûts fixes et coûts variables.
- **Des pensées à méditer.** Classées en 25 rubriques, près de 300 citations et aphorismes dont la vérité vous surprendra. De Sénèque à Jules Renard, de Chateaubriand à Einstein, de Plutarque à Marx, de Napoléon à Mark Twain, de Saint-Augustin à Lincoln, de Daudet à Sunzi.
- **Des réflexions à partager.** Plus de 50 observations et interrogations sur la finance ou le marketing, l'économie ou la stratégie, la direction générale ou les ressources humaines. Par exemple : baisser un prix de vente constitue d'abord un investissement (est-il rentable ?), les employés sont les premiers fournisseurs de l'entreprise, le profit est un coût (le coût du futur), comment gérer les hommes quand 80 % des individus estiment être supérieurs à la moyenne ?
- **Des mots et des notions à maîtriser.** Plus de 300 définitions, claires, brèves, précises. Depuis actualisation financière jusqu'à zero-based budgeting, en passant par benchmarking, coaching, cycle de vie des produits, Dow Jones, empowerment, euro-devises, facteurs d'hygiène, levier financier, management par objectifs, niche, positionnement marketing, qualité de vie au travail, ROI, Scanlon Plan, Théorie Y et méthode du veto.
- **Des spécialistes et des principes à connaître.** Une trentaine de brefs exposés présentant les points saillants (et dont un dirigeant doit avoir une idée suffisamment précise) des travaux de personnalités telles que Adam Smith ou Frederick Taylor, Joseph Juran ou Peter Drucker, Richard Pascale ou Michael Porter, David McClelland ou Kaoru Ishikawa.

