



TEST DE VALEURS ORGANISATIONNELLES (TVO 09)

RAPPORT INDIVIDUEL

Personne candidate :
John Participant

Date d'évaluation :
2009/03/31

Organisation :

Test de valeurs organisationnelles

Candidat(e) : John Participant

Date de l'évaluation : 2009/03/31

DONNÉES GÉNÉRALES

Données descriptives

Nom du participant:

John Participant

Nom de l'organisation:

Secteur d'activités:

Sous-secteur d'activités:

Résultats présentés

Le test de valeurs organisationnelles (TVO) permet d'identifier les valeurs les plus importantes pour une personne, une organisation ou même une partie de l'organisation (comité de direction, département, unité, etc.). Deux types de valeurs sont identifiées, soit celles qu'on qualifie de « base » et celles qui sont plus étroitement reliées aux « valeurs de travail ».

Le présent rapport présente ce que le/la participant(e) a choisi comme étant les valeurs qui devraient être privilégiées par l'organisation dans son ensemble. Selon le/la participant(e), ces valeurs devraient influencer de façon marquée les décisions qui sont prises, les objectifs qui sont fixés ainsi que les ressources monétaires, matérielles et humaines qui sont investies par l'organisation.

Test de valeurs organisationnelles

Candidat(e) : John Participant

Date de l'évaluation : 2009/03/31

A - Importance des valeurs

NOTE: Les valeurs sont présentées par ordre décroissant d'importance (i.e. de la plus importante à la moins importante)

 Valeurs les plus importantes	1	Approche démocratique (1)
	2	Equilibre travail-vie privée (5)
	3	Qualité du service (10)
	4	Adaptation au client (11)
	5	Vision inspirante (14)
	6	Intégrité (23)
	7	Atteinte des objectifs fixés (27)
	8	Développement durable (32)
	9	Ouverture à la diversité (2)
	10	Climat et satisfaction des employés (4)
Valeurs d'importance modérée	11	Adaptabilité (17)
	12	Professionalisme et sens des responsabilités (21)
	13	Leadership dans le domaine (31)
	14	Respect de la personne (3)
	15	Récompense des méritants (7)
	16	Recherche de l'excellence (12)
	17	Culture axée sur la performance (15)
	18	Orientation technologique (20)
	19	Rendement aux actionnaires (25)
	20	Orientation long terme (29)
	21	Citoyenneté corporative (34)
	22	Carrière et développement des employés (6)
Valeurs de plus faible importance	23	Relation avec les autres (9)
	24	Efficacité et efficacité (13)
	25	Créativité et innovation (16)
	26	Vigie (18)
	27	Santé et sécurité (19)
	28	Conformité (22)
	29	Solidité financière (24)
	30	Croissance (26)
	31	Orientation court terme (28)
	32	Réputation (30)
	33	Partenariat (33)
	34	Dynamisme (8)
Valeurs de travail	A	Importance accordée aux compétences
	B	Contrôle et façonnement de l'environnement
	C	Valorisation de l'approche individuelle
	D	Communication interpersonnelle directe et transparente
	E	Respect inconditionnel des ententes et partage d'une vérité commune
	F	Approche neutre et maîtrise des émotions
	G	Importance du futur

Test de valeurs organisationnelles

Candidat(e) : John Participant

Date de l'évaluation : 2009/03/31

B - Distribution des valeurs (par catégorie)

	#	Valeurs	Moindre importance	Importance Modérée	Haute importance	Rang
Croyances fondamentales	1	Approche démocratique				1
	2	Ouverture à la diversité				9
	3	Respect de la personne				14
Préoccupations face aux employés	4	Climat et satisfaction des employés				10
	5	Équilibre travail - Vie privée				2
	6	Carrière et dévelop. des employés				22
	7	Récompense des méritants				15
Qualités humaines	8	Dynamisme				34
	9	Relation avec les autres				23
Préoccupations face aux clients	10	Qualité du service				3
	11	Adaptation au client				4
Excellence des processus organisationnels	12	Recherche de l'excellence				16
	13	Efficacité et efficience				24
	14	Vision inspirante				5
	15	Culture axée sur la performance				17
	16	Créativité et innovation				25
	17	Adaptabilité				11
	18	Vigie				26
	19	Santé et sécurité				27
Conformité	20	Orientation technologique				18
	21	Professionalisme et responsabilités				12
	22	Conformité				28
Orientation vers les résultats	23	Intégrité				6
	24	Solidité financière				29
	25	Rendement aux actionnaires				19
	26	Croissance				30
	27	Atteinte des objectifs fixés				7
Impacts externes	28	Orientation court terme				31
	29	Orientation long terme				20
	30	Réputation				32
	31	Leadership dans le domaine				13
	32	Développement durable				8
	33	Partenariat				33
	34	Citoyenneté corporative				21

Test de valeurs organisationnelles

Candidat(e) : John Participant

Date de l'évaluation : 2009/03/31

Annexe - Définition des valeurs

Valeurs de base

A- Croyances fondamentales

1	Approche démocratique	Les décisions importantes sont prises de façon démocratique par les membres de l'organisation.	1
2	Ouverture à la diversité	Démontrer une grande ouverture à la diversité des idées, des cultures et des façons de faire différentes.	9
3	Respect de la personne	Respecter les autres, leur humanité, leur droit à la confidentialité et à tous les autres droits fondamentaux.	14

B- Préoccupations face aux employés

4	Climat et satisfaction des employés	Assurer un climat de travail positif et viser à ce que les employés soient satisfaits.	10
5	Équilibre travail / vie privée	Favoriser un juste équilibre entre les obligations du travail et les besoins touchant la vie privée des employés.	2
6	Carrière et développement des employés	Favoriser la carrière et le développement professionnel des employés.	22
7	Récompense des méritants	Récompenser les méritants, accorder des bénéfices compétitifs et adopter une approche basée sur le mérite.	15

C- Qualités humaines

8	Dynamisme	Faire montre de dynamisme et d'engagement personnel par rapport au travail et aux tâches à accomplir.	34
9	Relation avec les autres	Favoriser des relations positives basées sur la confiance, la transparence et une communication ouverte.	23

D- Préoccupations face aux clients

10	Qualité du service	Mettre le client à l'avant plan et lui offrir un service et des produits de qualité, visant à maintenir sa fidélisation.	3
11	Adaptation au client	Être à l'écoute des clients, prévoir et s'adapter à leurs besoins et agir afin d'apporter tout correctif nécessaire.	4

Test de valeurs organisationnelles

Candidat(e) : John Participant

Date de l'évaluation : 2009/03/31

E- Excellence des processus organisationnels

12	Recherche de l'excellence	Viser l'excellence par l'établissement de standards élevés et l'amélioration constante des processus.	16
13	Efficacité et efficience	Viser l'efficacité et l'efficience de tous les processus y compris le flot d'information et le rythme de travail.	24
14	Vision inspirante	Créer et maintenir une vision organisationnelle et un leadership interne qui inspire les employés.	5
15	Culture axée sur la performance	Mettre en place une culture de travail axée sur le dépassement de soi et la performance.	17
16	Créativité et innovation	Favoriser la créativité et l'innovation au sein de l'organisation.	25
17	Adaptabilité	Voir à ce que l'organisation et ses employés s'adaptent aux changements de l'environnement interne et externe.	11
18	Vigie	Connaître son environnement, être à l'affut des tendances et viser à devenir une organisation apprenante.	26
19	Santé et sécurité	Créer un environnement de travail favorisant la santé et la sécurité de tous les employés.	27
20	Orientation technologique	Investir afin d'être à l'avant-garde des changements technologiques.	18

F- Conformité

21	Professionalisme et sens des responsabilités	Encourager les employés à être professionnels, à avoir le sens des responsabilités et une discipline personnelle.	12
22	Conformité	Être rigoureux et respecter les règles et les procédures afin d'assurer un haut niveau de conformité.	28
23	Intégrité	Être intègre, honnête, juste et équitable dans le cadre de ses relations, de ses actions et de ses décisions.	6

Test de valeurs organisationnelles

Candidat(e) : John Participant

Date de l'évaluation : 2009/03/31

G- Orientation vers les résultats

24	Solidité financière	Gérer les ressources financières de façon prudente afin de garantir la stabilité économique de l'organisation.	29
25	Rendement aux actionnaires	Optimiser le rendement organisationnel afin de maximiser les bénéfices versés aux actionnaires.	19
26	Croissance	Viser une croissance soutenue de l'organisation.	30
27	Atteinte des objectifs fixés	Investir les efforts requis afin d'atteindre les objectifs fixés et obtenir les résultats escomptés.	7
28	Orientation court terme	Accorder une grande importance aux impacts des décisions dans un avenir rapproché.	31
29	Orientation long terme	Accorder une grande importance aux impacts des décisions dans un avenir éloigné.	20

H- Impacts externes

30	Réputation	Maintenir une réputation enviable auprès des clients, des fournisseurs, des partenaires et des collectivités.	32
31	Leadership dans le domaine	Être reconnu comme un leader et un chef de file dans son domaine d'activités.	13
32	Développement durable	Mettre en œuvre des actions visant à assurer la protection et le développement durable de l'environnement.	8
33	Partenariat	Favoriser une approche de partenariat avec ses fournisseurs, ses employés, ses clients et ses pairs.	33
34	Citoyenneté corporative	Être un bon citoyen corporatif en respectant les lois, en créant des emplois, en favorisant la coopération et en participant au développement des communautés.	21

Test de valeurs organisationnelles

Candidat(e) : John Participant

Date de l'évaluation : 2009/03/31

Valeurs de travail

A- Relations avec le pouvoir

ou	Importance accordée au statut	Les organisations qui valorisent l'orientation vers le statut accordent une grande importance à la hiérarchie, l'obéissance et le respect du supérieur. La latitude décisionnelle des employés est limitée, toute décision importante devant être prise par la gestion.	<input type="checkbox"/>
	Importance accordée aux compétences	Les organisations qui valorisent l'orientation "compétences" accordent une grande importance à l'égalité et la participation des employés. Le statut correspond au niveau de compétences des gens. Les employés sont imputables de leurs actions et possèdent une forte autonomie décisionnelle.	<input checked="" type="checkbox"/>

B- Gestion de l'incertitude

ou	Évitement de l'incertitude	Les organisations qui valorisent l'évitement de l'ambiguïté accordent une grande importance aux règles, aux procédures et à l'établissement de rôles clairs. Dans la mesure du possible, toute situation ambiguë est évitée. L'environnement exerce une forte influence et on croit qu'il est difficile, voire impossible, de le maîtriser.	<input type="checkbox"/>
	Contrôle et façonnement de l'environnement	Les organisations qui valorisent la combativité et le façonnement de l'environnement n'hésitent pas à s'engager dans des situations ambiguës, voire incertaines. On croit que les événements peuvent être façonnés et que l'on doit être combatif face à l'adversité. Les stratégies dirigent les actions.	<input checked="" type="checkbox"/>

C- Types de liens sociaux

ou	Valorisation de la conformité et de la cohésion de groupe	Les organisations qui valorisent la conformité et la cohésion de groupe prennent leurs membres en charge. L'altruisme, le partage et la loyauté sont à la base des liens sociaux. La collaboration entre les employés et la cohésion d'équipe sont valorisées. La conformité est essentielle au bon fonctionnement et la critique des façons de faire n'est pas acceptée.	<input type="checkbox"/>
	Valorisation de l'approche individuelle	Les organisations qui valorisent l'approche individuelle laissent les individus se prendre en charge. Les règles et les procédures sont des guides plutôt que des contraintes. Les employés peuvent critiquer l'organisation s'ils sont insatisfaits ou valorisent un point de vue différent. Le travail individuel est privilégié.	<input checked="" type="checkbox"/>

Test de valeurs organisationnelles

Candidat(e) : John Participant

Date de l'évaluation : 2009/03/31

D- Communication interpersonnelle

ou	Communication interpersonnelle diplomatique	<p>Les organisations qui valorisent la communication interpersonnelle diplomatique favorisent la modestie et l'humilité dans les rapports interpersonnels. Le tact et la diplomatie sont à la base des interactions entre les employés. Les personnes sont perçues comme des "tout" et il est inapproprié de critiquer les gens directement.</p>	<input type="checkbox"/>
	Communication interpersonnelle directe et transparente	<p>Les organisations qui valorisent la communication interpersonnelle directe et transparente favorisent les rapports francs. La confiance en soi est valorisée et les messages sont transparents, clairs et directs même s'ils sont parfois négatifs. Les personnes sont considérées comme ayant plusieurs rôles (employé, père/mère, ami, etc.) qui sont indépendants les uns des autres.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>

E- Gestion des ententes

ou	Évolution des ententes et des positions selon les situations	<p>Les organisations qui favorisent une évolution des ententes et des positions selon les situations croient que les contrats évoluent et doivent être modifiés en fonction des circonstances. La perception de la réalité et de la vérité varie en fonction des personnes et des situations.</p>	<input type="checkbox"/>
	Respect inconditionnel des ententes et partage d'une vérité commune	<p>Les organisations qui favorisent le respect inconditionnel des ententes et le partage d'une vérité commune croient que les contrats sont immuables et qu'ils représentent des engagements qui doivent être respectés, peu importe la façon dont les situations évoluent. On croit qu'il existe une seule vérité qui est partagée par tous et qui est à la base d'une compréhension commune.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>

F- Expression des sentiments

ou	Approche affective et expression des émotions	<p>Les organisations qui partagent cette valeur croient que l'expression des émotions est naturelle et qu'elle fait partie de toute relation humaine. L'expression des émotions par les gestes et la mimique sont communes et font partie du mode de communication et de résolution de problèmes. Les échanges animés sont recherchés.</p>	<input type="checkbox"/>
	Approche neutre et maîtrise des émotions	<p>Les organisations qui partagent cette valeur encouragent des échanges courtois où les sentiments prennent peu de place. On valorise les gens qui maîtrisent leurs émotions et qui communiquent de façon neutre. Les échanges sont rarement animés.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>

Test de valeurs organisationnelles

Candidat(e) : John Participant

Date de l'évaluation : 2009/03/31

G- Notion de temps

ou	Importance du passé et des traditions	Les organisations qui accordent une importance prépondérante au passé valorisent les traditions ainsi que leur histoire et leurs origines. Plusieurs activités sont menées de front sans qu'une séquence claire soit établie. Le respect des rendez-vous et des échéanciers n'est pas immuable et les préoccupations personnelles ont préséance sur les contraintes organisationnelles.	<input type="checkbox"/>
	Importance du futur	Les organisations qui accordent une importance prépondérante au futur valorisent le potentiel, les occasions et les perspectives futures. Les activités sont faites de façon séquentielle en fonction d'un plan bien établi. Le respect des rendez-vous et des échéanciers est fondamental et les contraintes organisationnelles ont préséance sur les besoins personnels.	<input checked="" type="checkbox"/>