

COMPÉTENCES COMPORTEMENTALES DE GESTION

PERSPECTIVE STRATÉGIQUE ET ALIGNEMENT (Compétence de base)

Définition : Faire une réflexion stratégique à propos de l'éventail de questions scientifiques ou liées aux marchés ou aux activités qui sont susceptibles d'avoir une incidence sur la capacité du CNRC de remplir son rôle. Comprendre les forces et les faiblesses du CNRC, savoir quels sont ses principaux intervenants et élaborer une stratégie à long terme pour l'unité ou l'organisation ou aligner le travail quotidien avec la vision et les orientations à plus long terme du CNRC. Cela signifie passer du temps à réfléchir aux concepts et aux possibilités organisationnelles et à les comprendre, et ne pas se mettre en « mode d'action » dès qu'un problème est constaté.

Gradation de l'échelle : L'échelle va depuis la compréhension et l'alignement de son propre travail et de celui des autres jusqu'à la conception de stratégies qui façonneront et redéfiniront le CNRC.

<p>Niveau 1</p> <p>Comprendre la stratégie d'affaires du CNRC</p>	<p>Niveau 2</p> <p>Faire correspondre le travail et les activités avec les buts stratégiques du CNRC</p>	<p>Niveau 3</p> <p>Réfléchir de façon stratégique à de nouvelles solutions ou à des besoins organisationnels émergents</p>	<p>Niveau 4</p> <p>Utiliser une pensée systémique dans l'étude d'occasions stratégiques</p>	<p>Niveau 5</p> <p>Façonner ou redéfinir ce qu'est le CNRC ou ce que font les portefeuilles</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Posséder une compréhension générale des principes fondamentaux du succès en affaires. • Comprendre l'orientation stratégique du CNRC et assumer la responsabilité de sa propre formation et de son perfectionnement, qui doivent être alignés avec la vision et les impératifs stratégiques. • Analyser et comprendre les buts et les stratégies opérationnels et organisationnels. • Utiliser sa compréhension des principes fondamentaux des affaires pour ajouter de la valeur dans les réunions et mettre en question les processus. 	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer et mettre en œuvre les stratégies et les politiques conformément aux objectifs et aux buts du CNRC. • Se demander si les buts à court terme soutiendront les objectifs à long terme. • Examiner ses propres actions en fonction du plan stratégique du CNRC. • Cerner les décalages et les lacunes et cibler des moyens de soutenir les stratégies organisationnelles courantes. • Prévoir les ramifications à long terme des activités courantes ou réfléchir à ces questions. • Appliquer une compréhension élargie des activités pour améliorer le rendement et les processus du groupe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Porter sa réflexion au-delà de l'environnement de travail et prendre des décisions avec une vue globale des choses. • Approfondir activement sa connaissance ou prise de conscience des activités et du contexte concurrentiel pour déterminer les enjeux, problèmes et possibilités à long terme. • Élaborer et établir des objectifs, buts ou projets à grande échelle et à long terme (p. ex., touchant une fonction ou un service, plusieurs programmes ou l'ensemble du CNRC). • Examiner les besoins d'affaires dans le but de trouver des possibilités ou de cerner des obstacles. • Analyser des enjeux complexes et concevoir de nouvelles solutions s'accordant avec la stratégie et la vision. • Déceler les tendances et faire des liens qui ne sont pas évidents pour d'autres, entre des enjeux d'affaires et des occasions possibles. • Mettre au point de nouveaux concepts, adapter des solutions existantes et utiliser de nouvelles approches pour satisfaire des besoins d'affaires émergents. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir une perspective organisationnelle; favoriser et mettre à profit une perspective systémique pour aborder des questions opérationnelles complexes. • Comprendre les interdépendances entre les programmes et le besoin d'intégrer les activités entre les fonctions ou secteurs liés à la planification des projets, à l'exécution des programmes et à leur évaluation. • Créer une correspondance stratégique entre des équipes interfonctionnelles. • Avoir une vision périphérique : réfléchir latéralement aux problèmes et possibilités; voir comment le travail et les efforts d'autres équipes, fonctions ou portefeuilles du CNRC s'imbriquent pour réaliser des objectifs généraux. • Faire une réflexion critique et systématique sur les tendances extérieures (financement, industrie, science, contexte politique, intervenants, etc.) et sur ce qu'elles pourraient signifier pour la recherche, les produits, les services et le personnel du CNRC. • Consulter les autres afin de trouver d'autres avenues stratégiques et soupeser les options en fonction de leur impact sur les impératifs du CNRC. 	<ul style="list-style-type: none"> • Repenser la structure, la gouvernance et (ou) les activités du CNRC pour mieux répondre aux objectifs à long terme. • Façonner la vision de l'organisation en fonction d'un environnement mondial. • Favoriser la réflexion proactive dans toute l'organisation et avec les organisations partenaires et les pouvoirs publics, pour répondre aux enjeux projetés. • Définir une vision à long terme claire pour les affaires et brosser un tableau convaincant des nouvelles possibilités. • Établir des normes et des mesures applicables au niveau de l'entreprise, ainsi que la stratégie d'affaires. • Établir un plan d'action pour accomplir un objectif à long terme et partager sa vision de l'état futur souhaitable du CNRC. • Contribuer à repenser le mandat et la vision à la lumière des réalités actuelles et futures du marché. • Élargir les horizons de planification des autres en les amenant à voir au-delà de la recherche, de la technologie, des marchés et des pratiques actuels du CNRC.