JPB Consulting

Leader en management franco-allemand **depuis 1984**

L'interculturalité au quotidien

Article sur le déploiement par BMW France de sensibilisations interculturelles franco-allemandes pour ses relations "filiale / maison-mère" et pour les relations "fournisseurs français / usines allemandes"

Dès 1993, BMW France menait avec JPB des sensibilisations interculturelles franco-allemandes pour leurs cadres dirigeants en contact avec la maison mère de Munich, notamment des participations individuelles à notre Atelier syntonie et des formations internes à BMW France. Ces sensibilisations furent étendues aux fournisseurs français des usines allemandes, puis aux ingénieurs du développement et acheteurs allemands du siège de BMW à Munich.

Sujets traités par cet article

Relation filiale – maison-mère, relation client – fournisseur, formation interculturelle franco-allemande, management franco-allemand, différences culturelles franco-allemandes

Vous connaissez sûrement des collègues qui seraient intéressés par cet article.
Partagez cette page qui peut les intéresser :

JPB Consulting

Leader en management franco-allemand **depuis 1984**

Thèmes : Coaching & formation interculturelle franco-allemande > relation filiale – maison-mère > relation client – fournisseur > communication interculturelle franco-allemande > management franco-allemand

LA LETTRE BMW FRANCE

N°1 - juillet/août 1996

L'interculturalité au quotidien

Article sur le déploiement par BMW France de sensibilisations interculturelles franco-allemandes pour ses relations "filiale / maison-mère" et pour les relations "fournisseurs français / usines allemandes"

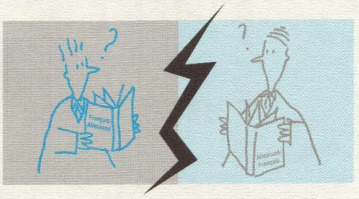
Bonne lecture !

L'équipe de JPB Consulting

HOMMES

L'interculturalité au quotidien

Lever les freins, les blocages culturels dans les relations entre partenaires internationaux, tel est l'objectif des séminaires organisés par BMW France. Les collaborateurs français en relation avec la maison-mère en ont bénéficié, ainsi que les fournisseurs français de BMW.



Cela peut paraître paradoxal pour la filiale française (existant depuis près de 25 ans) d'une grande entreprise allemande de se poser des questions ou de constater qu'il existe des problèmes du fait des différences culturelles entre Français et Allemands. Cependant cela a été le lot presque quotidien des responsables en relation avec la maison-mère.

Pour bien travailler ensemble, il faut non seulement parler un langage commun (pas assez souvent l'Allemand ou le Français), mais surtout apprendre à décoder les réactions devant telle ou telle situation et adapter son comportement aux attentes du partenaire.

Constatant cela, BMW France a trouvé un partenaire : "JPB - La Synergie franco-allemande", cabinet conseil et de formation spécialisé dans les relations interculturelles franco-allemandes.

Des séminaires de trois jours pour les cadres de BMW France

BMW France a fait suivre à ses cadres dirigeants des séminaires de 3 jours au cours desquels sont mises en exergue les différences culturelles et sont proposées des solutions pour améliorer les relations de travail entre Français et Allemands.

Ont été mis en place des séminaires internes pour les collaborateurs en relation fréquente avec les services de la maison-mère.

Ces actions, menées à l'entière satisfaction de tous les participants, leur ont permis de mieux se situer dans leurs rapports avec leurs homologues allemands et d'améliorer ainsi leur efficacité et donc celle de la filiale.

Des séminaires pour les fournisseurs français des usines allemandes

Allant plus loin dans ce constat, la Direction Achats de BMW France a organisé la mise en place d'un séminaire du même type pour les fournisseurs français des usines allemandes de BMW.

Ces entreprises françaises, qui réussissent dans l'ensemble bien avec un client aussi exigeant que BMW, voient parfois leurs efforts commerciaux et la qualité de leur produits remis en cause par des incompréhensions ou des réactions négatives à des comportements jugés anodins.

Le premier séminaire a eu lieu en avril et a réuni 14 représentants de sociétés françaises, fournisseurs de BMW.

Le Groupe BMW de son côté a organisé un même type de séminaire pour des acheteurs et ingénieurs de développement travaillant plus particulièrement avec des interlocuteurs français.

La communication au service de la vente d'un produit, d'une idée

Dans chacun des cas, il a pu être constaté que de nombreuses sources de malentendus potentiels avaient été identifiées, analysées et qu'au total un minimum d'attention et de rigueur permettrait de trouver des solutions et de continuer à travailler dans de bonnes conditions.

Les expériences de BMW France en matière de formation interculturelle franco-allemande nous font penser que l'on ne porte jamais assez attention à la forme dans les relations d'affaires entre partenaires internationaux et qu'une communication bien menée peut améliorer la vente d'un produit, d'une idée ou d'un dossier ●

L'interculturalité au quotidien

Lever les freins, les blocages culturels dans les relations entre partenaires internationaux, tel est l'objectif des séminaires organisés par BMW France. Les collaborateurs français en relation avec la maison-mère en ont bénéficié, ainsi que les fournisseurs français de BMW.

Cela peut paraître paradoxal pour la filiale française (existant depuis près de 25 ans) d'une grande entreprise allemande de se poser des questions ou de constater qu'il existe des problèmes du fait des différences culturelles entre Français et Allemands. Cependant cela a été le lot presque quotidien des responsables en relation avec la maison-mère.

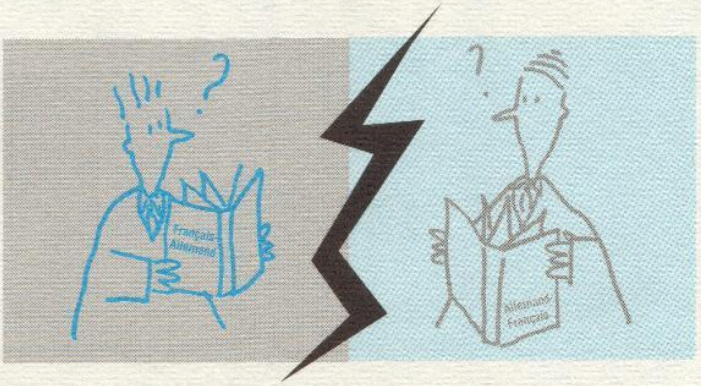
Pour bien travailler ensemble, il faut non seulement parler un langage commun (pas assez souvent l'Allemand ou le Français), mais surtout apprendre à décoder les réactions devant telle ou telle situation et adapter son comportement aux attentes du partenaire.

Constatant cela, BMW France a trouvé un partenaire : "JPB - La Synergie franco-allemande", cabinet conseil et de formation spécialisé dans les relations interculturelles franco-allemandes.

Des séminaires de trois jours pour les cadres de BMW France

BMW France a fait suivre à ses cadres dirigeants des séminaires de 3 jours au cours desquels sont mises en exergue les différences culturelles et sont proposées des solutions pour améliorer les relations de travail entre Français et Allemands.

Ont été mis en place des séminaires internes pour les collaborateurs en relation fréquente avec les services de la maison-mère.



Ces actions, menées à l'entière satisfaction de tous les participants, leur ont permis de mieux se situer dans leurs rapports avec leurs homologues allemands et d'améliorer ainsi leur efficacité et donc celle de la filiale.

Des séminaires pour les fournisseurs français des usines allemandes

Allant plus loin dans ce constat, la Direction Achats de BMW France a organisé la mise en place d'un séminaire du même type pour les fournisseurs français des usines allemandes de BMW.

Ces entreprises françaises, qui réussissent dans l'ensemble bien avec un client aussi exigeant que BMW, voient parfois leurs efforts commerciaux et la qualité de leur produits remis en cause par des incompréhensions ou des réactions négatives à des comportements jugés anodins.

Le premier séminaire a eu lieu en avril et a réuni 14 représentants de sociétés françaises, fournisseurs de BMW.

Le Groupe BMW de son côté a organisé un même type de séminaire pour des acheteurs et ingénieurs de développement travaillant plus particulièrement avec des interlocuteurs français.

La communication au service de la vente d'un produit, d'une idée

Dans chacun des cas, il a pu être constaté que de nombreuses sources de malentendus potentiels avaient été identifiées, analysées et qu'au total un minimum d'attention et de rigueur permettrait de trouver des solutions et de continuer à travailler dans de bonnes conditions.

Les expériences de BMW France en matière de formation interculturelle franco-allemande nous font penser que l'on ne porte jamais assez attention à la forme dans les relations d'affaires entre partenaires internationaux et qu'une communication bien menée peut améliorer la vente d'un produit, d'une idée ou d'un dossier ●

JPB Consulting

Leader en management franco-allemand **depuis 1984**

Cet article du journal interne des collaborateurs de BMW France datant de juillet/août 1996 témoigne de l'enjeu que représentait déjà dès 1993 pour BMW de lever des freins et blocages culturels dans leurs relations maison-mère – filiale et usines allemandes – fournisseurs français. JPB Consulting, partenaire de ces projets, s'appelait à l'époque encore "JPB – La Synergie Franco-Allemande".

Contactez nous pour évoquer ensemble vos projets concernant vos relations franco-allemandes !

01 64 79 71 79

jpb@jpb.net

JPB Consulting - Coaching en management franco-allemand

- Depuis 1984, JPB est pionnier de la résolution de dysfonctionnements business-culturels et relationnels franco-allemands
- Expertise développée auprès de plus de 20.000 managers et ingénieurs internationaux depuis plus de 30 ans
- Coaching, expertises et accompagnement de dirigeants, cadres expatriés, équipes et organisations, dans les entreprises et projets franco-allemands

Pour approfondir le sujet, visitez notre site internet : www.jpb.net

Sujets traités par cet article

Relation filiale – maison-mère, relation client – fournisseur, formation interculturelle franco-allemande, management franco-allemand, différences culturelles franco-allemandes