

Le SOAR	Le SOAR	
<p>En résumé</p> <p>Tout comme le SWOT, le SOAR est un exercice de groupe qui permet de synthétiser les éléments clés d'un projet sous forme d'un tableau. Mais à la différence du SWOT, le SOAR se concentre sur les éléments positifs (les forces) et laisse de côté les faiblesses, de même, il s'attache à la formulation d'une vision commune et sa concrétisation. Il est davantage orienté 'solution'. Il peut s'utiliser pour préparer un plan de communication, et permet par exemple de faire une synthèse du contexte du projet.</p>	<p>Avantages</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outil participatif • Orienté 'solution' • Formulation positive • Prend en considération les aspirations • Rend le futur concret 	<p>Précautions à prendre/Limites</p> <p>Il aide à définir le contexte d'un projet mais ne suffit pas pour élaborer un plan de communication.</p> <p>Il faut aussi prendre en compte les contraintes dans le descriptif d'un contexte, à faire à part.</p>
<p>SOAR est l'acronyme anglais de Strengths (Forces)-Opportunities (Opportunités)-Aspirations (Aspirations) – Results (résultats).</p>  <p>Forces</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Quels sont les points forts de notre projet?</i> <p>Aspirations</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Qu'est-ce que nous voulons pour notre projet (= notre ambition)</i> <p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Quelles sont les opportunités que nous devons saisir/ sur qui/quoi nous appuyer pour communiquer autour de notre projet?</i> <p>Résultats</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Comment saurons-nous que nous y sommes (éléments concrets qui permettront de le mesurer)</i> <p> SOAR - Template</p>	<p>Pourquoi l'utiliser ?</p> <p>Objectif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Synthétiser les éléments clés d'un projet de manière visuelle • Impliquer les membres de l'équipe projet <p>Contexte</p> <p>Le SOAR, tel qu'il est communément décrit fait partie de l'arsenal des chefs de projets et du management stratégique, au même titre que le SWOT. Il permet de préparer en groupe une synthèse visuelle du contexte du projet. Il constitue une alternative dans l'ère du temps au SWOT. Il encourage les participants à se projeter dans le futur et à formuler des indicateurs concrets.</p> <p>Dans le cadre du plan de communication, il est réalisé lors de la phase 1 (contexte).</p>	<p>Comment l'utiliser ?</p> <p>Etapes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forces • Opportunités • Aspirations • Résultats <p>Méthodologie et conseils</p> <p>A faire en groupe.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chaque participant réfléchi individuellement aux 4 questions du SOAR et note ses idées. • Les participants s'expriment à tour de rôle, soit oralement, soit en allant coller des post it sur le tableau affiché. • Le groupe discute et décide des éléments qu'il souhaite conserver, ils sont notés dans le tableau.

Comment être plus efficace ?		Pour aller plus loin....
Petite comparaison entre le SWOT et le SOAR		<p>Le SOAR décrit ci-dessus est une méthode développée dans la mouvance de l'Appreciative inquiry.(A.I.)</p> <p>L'A.I. est une approche des organisations, des équipes et des individus qui consiste à rechercher les ressources, les réussites, les expériences positives chez chacun, dans l'entreprise et son environnement.</p> <p>Elle remplace les diagnostics, les critiques et les points de vue négatifs par une focalisation sur l'énergie qui donne vie à l'organisation, l'objectif étant avant tout d'identifier les facteurs de réussite de l'équipe, du département, de l'entreprise ou de l'institution concernée.</p> <p>Il existe de nombreux ouvrages et sites web qui traitent de l'A.I.</p>
SWOT	SOAR	
STRENGTHS <ul style="list-style-type: none"> • les ressources et les savoir-faire de l'organisation • les bases pour développer une différenciation 	STRENGTHS <ul style="list-style-type: none"> • Que faisons-nous vraiment bien ? • Quels sont nos plus grands atouts ? • De quoi sommes-nous fiers ? • Que pouvons-nous en déduire sur nos compétences ? 	
WEAKNESSES <ul style="list-style-type: none"> • absence de force, manque de ressources ou de savoir-faire • le revers d'une force, un avantage concurrentiel faible 	OPPORTUNITIES <ul style="list-style-type: none"> • En quoi les menaces extérieures peuvent-elles constituer des opportunités ? • Comment pouvons-nous trouver des alliés (internes-externes)? 	
OPPORTUNITIES <ul style="list-style-type: none"> • les conditions externes qui favorisent la croissance et les résultats • des attentes non satisfaites des clients, des nouvelles technologies, une législation favorable 	ASPIRATIONS <ul style="list-style-type: none"> • Compte tenu de nos forces et des opportunités, que souhaitons-nous devenir ? Quelles sont nos aspirations ? • Comment pouvons-nous faire la différence (pour l'organisation et nos parties prenantes)? 	
THREATS <ul style="list-style-type: none"> • les conditions externes qui entravent la croissance et la profitabilité • plus de concurrence, évolution de la chaîne de valeur, législation défavorable 	RESULTS <ul style="list-style-type: none"> • Comment mesurons-nous nos résultats ? • Pour quoi voulons-nous être (re) connu ? • Quels sont les résultats concrets (comment les décrire)? 	