

ANIXTER®

Produits. Technologie. Services. Livraison globale.

THE BLUE BOOK

Fiers de célébrer plus de 50 ans d'excellence



SOMMAIRE

Notre philosophie	1
Notre spécificité	2
Clients et fournisseurs	3
Vérité	4
Intégrité	5
Exprimez-vous	6
Enthousiasme	7
Changement	8
Collets montés et gros bonnets	9
Vic-présidents et directeurs généraux	10
Notre contribution	11
Organigrammes	12
Profils de postes	13
Hiérarchie	14
Communication	15
Téléphones	16
Etre exceptionnel	17
Dépenses	18
Embauches et licenciements	19
Promotions et transferts	20
Cash flow	21
Compensation	22
Notre climate	23
Gérer	24
L'individu	25

INTRODUCTION

Anixter est un fournisseur leader mondial de produits de communications et de sécurité, câbles et fils électriques et électroniques, des fixations et autres petits composants. Nous aidons nos clients à spécifier des solutions et à réaliser des achats documentés en termes de technologie, d'applications et de normes en vigueur. Partout dans le monde, nous proposons des services de gestion de la chaîne d'approvisionnement innovants destinés à alléger le coût total de production et d'implémentation de nos clients.

Les créateurs de notre entreprise ont établi ce Blue Book il y a plus de 45 ans afin de présenter notre philosophie et de définir notre style d'entreprise. Même si nous avons connu une croissance et des changements considérables depuis notre création en 1957, une chose demeure la même : notre engagement envers les valeurs présentées dans le Blue Book.

Aujourd'hui dans sa 32ème édition, mars 2014, le Blue Book représente toujours le « Anixter way », la manière dont nous concevons nos affaires et dont nous nous comportons avec nos clients et fournisseurs. Il n'est pas exagéré d'affirmer que la philosophie simple et directe présentée dans ce Blue Book a été un élément clé de notre succès depuis toutes ces années.

NOTRE PHILOSOPHIE

- 1 L'individu est ce qu'il y a de plus important.
- 2 Nous n'avons qu'une parole, nous sommes fiables.
- 3 Nous prenons le service au sérieux.
- 4 Nous ne pouvons pas nous permettre le luxe d'une mauvaise journée.
- 5 Nous voulons être les meilleurs.
- 6 Nous sommes réalistes. Nous croyons en la sincérité.
- 7 Nous sommes accessibles et il est facile de faire des affaires avec nous.
- 8 Nous sommes agressifs – nous sommes des gens d'action – nous travaillons dur.
- 9 Nous sommes souvent contents, jamais satisfaits.
- 10 Nous voulons que nos employés soient récompensés justement.

NOTRE SPÉCIFICITÉ

Nous prenons le service au sérieux !

Pour faire un profit plus que moyen,
il faut des atouts mieux que moyens.

Puisque nous n'avons pas nos propres produits,
notre service doit être parfait.

Servir est un état d'esprit. Pour apporter
un tel service, nos employés doivent vraiment
s'engager - et ils doivent avoir le désir d'exceller
sans attendre.

Le service est cher. Nous attendons donc d'être
payés en retour pour être sensationnels.

CLIENTS ET FOURNISSEURS

Un client ne dépend pas de nous, nous dépendons de lui.

Il ne constitue une interruption de notre travail – il en est la source.


Nous ne lui faisons pas une faveur en le servant.

Il nous fait une faveur en en faisant appel à nous.

Un client nous apporte ses demandes – notre job est d'y répondre profitablement : profitablement pour lui comme pour nous.

Un client est la source du succès – sans lui nous n'irions nulle part.

Chez Anixter nous traitons des fournisseurs comme des clients.

 Substituez le mot « client » par le mot « fournisseur » dans le texte ci-dessus et relisez le.

VÉRITÉ

Nous disons la **VÉRITÉ** aux uns et aux autres,
à nos clients et à nos fournisseurs.

Toute l'histoire, et non seulement une partie.

Nous ne la déformons pas, ne la tordons pas,
ne l'évitons pas.

Et si quelqu'un remue ciel et terre
au sujet de la vérité – laissez-le faire.

Contentez-vous de dire la vérité telle qu'elle est.

Un petit mensonge et vous serez un menteur !

INTÉGRITÉ

L'intégrité, c'est faire ce qui est **JUSTE**, même lorsque personne ne regarde.

Nous préférons perdre de l'argent, perdre un client, un fournisseur ou une commande, qu'enfreindre notre politique de déontologie ou la loi et compromettre notre intégrité.

EXPRIMEZ-VOUS

Pensez ! Pensez souvent, pensez dur et alors
DITES ce que vous avez dans la tête.

Ressentez, ayez de profonds sentiments ;
puis exprimez-les.

Et acceptez la même chose des autres.

ENTHOUSIASME

L'enthousiasme est l'actif le plus grand du monde. Plus que l'argent, le pouvoir et l'influence.

L'enthousiasme renverse les oppositions, fait exploser les objectifs et balaie les obstacles.

L'enthousiasme est contagieux. Introduisez-le dans votre attitude et façon d'être. Il augmentera votre productivité et apportera le plaisir et la satisfaction à notre personnel.

L'enthousiasme apportera des **RÉSULTATS**.

CHANGEMENT

Il n'a rien de plus constant que le changement.

Toute croissance nécessite des changements.

Alors soyez favorable aux changements car...

 **CHANGEMENT = OPPORTUNITÉ = CROISSANCE**

COLLETS MONTÉS ET GROS BONNETS

Ne m'appellez pas Madame ou Monsieur
parce que...

Chacun est connu par son prénom chez Anixter.

Tout le monde.

Si quelqu'un vous appelle Madame
ou Monsieur _____, dites lui que votre
nom est Caroline, Sylvie, Frédéric ou Laurent.

Devenons puissants en restant petits.

Sans être « collets montés ».

VICE-PRÉSIDENTS ET DIRECTEURS GÉNÉRAUX

Les vice-présidents et directeurs généraux sont des personnes ordinaires qui ont une expérience et un savoir que vous pouvez utiliser dans votre travail.

Ils ont des amis, des contacts, sont en général de bons vendeurs ; ils peuvent prendre en charge des projets spéciaux. Ils apportent des bras et des jambes supplémentaires. Et deux têtes... c'est toujours mieux qu'une seule.

Les vice-présidents d'Anixter travaillent pour vous (et non l'inverse).

Alors, utilisez-les !

NOTRE CONTRIBUTION

Chaque année, chacun d'entre nous doit payer pour l'ensemble d'entre nous.

Cela nous permet d'employer des hommes et des femmes exceptionnels.

Efforçons-nous de promouvoir les ventes, maîtriser les coûts et augmenter la productivité chaque jour.

 Après tout, Anixter est **VOTRE** entreprise.

ORGANIGRAMMES

PROFILS DE POSTES

HIÉRARCHIE

La hiérarchie transforme l'organisation en pyramide.

Les pyramides ne bougent pas, elles ne font que s'effondrer progressivement.

Chacun doit remplir les missions pour lesquelles il est le **MIEUX** adapté.

Notre entreprise doit mobiliser les meilleurs talents disponibles sur les problèmes – ou les opportunités – les plus importants du moment.

Ainsi les missions (et les fonctions) de chacun évoluent continuellement pour mieux répondre aux besoins de l'entreprise...

... sans hiérarchie sur notre chemin.

COMMUNICATION

Nous voulons des conversations face-à-face.

Ou alors nous utilisons le téléphone.

Les lettres ou les courriels ne servent qu'à résumer les décisions concluant une réunion, ou à formaliser des objectifs ou des engagements.

Ou bien à remercier.

TÉLÉPHONES

Nous appelons nous-mêmes.

Nous répondons nous-mêmes.

Nous ne sommes jamais « occupés ».

Si nous sommes en réunion, nous pouvons être dérangés pour parler avec un client ou un fournisseur.

Et jamais chez Anixter on ne demande

➤ « de la part de qui ? »

ETRE EXCEPTIONNEL

Nous traitons nos clients de façon exceptionnelle en fournissant des services excellents.

Lorsque c'est approprié, nous recevons nos clients pour leur montrer que nous apprécions de travailler avec eux.

Cette approche nous aide à connaître et comprendre nos clients et leurs besoins.

Cependant, les divertissements proposés ne devrait jamais donner ne serait-ce qu'une impression d'inconvenance pour notre entreprise ou nos clients.

Pour être exceptionnel, il faut se comporter de façon exceptionnelle. Continuez à faire de cette entreprise un lieu de travail exceptionnel.

DÉPENSES

Cette entreprise est votre deuxième lieu de vie.

Il faut s'y sentir en accord avec votre propre style de vie.

Considérez que l'argent de l'entreprise que vous dépensez est le vôtre (il s'agit de votre société).

Et quand vous faites vos notes de frais, faites en sorte que si on les affiche au bureau vous n'en ayez pas honte.

EMBAUCHES ET LICENCIEMENTS

Nous n'embauchons pas quelqu'un.

Nous lui proposons de se joindre à notre entreprise afin de nous aider à l'améliorer.

Nous ne renvoyons pas quelqu'un.

Nous lui demandons de quitter l'entreprise et l'orientons vers des fonctions où il sera plus productif.

PROMOTIONS ET TRANSFERTS

Ces questions doivent trouver les réponses dans cet ordre :

Est-ce que la personne **LE VEUT** ?

Est-ce que la personne **PEUT** y arriver ?

Est-ce que la personne y **ARRIVERA** ?

Juste un « Non » ... et c'est « Non ! »

CASH FLOW

Chaque mois les recettes doivent être supérieures aux dépenses.

COMPENSATION

Payons les personnes les plus productives ce qu'elles valent.

Demandez aux moins productives de s'améliorer, entraînez-les à réussir et suggérez-leur des alternatives si elles ne sont toujours pas productives.

NOTRE CLIMAT

Nous travaillons pour le plaisir et pour l'argent.*

Nous croyons à l'ouverture d'esprit.

Nous mettons les différends sur la table,
réglons les problèmes, et puis nous
développons notre business.

- * Est ce qu'il existe une autre raison pour travailler ?

GÉRER

Soyez leader !

... sinon suivez.

Sinon, sortez du chemin.

L'INDIVIDU

« L'individu » est le premier mot de notre philosophie d'entreprise... et le dernier.

Notre entreprise, comme toute entreprise, est un **ENSEMBLE D'INDIVIDUS**.

Si nous prenons soin de nos individus, ils prendront soin de notre entreprise.

Première édition, décembre 1968
Seconde édition, mars 1974
Troisième édition, janvier 1981
Quatrième édition, mai 1985
Cinquième édition, mai 1986
Sixième édition, octobre 1986
Septième édition, février 1987
Huitième édition, janvier 1988
Neuvième édition, septembre 1988
Dixième édition, décembre 1988
Onzième édition, mai 1989
Douzième édition, septembre 1989
Treizième édition, avril 1990
Quatorzième édition, septembre 1990
Quinzième édition, février 1991
Seizième édition, mars 1992
Dix-septième édition, septembre 1993
Dix-huitième édition, janvier 1995
Dix-neuvième édition, mai 1995
Vingtième édition, octobre 1995
Vingt et unième édition, avril 1997
Vingt-deuxième édition, mars 1998
Vingt-troisième édition, mars 1999
Vingt-quatrième édition, août 2000
Vingt-cinquième édition, mars 2002
Vingt-sixième édition, juillet 2005
Vingt-septième édition, août 2007
Vingt-huitième édition, novembre 2007
Vingt-neuvième édition, novembre 2008
Trentième édition, août 2010
Trente et unième édition, mars 2012
Trente et deuxième édition, mars 2014





Solutions de câblage d'entreprise et solutions de sécurité
Fils et câbles électriques et électroniques
OEM Supply - Fasteners