

# SOMMAIRE

Préface .....	7
Introduction .....	13

## **PARTIE I – DU CONCEPT GÉNÉRAL DE QUALITÉ À CELUI DE QUALITÉ DE SERVICE : DÉFINITIONS, FONDEMENTS, OUTILS ..... 21**

### **CHAPITRE 1 : Fondements et évolution du concept de qualité .....27**

1. Les différentes approches de la qualité .....	28
2. Histoire de la démarche qualité, afin de comprendre ses enjeux.....	30
3. Principes de la qualité et principes fondamentaux de l'excellence .....	35
4. Le management par la qualité aujourd'hui .....	36
5. Le rôle de l'implication du personnel en contact avec la clientèle .....	38

### **CHAPITRE 2 : L'obtention de la qualité de service .....45**

1. La dimension technique de la qualité.....	46
2. La mesure de la qualité de service .....	58
3. Des modèles pour la qualité : du TQM à l'EFQM .....	59

### **CHAPITRE 3 : Les PME ou les TPE ont-elles les moyens du choix ? .65**

1. Les spécificités des PME et des TPE .....	67
2. Conclusion et choix des indicateurs susceptibles de vérifier la qualité de service .....	70

## **PARTIE II – PEUT-ON GÉRER LA MOTIVATION AU TRAVAIL ? . 75**

### **CHAPITRE 1 : Le terme de « motivation » est nouveau, moins d'un siècle .....79**

1. La motivation d'un point de vue historique .....	80
2. Motivation et psychologie .....	81

<b>CHAPITRE 2 : Les facteurs motivationnels : les besoins humains .....</b>	<b>85</b>
1. Le travail : source de récompense .....	86
2. Les sources de motivation spécifiques au travail : l'importance du contenu de la tâche .....	98
<b>CHAPITRE 3 : Les processus de la motivation.....</b>	<b>105</b>
1. Le fonctionnement de la machine humaine.....	106
2. Motivation : les théories modernes de l'apprentissage social au contrôle .	110
<b>CHAPITRE 4 : Peut-on gérer les motivations ? .....</b>	<b>135</b>
1. La confusion des concepts : satisfaction, implication, motivation .....	137
2. Vers une entreprise plus humaine .....	142
3. La motivation comme moteur pour l'atteinte de la qualité de service : le désir de réaliser un travail et la volonté de l'accomplir au mieux .....	145
<b>PARTIE III - UNE AUTRE SOLUTION :</b>	
<b>LA THÉORIE DU RENVÈREMENT .....</b>	<b>157</b>
<b>CHAPITRE 1 : La théorie du renversement ou les états de l'individu</b>	<b>161</b>
1. Ce que la théorie du renversement n'est pas .....	162
2. Ce qu'est la théorie du renversement .....	163
3. Les états de la théorie du renversement simplifiée .....	166
<b>CHAPITRE 2 : Analyse synthétique des différentes paires .....</b>	<b>173</b>
<b>CHAPITRE 3 : Comment utiliser la TR dans l'organisation ? .....</b>	<b>179</b>
1. La mesure des états .....	181
2. La mesure du style de leader et celle de l'image de marque .....	183
3. L'émotion comme déclencheur de la motivation .....	186
4. Compatibilité entre les facteurs clefs des autres théories sur la motivation et la théorie du renversement .....	188
<b>Conclusion .....</b>	<b>193</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>195</b>
<b>Tables des tableaux et schémas.....</b>	<b>215</b>