

Le vendredi , c'est permis ! Réflexions sur le management

Ce n'est vraiment pas le moment

« Ce n'est vraiment pas le moment » est une des réponses que l'on entend le plus souvent quand on parle de management ou de techniques de vente avec une entreprise.

Soit !

Mais ce qui est plus étonnant, c'est la raison invoquée pour justifier du fait que ce n'est pas le moment. En fait, deux raisons reviennent systématiquement :

- Tout va bien, les affaires sont bonnes, l'entreprise tourne à plein régime, pourquoi aurions-nous besoin de former les encadrants au management ou les commerciaux à la vente ?
- Les temps sont durs, le carnet de commandes en berne, nous avons d'autres priorités et urgences pour l'instant.

Voilà qui ne laisse que peu de place : Quand ce serait utile, on n'a pas le temps ... et quand on a le temps, ce n'est pas utile. Notez bien que ce genre de réponse, vos commerciaux doivent l'entendre tous les jours. Posez-leur la question, je suis sûr qu'ils se reconnaîtront.

La vraie question est, en fait, ailleurs.

Est-ce vraiment utile de former les encadrants au management et les commerciaux aux techniques de vente ?

Autrement dit, est-ce nécessaire de s'entraîner et de progresser dans ces domaines quel que soit son niveau actuel ?

Pour répondre à cette question, je vous propose de vous tourner vers le sport, la compétition – Ce mot et son dérivé « compétitif » parle forcément dans une entreprise –.

Prenez même les plus grands sportifs, qu'ils soient tennisman, coureur automobile, sprinteur sur 100m, cycliste : ils ont toujours l'impérieuse nécessité de s'entraîner et de progresser. Et pourtant, ce n'est jamais le moment. Pendant les compétitions, ils ont autres choses à faire et en dehors, ils n'aspirent qu'à se reposer et à se changer les idées. Mais ils savent que sans s'entraîner et progresser, la prochaine compétition risque fort d'être ... désastreuse.

Vous allez me dire : « C'est normal, c'est leur boulot ! Un sportif qui ne ferait pas de sport et de séances d'entraînement, cela n'aurait pas de sens ». Parfaitement exacte.

Mais à propos, quel est le métier de votre entreprise ? Industrie ? Services ? Support ? Maintenance ? En tout cas, le métier de votre entreprise n'est pas la vente et encore moins le management. Donc, concentrons-nous sur notre métier et arrêtons de perdre du temps avec ses questions ... pourquoi pas.

Revenons un instant à notre sportif. Prenons, par exemple, un coureur de Formule 1. Son métier, c'est de savoir piloter une monoplace, de gérer la course, les ravitaillements, le choix de ses pneumatiques, les réglages de sa voiture en fonction du tracé du circuit sur lequel il court. Pas de faire de la course de fond ou de la musculation 4 heures par jour. En plus, c'est vraiment beaucoup moins enthousiasmant que de se glisser dans le cockpit de sa voiture, d'entendre le moteur rugir, de sentir la poussée que procure les 600 chevaux du moteur. Si vous posiez la question – d'autres l'ont déjà fait – à Alain Prost, il vous répondrait : « Le métier d'un coureur de F1, c'est de gagner des courses, idéalement d'être champion du monde. Pour cela, il doit savoir piloter, régler sa voiture, gérer ses ravitaillement, etc ... Mais, MAIS, avant tout, le pilote doit avoir une condition physique irréprochable. Pendant une course, un pilote encaisse des forces jusqu'à 5,5 G – Dans ces conditions, le poids du pilote est multiplié par 5,5. Un homme de 70 kg à la sensation de peser ... 385 Kg – pendant plusieurs secondes et des centaines de fois en quelques heures. Pour cela, une condition physique parfaite et un cœur à toutes épreuves sont une nécessité ... faite donc, pour commencer, 4 heures de sport par jour ! ».

Comme votre entreprise : Elle doit gagner la compétition – si rude – et idéalement devenir championne du monde. Pour cela, elle doit avoir des produits ou services parfaits – le plus possible – savoir gérer les livraisons, régler ses fabrications ... Mais, MAIS, avant tout, elle doit avoir des conditions managériales irréprochables pour assurer l'implication et la motivation des collaborateurs qui conditionnent le bon fonctionnement de l'entreprise ; une force de vente musclée pour remporter des marchés.

Si j'étais l'Alain Prost de la formation, je vous dirais « Faites donc faire, pour commencer, 4 jours par an d'entraînement au management pour vos encadrants et aux techniques de vente pour vos commerciaux ».

Mais, c'est vrai, j'oubliais presque ... ce n'est vraiment pas le moment !

Et vous qu'en pensez-vous ?
Bonnes réflexions.