

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

La tentation de Venise

Qui n'a jamais, au moins une fois dans sa vie, connu ce sentiment : L'envie d'aller voir ailleurs, de changer de vie, de fuir les contraintes jugées trop lourdes.

L'idée que partir, aller ailleurs serait plus facile que de faire face au quotidien et à ses responsabilités – sentimentales, professionnelles, sociales -.

L'herbe semble toujours plus verte dans le pré du voisin nous dit le dicton populaire.

Certaines personnes le font, parfois avec succès. Mais aussi certaines entreprises sont pris par la tentation de Venise : Aller voir ailleurs (un autre marché, d'autres clients, d'autres produits) parce qu'à un moment le sentiment grandit que ce serait plus simple. Tentations et tentatives très généralement couronnées par l'échec. Petit florilège non exhaustif :

Un grand magasin voyant son chiffre d'affaires en berne décide de se diversifier dans l'ameublement. Des mois de développement, des centaines de milliers d'euros investis pour au finalement tout arrêter après quelques mois. Les clients qui viennent dans un grand magasin ne cherchent pas des meubles ... et le secteur est hyper concurrentiel. L'herbe n'était vraiment pas plus verte.

Un spécialiste reconnu des produits de puériculture cherche des relais de croissance face à un marché morose et se lance dans la fabrication de préservatif. Marché en forte croissance et une matière première que l'on sait très bien transformer. On monopolise toutes les ressources de l'entreprise ... et au final, un raté dans les grandes largeurs ... parler de préservatif à de jeunes mamans.

Une chaîne de magasin de vêtements « premier prix » décide de monter en gamme pour vendre des vêtements plus luxueux et accroître ses marges. De nouveau, de lourds investissements sont consentis : On implante des magasins en centre-ville, on refait des boutiques « cosy ». Mais les codes du luxe sont difficilement compatibles avec une image « low-cost ». Un plan de licenciement vient clore cette tentative.

Une importante agence immobilière pense préserver son chiffre d'affaire en sortant de sa zone de chalandise et en travaillant sur des villes de plus en plus lointaines. Mais en s'éloignant, elle perd l'expertise : connaissance des prix du marché local, des infrastructures scolaires, du réseau de transport en commun. A vouloir trop faire, elle ne sait plus rien faire. Grosse déconvenue.

Et si, quand les temps sont durs, plutôt que de regarder vers Venise, nous nous concentrons sur le cœur de notre métier. La solution n'est-elle pas plutôt d'offrir à nos clients des produits et des services toujours plus fiables et performants ?
« L'homme de bien est comme l'archer : Quand la flèche n'atteint pas la cible, il cherche la raison en lui-même » (Confucius) ... et il ne cherche pas des raisons extérieures et, encore moins, des solutions exotiques. « Et si je me mettais plutôt à l'arbalète ? Ou mieux, au javelot ! ».

Imaginons un pianiste qui, buttant sur une partition de Chopin, dirait : « Je n'arrive pas à jouer correctement ce morceau. Je vais me mettre au clavecin ! »
Son professeur lui répondrait du tac au tac : « Mon garçon, plutôt que de dire des bêtises, nous allons retravailler ta technique, tes placements de mains, etc. ».

Ah qu'il est dur d'abandonner Venise parfois !

Vous vous demandez sûrement pourquoi je vous parle de ça aujourd'hui ?
Quel est le rapport avec le management, la relation client ou la vente ?

Par mon expérience de consultant, je vois trop souvent des entreprises qui, face aux difficultés de leurs managers et/ou vendeurs, cherchent des formations « innovantes » ou « différenciantes » ... Une folle envie d'aller voir ailleurs si l'herbe est plus verte.

Nouveau petit florilège de choses parfois vues dans des quelques entreprises :

- Savoir improviser en toutes circonstances.
- Le management vaudou (Ne riez pas, cette formation existe vraiment. C'est un peu cher mais bon ...)
- Profil Success Insights (Dite PSI, les acronymes rajoutent toujours une once de crédibilité)
- Le Serious Game (Les anglicismes font toujours plus « sérieux » ... c'est plus vendeur que le « jeu sérieux »)
- Etc.

Mais aussi des choses beaucoup plus sérieuses telles que par exemple la PNL, l'AT ou la Process Com. Sérieuses mais trop souvent bien éloignées du cœur de métier :
Savoir et maîtriser parfaitement les phases d'un entretien de vente pour un commercial et les méthodes de management collectif et individuel pour un encadrant.

Alors quand les temps sont durs (et à fortiori lorsqu'ils ne le sont pas ... il faut toujours préparer l'avenir). Ne soyons pas pris par la tentation de Venise pour les formations de nos managers et de nos vendeurs. Concentrons-nous sur le cœur de leur métier. Retravajillons les basiques et les fondamentaux. Asseyons solidement les acquis et faisons progresser nos collaborateurs.
Creusons notre sillon, c'est là que germeront les graines du succès.
Ne cédon pas à la tentation d'aller voir ailleurs. L'herbe n'y est que très rarement plus verte et les déconvenues légions.

Vous pourrez toujours aller visiter Venise pendant vos prochaines vacances.
C'est vraiment très beau.

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