

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

**PEP'S**

Former des managers et des vendeurs ? Pourquoi pas ? On peut former à mieux voir, à mieux comprendre ce qu'il se passe :

Dans une journée : ça dépote/ça traîne -,

Entre deux personnes : elles s'évitent/elles collaborent -,

Avec un collaborateur : bizarre ...il (ne) sourit (pas)/ génial il a retrouvé la banane,

Dans une situation particulière : l'équipe a beaucoup bossé ...et pourtant, on a échoué/ l'équipe s'est bien investie, et les résultats sont là ! ,

Avec un client : Top, il passe une deuxième commande/ inquiétant, je n'arrive plus à la joindre...

Et grâce à la maîtrise d'une grille de lecture qui permet de bien voir, de bien comprendre, de bien décoder, la formation peut aussi aider à identifier quelle est la situation à construire, avec cette équipe, ce collaborateur, ce prospect, ce client, à très court , à moyen ou long terme.

Oui, la formation peut aider le vendeur, le manager à affuter son esprit d'analyse pour bien percevoir, identifier, comprendre, les signaux plus ou moins faibles que son boss, son assistante, ses collaborateurs, ses clients, ses prospects ...lui envoient. Puis à partir de cet état des lieux, raisonner en objectifs et construire le plan d'actions pertinent qui permettra de les atteindre. Et jouer un plan d'action, ce n'est rien d'autres que d'appliquer des techniques ou mettre en place des process, qui eux aussi peuvent être présentés, testés lors d'une formation puis ensuite appris par les participants après la formation. Car pour intégrer, il faut investir du temps. La formation ne suffit pas.

Mais quelle formation permettra d'installer le logiciel de la positivité, de l'enthousiasme, de la passion et du sourire ?

Raisonnons par l'absurde. Par l'absurde car la situation suivante ne se présente jamais tout à fait dans ces termes. Mais faisons comme si...Si nous devons choisir, de façon binaire...Préférons -nous un manager/un vendeur : organisé, pédagogue, valorisant, exigeant, à l'écoute mais... mollasson, pessimiste et manifestant du désintérêt pour le métier de son entreprise, celui de son service et celui de ses clients ?

Ou préférons-nous, un manager/ un vendeur...un peu bordélique, pas très désorganisé, trop bavard...mais positif, enthousiaste, passionné et souriant...

Le PEPS – Positif, Enthousiaste, Passionné et Souriant - se communique, s'infuse, se transmet. Mais toujours avec un coefficient de perte.

Nos collaborateurs ne seront jamais plus PEPS que leurs managers.

Nos prospects, ne seront envers nos offres, jamais plus PEPS que nos vendeurs ! D'où l'adage : « A offre présentée mollement, réponse systématiquement molle. A offre présentée toniquement, réponse peut-être tonique »... Et ça ne marche pas que dans la vente...

Sans PEPS, le rendement de nos collaborateurs est bien pâlot. Et les signatures de nos clients, bien rares.

Peu d'entre vous a connu les K7 audio. Mais certains, ont connu les Disques Lasers ... Les CD !

Et bien imaginons que nous soyons équipés dans notre salon, de la meilleure platine CD du monde. Mais aussi, des meilleures enceintes du...monde. Et enfin, du meilleur disque du...du ...du monde. Patrick Juvet \* : « Où sont les femmes ? ». Appuyons sur la touche « open » de la platine pour qu'elle ouvre sa bouche et calmions sa faim en insérant dans la béance, la galette argentée. Appuyons, cette fois-ci sur « close », puis sur la touche « lecture ». « Play » pour les anglophones... Et...Que se passe-t-il ? Rien ! Nada ! Nothing ! Quedal ! Nacash ! Walou ! On n'entend RIEN ! Le disque et la platine, c'est votre organisation, vos compétences...Et elles sont indispensables. Mais loin d'être suffisantes. On n'entend rien, car il manque l'ampli qui permet de créer le son.

Et vous ? Quel est la puissance de votre ampli ? 5 watt ? 10 watt ? 100 watt ? 10 000 watt ?

L'ampli du manager, l'ampli du vendeur, c'est son PEPS.

Pour ses deux métiers, le PEPS n'est pas une option envisageable. Du président au manager de proximité, du téléprospecteur au commercial grand compte. Le prérequis minimum pour réussir dans ces métiers c'est le PEPS, l'énergie communiquée. Dès l'entretien d'embauche, sommes-nous attentifs à oublier momentanément les faits d'armes auto-proclamés par les candidats sur leur CV et qui à leur lecture en font évidemment les oiseaux rares à recruter : « + 50% de CA généré en deux ans » « 150 nouveaux clients en 4 ans » « 0% de Turn over de l'équipe en 8 ans et 10% de production en plus chaque année »... Les oublier pour observer s'ils m'embarquent, s'ils me donnent le sourire, s'ils me laissent penser qu'un avenir sympa est possible avec eux, si dans leurs regards la vie est dansante, si après une heure d'entretien j'ai

le sentiment de n'avoir passé que 20 minutes en leur compagnie...Et surtout...si j'ai envie de les revoir pour co-construire avec eux une réalité plus belle que celle d'aujourd'hui ?

Un managé qui n'aime pas voir son manager, qui le fuit...Que dit-il en fait ? Que son manager sent mauvais ? Qu'il n'aime plus son travail et que son manager dans les environs pourrait être synonyme d'augmentation de la charge ? Ou plus certainement que son manager le fatigue... Par l'absence de PEPS et la présence de critiques permanentes de ses collaborateurs, de la direction, des autres services, des concurrents des clients, des taxis, de la programmation des chaînes de télévision, de la circulation sur le périph ? Que deviendra un collaborateur managé par un manager sans PEPS ? Dans le meilleur des cas pour lui, l'entreprise et les clients : un démissionnaire. Dans le pire des cas, et avant tout pour LUI, un collaborateur qui peu à peu s'éteindra et dont les rendements, l'envie de servir sera le reflet exact de l'obscurité dans les yeux de son manager.

Un client qui préfère depuis un an échanger par mail plutôt qu'accorder du temps à son vendeur...Pour de vrai ? Que dit-il ? Qu'il est vraiment surbooké ? En permanence ? Ou que le vendeur lui apporte aujourd'hui juste une solution à un manque...mais sans PEPS. Que se passera-t-il lorsqu'inévitablement, ce client rencontrera un vendeur d'une société concurrente, avec une offre sensiblement identique, peut-être un peu plus cher mais portée par ce vendeur PEPS ? Jour de générosité, nous vous donnons la réponse. Le client changera de crèmerie.

Et si l'entreprise n'est pas pétri de certitude concernant le PEPS comme condition sine qua non, non suffisante mais nécessaire pour donner l'énergie aux collaborateurs de s'investir et aux prospects de commander...le départ d'un client sera analysé comme un manque de loyauté de celui-ci envers l'entreprise, ou comme une inadaptation de notre offre au marché. Avec le risque de réagir à côté : on refait la plaquette de l'entreprise, on retouche au pakaging des produits...

Et vous ? Qu'en pensez-vous ?

*\* Nous pouvons tolérer aussi : Claude Barzotti et « Madame », Les Forbans et « Chante » et Fr David et « Words ». Et puis c'est tout !*