

Manager autrement pour être plus Compétitifs

L'évolution de notre société peut se lire aussi à travers notre système éducatif. Lorsque j'étais étudiant, une dame âgée m'expliquait qu'elle a eu un très bon salaire toute sa vie car elle était une des rares personnes à avoir poussé ses études jusqu'au certificat. Puis, à mon tour, j'ai constaté que de faire des études supérieures m'était indispensable pour m'offrir un travail intéressant. Aujourd'hui, si vous n'avez pas un master ou un doctorat, vous avez tout juste le minimum pour accéder à un poste intéressant. Mais où nous mène cette inflation ?

Dans cette évolution, je constate deux choses :

1. La **course aux connaissances** fait de nous des personnes qui se stressent cognitivement de plus en plus : nous avons à assimiler et mettre en œuvre en même temps trop de données à fort enjeu pour nous et à mettre en œuvre en même temps. Nous en sommes arrivés à un tel degré de connaissances que pendant la période éducative, nous avons fabriqué des gens qui sont aujourd'hui persuadés que le cerveau est la seule partie du corps qui aurait de la valeur. C'est à croire que si nous nous déplaçons aujourd'hui à une soirée, c'est uniquement pour que notre corps y transporte notre tête...



2. Créativité / Innovation : pendant notre période éducative, nous ne pouvons pas être créatifs en Mathématiques, en Sciences, en Histoire, Géographie ou en philosophie, mais nous pouvons l'être autant que nous voulons en Musique ou en Peinture ou en Danse. Pourtant et comme chacun le sait, les matières les plus importantes et qui servent de critères de sélection pour progresser dans le système éducatif et accéder aux études supérieures sont les Mathématiques, les Sciences, et éventuellement l'Histoire-géo ou la Philo. Nous nous retrouvons ainsi de fait filtrés et « **formatés** » à travers des matières où la **créativité** n'a pas sa place. La société en général valorise ainsi ces matières avec une démarche quasi discriminatoire, s'appuyant sur ces matières lors des recrutements d'écoles et ensuite d'entreprises. Bien étudier devient bien mémoriser, bien reproduire, bien restituer et bien déduire, mais quasiment jamais **innover** ou encore ressentir avec ses **sens** et ses **émotions**. A part faire appel à sa mémoire et déduire, les autres sens sont quasiment ignorés pendant notre enseignement et les fonctions du corps ainsi que les sens correspondant sont passés sous silence.



A la limite, ceux qui sont créatifs sont presque classés comme des marginaux, sous-entendu peu performants intellectuellement, alors que nous savons depuis plus de 20 ans que l'**Intelligence Emotionnelle** est un domaine d'évaluation bien plus complet que le seul vieux « quotient intellectuel ». L'Homme qui ne reste performant que sur le plan cognitif se révèle être incomplet et l'expérience montre qu'il sait déduire, analyser, mais pas forcément manager ou gérer la relation à l'autre et en comprendre ses motivations. Avec le développement d'internet et des réseaux sociaux, beaucoup de personnes croient communiquer et avoir des « amis » alors qu'ils ne font qu'échanger des informations superficielles, sans échange complet, sans émotion, sans l'ouïe, le toucher, l'odorat ou le goût comme ont le fait naturellement en

partageant un repas ou un apéritif entre amis. La notion d'ami se dénature dans l'esprit des générations Y et Z, tout comme leur manque d'esprit critique lorsqu'ils lisent n'importe quelle information publiée sur le web.

Croyant évoluer à travers les technologies, l'Homme perd parfois la richesse de sa communication et appauvrit souvent ses échanges à travers les messageries, les chats, les sites de rencontre et les réseaux sociaux. Bien que ceux-ci présentent des avantages incontestables dans des situations d'éloignement géographique ou pour leurs qualités d'instantanéité et de facilité, les échanges d'informations. N'oublions pas que les plus belles performances cognitives se trouvent aussi chez les Autistes, capables de calculer mentalement et en quelques secondes

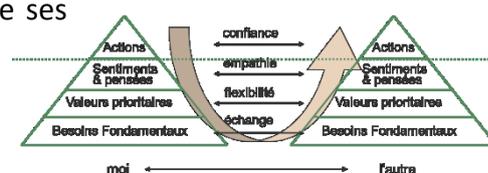


une racine cubique d'un nombre premier à 50 décimales. Si la performance cognitive était le seul critère d'intelligence ce pourraient être seraient ces personnes qui nous gouvernent ou dirigent nos entreprises. Et si nous savons que c'est impossible c'est bien parce qu'ils leur manque une dimension fondamentale : l'empathie, l'ouverture à l'autre et l'aptitude à communiquer, à transmettre une émotion, une passion.

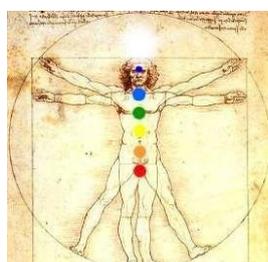
La Recherche Comportementale et les découvertes en **neurosciences**, autant que nos expériences vécues sur le terrain d'ailleurs, nous montrent que la communication entre 2 personnes est un échec si « l'échange » reste seulement au niveau mental (néocortical) : l'homme a besoin d'être rassuré sur le fait qu'on le respecte (reconnaissance = limbique) et que l'on prend en compte de ses

« besoins fondamentaux » (reptilien) pour réaliser un **échange en confiance**. La Communication impose un contexte de confiance mutuelle, sinon elle se réduit à un échange d'informations qui n'engage quasiment jamais à l'adhésion et donc à l'action. Les neurosciences nous confirment tous les jours ce mécanisme.

La Communication



2



L'Homme « complet » (L'Homme de Vitruve de Léonard de Vinci) ne serait-il pas celui qui sait à la fois rester créatif et s'autoriser une vie émotionnelle tout en maîtrisant ses connaissances en sciences et mathématiques (et pas l'inverse) ? Chacun d'entre nous, soi-disant Hommes modernes, doit intégrer le fait que **le respect des « besoins fondamentaux » de tout salarié est à la base de la seule vraie démarche Sociétale de l'Homme !** Qu'on se le dise : reconnaître un salarié n'est pas

le laisser faire ce qu'il veut de ses journées, mais c'est lui permettre d'adhérer naturellement au projet collectif de l'équipe développant son énergie par la motivation et en mutualisant ses Talents au sein de l'équipe et en faisant converger ses actions en direction de l'objectif commun de l'équipe, puis en assurant la cohérence de actions de chacun par rapport au besoin de l'entreprise.

Beaucoup de **Managers** en entreprise se retrouvent prisonniers de ce formatage dans le rationnel et le déductif, ignorant simplement l'importance de l'**échange en confiance** (le « parler vrai ») pour communiquer efficacement. La **reconnaissance** (émotionnelle) de son interlocuteur est fondamentale et permet de lui prouver que nous respectons ses **besoins fondamentaux** (exister en tant que personne et pas seulement comme subordonné).

Si le comportement du manager n'est pas fondé sur une communication plus « reconnaissante » donc empathique, le monde des déductions fait Loi et la pression monte

naturellement. Le stress se développe car chacun voit d'abord son intérêt et sort de l'adhésion au projet collectif, et s'éloigne donc de l'intérêt de l'entreprise.

C'est ce mécanisme que nous sommes habitués à étudier et qui constitue une des bases de notre **innovation** en **techniques Managériales**. Le concept du **Management Motivationnel** permet une bien meilleure adhésion naturelle des salariés au projet global de l'entreprise. Fédérer l'énergie de chacun dans la même direction est incroyablement rentable, car l'investissement est faible (il suffit de former, donc le budget existe déjà) et le gain financier mesuré est de l'ordre de 7 à 10 % de la masse salariale, soit pour un salaire moyen français de l'ordre de 1 M€ pour 100 salariés. Un pur gain financier apporté par la simple relance de la motivation !



Ce gain considérable est non seulement un bon financier en avant pour l'entreprise car il représente une **amélioration directe et immédiate de sa productivité**, mais c'est aussi une amélioration importante de son image et de l'image de son dirigeant. C'est enfin un gain financier conséquent au gain de productivité. Par exemple, une force de vente qui augmente sa productivité simplement en améliorant sa motivation va augmenter plus que proportionnellement sa prise de commande et ses marges, car les commerciaux adhèrent encore mieux au challenge de l'entreprise. Quelques chiffres : un commercial faisant par exemple 500K€ de prise de commande / an, passera au bas mot à 600 K€ (et avec une marge supérieure) par le simple fait de développer sa **motivation**. Pour une force de vente de 100 commerciaux, cette nouvelle approche managériale permet à l'entreprise d'améliorer son CA de 10M€, simplement par une évolution culturelle managériale.



De quoi s'offrir une mise à jour de ses programmes de formation pour passer à un mode plus directement efficace et rentable...

Pierre DAVEZE

Comportementaliste – Motivation & Stress analyst – Management Trainer

Assermenté auprès du Tribunal de Grande Instance de Paris

Dirigeant du cabinet Aloreem - www.alorem.fr – Tel 01.41.200.220