

ÉDITO

CHRISTOPHE ÉTIENNE
PRÉSIDENT DU RÉSEAU OUDINOT, ET DIRECTEUR
DE BUSINESS UNIT INDUSTRIE DE LA SANTÉ

IN-NOVER

L'innovation n'est pas l'apanage des entreprises privées. Au Réseau Oudinot on ne cesse de se remettre en cause, on bouge, on avance, avec nos membres !



Fin février, nous missions sur une plateforme visio-conférence opérationnelle dès les 1^{ers} jours de mars pour nos premiers webinars. Très vite nos conférenciers et nos membres se sont familiarisés avec l'outil. Résultat : pas moins de 90 conférences où ateliers ont été conduits ces 6 derniers mois, avec un taux de participation inégalé ! Autre signe : l'une de nos « marques de fabrique », le fameux speednetworking qui permet à 10 candidats de rencontrer 10 cabinets de recrutement va se dérouler, pour la 1^{ère} fois, ce 11 décembre, en format « full web » !

Nous donnons des « armes » à nos membres : « comment booster son image via la caméra et la visio », ou encore « pratiquer les fondamentaux de la démarche networking », et aussi « réussir ses 90 premiers jours dans sa nouvelle prise de poste »... autant de sujets qui interpellent et mobilisent nos membres !

Alors, tenté de nous rejoindre et de vous mettre en mouvement avec une communauté active ?

Soyez « in » !

Visitez notre site : reseau-oudinot.com

Sommaire

- 2 VIS MA VIE**
Service clients et tourisme, même combat !
- 3 LU POUR VOUS**
Ni naïve ni aveu de faiblesse
L'intelligence émotionnelle.
- VU POUR VOUS**
- 4 LinkedIn, sur tes lauriers tu ne te reposeras pas.**
- 5 Comment animer vos séminaires d'équipe en distanciel ?**
- 6 Les fondamentaux du Networking**
- 7 Comment doper image et portrait de soi en visio-conférence ?**
- 8 Créer son job avec le portage salarial**
- AUTOUR DE NOUS**
- 9 Rester Visible en temps de crise ?**
- 10 Techniques de vente à l'heure du Covid**
- 11 Et si l'on avait tous en nous un Super-Pouvoir Créatif ?**
- 12 Le syndrome d'Hybris (ou Hubris)**
- 13 L'Excellence Commerciale en B2B. La vente : Un art ou une science?**
- 14 ACTIVITÉS DES COMMISSIONS**
Focus sur la commission
« Prestataires de Services »
- 15 TRUCS ET ASTUCES À VOS AGENDAS**



DERNIÈRE MINUTE



Assemblée Générale n'oubliez-pas de voter !

Le **22 novembre**, vous avez reçu un email du Réseau Oudinot qui vous donne accès au vote.

Cliquez. Regardez ensuite dans votre boîte email (ou vos spams !) l'email reçu par huissier@secure-vote.org

C'est à vous de jouer ! Vous avez jusqu'au 26 novembre, 23h59.



VIS MA VIE

SERVICE CLIENTS ET TOURISME, MÊME COMBAT !



PAR JEAN-MICHEL HUA, DIRECTEUR EXPÉRIENCE CLIENT

Photo : © pexels-nataliya-vaitkevich-5671039

Bougival (78), 9000 habitants et un petit Office du Tourisme : quelques m² pour l'accueil du public et 1,5 ETP.

J'ai eu l'honneur d'en prendre la présidence au mois d'octobre. Comme pour beaucoup d'associations, les candidats ne se battaient pas au portillon.

Le sujet est enthousiasmant avec un patrimoine modeste mais de valeur : une église du XII^{ème}, la machine de Marly (*sic*), les écluses, les maisons de Berthe Morisot, Turguenieff, Bizet (il y a écrit Carmen !), et tant d'autres. Avec aussi un cadre naturel privilégié autour des parcours impressionnistes. L'enjeu pour la commune est de conserver, entretenir et valoriser ce

patrimoine en le partageant.

Mais le modèle économique est fragile, surtout basé sur le bénévolat d'habitants passionnés et souvent trop peu nombreux pour assurer toutes les contraintes qu'imposent la tenue des activités.

Car les ressources sont limitées et assurées à plus de 80% par la taxe de séjour versée par un gros hôtel dont les clients ne visitent d'ailleurs guère la ville.

Un double défi attend notre Office :

- **conjoncturel** : la crise sanitaire, en empêchant les visiteurs de se déplacer et de nombreuses activités de se maintenir, casse la dynamique et le moral des troupes et complique tout projet. Surtout, la taxe de séjour

s'effondre avec la fréquentation, tarissant les ressources pour 2021 et sans doute 2022.

- **structurel** : la loi impose le transfert de la compétence tourisme au niveau intercommunal, en l'occurrence l'agglomération de Versailles Grand Parc (265 000 habitants)

Ma mission : sauver ce qui peut l'être des 2 saisons à venir, renouveler le bénévolat actif, mettre en place l'intégration intercommunale et préparer le terrain pour de grands projets prévus pour fin 2022 avec de nouveaux parcours clients.

Une mission de transition en somme ! ●



LU POUR VOUS

NI NAÏVE NI AVEU DE FAIBLESSE L'INTELLIGENCE ÉMOTIONNELLE.



PAR PHILIPPE-JEAN FIEDLER
DIRECTEUR COMMERCIAL DE TRANSITION - BUSINESS ET STRATÉGIE

Je crois avoir été marqué par l'Intelligence Emotionnelle (IE), et le management lors de mon service militaire à Cambrai, sans pourtant en avoir pleinement conscience à ce moment précis.

Intrigant de se dire qu'au sein de cette institution, il existerait autre chose qu'une caricature d'adjudant-chef vociférant sur des conscrits apeurés, non ?

Puis, j'ai beaucoup vu, beaucoup lu, mais surtout, j'ai vécu en entreprise. J'ai vu parfois des managers briser des talents ou les faire fuir de l'entreprise par méconnaissance, par peur ou simplement par bêtise.

Comme je ne voulais pas être ce type de manager, la première chose que je me suis dit était de ne pas faire aux autres ce que je ne supporterais pas pour moi-même.

Au cours d'échanges avec des chasseurs de tête, notamment dans mes fonctions, j'ai partagé ces

pensées. Certains me poussaient à parler de mes expériences et à les partager.

Puis, j'ai rencontré ce qui pour moi est la Bible de l'IE, le livre de **Daniel Goleman, L'intelligence émotionnelle**, 920 pages d'un pur bonheur managérial. S'il ne devait y en avoir qu'un à lire sur le sujet, ce serait celui-ci, avec en complément le **Management Alpha** (évidemment) ; lu certes, mais surtout écrit pour vous.

Mon livre le Management Alpha, n'est pas une méthode, c'est un partage illustré de cas concrets et vécus. Il est une invitation à la réflexion sur notre management, celui que l'on distille et celui que l'on reçoit. L'intelligence émotionnelle, c'est remettre l'Homme au cœur de la stratégie managériale, en prenant également en compte qui l'on est pour un management dynamique mais apaisé et constructif. C'est une invitation à faire grandir,

à partager, à échanger, vous savez, comme au sein d'un certain réseau qui vous est cher.

Enfin ça, c'est ce que je pense. ●

MANAGEMENT ALPHA, le management naturel associé à l'intelligence émotionnelle, Eyrolles Gérésos édition

Remise RO de 15 % sur le prix public TTC, sur la version papier uniquement :

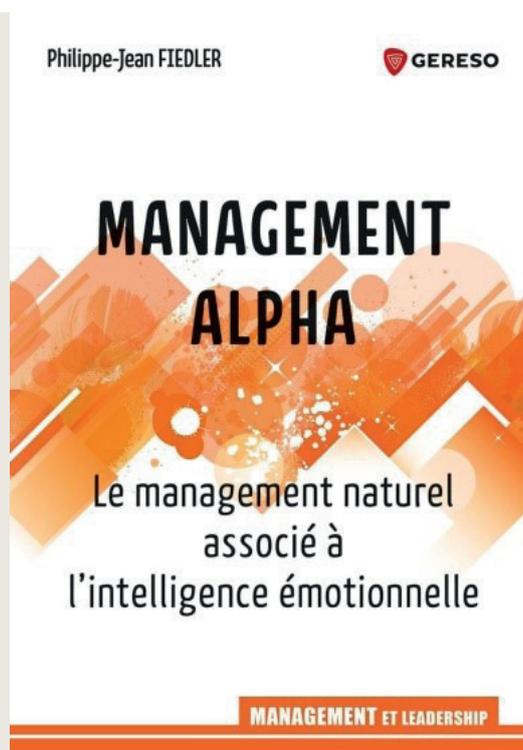
Se rendre sur Google et taper les mots clés : gereso+management alpha

Lors de la commande indiquer le code promo : ALPH-PJF-15

<https://www.la-librairie-rh.com/livre-management/management-alp-alpha.html>

L'intelligence émotionnelle, intégrale de Daniel Goleman – J'AI LU ÉDITION

www.linkedin.com/in/pjfiedler





LinkedIn



PAR PHILIPPE-JEAN FIEDLER
MANAGER DE TRANSITION - DÉVELOPPEMENT BUSINESS - STRATÉGIE

LINKEDIN, SUR TES LAURIERS TU NE TE REPOSERAS PAS.

Enfin, ça y est ! Mon profil LinkedIn est parfait. Je suis un **Expert Absolu** et je vais pouvoir trouver un job ou des missions et profiter de la puissance de l'outil.

Bien vu l'Expert, sauf que j'ai croisé le chemin d'un (*vrai*), Expert en la personne de Cyril Bladier, une sorte de Pape des réseaux sociaux et de celui-là en particulier. Au cours d'un webinar, il dresse un rapide historique de l'animal et explique que ce dernier est passé du statut de Koala à celui d'une Lionne, celle qui affûte son regard, envisage les opportunités et chasse ses proies. LinkedIn est en effet absorbé par Microsoft et les enjeux sont clairement affichés : *Business*,

Make money. L'annuaire pro est devenu un outil de promotion et de l'autopromotion d'abord. Il doit vous aider à générer du business, mais il doit également et d'abord générer le sien.

Pour cela, le réseau multiplie les potentialités, de formation par exemple, mais aussi son modèle de fonctionnement, ses algorithmes. Ce qui est important aujourd'hui, qui vous *taggue*, le sera moins demain, voire plus du tout.

Hier l'article était un must pour être mis en avant, aujourd'hui ce sont les vidéos natives. Cela reste un exemple parmi d'autres et le taux de maîtrise de l'outil par chacun d'entre nous pourrait faire peur aux meilleurs.

Cela veut-il dire que LinkedIn a perdu de son intérêt ? Qu'il est plus difficile de le maîtriser ?

Non, cela veut juste dire qu'il faut penser LinkedIn différemment désormais, bien définir son utilisation et les objectifs que l'on se fixe par son intermédiaire, qu'une revue de détail est impérative régulièrement. Cela veut dire aussi que s'appuyer sur un coaching d'expert en digital, peut avoir du sens pour utiliser ce réseau efficacement, notamment pour son entreprise.

Enfin ça, c'est ce que je pense. ●

VU POUR VOUS



PAR KARINE SAVIGNY, CONSULTANTE,
FORMATRICE ET COACH INTERNATIONALE

COMMENT ANIMER VOS SÉMINAIRES D'ÉQUIPE EN DISTANCIEL ?

Peut-être aviez-vous prévu un séminaire pour **remobiliser** vos collaborateurs et vous vous demandez quand vous pourrez le faire. **Ne le repoussez pas !** Il est plus important que jamais de garder les équipes engagées, et avec de la préparation, la bonne organisation et la bonne animation, c'est possible, même en virtuel ! J'ai récemment animé un séminaire avec 60 personnes, toutes en distanciel. Voici quelques bonnes pratiques pour vous permettre de réussir ce défi :

- 1- **Aménagez** des temps d'échange et des pauses
- 2- **Mobilisez** régulièrement les participants pour maintenir leur attention (sondages, questions dans le chat, activités debout de temps en temps pour gérer le niveau d'énergie)
- 3- **Maximisez** l'utilisation de toutes

les fonctions interactives que le virtuel permet : la mise en sous-groupes, le brainstorming avec des outils tels que le tableau blanc de Zoom, Jamboard ou Klaxoon...

- 4- **Soyez** très clairs sur les attendus des temps en sous-groupes
- 5- **Rendez** vos collaborateurs acteurs en les impliquant dans l'organisation et la gestion du temps
- 6- **Soignez** la fluidité entre les séquences
- 7- **Prévoyez** de la marge pour anticiper les éventuels freins techniques
- 8- **Demandez** de se connecter 15 minutes à l'avance pour avoir le temps de régler les problèmes de connexion
- 9- **Testez** les outils et entraînez-vous à les manier
- 10- Si vos collaborateurs ne sont pas familiers avec ceux que vous

allez utiliser, **incluez** une démo des fonctionnalités clés pour qu'ils soient à l'aise et puissent participer sereinement

11- Ne vous laissez pas perturber par les imprévus, soyez prêts à ajuster vos activités. Les outils ne sont qu'un moyen, l'essentiel est de maintenir le dialogue !

12- Profitez du virtuel pour créer ces temps d'échange régulièrement, au lieu de se réunir une fois par an.

13- Selon le nombre de participants, **faites-vous aider** par d'autres collègues ou des facilitateurs expérimentés

Bon séminaire ! ●

<https://www.linkedin.com/in/karinesavigny/>
karine.savigny@human-harmony.com

VU POUR VOUS



PAR LAETITIA DE GAULLE

DIRIGEANTE SONERIS, CONSEIL RH ET TRANSFORMATION DES ORGANISATIONS

LES FONDAMENTAUX DU NETWORKING

Qui n'a pas assisté à l'atelier animé par **Christophe Etienne** sur les **fondamentaux du networking n'a rien vu !**

Christophe sortant littéralement de l'écran, venant s'asseoir à côté de vous pour vous convaincre de l'indispensable travail en réseau.

Cela semble tomber sous le sens tant que l'on est à la recherche d'un poste ou d'une mission, cela le devient moins lorsque l'on est en poste, pas particulièrement ouvert au marché. 80% du marché de l'emploi des cadres supérieur est caché.

Même en poste, être connecté à d'autres personnes, d'autres entreprises, est une ouverture formidable.

Le réseautage ne s'improvise pas, il se travaille, se prépare, se consolide. Nous avons tous un réseau, même sans le savoir : avec qui avons-nous travaillé, qui connaissent mon médecin, mes amis ?

A vos listes : un tableau Excel, chaque personne soigneusement notée, chaque conversation répertoriée. 3 personnes présentées par 1 seule peuvent se démultiplier !

Comment les rencontrer ? « Je n'ose pas déranger » Ne dites pas cela devant Christophe, il sort littéralement de l'écran et vient vous reprendre vertement !

Une démarche précise :

- Un projet à la fois : ne brouillez pas les pistes,
- Déterminer vos cibles
- Listez vos réalisations clés.

- Préparez votre pitch. (Ne commencez jamais par votre âge ! ni ne concluez par « voilà ».)

Les rendez-vous !

Mettez vous en confiance avec vos connaissances les plus proches, puis lancez-vous auprès des autres.

Votre objectif : obtenir les noms de personnes qui peuvent vous donner de l'information sur vos cibles, vous en rapprocher en vous donnant des noms à joindre de leur part, vous ouvrir en partageant une information. Comment ? Mail, téléphone, sms, tous les moyens sont bons, soyez brefs.

Imaginez toujours une **conclusion** qui laissera une bonne impression à votre interlocuteur.

Allez, GO ! ●

Photo : © pexels-pixabay-163064

VU POUR VOUS



PAR ANNE-MARIE BERTHIER
MANAGER DE TRANSITION AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES

COMMENT DOPER IMAGE ET PORTRAIT DE SOI EN VISIO-CONFÉRENCE ?

À l'heure de la pratique intensive des visio-conférences, qui ne s'est pas posé la question ? Que cela soit en entretien 1 to 1 ou en mode webinar, **quelle image donne-t-on, et comment l'optimiser ?** Soigner son image « *phygitale* » (contraction de « *physique* » et de « *digitale* ») est devenu un enjeu inévitable et de taille, car élément clé du *Personal Branding*, comme l'a rappelé Jean-Loup, MaPhotoPortrait.fr, expert et coach du portrait digital, en partageant expérience et conseils. Au-delà des critères qui entrent en jeu pour réaliser une « *belle* » photo professionnelle, authentique, qui met en valeur et permet de gagner la confiance des interlocuteurs, la vidéo introduit une grande différence : on voit mais surtout on nous voit !

Et tout un chacun pénètre dans notre sphère personnelle. Et ceci en continu. L'effort doit donc rester constant.

Pas de place au relâchement

Aux facteurs habituels influençant la perception pour la photo, comme le regard, le sourire, la tenue, la posture, l'arrière-plan, l'éclairage et la résolution, s'ajoutent les éléments vocaux (intonation, timbre de la voix, rythme...) et de synergologie (langage du corps), influencés par la qualité de la webcam et du reste de l'équipement (bonne connexion internet, siège confortable), et de l'environnement (espace dédié, au calme, bien éclairé, avec ou sans fond d'écran, mais alors approprié !). Si la technique influe, comme le réglage

de la hauteur de la caméra pour un bon contact visuel, rester « Pro » en permanence s'impose comme le facteur prépondérant. Tenue, environnement, posture, et surtout gestuelle doivent être maîtrisés...sans relâche.

Après, à chacun de composer avec sa personnalité, les critères attendus par la cible, et l'objectif souhaité ! ●

POUR EN SAVOIR PLUS

Retrouvez les conseils détaillés de Jean-Loup sur MaPhotoPortrait.fr, et testez vos photos pros sur www.photofeeler.com, vous saurez si vous avez la tête de l'emploi, et votre potentiel en termes d'empathie et de leadership.

VU POUR VOUS



PAR ANNE-MARIE BERTHIER
MANAGER DE TRANSITION AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES

CRÉER SON JOB AVEC LE PORTAGE SALARIAL

Que retenir de ce webinar interactif et riche en information sur le **portage salarial** animé par Hervé Mikol, Directeur du Développement des grands comptes chez AKUIT ? Très certainement, que le portage salarial représente la flexisécurité à la française... avec de nombreux avantages.

Flexi, comme flexibilité : Le portage s'adresse à ceux qui recherchent une certaine indépendance en privilégiant les missions au statut de salarié dans une structure donnée. Pour apporter expertise et résultats, souvent hors grille salariale et hors hiérarchie, et sans lutte de pouvoirs. Ce qui en découle une liberté de négociation des tarifs. Avec comme bénéfices

des missions : rester dans le marché, maintenir son réseau, développer ses compétences, et potentiellement tester un repositionnement, un projet. Le mécanisme du portage est simple et l'enregistrement, rapide. Au consultant de trouver et de négocier la mission, souvent auprès des opérationnels. Un contrat de travail est ensuite signé entre le consultant et la société de portage, et un contrat commercial, passé entre celle-ci et le donneur d'ordre. CDI et CDD sont possibles selon la durée de la mission.

Sécurité à la française : Le portage assure la continuité du régime salarié avec tous ses avantages, notamment pour la protection sociale, et permet la prise en charge par Pôle Emploi, en

particulier en intermission. Charges sociales salariales et patronales sont pour le consultant ; à considérer lors de la négociation du salaire et/ou du prix de journée, majoré souvent d'un coefficient (environ 30 %). Optimisation fiscale et sociale variable selon les sociétés de portage. **Attention :** le taux de pleine mission ne veut rien dire. Le vrai élément est le net proposé : sur 100 € facturés, avoir au moins 50 € nets. Ne pas hésiter à demander des simulations et de comparer les offres. ●

POUR EN SAVOIR PLUS
hmikol@akuit.net



PAR LAETITIA DE GAULLE
DIRIGEANTE SONERIS, CONSEIL RH ET TRANSFORMATION DES ORGANISATIONS

AUTOUR DE NOUS

RESTER VISIBLE EN TEMPS DE CRISE ?

En recherche d'emploi, en poste ou en prospection, comment maintenir mon activité, mon réseau sans pouvoir rencontrer quiconque, les entreprises ne bougent plus, c'est la crise...

Face aux freins que l'on se fixe parfois soi-même, soyons créatifs.

Pour certains, cette crise a provoqué une prise de conscience de nouvelles envies, d'autres en ont profité pour mettre leurs offres à jour.

Il nous faut continuer à avancer, à nous adapter. Approprions-nous l'époque.

Il faut se montrer, plus, différemment, souvent, montrer que nous savons nous adapter au « tout à distance ». Les entreprises continuent de vivre, de se développer, de conquérir des

marchés ; différemment. Pourquoi pas nous ?

Vous témoignez !

« Je dépoussière ma stratégie, mes outils de recherche. »

« La crise m'a permis, après la sidération du 1^{er} confinement, de comprendre qu'il fallait que je me tienne prêt pour le redémarrage, prêt à bondir dès que le monde se réveillera ! »

« J'ai changé mes cibles, mis en avant des compétences qui parlent au marché, suis resté plus ouvert sur des sujets qui m'étaient moins familiers, plutôt que chercher à me vendre. Le réseau m'a redonné confiance en moi, j'ai gagné ! »

« Si vous ne changez rien, rien ne change. J'ai changé mon angle de vue et ma recherche, l'ai adaptée au marché, aux circonstances, l'ai ouverte à d'autres horizons. J'ai eu le résultat : une offre de poste ! »

« Cette crise fait ressortir l'isolement et il faut le combattre : il faut trouver une énergie différente, il est possible d'établir beaucoup de contacts sur des bases nouvelles et plus informelles. »

« La période de crise est une opportunité pour se renouveler. Dans mon domaine d'activité, je suis une experte, je le fais savoir, j'affûte mes cibles, j'enrichis mon réseau et j'adapte mon projet aux besoins du marché. J'ai gagné ! »

C'est possible ! ●



PAR PHILIPPE GRAMOND
DIRIGEANT ASSOCIÉ DE CYCONIA

AUTOUR DE NOUS

TECHNIQUES DE VENTE À L'HEURE DU COVID

Clients et prospects même combat... ou presque ! Côté client, l'objectif n° 1 est de le garder avant d'en chercher d'autres ! Mais pour combler la perte évidente, il faudra malgré tout en chercher d'autres aussi (et peut être « surtout »)

La priorité est de (re)créer ou de (re)développer de l'intimité professionnelle par de la proximité et cela commence par définir de nouvelles façons de (télé)travailler. Cette « nouvelle relation 2.0 » est à la fois plus distante et plus centrée sur les échanges. Alors il devient nécessaire d'ouvrir une nouvelle boîte à outils : être force de proposition, faire preuve d'empathie personnelle et professionnelle,

intensifier sa communication (car plus de contacts spontanés), accompagner le processus d'achat, adapter ses prestations par des services spécifiques (gratuits ?) basés sur les nouvelles contraintes, créer des offres promotionnelles, ... bref ÊTRE INNOVANT !

Mais avant d'innover, l'entraide doit être une valeur à développer : Chacun doit se serrer les coudes pour passer cette crise et éviter d'y laisser trop de plumes.

Enfin il sera nécessaire de préparer l'après crise en anticipant les changements des comportements clients post covid avec de nouveaux moyens pour les atteindre.

Mais la recherche de nouveaux clients est (et sera) aussi indispensable pour rattraper le CA perdu. Avec le « tout télétravail », la période pourrait être propice car plus connectés (pas de salons, pas d'évènement ou autres manifestations), plus disponibles et plus réactifs. Mais attention aux comportements inadaptés du genre « imposteur » !

C'est le moment où jamais de créer une véritable relation basée non pas sur une démarche business mais sur une relation complète entre deux individus partageant un objectif commun à un moment où le contact physique se fait rare !

Et tout cela en prenant soin de soi ! ●

Photo : © cytonn-photography-n95VMLxqM2l-unsplash

Yaron Herman

LE DÉCLIC
CRÉATIF

PAR FRANCK BESSON
CONSULTANT FREELANCE MARQUE,
STRATÉGIE DE COMMUNICATION



AUTOUR DE NOUS

ET SI L'ON AVAIT TOUS EN NOUS
UN SUPER-POUVOIR CRÉATIF ?

Yaron Herman était promis à une brillante carrière de basketteur, brisée à 16 ans par un très grave accident. Ce franco-israélien dut se réinventer et puisa au plus profond de lui-même pour devenir... un pianiste de jazz mondialement reconnu ! C'est ce cheminement qu'il partage avec nous dans « *Le déclic créatif* » (Fayard 20 €).

« *Mon livre concerne ceux qui n'ont pas encore trouvé leur moyen d'expression. C'est une méthode concrète, permettant d'accéder à ce quelque chose que nous avons tous en nous qui mérite d'être accueilli et cultivé.*

Alors que les machines prennent en charge de plus en plus de tâches, le monde est en quête de créativité. Dans un futur proche, la sécurité de l'emploi va être remplacée par une sécurité

directement liée à notre faculté à nous adapter et à nous réinventer ».

Les deux jours les plus importants de votre vie sont le jour où vous êtes né et celui où vous découvrez pourquoi.

Mark Twain.

« *La créativité est la capacité d'exprimer ce qui nous est unique. Ce n'est pas un talent, c'est une façon d'être, que l'on peut apprendre et cultiver. La vraie révolution est dans le regard que l'on porte sur soi-même : cherchez votre bizarrerie, c'est votre Super-Pouvoir !*

Vous trouverez peut-être votre « piano » en vous rappelant ce qui vous distinguait enfant de vos camarades. Cette fameuse bizarrerie que vous avez appris à dissimuler, dans l'espoir d'éviter le ridicule ».

Pour en faciliter l'accès, Yaron Herman préconise des exercices pratiques :

libérer son imagination, le jeu de l'inversion, du miroir, transposer un phénomène à un autre registre, se projeter comme le meilleur, écouter ses émotions, ...

« *La créativité récompense ceux qui parcourent le chemin. Lorsqu'on se met en mouvement, les choses se mettent à bouger : les opportunités, les ouvertures, les bonnes nouvelles, une rencontre inattendue, une promotion, tomber amoureux, autant d'éléments qui surgissent, comme des fruits à récolter pour se requinquer* ». Et vous, quel est votre Super-Pouvoir ? ●

* Toutes les citations entre guillemets sont de Yaron Herman.

<https://www.linkedin.com/in/franck-besson-communicationinternationale/>



PAR PHILIPPE-JEAN FIEDLER
MANAGER DE TRANSITION - DÉVELOPPEMENT BUSINESS - STRATÉGIE

AUTOUR DE NOUS

LE SYNDROME D'HYBRIS (OU HUBRIS)

« *L'arrogance est le partage ordinaire de la médiocrité* »

Goswin de Stassart.

Hybris était pour les Grecs la démesure dans l'orgueil et la tendance de quelqu'un à commencer à se prendre pour Dieu. Ce mot est repris en psychologie pour désigner les personnes que le Pouvoir rend narcissiques, arrogantes, qui se sentent invulnérables, intouchables, les yeux dans les yeux.

Plusieurs symptômes valident ce syndrome et l'on considère qu'une personne affectée par au moins trois de ces derniers peut être considérée comme en souffrant.

Parmi ces symptômes, on peut évoquer le narcissisme, la

mythomanie, le besoin impérieux de soigner son image, son apparence, la tendance à parler de soi à la troisième personne, mais aussi une propension inégalée à considérer son jugement comme omniscient et à mépriser les conseils et idées des autres. La critique est persona non grata.

Sans que cette liste soit exhaustive, on comprend bien les travers de cette maladie qui isole progressivement l'individu concerné, qui perd le contact avec la réalité (« *Tour d'Ivoire* »).

Cela est souvent l'apanage des dictateurs, qui compte tenu de leur grande (in)humanité (sic), sont aussi paranoïaques, probablement à-propos, ce qui n'arrange rien pour

le peuple. Ils sont par ailleurs souvent aussi courageux que téméraires.

On dit que le syndrome d'Hybris disparaît avec la perte de la position (ex : fin d'un mandat).

Si en Politique le peuple a une prétendue possibilité de sanction (vote), cela est plus complexe en entreprise.

Si le malade est à la fois le patron mais aussi l'actionnaire, il sera difficile d'entrevoir une évolution positive de la situation.

Si cela est invivable, il vaut donc mieux s'en aller vers d'autres aventures.

Enfin ça, c'est ce que je pense. ●



PAR FRÉDÉRIC SEGRETINAT
DIRECTEUR COMMERCIAL INTERNATIONAL B2B

AUTOUR DE NOUS

L'EXCELLENCE COMMERCIALE EN B2B LA VENTE : UN ART OU UNE SCIENCE?

100% du CA de l'entreprise vient du commercial !

Néanmoins, la vente a toujours été le parent pauvre des fonctions car elle a été la dernière à développer une réelle **discipline professionnelle** pour diriger ses activités quotidiennes en toute confiance vers ses objectifs. Heureusement, cela évolue.

À commencer par une terminologie claire.

Les **techniques** sont un ensemble de savoir-faire et de savoir-être pour vendre (ex. ménager les silences).

Les **méthodes** décomposent une action de vente en étapes successives, donnant une structure et un référentiel homogène au sein de l'organisation (ex. La gestion des opportunités).

Les **méthodologies** sont des procédés prédéfinis qui adressent des méthodes ou activités de vente précises (ex. Le SPIN selling).

Le **modèle** est le système de vente de l'organisation dans son ensemble, qui explique la manière dont elle vend (incluant par ex. le système de rémunération).

Qu'attend-on de la fonction commerciale ? Le DirCo doit être stratégique et créer de la valeur à travers une organisation performante en quête de **l'excellence commerciale** qui se caractérise par un focus sur quelques étapes clés qui demandent une exécution parfaite et constante, en permanente symbiose avec/entre les équipes.

La première étape est de définir sa **stratégie commerciale** (puis méthodes, compétences, outils, et KPIs). On cible le « *bon* » client (celui qu'on veut) avec le meilleur impact (message), par la segmentation clients, la compréhension des besoins et le parcours achat (persona), puis la proposition de valeur et la politique de prix. Pour avoir la bonne interaction avec les clients cibles, vient la stratégie d'accès au marché, et la structure organisationnelle associée.

Alors, Art ou Science? ●

À suivre : La transformation commerciale et l'impact sur l'excellence commerciale.



ACTIVITÉ DES COMMISSIONS

FOCUS SUR LA COMMISSION « PRESTATAIRES DE SERVICES »



PAR ÉLISABETH PASTEUR
COACH PROFESSIONNEL, COORDINATRICE DE LA COMMISSION



Photo : © product-school-nOvia_x_tfo-unsplash et
melyna-valle-vx9NWgJYCCA-unsplash

La Commission Prestataires de Services a été créée en janvier 2019 en réponse à un monde du travail en évolution constante. Et si le sens premier du Réseau Oudinot est de réunir des cadres expérimentés de cultures et d'horizons différents en poste ou en transition, il propose aujourd'hui à ses membres qui évoluent dans leur carrière professionnelle de pouvoir être toujours en appartenance dans une instance de partage et d'appui qui leur est propre.

La commission Prestataires de Services travaille sur 3 axes liés à l'indépendant en général : les bonnes pratiques (les apports/les ateliers), l'entraînement à parler de son offre de service et la visibilité.

Aussi, la stratégie de la Commission Prestataires de Services a pour ambition cette année, de faire plus corps encore avec l'ensemble du Réseau, et de proposer des activités qui lui sont propres certes, mais également **des activités ouvertes à tous les membres du réseau**. Ce premier trimestre de rentrée a été consacré à la visibilité et au réseautage professionnel pour tous.

Ont déjà été **organisés** :

Un atelier pitch le 14 octobre, où chaque participant s'est employé à parler de lui, un **atelier** en présentiel le **20 octobre**, un **atelier Speed réseautage** le **21 novembre**, un événement de rencontre en visio où là encore, l'agilité

et l'innovation auront été de mise pour créer le plus de fluidité possible dans la succession et la richesse des contacts.

Sur proposition de la Commission Prestataires de Services il est donné également la possibilité à tous les membres du réseau sans distinction de « **pitcher** » en **1mn30'** à chaque mensuelle (2 ou 3 membres à chaque fois) pour se présenter, présenter son offre de valeur (en tant qu'Indépendant, Cadre, Manager de Transition) et de demander au réseau soutien et recommandations.

La Commission Prestataires de Services, composée de cadres devenus indépendants et experts dans leur domaine, a besoin de visibilité pour faire valoir sa proposition de valeur à tous les autres membres qui pourraient en avoir besoin et y faire appel ou le recommander. Au-delà, son ambition et sa volonté restent d'être au plus proche de l'ADN du réseau par le renforcement des liens professionnels - et amicaux- de qualité. ●

L'ÉQUIPE D'ANIMATION :

Isabelle Vitalis - Carole El Zein-Corbanese
Yves de Beauregard - Caroline Plissonneau-
Duquène - Patrice Blondel - Éric Maricot
Pierre Bernard - Florence Wolf
Cristina Anton Villa - Charles Gaschignard.



TRUCS ET ASTUCES



À VOS AGENDAS



10 DÉCEMBRE À 19H00

« LES BEST PRACTICES DES ORGANISATIONS À L'ÉPREUVE DE LA CRISE SANITAIRE »

Animé par **Charles Henry Beyssere des Horts**, Professeur Emérite HEC, Senior Advisor Korn Ferry.
Visio-conférence Zoom

16 DÉCEMBRE À 18H30

« RÉUSSIR MES 90 PREMIERS JOURS DANS MON NOUVEAU POSTE » avec **Nicolas LEMOINE** -

Directeur de programmes MBA et Masters à HEC.
Visio-conférence Zoom

17 DÉCEMBRE À 18H30

« DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE À L'INTELLIGENCE AMBIANTE : LES ENJEUX D'UNE RÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE »

Conférence ouverte du Cercle Leadership & Networking.

Animée par **Nicolas Demassieux**, SVP Recherche d'Orange.
Visio-conférence Zoom