



Liège Marketing Scoop

Novembre 2006 - numéro 22 - 2ème année

Lettre mensuelle d'information marketing distribuée par courriel

Rédacteur et éditeur responsable: René G. Thirion

rue Auguste Donnay 22

B-4130 Esneux

Abonnement par courriel à «liegemarketing@rgtmarketing.be»

«Un problème sans solution est un problème mal posé»

Albert Einstein



L'Editorial de

René G. Thirion

«Voyez-vous dans la vie, il n'y a pas de solutions. Il y a des forces en marche : il faut les créer, et les solutions les suivent.»

Antoine de Saint-Exupéry

Quand les solutions découlent d'interrogations réelles plutôt que d'affirmations gratuites, elles sont toujours excellentes et conduisent au succès de l'entreprise.

C'est par le biais de ma chronique de ce mois, que j'entends le démontrer et pour ce faire j'ai choisi de reprendre un texte que j'avais écrit en 1998 dans Gagner, la revue économique de la Chambre de Commerce de Liège.

La tribu des Yakas est une terrible espèce humaine qui a le pouvoir d'anéantir les forces dont il est question ci-dessus par des affirmations découlant en droite ligne du célèbre La Palisse.

J'ai rencontré à Initiatives, Bruno Desdemoutier, Directeur commercial de Celem Computer à Liège. Il m'a dit avoir cherché longuement une copie de ce texte qu'il avait particulièrement apprécié au moment de sa parution. J'ai été touché par ce compliment et me suis rappelé ce que j'y disais.

Hélas!, depuis l'époque où je l'ai rédigé, la tribu n'a fait que croître et embellir. J'ai donc pensé qu'il serait bon de le republier et je le dédie spécialement à ce lecteur qui m'a conforté dans la continuation de la rédaction de mes chroniques marketing.

LA TRIBU DES YAKAS

Ne croyez pas, cher lecteur, que j'aie l'intention de devenir un ethnologue distingué. Mais je désirais vous entretenir cette fois d'une constatation faite lors de ma vie dans les entreprises. En effet, je me suis rendu compte de l'existence de groupes d'individus appartenant à une même famille de pensée, ayant une même forte influence économique et sociale à travers toute la société totalement unis par une pensée homogène. C'est la tribu des Yakas.

Ne croyez pas pour autant que cette découverte m'éloigne de la saine gestion de l'entreprise. Bien au contraire, la tribu des Yakas est l'ennemie invisible de toutes les sciences de management et de marketing. Elle utilise les techniques de la simplification à outrance et de la certitude partisane. Vous avez certainement eu la malchance de rencontrer certains de ses représentants. Vous avez alors brusquement pris conscience du rôle insidieux et néfaste qu'il pouvait exercer au sein d'une équipe motivée.

Quelques exemples ? Dans un conseil d'administration statuant sur la difficulté d'augmenter les rentrées financières, alors que vous vous triturez les méninges pour trouver une solution, un des membres se lève et déclare «Y a qu'à augmenter le nombre de clients». Une évidence claire et imparable qui vous laisse l'esprit vide. Mais c'est bien sûr ! Et comment augmenter ceux-ci ? un autre membre se lève pour déclarer à son tour «Y a qu'à faire un effort». Ensuite, les Yakas, drapés dans leur dignité de grand stratège, se rassurent et attendent avec impatience les résultats de vos cogitations et le travail qui en résultera. Rassurez-vous, si vous vous plantez, vous trouverez certainement un autre membre de la tribu, qui vous déclarera que l'échec est entièrement de votre faute, car «il n'y avait qu'à ...». Dans le commerce aussi, les Yakas sont bien implantés. Comment augmenter les ventes ? «Y a qu'à baisser les prix». Comment conserver une rentabilité ? «Y a qu'à vendre plus». Comment battre la concurrence ? «Y a qu'à être meilleur qu'eux » !

La tribu des Yakas représente certainement une des plus grandes causes de perte de temps, de démotivation et d'énervement au sein d'une société. Ils sont terriblement difficiles à détecter car ils n'ont pas de caractéristiques physiques ou intellectuelles précises et ne se découvrent que lorsqu'ils lancent leur fameux cri de guerre «Y a qu'à».

Les Yakas se trouvent à tous les niveaux de l'entreprise, depuis l'ouvrier qui, devant des pertes de production, s'écrie «Y a qu'à» jusqu'au directeur de production qui interpelle son adjoint, «Y a qu'à».

Sur cette description suffisante pour faire prendre conscience du danger que les Yakas font peser sur l'efficacité de vos équipes, je suis heureux de vous proposer une solution radicale pour vous en débarrasser.

Sachez d'abord qu'essayer de convaincre un Yaka qu'il a tort, est une impossibilité totale. Les meilleurs arguments se heurteront à une mauvaise foi sans limite.

La seule manière de faire taire un Yaka est de le prendre au mot et de lui demander, non seulement de développer son raisonnement, mais aussi et surtout de le mettre en application.

Il est raisonnable de lui rappeler que l'action étant de son chef, il sera normal qu'il soit considéré comme responsable de la réussite ou de l'échec du projet.

C'est là que l'on peut savoir vraiment si le Yaka est récupérable ou pas.

Soit, il recule devant la dure réalité de la responsabilité et il oublie son appartenance à la tribu en se retranchant derrière un cruel manque de temps, ou encore, une impossibilité physique.

Soit, il continue impunément à revendiquer son appartenance à la tribu par un rententissant «Moi je disais cela pour vous aider et il n'est pas question que je prenne la responsabilité qui vous incombe»?

A vous de tirer les conséquences sur l'avenir au sein de votre société de ce collaborateur, toujours empressé à vous donner des conseils mais pas à vous démontrer la justesse de ses constatations.

A moins que vous ne découvriez une erreur de diagnostic de votre part car le Yaka vient d'accepter la mission que vous lui donnez suite à sa proposition, qu'il la développe avec bonheur et qu'il réussisse ainsi son test d'admission dans l'équipe de confiance de votre société, celle qui compte, celle sur qui vous pouvez vous reposer.

Ce sera une grande chance pour elle et pour son avenir car vous aurez admis en son sein un collaborateur précieux qui, lorsqu'il émet une idée, la porte à son terme.

Il n'était donc pas un Yaka et vous pourrez vous reposer sur sa fougue et son imagination.

Cette conclusion devrait conduire le patron vers une gestion empreinte de curiosité et de sympathie pour son personnel.

Un être humain n'est pas un rouage dont la seule fonction est de tourner jusqu'à usure complète dans une mécanique aveugle.

Il est doté d'un cerveau, un «ordinateur neurophile» comme le chantait Léo Ferré et toute sa valeur est dans ses capacités d'interprétation et d'action.

Bien sûr, des apprentissages et des enseignements l'auront doté de processus de réactions automatiques, face à des situations données. Mais sa supériorité se trouvera dans la capacité de se construire d'autres cheminements mentaux qui le conduiront vers des comportements novateurs.

Les Yakas ont, quelque part, un processus de réflexion bloqué et le « Yaka » qu'ils éructent n'est jamais que le constat d'un manque d'agilité mentale.

Ils lancent des vérités toutes faites et se rassurent par le goût d'une pensée unique.

Il y a beaucoup d'étudiants qui bloquent « par cœur » leurs examens et qui paniquent quand ils apprennent lors de cours de gestion commerciale que je leur donne, qu'ils n'auront pas de syllabus et que mon examen sera basé entièrement sur la compréhension de l'enseignement reçu.

Certains sont des futurs Yakas. D'autres se révèlent brusquement intéressés par ce mode d'enseignement qui leur semble révolutionnaire. Les cours se transforment alors en débat, les idées fusent et il n'est pas rare que je les quitte, avec des connaissances nouvelles qu'ils m'ont apportées.

C'est une expérience enrichissante que le chef d'entreprise peut exercer, lui aussi, en pratiquant la chasse aux Yakas dans sa société pour les faire taire ou découvrir qu'ils appartiennent à la tribu des «Jemechargede», une tribu qui est souvent trop rare ! Bonne chasse !

RGT Marketing & Communication
Conception et développement



L'éclosion des idées

- * Aide au développement commercial des PME
- * Coaching actif du Chef d'entreprise
- * Gestion marketing de l'entreprise en «*temps partagé*»
- * Rédaction et/ou réécriture d'articles, de messages et de brochures
- * Conception «marketing» de sites Internet

Téléphone: 0 43 88 32 59
ou 0 475 28 64 72
Courriel: rene.thirion@rgtmarketing.be
Site Internet: www.rgtmarketing.be

Vous travaillez avec la France ?

Vous êtes en relations régulières avec la France ?
Vous avez parfois besoin de renseignements sur le numéro de téléphone d'un fournisseur ou d'un client ?
Ou de l'horaire des Thalys ou de la RATP à Paris ?
Ou vous êtes à la recherche d'une chambre d'hôtel ?

Utilisez le site Internet de la Chambre Française de Commerce et d'Industrie de Liège/Luxembourg !

www.chambrefrancaiseliège.be

Et pourquoi ne pas en devenir membre ?

Je serai ravi d'être votre parrain car, vous le savez certainement, j'en suis le secrétaire général.

E devenant membre de la CFCILL, vous nous aiderez à développer le volume d'échanges commerciaux avec ce voisin, premier partenaire économique de nos régions !