BEST SELLER


RÉJEAN GAUTHIER
Votre
RÉSEAU
de contacts
est votre meilleur
atout.
DANS LA
JUNGLE
DU RÉSEAUTAGE
EBAX
Services en bâtiment
LES ÉDITIONS
KARR 4.0

Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives nationales du Québec et Bibliothèque et Archives Canada

Gauthier, Réjean,
Dans la jungle du réseautage : Votre réseau de contacts est votre meilleur atout.
ISBN 978-2-9817102-7-7

1. Réseaux d'affaires. 2. Alliances stratégiques (Affaires).

HD69.S8G382 2014 650.1'3 C2014-941720-9

Révision : Annick Loupias
Correction d'épreuves : Andrée Hamelin
Conception graphique : Dorian Danielsen, Marc-André Gouge et Nadine Drolet
Mise en pages : Diane Marquette et Nadine Drolet
Photographie de l'auteur : Jérémy Beaudry (Réjean Gauthier)
Révisé par : Ann-Alexandre Gauthier, Service-conseil en édition (Édition 2017)
Rédaction des nouveaux textes: Kelly-Ann Gauthier

Imprimé au Canada
© Réjean Gauthier
Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 3e trimestre 2014
Bibliothèque et Archives Canada

Nouvelle édition 2017, Les Éditions KARR 4.0

Adaptation de l'œuvre originale co-écrite par Réjean Gauthier et Valérie Lesage, publiée en 2014 chez Les Éditions Transcontinental.

TOUS DROITS RÉSERVÉS
Toute reproduction du présent ouvrage, en totalité ou en partie, par tous les moyens présentement connus ou à être découverts, est interdite sans l'autorisation préalable de Réjean Gauthier.
Toute utilisation non expressément autorisée constitue une contrefaçon pouvant donner lieu à une poursuite en justice contre l'individu ou l'établissement qui effectue la reproduction non autorisée.

J'aimerais remercier tous les gens qui ont rendu ce projet possible.

Un merci particulier à tous ceux qui m'ont livré leurs histoires et témoignages pour ce livre.

Réjean Gauthier

DANS LA JUNGLE DU RÉSEAUTAGE

LES ÉDITIONS KARR 4.0

Table des matières

Remerciements **7**

Louis Cayouette : l'ingéniosité tranquille derrière EBAX **9**

Mon histoire commence ainsi **15**

Introduction **19**
La méthode 20

1 • Se libérer de ses peurs pour aller vers les autres **23**
La jungle n'est plus ce qu'elle était ! 23
Le vocabulaire de la Jungle 25

2 • Aide-toi et la jungle t'aidera **29**
Vous êtes votre meilleur allié 30
Vous connaît-on ? 32
Le choix des relations 33

3 • Construire son réseau une personne à la fois **37**
Une discussion à la carte 37
Saisir la pertinence de la rencontre 38
L'approche 39
Les bonnes formules font les bons contacts 40
Tu ? vous ? 41
Rediriger la conversation 43
L'argument clé 43
Sortir d'une conversation 45
Une relation se construit 48

4 • Voir plus clair entre les branches **51**
Mettre de l'ordre dans ses contacts 51
Étape 1 : dresser la liste de ses contacts 52
Se connecter aux bâtisseurs 54
Étape 2 : identifier les bâtisseurs 57
Étape 3 : voir grand ! 58

5 • L'Échelle de RG : grimper dans la zone payante 65
Les 5 échelons de l'Échelle de RG 65
Vos contacts sont-ils aux bons échelons ? 67
Mise en pratique 68
Développer son réseau 68
Entretenir son réseau 70

6 • Techniques koala pour se rapprocher des gros arbres ... 77
Acheter des produits et services 78
Recommander des clients 79
La gratitude 81
Complimenter 83
Souligner ses points communs 84
Utiliser les réseaux sociaux 85
Se tenir au courant des évÉnements 85
Reprendre contact 85

7 • Le trio gagnant : écoute, notes et suivi 95
L'écoute 96
La prise de notes 100
Le suivi 101
Aider les autres à construire leur réseau 104

8 • Solidifier ses lianes 111
Les 4 grandes qualités de Tarzan 114
Un petit test 114
Ne jamais sous-estimer les autres 115
Laisser aux autres leur grandeur 116

9 • Se préparer avant de partir à l'aventure 121
Les objectifs 124

10 • S'adapter : des trucs de caméléon 127
Les Animaux de la Jungle 133

11 • Les sous-bois de la jungle : 15 lieux pour le réseautage 133
1. Le 5 à 7 133
2. Les chambres de commerce 137
3. Les cercles de réseautage 138
4. Les clubs privés 140

5. Les conseils d'administration (C.A.) 140
6. Les associations et ordres professionnelles 141
7. Les formations 141
8. Les expositions et foires commerciales 142
9. Les voyages 143
10. Le bénévolat 146
11. Les activités caritatives 146
12. Les comités de parents 147
13. Les centres sportifs 147
14. Le golf 147
15. Les réseaux sociaux 148
Amusez-vous ! 151
Dix choses à faire pendant les activités de réseautage 153

12 • Moi Jane, toi Tarzan, le réseautage au féminin 155

13 • Sois poli, Tarzan ! 167

Conclusion 169

Lectures suggérées 170

Liste des entrevues

Mon arbre + ton arbre = succès
avec Dominique Brown 58

Comment chasser dans la jungle sans rater la cible
avec Alain Parrot 71

Un front de bœuf dans la jungle !
avec François Ducharme 89

Un *self-made* man
avec Michel Gareau 105

Seule parmi les hommes
avec Marie-France Poulin 156

Réduire sa vulnérabilité
avec Marie-Huguette Cormier 160

Remerciements

Je tiens à remercier de tout cœur les entrepreneurs qui ont généreusement contribué à bonifier *Dans la jungle du réseautage* en faisant part de leurs expériences et de leurs réflexions. Marie-France Poulin, vice-présidente chez Kalia et Groupe Camada, Dominique Brown, président de Chocolats Favoris, François Ducharme, président de TACT Intelligence-Conseil, Michel Gareau, président de Euro Swiss Group, Ann-Alexandre Gauthier, de Courtepointe, Alain Parrot de Parrot Sélect, Louis Cayouette, président chez Les services en bâtiment EBAX inc., ainsi que Marie-Huguette Cormier, première vice-présidente Expérience membre et client Desjardins. Merci d'être si inspirants !

J'aimerais remercier Valérie Lesage pour la rédaction de la première version du livre *Dans la Jungle du Réseautage* et Ann-Alexandre Gauthier pour la révision de la deuxième version que vous avez entre les mains.

LOUIS CAYOUETTE : l'ingéniosité tranquille derrière EBAX

UN MODÈLE D'INNOVATION, DE RIGUEUR ET D'HUMANITÉ AU SERVICE DES ENTREPRISES QUÉBÉCOISES.

Dans un monde où la rapidité et la rentabilité dominent trop souvent les priorités, certains entrepreneurs réussissent à conjuguer performance, innovation et humanité. Louis Cayouette fait partie de cette catégorie rare. Président fondateur d'EBAX, il incarne à merveille ce que j'appelle « le génie tranquille de l'entrepreneuriat ».

EBAX, c'est avant tout une histoire de vision et de rigueur. Fondée sur une idée simple – aider les entreprises à se libérer du chaos opérationnel pour se concentrer sur la croissance –, la société a su se démarquer grâce à son approche humaine et ses solutions parfaitement adaptées aux réalités du terrain tant pour la transformation numérique que pour l'intégration technologique.

Mais derrière chaque projet de rénovation ou de construction, il y a un homme d'écoute. Louis Cayouette n'est pas qu'un gestionnaire : il est un bâtisseur, un communicateur, un stratège. Son parcours est marqué

par une curiosité constante pour comprendre comment les organisations fonctionnent, et surtout comment les rendre plus efficaces sans en dénaturer l'âme. Dans ses mots, la technologie n'est jamais une fin en soi, mais un outil au service de la performance humaine.

Cette philosophie s'est transposée dans la culture même d'EBAX. L'entreprise se distingue par une approche collaborative où chaque mandat commence par une écoute profonde des besoins des clients. « **Nous ne travaillons pas juste derrière un ordinateur, nous sommes des gens de terrain** », répète souvent Louis. Cette mentalité a permis à EBAX d'accompagner des PME de toutes tailles, dans des secteurs aussi variés que la fabrication, la distribution, la construction ou les services professionnels.

Ce qui frappe lorsqu'on discute avec Louis, c'est sa lucidité tranquille. Il parle peu, mais chaque mot compte. Il a cette capacité rare de rendre simples des concepts complexes, et de guider ses clients vers des décisions stratégiques avec bienveillance et clarté. Son leadership repose sur la confiance, la transparence et la responsabilisation – trois valeurs fondamentales qu'il incarne au quotidien.

Louis Cayouette est aussi un mentor naturel. Toujours prêt à partager ses connaissances, il encourage les jeunes entrepreneurs à se poser les bonnes questions avant de se lancer tête baissée dans un projet. Il insiste sur l'importance de la planification, de la discipline et de la persévérance – trois piliers qui, selon lui, séparent les rêveurs des réalisateurs.

Avec EBAX, il a su prouver qu'une entreprise québécoise peut rivaliser avec les plus grands en gardant ses racines bien ancrées dans le respect, la qualité et la proximité. Et à travers son leadership, il nous rappelle

que le succès ne se mesure pas seulement en chiffres, mais aussi dans la capacité à bâtir des ponts entre les gens, les idées et les technologies.

> **« Nous ne travaillons pas juste derrière un ordinateur, nous sommes des gens de terrain », répète souvent Louis. »**
>
> **– Louis Cayouette**

EBAX : L'INNOVATION AU SERVICE DE L'IMMOBILIER DURABLE

Depuis 2008, EBAX s'impose comme un acteur incontournable dans le paysage québécois de la construction et de l'immobilier. Grâce à ses trois entités spécialisées – Services en Bâtiment, Services Conseils et Services en Numérisation – l'entreprise offre une gamme complète de solutions techniques, stratégiques et numériques adaptées aux besoins des professionnels du secteur. Grâce à une approche centrée sur l'humain, l'entreprise aide les organisations à automatiser leurs processus, à structurer leurs opérations et à optimiser leurs performances. Son objectif : simplifier la gestion pour que les entrepreneurs puissent se concentrer sur l'essentiel – faire croître leur entreprise.

Une expertise multidisciplinaire au cœur des projets immobiliers

EBAX se distingue par son approche intégrée qui combine savoir-faire technique, accompagnement stratégique et technologies de pointe. Que ce soit pour des projets résidentiels, commerciaux, municipaux

ou gouvernementaux, l'entreprise met à disposition une équipe chevronnée composée d'architectes, d'ingénieurs, de techniciens et de modélisateurs.

Les Services en Bâtiment d'EBAX répondent aux défis technologiques et écologiques du secteur. L'entreprise propose des solutions sur mesure pour optimiser la gestion des projets, assurer leur conformité aux normes et favoriser leur rentabilité. Elle collabore étroitement avec les parties prenantes pour garantir une exécution fluide et durable.

L'intelligence stratégique au service du développement immobilier

Avec ses Services Conseils, EBAX accompagne les promoteurs et gestionnaires immobiliers dans la planification, la gestion et le développement de leurs projets. L'objectif : maximiser la performance opérationnelle tout en intégrant des pratiques écoresponsables. L'équipe de consultants d'EBAX aide à prendre des décisions éclairées, basées sur des analyses rigoureuses et des données fiables.

La numérisation comme levier d'efficacité

Dans un contexte où la transformation numérique devient incontournable, EBAX propose des Services en Numérisation qui révolutionnent la manière de concevoir et de gérer les projets immobiliers. Grâce à des solutions BIM (Building Information Modeling) et des visuels 3D percutants, l'entreprise permet aux professionnels de visualiser, simuler et optimiser leurs projets dès les premières étapes.

Le Catalogue numérique d'EBAX offre une vaste collection de contenus BIM de haute qualité, accessibles via une plateforme intuitive. Ces

ressources facilitent la collaboration entre les différents intervenants et contribuent à une meilleure coordination des travaux.

Un engagement envers l'écoresponsabilité

EBAX place l'écoresponsabilité au cœur de ses priorités. L'entreprise s'engage à réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) et à promouvoir des pratiques durables dans l'industrie de la construction. Elle sensibilise ses clients à l'impact environnemental de chaque geste et les accompagne vers des solutions plus vertes.

Une présence solide partout au Québec

Avec plus de 45 000 projets réalisés, une équipe de plus de 20 experts et 5 bureaux régionaux, EBAX est bien implantée dans les principales régions du Québec, notamment à Québec, Magog et Châteauguay. Cette proximité permet à l'entreprise d'offrir un service personnalisé et réactif à ses clients.

Mon histoire commence ainsi

RÉJEAN GAUTHIER

Enfant unique, j'ai grandi dans un quartier très modeste de Limoilou, en banlieue de Québec, élevé par ma mère et ma grand-mère maternelle. J'étais un garçon plutôt timide et, mis à part mes coéquipiers de hockey, je n'avais pas vraiment d'amis. Ce n'est que vers l'âge de 14 ans, lorsque j'ai eu mon premier scooter, que j'ai commencé à sortir et à côtoyer d'autres jeunes de mon âge. J'ai alors vite agrandi mon réseau d'amis, à un tel point que le plaisir et les sorties ont pris le dessus sur les études. Ce n'est pas sans difficulté que j'ai réussi à terminer mon 5e secondaire après avoir fréquenté six institutions différentes et ça, c'est beaucoup de réseautage pour un jeune étudiant de cet âge. Je n'avais pas beaucoup d'intérêt pour l'école et je préférais de loin suivre mon désir ardent d'atteindre le grade de ceinture noire en karaté et d'ouvrir ma propre école d'arts martiaux à moi.

La détermination et la persévérance m'ont permis, dès l'âge de 20 ans, de devenir le propriétaire d'une franchise des Studios Unis d'Auto-Défense. Je remercie encore aujourd'hui l'homme à la tête de cette organisation, monsieur Clermont Poulin, qui a eu confiance en moi et grâce à qui j'ai pu réaliser ce rêve de "ti-cul". Ce premier défi, que j'ai relevé avec succès et enthousiasme m'a apporté énormément de bonheur et plein de belles

expériences de vie. J'ai rapidement compris les rouages du monde des affaires. Quelle belle école de la vie!

Dix années plus tard, j'ai décidé de pousser plus loin mes aptitudes en vente, en démarrant une nouvelle carrière comme conseiller en assurance de personnes à la Mutuelle du Canada, aujourd'hui la Sun Life. Je me suis vite distingué comme vendeur et aussi comme formateur de l'équipe de vente. Au printemps 1998, après l'analyse de mes meilleurs coups, j'ai mis sur pied un premier atelier de formation sur le réseautage que j'ai nommé « L'ABC du réseautage ». J'avais alors saisi toute l'importance d'avoir un réseau de contacts de qualité afin d'atteindre ses objectifs de développement des affaires. Pendant trois ans, j'ai été vice-président de la Jeune chambre de commerce de Québec, où j'ai fait profiter plusieurs membres de cet atelier de formation sur le réseautage.

Toujours aussi emballé par les bénéfices qu'apporte un réseautage efficace, j'ai fondé en 2001 le Cercle Happy Few, un lieu privé de réseautage qui a permis à plus de 80 entrepreneurs de se rencontrer, d'échanger et, pour plusieurs d'entre eux, d'en retirer des avantages considérables. Quatre ans plus tard, avec l'aide de mon abondant réseau de contacts, j'ai créé le concept de comptoirs de nourriture rapide Sushi Fly que j'ai vendu en 2010 après avoir ouvert 13 comptoirs partout au Québec. En janvier 2011, j'ai décidé de mettre à profit mes expériences comme entrepreneur et de me concentrer sur mes activités comme conseiller en lançant mon entreprise Gauthier Stratégies afin d'accompagner des apprentis entrepreneurs en période de démarrage. J'ai choisi cette clientèle en particulier parce qu'au moment de me lancer en affaires pour la première fois, j'aurais aimé être accompagné par des gens d'expérience.

Mon premier client fut un homme qui rêvait de construire de ses propres mains des bateaux de bois de style « Chris Craft » et d'en faire la distribution

partout. J'ai tellement été séduit par son projet que je lui ai offert de m'associer avec lui, ce qu'il a accepté avec plaisir. Nous avons d'abord assisté ensemble à plusieurs « Boat Shows » pendant un an afin de bien comprendre le marché et de voir tout le potentiel qu'avait alors notre entreprise. Nous avons fait la connaissance d'un homme d'affaires Européen avec qui nous nous sommes associés pour ensuite développer notre entreprise aux États-Unis pendant deux ans. Quelle belle aventure !

En juillet 2013, je suis devenu copropriétaire du regroupement de gens d'affaires Le Cercle Kaizen, dont la principale mission est de permettre à ses membres d'accroître leur développement personnel et professionnel.

En septembre 2013, j'ai lancé mon deuxième atelier-conférence que j'ai nommé « *Dans la Jungle du réseautage* ». Cette conférence interactive et participative présentée en entreprise et au grand public a permis, jusqu'à présent, à plusieurs centaines de personnes de découvrir le concept de l'« *Échelle de RG* ». Grâce à cet outil ingénieux, les participants peuvent utiliser une nouvelle méthode de réseautage, qui permet de mieux cerner le potentiel de leurs relations et de définir les stratégies à mettre en place pour gagner.

Je suis maintenant un passionné du réseautage à force de le pratiquer. Dans les 25 dernières années, j'ai pris part à quelques 800 « 5 à 7 » en plus des parties de golf, des dîners d'affaires, des déjeuners et de tout le reste.

Dans ce livre, je partage mes expériences ainsi que le fruit de mes lectures et de mes réflexions sur le sujet. Depuis, je consacre presque toute mon énergie à ce en quoi je crois le plus, soit le pouvoir du réseautage dans la croissance personnelle et professionnelle.

Introduction

Vous aimeriez devenir le Tarzan de la Jungle du réseautage, ce héros dont les aptitudes sociales suscitent l'admiration et qui trouve toujours le bon partenaire pour mousser ses affaires ? Vous rêvez de devenir celui qui est au courant de tout ce qui se passe et qui, comme Tarzan, aborde avec courage les plus puissants, tout en ayant le souci d'aider les plus petits ? Vous espérez bâtir suffisamment de repères dans la jungle pour ne plus vous y sentir déboussolé ? Simple et efficace, la méthode de réseautage mise au point par Réjean Gauthier et présentée dans ce livre vous outillera pour étendre votre réseau de manière stratégique, c'est-à-dire qu'elle vous permettra de repérer les bons contacts, donc les bons appuis, pour vous avancer vers vos objectifs professionnels. Un peu comme Tarzan trouve les bons arbres pour attacher sa liane et avancer dans la jungle sans tomber au sol.

Vous le savez bien au fond de vous-même. Il ne suffit pas de courir les déjeuners et les cinq à sept et converser gentiment ni de récolter des cartes professionnelles pour avancer dans le monde des affaires (pas plus que dans la vie d'ailleurs !). Pour bâtir des relations durables, sympathiques et mutuellement gagnantes, une discipline est nécessaire. Il faut donner de sa personne et de son temps et faire du réseautage un mode de vie. Oui, cela demande des efforts et un peu de courage au début, mais le rendement est garanti ! Comment ? En mettant en pratique les techniques que vous découvrirez dans les pages qui suivent, des solutions qui vous permettront de vous rapprocher des personnes susceptibles de propulser votre entreprise vers le succès.

LA MÉTHODE

Un peu comme Tarzan a toujours provoqué l'étonnement de ses pairs parce qu'il savait communiquer avec toutes les espèces de la jungle, les gens qui excellent en matière de relations interpersonnelles font souvent des envieux. Tout leur semble naturel. On dirait qu'ils ont ça en eux. Partout où ils passent, le sourire aux lèvres, ils engagent la conversation. « Mais voyons donc ! Comment font-ils ? C'est quoi leur truc ? » Voilà ce que les autres se demandent.

Voici une des réponses, sur laquelle nous reviendrons plus en détail dans le livre : les gens ne sont pas interchangeables, il faut s'intéresser à eux individuellement pour ce qu'ils sont, ne pas les voir comme de simples numéros, même s'ils en portent tous un sur la carte réseau que vous découvrirez ! Sont-ils classés au niveau 1 sur l'Échelle de RG ou se sont-ils approchés du niveau 4, là où les sourires valent de l'or ? Comment faire pour voir grimper dans son échelle une personne dont on ne sait rien encore, mais qu'on a besoin de connaître ? C'est cette méthode, l'Échelle de RG, inventée par Réjean Gauthier et mise en pratique depuis 1997, que nous vous dévoilerons sous peu. L'Échelle de RG permet de classifier ses contacts selon le degré de rapprochement atteint dans nos relations. On se demande : « Pour telle personne, est-ce le degré souhaité ? » Nous voulons vous montrer comment faire pour rendre votre réseau puissant. Notre but est d'aller bien au-delà des ouvrages déjà publiés sur le réseautage. Il n'est plus question seulement de philosophie de vie, facile à oublier, mais de discipline de vie. Une discipline simple et efficace dont vous ne pourrez plus vous passer en affaires.

Que vous soyez entrepreneur, professionnel, gestionnaire, vendeur ou travailleur autonome, peu importe les diplômes que vous possédez, vous aurez à faire l'inventaire de vos relations actuelles et de celles que vous voulez bâtir pour avancer.

Vous devrez ensuite établir l'échelon où se situe chaque connaissance, client, fournisseur, ami ou membre de votre famille. Il vous faudra ensuite déterminer où vous voulez les voir sur votre échelle : à l'échelon

connaissance ou dans les échelons de la zone payante ? Car pour chacune des relations, c'est son passage d'un échelon à un autre qui vous permettra d'atteindre vos objectifs. Vous comprendrez alors, grâce à ce livre, toute l'importance de bien planifier vos activités de réseautage, d'entretenir vos relations et de passer à l'étape du référen-cement. Des trucs, astuces et anecdotes vous serviront à explorer de façon concrète ce volet stratégique.

En plus d'apprendre à cartographier vos relations, vous découvrirez, au fil des chapitres, comment :

- en finir avec les maladresses et vous intéresser sincèrement aux autres ;
- éviter les oublis ;
- aller au-delà de la première rencontre et de l'échange de cartes professionnelles ;
- gagner la confiance des autres rapidement ;
- découvrir le potentiel de vos relations, afin de choisir où mettre votre énergie ;
- faire fructifier vos affaires, tout en ayant un impact positif sur les entreprises de votre réseau ;
- élaborer une stratégie pour étendre, maximiser et maintenir votre réseau ;
- bâtir des relations positives et mutuellement gagnantes ;
- créer des liens, des liens et encore des liens.

Nous avons la conviction que vous avez tous en vous le potentiel d'un Tarzan héros du réseautage. Mais, bien sûr, devenir un héros exige de l'entraînement, alors suivez-nous dans la jungle. L'aventure ne fait que commencer !

chapitre 1

Se libérer de ses peurs pour aller vers les autres

De tout temps, l'homme a vécu en communauté et a dû apprendre à communiquer avec ses pairs et à s'associer aux autres pour assurer sa survie. Déjà, dans les plus petites collectivités, les rôles étaient bien définis. Chez les peuples primitifs, les hommes partaient chasser, les vieux apprenaient aux enfants à pêcher, les femmes s'occupaient des plus jeunes et des corvées. En groupe, ils étaient plus forts pour affronter l'adversité. Dans les villages d'antan, il y avait un magasin général, un forgeron, un cordonnier, un médecin, un curé, un ébéniste, quelques fermiers. Chacun avait besoin des autres pour faire rouler son entreprise, même l'ermite qui vivait dans la forêt passait ici et là au village pour mendier. Sans les autres, c'était la faillite, le froid, la faim et, ultimement, la mort. Puisque les rôles étaient complémentaires, personne n'avait vraiment besoin de se faire valoir pour gagner des clients. En effet, chaque commerçant était en situation de monopole ou de quasi-monopole.

LA JUNGLE N'EST PLUS CE QU'ELLE ÉTAIT !

Les temps ont bien changé. Aujourd'hui, la concurrence est vive, et ce, tant à l'intérieur même des communautés qu'aux échelles régionale, provinciale, canadienne et mondiale. Les moyens de transport et de communication ont fait de la planète un village global, et plus personne ne peut tenir une clientèle pour acquise. Chaque commerçant ou

entreprise doit composer avec une masse de concurrents, proches ou éloignés.

Pour acquérir une clientèle, il faut se faire connaître, se distinguer de manière avantageuse.

Dans ce contexte, les activités de réseautage se multiplient, et si chaque participant peut en reconnaître l'importance pour la survie et le succès d'une entreprise, tous n'ont pas les bons outils pour tirer leur épingle du jeu. On va souvent dans les activités de réseautage comme on se balade en ville un dimanche après-midi, sans but précis ni préparation.

Pour les uns, le réseautage est une façon d'apprendre et de s'enrichir grâce à de nouvelles connaissances ; pour les autres, il permet d'échanger avec des gens d'affaires sur des préoccupations communes. Les plus pragmatiques diront que les activités de réseautage sont une occasion d'agrandir son cercle de contacts et de socialiser, tout en gardant à l'esprit l'objectif de faire des affaires. Les plus timides, que leurs patrons voudraient voir sortir de leur coquille, y voient une sorte d'obligation de mettre en pratique divers ateliers et formations sur le sujet. Les plus compétitifs y participent pour se comparer et se mettre au défi. Les plus vendeurs s'en servent pour faire connaître leurs produits et services. Les plus altruistes vont à la rencontre des autres, y voyant une façon de les aider, d'être à l'écoute de leurs besoins.

Pour nous, le réseautage se compare plus à une jungle remplie d'animaux et d'arbres. Imaginez-vous en Tarzan, seul dans un monde qui vous paraît plus ou moins étranger, voire même hostile, selon votre degré de sociabilité. Vous devrez connaître, et bien connaître, le milieu dans lequel vous vivez si vous voulez survivre.

Au cœur de la jungle du réseautage, il faut avancer à la manière de Tarzan, c'est-à-dire se balancer d'arbre en arbre pour se propulser stratégiquement vers ses objectifs, en optant pour les appuis les plus solides. Et puisque vous avez besoin d'alliés, aussi bien apprendre à communiquer. Tarzan avait un tel degré d'adaptation à son environnement qu'il parvenait à

dialoguer avec les animaux, tout en ajustant son langage à chacune des espèces qu'il rencontrait. Vous ferez de même avec vos interlocuteurs, qu'ils soient chefs d'entreprise, fonctionnaires ou menuisiers. Mais contrairement à Tarzan, vous avez une chance inouïe : vous ne croiserez que des êtres humains ! Pas de serpent venimeux, ni de panthère aux crocs acérés, ni de gorille agressif en vue. Vous sortirez à coup sûr de votre zone de confort en vous aventurant dans la jungle du réseautage, mais vous ne risquez pas la mort. Quelques déceptions ou déconvenues tout au plus. Alors, inutile d'angoisser ! Mieux vaut penser à ce que vous gagnerez en vous libérant de vos peurs et en ciblant vos objectifs.



LE VOCABULAIRE DE LA JUNGLE

Si nous savons tous qui est Tarzan, précisons tout de même quelques éléments que nous emprunterons à son univers.

Tarzan

Il a assez d'humilité pour reconnaître que rien n'est gagné d'avance. Aussi, il travaille tous les jours pour entretenir et bonifier son réseau : c'est une question de survie. Il est authentique, se présente tel qu'il est, sans artifice. Ses échanges avec les autres sont stratégiques et ses aptitudes sociales sont à l'image de son corps musclé, souple et agile. Tarzan, c'est celui qui sort

de sa zone de confort. Pieds nus, il prend des risques en avançant vers les autres, se fait voir et ne néglige rien pour être reconnu et apprécié par les habitants de la jungle. Il va même sauver des animaux en détresse. En d'autres termes, c'est notre héros : le héros du réseautage.

LA JUNGLE

La jungle représente l'écosystème dans lequel se trouvent nos cercles de connaissances et nos lieux de réseautage, donc la liste de nos contacts, les endroits et les activités propices à tisser des liens. Club de hockey, réseau de gens d'affaires, « 5 à 7 », carnets d'adresses familial, social et professionnel, etc. La jungle est dense et remplie d'obstacles, aussi faut-il apprendre quelques techniques et être prêt à y consacrer toutes nos forces si on veut tracer notre chemin dans cet environnement.

LES LIANES

Les lianes représentent tout ce que l'on est, l'ensemble des parties de notre être qui sont reliées aux autres, comme des prolongements de soi. Elles symbolisent notre personnalité, notre apparence, notre façon de se comporter et d'entrer en relation, la manière dont on est perçu. Chaque liane doit être solide et bien attachée aux branches pour pouvoir aider Tarzan à traverser la jungle d'arbre en arbre. Si on projette une image effacée et qu'on manque de confiance en soi, si on a des échanges houleux avec les autres, si on est pessimiste, désorganisé, en retard à nos rendez-vous ou qu'on exprime des opinions controversées à tout vent, on représente une liane fragile et on aura du mal à se propulser d'arbre en arbre. Plus les gens auront une impression favorable, plus on gagnera la confiance et le respect de ceux qui constituent le réseau et plus notre liane sera forte et fiable. Alors, on pourra compter sur notre réseau pour avancer vers nos objectifs personnels et professionnels, quels qu'ils soient.

Nous aborderons dans ce livre les attitudes et les manières de créer une bonne impression et de tisser des liens fructueux pour gagner le soutien des arbres.

Les arbres

Les arbres représentent les points d'appui, les réseaux dont se servent les habitants de la jungle. Les singes, par exemple, parce qu'ils vivent en tribu, ont d'importants réseaux. Ils possèdent donc des appuis nombreux et solides. Ainsi, gagner leur confiance peut être tout à notre avantage. On suspendra donc nos lianes aux arbres des singes, avec leur permission, plutôt qu'à celui de la panthère solitaire. Encore mieux, on s'efforcera de gagner l'appui du chef des singes, le plus influent de la tribu. Car c'est ainsi qu'on pourra se balancer facilement d'arbre en arbre et se rapprocher de nos objectifs d'affaires.

Les animaux

Les animaux représentent les gens qui participent aux mêmes activités de réseautage que nous, les gens qui font partie de notre « carte » réseau. On doit s'entraîner chaque jour à les comprendre afin d'arriver à reconnaître rapidement leurs besoins. On doit s'ajuster à leur discours. Tarzan a été élevé par les singes. Il maîtrise donc leur discours et leur environnement, mais il doit aussi apprendre à converser avec l'alligator et le jaguar s'il veut progresser dans la jungle. Plus il le fait, plus il apprend à évaluer le potentiel de ses nouvelles connaissances. Le petit oiseau peut sembler fragile à côté du chef des singes, mais il voit la jungle de plus haut que lui et il peut voler au-dessus de la savane, des océans et de la forêt tropicale, endroits où il possède aussi des points d'appui.

S'il veut avancer, Tarzan doit donc percevoir les atouts de chacun des animaux, au-delà des apparences. Les animaux entretiennent tous des arbres, donc des réseaux, qu'ils se feront un plaisir de prêter à ceux qu'ils apprécient. De tels réseaux nous sont essentiels pour accrocher nos lianes et nous rapprocher de nos objectifs.



Tarzan est conscient :

- qu'il a besoin de faire du réseautage, car les temps ont changé ;
- qu'il ne peut survivre seul dans la jungle ;
- que ses lianes doivent être solides.

chapitre 2

Aide-toi et la jungle t'aidera

Nous nous sommes tous un jour retrouvés à un 5 à 7, à un dîner de chambre de commerce ou à un gala où nous ne connaissions personne. L'angoisse monte des heures avant d'y mettre les pieds. L'anticipation d'un moment éprouvant que nous aurions souhaité remettre au lendemain ou, mieux encore, éviter. Un mauvais rhume ou une gastro… Autant de bonnes excuses que nous aurions aimé utiliser pour éviter ces instants de terrifiante solitude au milieu de la jungle ! Car nous avons sans doute tous le souvenir d'une soirée où nous sommes restés pétrifiés, l'air triste et infréquentable, avec un verre à la main pour seul compagnon.

Il y a toutefois des limites à l'évitement et il faut être réaliste : on ne fera jamais de bonnes affaires en restant à la maison et en espérant que le monde vienne vers soi. À part le bénévole qui récolte des dons pour une fondation, peu de visiteurs frapperont à votre porte. Donc, il faut aller à cette soirée !

Mais avec quel état d'esprit ? En attendant d'être sollicité par une personne aussi esseulée que vous, ou en imitant Tarzan et prenant votre courage à deux mains pour avancer dans la jungle ? Nul doute que vous avez tout avantage à imiter Tarzan plutôt qu'à jouer la princesse isolée dans sa tour d'ivoire. Après tout, vous participez à cette activité pour faire des rencontres fructueuses et non vous morfondre dans l'attente.

Les rencontres fructueuses sont celles qui vous permettront d'agrandir votre réseau de manière stratégique. Ce sont celles qui vous prêteront les

arbres les plus solides pour que vous puissiez y poser vos lianes et vous balancer vers un avenir rempli de succès.

Choisir d'avancer comme Tarzan, c'est peut-être courir le risque de bafouiller, d'être maladroit, de faire mauvaise impression. Mais c'est surtout tenter votre chance de rencontrer une personne clé pour l'avancement de votre carrière ou de votre entreprise et… de passer un très beau moment de découverte. Entrevoir l'aspect positif de la situation donne le courage d'agir. Orientez votre regard du bon côté.

VOUS ÊTES VOTRE MEILLEUR ALLIÉ

Vous voilà arrivé à la soirée de réseautage. Vous avez choisi avec soin votre tenue vestimentaire, vous avez rafraîchi votre haleine, vous avez retouché votre coiffure, vous vous êtes armé d'un sourire, vous avez regarni votre réserve de cartes professionnelles et vous êtes déterminé à faire de belles rencontres. Jetterez-vous votre dévolu sur le premier venu, trop heureux et soulagé qu'on lui accorde un peu d'attention, ou profiterez-vous de l'occasion pour papillonner d'un animal à l'autre ? Tarzan vous conseillerait de suivre les papillons au lieu de vous attarder chez le paresseux qui bouge avec toute la lenteur du monde.

Rappelez-vous que vous participez à une activité dans le but éventuel de conclure des affaires, pas pour découvrir des amis intimes ni pour vous marier. Faire des affaires signifie gagner de l'argent. Or, si vous vous donnez l'occasion de multiplier les rencontres, vous augmentez vos chances d'atteindre votre cible. Vous n'allez pas à ce 5 à 7 uniquement pour vous féliciter d'y avoir mis les pieds ; vous vous y rendez avec quelques objectifs en tête : rencontrer une personne clé pour l'avancement de votre carrière ou le développement de votre entreprise, contacter des gens impliqués dans un domaine où vous pourriez vendre vos produits et services, connaître des personnes susceptibles de devenir des partenaires professionnels ou des associés, ou promouvoir votre atelier de formation. Songez

d'abord et avant tout à ce qu'il vous importe de réaliser au cours de cette activité. Et tenez-vous-en à vos objectifs.

Cette idée vous met-elle mal à l'aise ? Vous sentez-vous envahi par un sentiment de culpabilité à l'idée de vous servir des autres pour votre bénéfice ? Résistez-vous à l'idée d'entretenir des relations « intéressées », car cela signifierait qu'elles manquent d'authenticité ? Tarzan avançait presque nu dans la jungle et, pourtant, il ne connaissait pas la honte quand il se balançait d'arbre en arbre et abordait les animaux. Sans éducation autre que celle reçue des orangs-outans qui l'avaient adopté après la mort de ses parents, il avait néanmoins assez de lucidité pour reconnaître que sa survie dépendait des autres autant que de lui-même. C'est sans doute la raison pour laquelle il était attentif aux besoins des animaux et s'efforçait de les aider.

Faire des rencontres et bâtir un réseau de contacts pour stimuler ses affaires ne signifie pas exploiter les autres. Pensez plutôt que si vous donnez, vous recevrez. Accordez-vous le droit de tendre vers vos objectifs professionnels, mais utilisez une manière détournée de les atteindre. Au lieu de simplement vous vendre, faites don de vous-même. Soyez sympathique et altruiste. Vous distribuez vos sourires et votre gentillesse, vous pratiquez l'écoute et vous cherchez à vous rendre utile aux autres ? Personne ne vous trouvera profiteur, déplacé ou déplaisant. Au contraire, les animaux de la jungle chercheront votre compagnie et vous prêteront leurs arbres pour favoriser votre avancement.

La richesse ne se mesure pas seulement par le compte en banque. La plus grande que vous ayez se trouve dans votre capacité à créer des liens avec les autres, votre habileté à vous connecter avec eux. Une fois cette aptitude acquise, il reste à entretenir et activer votre réseau pour créer plus d'entraide, de solidarité et, au bout du compte, plus de richesse financière.

VOUS CONNAÎT-ON ?

L'important dans un réseau n'est pas seulement qui nous connaissons, mais aussi qui nous connaît et quelle est sa perception de nous. Vous pourriez n'être connu des autres qu'à cause de votre mauvaise réputation ! Ce qui serait bien malheureux. Et cela peut se produire en bien peu de temps, comparativement au temps nécessaire à se bâtir une bonne réputation, à force de travail rigoureux, de relations saines et agréables, d'altruisme, d'honnêteté et de respect.

Mon grand-père me disait souvent : « Dans la vie, l'important, c'est qui tu connais. »

Cette petite phrase, je l'ai entendue maintes et maintes fois au cours de ma vie, mais pour vous dire la vérité, je ne suis pas d'accord.

Suffit-il de connaître tous les gens de son village, ou même la moitié, pour avoir du succès ? Sûrement pas ! Vous savez que monsieur Brillant fait fortune dans l'immobilier et qu'il investit beaucoup dans le sport amateur de sa ville. Donc, vous le connaissez de réputation. Mais lui ne sait pas qui vous êtes. Il faudrait donc qu'il ait l'occasion de vous rencontrer si vous souhaitez une relation fructueuse avec lui.

Autrement dit, ceux que vous connaissez comptent, pourvu qu'ils vous connaissent aussi !

Réjean

Être connu d'une personne vaut donc autant que de la connaître. Mais ce n'est pas tout. Encore faut-il être apprécié par les gens si vous voulez travailler avec eux ou espérer avancer dans la jungle grâce à leur réseau de contacts. Pour être apprécié des gens, il faut être une personne

sympathique, agréable, altruiste, honnête et estimée. C'est dire toute l'importance de qui l'on est! Nous allons partager dans ce livre des stratégies pour gagner l'appréciation des autres.



Souvenez-vous que les gens choisissent des personnes avant d'acheter des produits et services. À moins que vous n'ayez un produit ou un service unique au monde, et rares sont ceux qui peuvent se vanter d'offrir une exclusivité, vous serez choisi pour votre professionnalisme, votre rigueur et votre personnalité. Or, qui a envie de faire affaire avec un grognon antipathique, toujours en train de se plaindre ou de pousser les autres pour qu'ils achètent ses conseils, ses services informatiques ou ses machines à café ?

LE CHOIX DES RELATIONS

Une des règles d'or du réseautage est de ne jamais traiter avec une personne antipathique, même si celle-ci représente un grand potentiel commercial. Si on n'a pas d'affinités avec quelqu'un parce qu'on le trouve inintéressant, fade, hautain ou impoli, ou pour toute autre raison, aussi bien rester à distance.

Vous ne deviendrez pas forcément ami avec les personnes que vous choisirez d'inclure dans votre réseau, mais vous serez ravi de citer en référence

celles avec qui vous vous entendez bien et qui travaillent de manière rigoureuse, celles que vous trouvez agréables. Traiter avec une personne antipathique risquerait de vous pourrir la vie de temps à autre et il serait par ailleurs impossible de songer à l'aider à avancer dans la jungle, donc d'entretenir une relation équilibrée d'entraide mutuelle. Autrement dit, il risquerait d'y avoir un gagnant et un perdant dans l'histoire, ce qui n'est pas souhaitable.

Si vous avez la liberté de choisir les personnes avec qui vous entretenez des relations, ce n'est pas toujours possible dans les services gouvernementaux. Même si la dame du bureau de poste ne se souvient pas de votre nom alors que vous la saluez toutes les deux semaines depuis quatre ans, vous êtes condamné à recourir à ses services pour l'envoi du courrier ou la réception des colis. Mais vous imposeriez-vous le même désagrément avec votre fournisseur de matériel de bureau, votre dentiste ou la personne qui fait votre ménage ?



Tarzan se souvient :

- de cultiver la confiance d'aller vers les autres ;
- de se faire voir et entendre ;
- d'aider les autres ;
- de se bâtir une bonne réputation ;
- de bien choisir son entourage.

chapitre 3

Construire son réseau une personne à la fois

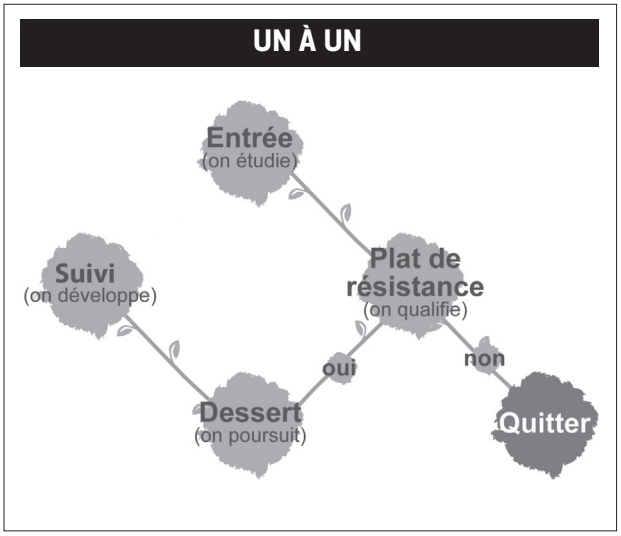
Être à l'entrée dans la jungle et s'imaginer devoir affronter d'un coup l'ensemble de ses habitants est une idée à la fois affolante et fausse. Si vous alliez à la chasse, vous ne cibleriez pas un troupeau en entier mais un seul animal. Il en va de même avec le réseautage. Même s'il y a foule au gala du soir, vous ferez la connaissance d'une personne à la fois. Si d'aventure vous tombez dès le début sur une belle « prise », rappelez-vous que vous avez d'autres rencontres possibles. Il sera toujours temps de revenir là où vous avez senti un potentiel, à condition, bien sûr, d'avoir fait bonne impression.

UNE DISCUSSION À LA CARTE

Envisagez vos rencontres comme un repas au restaurant, fait de services que vous consommerez ou non. Si l'entrée vous est servie tiède, si elle manque de saveur ou est présentée sans raffinement, serez-vous impatient de passer au plat principal ? Imaginez une pauvre salade sans vinaigrette ou une fondue au parmesan au beau milieu d'une assiette sans laitue ni tomates pour varier les couleurs… De la même manière, un type à l'air sévère et pressé ne vous donnera aucunement envie de vous attarder.

Si, pour votre part, vous vous contentez de dire votre nom sans parler de ce qui vous distingue, vous occupe et vous passionne dans votre travail, que vous avez l'air distrait et peu intéressé à l'autre, ne vous étonnez pas d'être laissé au fond de l'assiette. On séduit rarement les autres si on ne s'efforce pas de se présenter sous son meilleur jour.

Faire une rencontre dans les activités de réseautage est un art qui consiste à mener à bon port une courte conversation entre deux personnes qui désirent promouvoir leurs intérêts respectifs. En quelques minutes, vous devez reconnaître très vite la pertinence de votre interlocuteur, vous montrer sous votre meilleur jour, généreux et accessible, tout en demeurant attentif et à l'écoute de votre vis-à-vis.



SAISIR LA PERTINENCE DE LA RENCONTRE

Si vous sentez des affinités avec votre interlocuteur et que vous entrevoyez un potentiel de faire des affaires avec lui, vous allez décider de prendre un peu plus de temps en sa compagnie. En termes imagés, vous commanderez le plat principal avec lui. À cette étape, le moment est venu d'analyser plus finement la pertinence de votre rencontre.

Si vous choisissez d'aller au bout de votre conversation, comme si vous décidiez de prolonger le repas avec le café et le dessert, demeurez altruiste jusqu'à la fin, c'est-à-dire cherchez comment être utile à cette personne en restant à l'écoute de ses besoins dans le but d'augmenter vos chances d'obtenir un suivi positif. Car c'est bien là l'objectif ultime du réseautage : ouvrir la porte à une seconde rencontre en vue de traiter des affaires, un peu comme lorsqu'on quitte un amoureux potentiel à la fin d'un premier repas en tête-à-tête, en lui disant : « On remet ça ? »

Plus on fait de rencontres, plus on devient habile à saisir leur pertinence. Mais en quelques minutes de conversation, on peut se tromper, et il vaut mieux garder cela à l'esprit. Monsieur Barcelot vous a semblé comique mais pas assez sérieux en affaires ? Vous n'avez donc pas envie de lui ouvrir les portes de votre réseau afin qu'il vous prête un de ces arbres solides dont vous avez pourtant besoin pour avancer dans la jungle. Or, voici qu'à l'occasion d'une nouvelle activité de réseautage, votre ami, ignorant que vous et monsieur Barcelot vous êtes déjà rencontrés, vous le présente de nouveau, en soulignant que celui-ci en mène large au lac Saphir, là où vous voulez amener vos bateaux. Et si vous preniez le temps de mieux connaître monsieur Barcelot avant de décréter qu'il manque de sérieux ?

Peut-être en resterez-vous à votre première impression et déciderez-vous de trouver quelqu'un d'autre pour vous emmener vers votre objectif. Mais peut-être allez-vous découvrir, derrière la façade de l'humour, un monsieur Barcelot efficace, soucieux de ses affaires et capable de vous aider. Parfois, accorder une seconde chance peut s'avérer payant.

L'APPROCHE

Maintenant qu'on a une idée générale du déroulement de la rencontre, il importe de bien se préparer. Avant d'aborder une personne, choisissez bien votre moment. Si elle est seule, l'instant est parfait et soyez certain qu'elle éprouvera beaucoup de reconnaissance à votre égard que vous la soustrayiez à sa solitude. C'est déjà une approche gagnante.

Si la personne est déjà engagée dans une conversation, soyez patient et n'interrompez pas l'échange. Cependant, si elle commence à montrer des signes de retrait de la discussion, préparez-vous à entrer en scène. Approchez-vous de manière discrète et, avec un peu de chance, vous serez invité à vous joindre à la conversation. Autrement, vous vous présenterez quand vous serez plus sûr du moment opportun. Vous remarquerez une attitude de retrait quand, au lieu de se tenir face à son interlocuteur, une personne tourne l'épaule et le bassin vers l'extérieur. Si elle n'a de cesse de porter son regard ailleurs, c'est aussi un signe de désengagement. Toutefois cette attitude, moins respectueuse, n'est pas à conseiller pour vous-même.

En allant vers l'autre, présentez-vous avec le sourire, un regard franc et engageant et une poignée de main ferme. Contrôlez toutefois votre force si vous avez les muscles de Tarzan car personne n'a envie de se faire tordre le poignet ! À l'inverse, la mollesse peut susciter le dégoût. Alors, adoptez le juste milieu.

LES BONNES FORMULES FONT LES BONS CONTACTS

De nombreuses personnes sont intimidées lors de nouvelles rencontres et ne savent trop quoi dire pour amorcer ou poursuivre la conversation. Les silences glacent alors l'atmosphère et rendent les interlocuteurs encore plus nerveux. Dans ce genre de situation, on risque vite de passer à la météo, sujet qui n'aide pas spécialement à faire connaissance et évaluer le potentiel d'une rencontre !

Pour éviter une panne de conversation, il est bon de mémoriser ce que nous appelons des phrases en poche. Elles sont une sorte de guide dans le chemin vers la connaissance de l'autre et, en même temps, une police d'assurance. Vous pouvez trouver les vôtres, mais voici ci-dessous quelques exemples utiles qui vous aideront à mieux connaître votre interlocuteur ainsi que ses besoins. Un conseil : aux questions fermées, auxquelles on ne répond que par « oui » ou par « non », privilégiez les questions ouvertes,

qui demandent des réponses plus complexes, car elles donnent de l'espace à une réponse plus détaillée.

Exemples de phrases en poche :

- Dans quel domaine vous accomplissez-vous ?
- Dans quelle région travaillez-vous ?
- Pourquoi avez-vous choisi ce secteur d'activité ?
- Qu'aimez-vous le plus dans votre travail ?
- Quels sont vos plus grands défis en ce moment ?
- Avez-vous des pistes de solution en tête ?



TU ? VOUS ?

Certains choisissent de vouvoyer, d'autres de tutoyer. Y a-t-il une règle stricte à ce sujet ? Non. Tout est une question de jugement et d'adaptabilité. Dans certains milieux, comme celui des communications, le tutoiement est fréquent. Dans les entreprises jeunes et dynamiques où les employés portent le jean et le t-shirt, par exemple dans celles des jeux vidéo, il y a de fortes chances que l'attitude soit très amicale.

Le vouvoiement pourrait créer une distance improductive. À l'inverse, dans le milieu bancaire ou celui des assurances, plus conventionnels, c'est le tutoiement qui pourrait produire cet effet. Avec des Européens, le « vous » prend toujours la place du « tu », sauf quand les relations sont bien établies. Il faut avoir des antennes sensibles pour évaluer la bonne stratégie, quitte à commencer par le vouvoiement, qui ne sera jamais perçu comme une impolitesse, pour s'ajuster plus tard, au besoin.

Le contexte de la rencontre influence aussi le choix des mots. Un dîner de chambre de commerce a un caractère plus officiel qu'un 5 à 7 célébrant l'ouverture d'un nouveau restaurant en ville.

Certains choisissent de ne dire que leur prénom en se présentant, pour marquer une différence, se rendre sympathique et aider l'autre à mémoriser qui ils sont. Le choix vous appartient. Mais nous vous suggérons de donner à votre interlocuteur un petit coup de pouce pour qu'il se souvienne de votre nom ou de votre prénom.

« Bonjour, mon nom est Réjean, mais vous savez, c'est pas moi qui l'ai choisi ! C'est pas de ma faute ! Réjean ! C'est ma mère qui l'a choisi et aujourd'hui je suis pris avec ce prénom : Réjean ! »

Un peu d'humour détend l'atmosphère et renforce l'impression que vous êtes accessible et agréable. Cependant, évaluez avec soin le contexte avant de pousser trop fort la note de la plaisanterie.

Quand vous vous serez présenté, votre interlocuteur le fera à son tour et, rapidement, vous lui donnerez l'occasion de parler de lui. Mais n'oubliez jamais de parler de vous aussi ! Si vous écoutez quelqu'un sans jamais vous accorder l'occasion de vous valoriser, vous perdez votre temps. En général, les gens aiment se raconter, mais si vous les laissez envahir tout l'espace de la conversation, ils éprouveront peut-être de la gratitude pour votre oreille attentive, mais ils ne se souviendront pas forcément de vous. Comment sauront-ils ce qu'ils ont à gagner à vous revoir si vous restez presque muet ? Écouter est important, mais la personne qui écoute devrait orienter la discussion et non l'inverse.

REDIRIGER LA CONVERSATION

Comment faire si vous tombez sur un paon qui se pavane, monopolise toute l'attention et n'a aucun scrupule à vous laisser dans l'ombre de son magnifique plumage ? Monsieur parle de lui, de ses beaux atours, de la manière dont il brille. Il vous raconte sa vie, depuis sa tendre enfance, vous parle de ses projets d'avenir, de ses vacances au bord du lac, de son voyage de noces, de sa fortune et de ses 12 serviteurs. Allez-vous le laisser monologuer plus longtemps ? Non ! Rappelez-vous que vous êtes en mode action. Vous travaillez pendant cette soirée ou ce dîner d'affaires, ce n'est pas un loisir et vous n'êtes pas venu juste pour admirer la réussite des autres. Redirigez la conversation à l'aide de questions et de commentaires placés de façon judicieuse :

« Vous m'avez dit que vous êtes né au lac Émeraude, n'est-ce pas ? C'est intéressant, car justement, c'est un endroit où mon entreprise cherche à prendre de l'expansion. »

Si le monsieur continue de parler de sa famille au lac Émeraude, de ses souvenirs et de ses propres projets, c'est fort possiblement le signe qu'il vaut mieux terminer la conversation. En effet, vous ne pourrez jamais collaborer avec une personne incapable de s'intéresser aux autres, totalement centrée sur elle-même.

Toutefois, en affirmant votre projet d'expansion dans la région, il y a davantage de chances que le monsieur se sente obligé de vous questionner sur la mission de votre entreprise. Ainsi, de manière subtile, vous vous serez offert l'occasion de vous dévoiler.

L'ARGUMENT CLÉ

Le temps venu de vous présenter, au-delà de votre nom, montrez à l'autre vos couleurs les plus vives. Oui, vous avez le droit de vous mettre en valeur ! Et sachez ce que vous valez. C'est votre argument clé pour donner à votre interlocuteur le désir de vous connaître davantage et, éventuellement, de

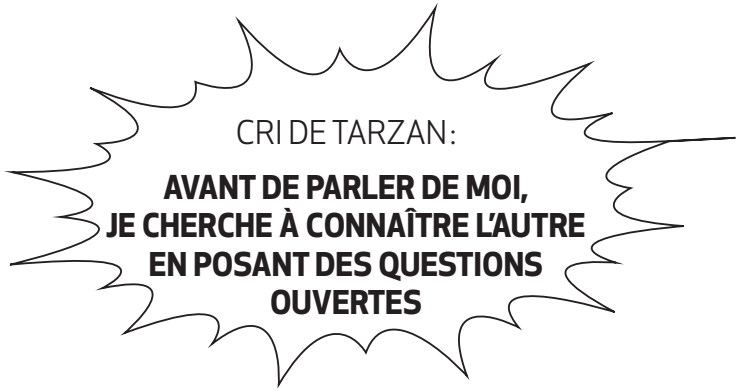
faire des affaires avec vous. Voici ce que vous pourriez dire pour convaincre le monsieur qu'il doit tourner son regard vers vous, et qu'il est même dans son intérêt d'être à l'écoute de vos besoins :

« Mon entreprise loue des bateaux pour le tourisme. Nous sommes présents sur 200 points d'eau dans la jungle, et le lac Émeraude où vous avez la chance d'habiter, offre un beau potentiel pour nos services. Connaissez-vous des acteurs de l'industrie touristique dans votre coin de pays ? »

Avec ce genre de question, vous pourrez analyser le monsieur et déterminer s'il peut vous prêter un de ces arbres solides auxquels vous accrocher pour avancer dans la jungle. Qui sait ? Vous apprendrez peut-être qu'il siège au conseil d'administration de la chambre de commerce locale ou que son cousin est président de l'office du tourisme régional.

De plus, vous permettez à cet homme de mesurer votre valeur. Car vous avez pris soin d'ajouter une statistique à la description de vos activités (une tactique souvent utilisée en marketing). Songez aux publicités de crème antirides, par exemple, dans lesquelles on prend soin d'écrire que 70 % ou 80 % des utilisatrices ont vu diminuer leurs rides après un mois. Cela donne envie d'essayer la crème en question. C'est la même chose quand vous annoncez que vous louez des bateaux en 200 points d'eau dans la jungle. Cela donne à l'autre l'idée de la taille de votre entreprise et du sérieux de votre volonté d'expansion.

Faites attention cependant de bien choisir vos statistiques. Annoncer à votre interlocuteur de Québec que vous avez trois bureaux, dont deux à Vancouver et Toronto, ne va pas forcément lui donner envie d'aller plus loin avec vous. Cherchez le chiffre marquant.



SORTIR D'UNE CONVERSATION

Si, d'entrée de jeu, votre interlocuteur refroidit votre désir d'aller plus loin par ses manières et son attitude, ou si son champ d'activité semble à mille lieues de ce qui peut vous intéresser, demeurez professionnel, c'est la moindre des politesses. Pourquoi courir le risque de vous nuire avec des comportements un peu rustres ?

Quitter une conversation est aussi un art. Même si, paraît-il, nous n'avons qu'une chance de faire bonne impression, pensez plutôt que vous en avez deux : l'entrée et la sortie. Si vous ratez la première, vous pouvez toujours vous racheter à la seconde. N'oubliez jamais que c'est au moment de partir que vous gravez chez l'autre la dernière impression, celle qui risque de survivre le plus longtemps.

Prenons l'exemple d'une soirée au concert. Les musiciens arrivent sur scène avec du retard, le spectacle commence avec des pépins techniques, le chanteur a un petit blanc de mémoire et rate une phrase de la chanson ; vous êtes agacé. En deuxième partie de spectacle, tout le monde excelle, le public chante avec le groupe, les gens se lèvent pour danser. La foule en liesse réclame un rappel, puis un autre ; bref, vous êtes conquis. Le lendemain, quand vous racontez le spectacle à vos amis, vous attarderez-vous sur les difficultés du début ou partagerez-vous l'enthousiasme de la seconde partie du concert ? Nécessairement, vous garderez surtout les souvenirs heureux de la fin. À l'inverse, si le

spectacle avait commencé en lion et fini en mouton, vous auriez gardé de votre soirée un souvenir décevant.

Maintenant que vous avez bien saisi l'importance de laisser une dernière impression impeccable, voici quelques trucs pour partir en beauté.

Prétexter de devoir rappeler quelqu'un, envoyer un courriel ou un texto ou aller à la salle de bain sont des portes de sortie classiques et parfois utiles, mais pas forcément les meilleures. Faites attention à vos paroles et à vos gestes en vous servant de ces petits mensonges, car on pourrait vous démasquer ! Tenir son téléphone à l'envers ou l'entendre sonner après avoir dit être obligé de répondre à un appel urgent laisse à coup sûr une mauvaise impression.

Partir très vite, pour ne pas dire s'enfuir, sans dire au revoir dès qu'une troisième personne se joint à l'échange ou chercher du regard une autre option de conversation crée un malaise. On vous a sans doute déjà laissé ainsi. Vous vous êtes senti diminué, comme s'il était ennuyant de converser avec vous. Évitez de faire aux autres ce que vous détesteriez qu'on vous fasse.

Présenter une troisième personne de façon élégante est parfois une belle porte de sortie, mais pas avant que la conversation soit bien installée entre vos deux interlocuteurs. Par exemple : « Bonjour, monsieur Tremblay, content de vous voir ici. Je vous présente madame Sauvé, elle est directrice du marketing chez Rouge. Madame Sauvé, je crois me souvenir que vous aviez des besoins pour le site Web de l'entreprise. Monsieur Tremblay est justement producteur de contenu Web. Je vais vous laisser faire connaissance, je dois discuter avec un client que je viens d'apercevoir. »

Échanger des cartes professionnelles, si cela n'a pas déjà été fait, est une autre manière élégante de passer au suivant. Par exemple : « Madame Sauvé, puis-je vous demander votre carte professionnelle, nous pourrions éventuellement nous recontacter, si vous le voulez. Cela m'a fait plaisir de vous rencontrer ce soir. »

Même si vous n'avez pas l'intention de rappeler madame Sauvé, elle se sentira intéressante et sera ravie de vous donner sa carte. Vous laisserez alors une impression favorable. Qui sait ? Peut-être la recroiserez-vous un jour et changerez-vous d'avis à son sujet, alors aussi bien ne pas vous la mettre à dos.



Au moment de partir, vous pouvez aussi dire une partie de la vérité, mais pas toute la vérité. Enfin, pas toute crue !

« Madame Sauvé, vous avez un joli sourire, mais je sens que nous n'avons pas d'affinités, alors je vais aller voir quelqu'un d'autre. »

Ou…

« Madame Sauvé, je n'ai que deux heures pour faire des rencontres ce soir et je ne vais pas pouvoir les passer entièrement avec vous, désolé. »

Voilà deux phrases honnêtes mais qui manquent carrément de diplomatie ! On vous parlerait ainsi et vous auriez tôt fait de penser à un manque de savoir-vivre. Pire, vous auriez en tête l'image d'un sauvage !

Notre héros du réseautage imaginerait plutôt cette sortie à la fois authentique et respectueuse, après quelques minutes de conversation intéressante ou non : « Madame Sauvé, j'ai été enchanté de vous rencontrer et, puisque nous sommes ici pour faire du réseautage, je vous suggère que nous poursuivions cette activité. Je ne vous accapare pas plus longtemps et

vous laisse repartir de votre côté. Peut-être nous croiserons-nous plus tard ce soir ou, sinon, à la prochaine rencontre de juin. J'aimerais bien. »

Si vous décidez de revoir la personne, n'oubliez pas de demander la permission de faire un suivi. Et tenez parole !

N'oubliez pas que même lorsque la rencontre représente un potentiel, il faut quitter la conversation au bout de quelques minutes pour poursuivre votre réseautage. Dans ce cas, pour conclure, l'option d'échange de cartes professionnelles est la meilleure. Aussi, soyez clair quant à votre désir de reprendre contact.

UNE RELATION SE CONSTRUIT

Nous ne sommes pas en relation avec quelqu'un parce que nous nous sommes croisés deux ou trois fois dans une activité de réseautage et que nous avons un lien sur LinkedIn. À ce stade, l'embryon de relation est très fragile.

Construire une relation, c'est un peu comme bâtir un couple. Il faut du temps, de la patience, des attentions particulières et un peu de stratégie. On doit se montrer sous son meilleur jour, mais sans se trahir soi-même, sous peine d'en payer le prix plus tard.

Dans la phase séduction, il faut consacrer du temps à l'autre. Si on fait une belle rencontre et qu'on attend six mois pour lancer une invitation, on ne sera pas pris au sérieux ! À l'inverse, si on appelle l'autre tous les jours, on risque de paraître envahissant. Il faut donc trouver un juste équilibre pour montrer un intérêt marqué et provoquer les occasions de rencontre, mais sans exercer de pression. Il faut être à l'écoute, se montrer aimable et plein de ressources. Nous insistons sur ce dernier point, qui va créer le désir. Quand vous apportez à l'autre des plaisirs et des solutions à ses difficultés, il veut rester en relation avec vous. Mais, là encore, dosez vos interventions. L'exagération pourrait susciter chez l'autre le sentiment

d'être redevable, quoique d'une manière écrasante, si bien qu'il pourrait choisir de rester à l'écart.

Songez à ce que vous ressentiriez si la mère d'un ami de votre enfant lui offrait des cadeaux à 100 $ le jour de son anniversaire, alors que vous avez l'habitude de consacrer 20 $ ou 25 $ à ce genre d'occasion. Vous auriez l'impression de ne pouvoir suivre la cadence et préféreriez peut-être prendre vos distances.

Si vous avez demandé et obtenu la permission d'effectuer un suivi, faites vos devoirs. Cependant, avant d'inviter quelqu'un à une partie de pêche, vous aurez partagé d'autres moments avec cette personne. Vous aurez échangé des courriels, vous aurez lunché ensemble et vous aurez commencé à négocier des affaires et à vous apprécier l'un l'autre.

Une fois un lien solide établi peu à peu, on pourra espacer les rencontres. On peut très bien revoir une seule fois par année certaines de nos relations, sachant que chaque personne a une vie bien remplie. Les deux aimeraient se voir plus souvent, cela est dit, mais on accepte que, pour le moment, il soit difficile d'y arriver, soit parce que les exigences familiales sont très importantes ou que les périodes de travail sont intenses. Toutefois, malgré les aléas de la vie, faites-vous un devoir de rencontrer tous les ans les personnes qui comptent pour vous. Rassemblez-en quelques-unes pour gagner du temps si c'est possible. Proposez un lunch de filles avec Emmanuelle et Marie-Loup et présentez-leur Annie du même coup. Vous entretiendrez alors vos relations tout en permettant à vos amies d'élargir leur réseau.



Tarzan se souvient :

- d'attendre le bon moment pour entrer dans une conversation ;
- de poser des questions ouvertes pour mieux connaître l'autre ;
- de bien évaluer la pertinence de ses rencontres ;
- de laisser une dernière impression favorable ;
- de prévoir un suivi quand on repère une personne au potentiel élevé ;
- de consacrer du temps et de l'énergie pour bâtir des relations solides.

chapitre 4

Voir plus clair entre les branches

Nos réseaux de contacts sont souvent beaucoup plus grands qu'on les imagine. Mais comment les répertorier dans une carte réseau ?

METTRE DE L'ORDRE DANS SES CONTACTS

Il y a quelques décennies, le seul outil disponible était le Rolodex, un miniclasseur de cartes professionnelles qu'on déposait sur son bureau. L'ordre alphabétique servait d'unique classement, aussi valait-il mieux se souvenir du nom de famille de tout le monde si on voulait retrouver quelqu'un en particulier. Les plus organisés notaient sur les cartes professionnelles divers renseignements, ajoutaient des cartons entre leurs cartes si l'information était trop abondante. Ainsi le Rolodex devenait une sorte de fourre-tout dont le contenu risquait à tout moment de déborder et de s'éparpiller.

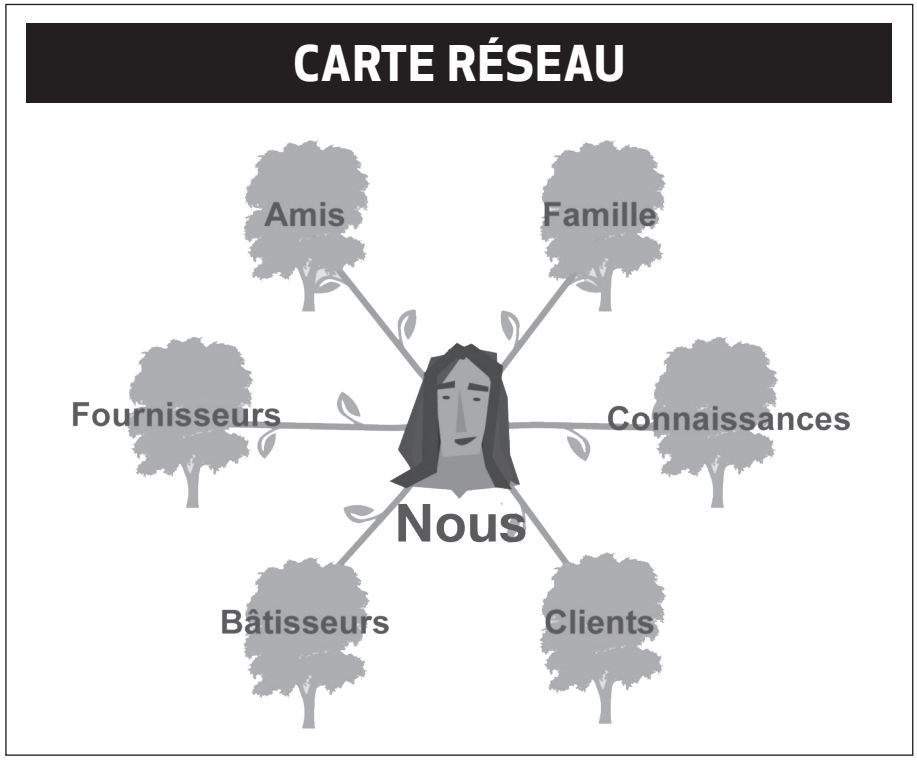
Nous avons la chance aujourd'hui de pouvoir compter sur divers logiciels de classement de type Mindmap. Grâce à eux, il est possible d'accumuler une mine d'or de renseignements sur notre entourage et de faire des recherches par mots clés si nous avons oublié le nom de nos connaissances. Bref, nous disposons d'outils formidables qu'il suffit d'utiliser pour maximiser notre efficacité en tant que Tarzan, héros du réseautage.

Dans le prochain chapitre, vous découvrirez une méthode différente pour classer vos relations selon leur importance. Mais avant, il faut prendre le temps de les répertorier. Où se trouve donc votre réseau de contacts ? Afin de bien en mesurer l'étendue, il importe de constituer votre Carte Réseau. C'est l'outil le plus précieux que vous allez vous offrir, il équivaut à la fondation de votre maison.

ÉTAPE 1 : DRESSER LA LISTE DE SES CONTACTS

Imaginez votre Carte Réseau comme un arbre dont vous êtes le tronc et dessinez plusieurs branches et sous-branches. Mieux encore, inscrivez votre nom dans une bulle et dessinez d'autres bulles qui gravitent autour. Reliez ces dernières à la bulle centrale et inscrivez-y les mots clés qui correspondent à ces catégories :

- vos clients ;
- vos fournisseurs de produits et services : tant ceux qui alimentent la consommation de votre entreprise que votre vie personnelle, c'est-à-dire votre boucher, votre coiffeuse, votre jardinier, votre garagiste, etc. ;
- vos collègues de travail ;
- vos amis : tant les amis intimes que les copains de pêche, tant les partenaires de danse que les anciens camarades de classe, etc. ;
- votre famille : vos parents, enfants, frères et sœurs, oncles, tantes et cousins ;
- vos connaissances : des gens que vous avez rencontrés quelques fois, avec ou sans suivi, des amis Facebook, des amis de vos amis, des relations professionnelles un peu plus distantes mais néanmoins présentes.



Vous pouvez dessiner autant de bulles que vous le souhaitez. Par exemple, dans votre bulle « collègues de travail », vous pouvez faire trois branches pour subdiviser vos confrères en différentes catégories. Les anciens, ceux de votre quotidien, ceux d'une autre filiale de l'entreprise. Vous pouvez aussi inclure une bulle pour répertorier des personnes ayant un talent particulier avec lesquelles vous sentez un désir d'aller plus loin. Peu importe l'organisation de vos catégories, l'essentiel est de vous y retrouver. Avec un logiciel de votre choix (de type Mindmap), vous pouvez donner des mots clés à ces catégories et les repérer avec facilité quand vous devrez effectuer des mises à jour.

Celles-ci sont absolument nécessaires. Un réseau, c'est vivant. Vous y inclurez de nouvelles personnes, donc de nouvelles fiches. Vous devrez

écrire des informations supplémentaires sur vos relations au fil des rencontres. Vous choisirez aussi peut-être d'exclure des gens de votre Carte Réseau.

Organiser sa Carte Réseau requiert du temps au commencement, mais, ensuite, il suffit de quelques minutes ici et là pour la garder à jour. La première organisation est donc un investissement.

Je vous suggère de vous limiter à 10 à 20 contacts par bulle, pour un maximum de 100 à 125 contacts. L'objectif est de privilégier le qualitatif sur le quantitatif. On a beau avoir connu les 250 finissants de son programme universitaire, on ne va pas tous les inscrire dans sa Carte Réseau.

Réjean



SE CONNECTER AUX BÂTISSEURS

On n'avancera jamais aussi vite dans la jungle qu'en se connectant aux bâtisseurs ou, en d'autres mots, à ces animaux qui ont de gros arbres, de grands réseaux. Rapprochez-vous d'eux plutôt que de courir après dix animaux qui logent dans de petits arbres ! Vous serez beaucoup plus efficace.

Quand j'ai voulu prendre de l'expansion dans la région de Montréal avec Sushi Fly, je me suis lié à des partenaires qui devenaient sous-franchiseurs sur ce territoire et qui allaient ouvrir six comptoirs au cours de deux premières années de leur association. Puisque mes associés étaient très branchés dans le monde du *showbiz*, l'entreprise est devenue traiteur aux lancements de films et autres activités du genre, et a pu gagner l'appréciation des vedettes, dont certaines ont une grande influence. Seul, je n'aurais pas eu accès à ce milieu avec autant de facilité.

Réjean

Les bâtisseurs, vous en avez déjà dans vos réseaux. Prenez le temps de les repérer et ne ménagez aucun effort pour tisser des liens solides avec eux.

De plus, dites-vous que vous n'êtes jamais bien loin de ceux que vous ne connaissez pas encore mais que vous aimeriez rencontrer, cela vous rendra la perspective plus accessible. Selon la vieille théorie des six degrés de séparation lancée par l'écrivain hongrois Erigyes Karinthy en 1929, toute personne sur la Terre serait reliée à n'importe quelle autre par une chaîne de relations individuelles comprenant tout au plus cinq autres maillons. Dans le monde actuel, grâce à l'essor des technologies de l'information, le degré de séparation aurait diminué, passant de 6 maillons à 4,74 maillons. Ces données proviennent d'une étude menée par des chercheurs de l'Université de Milan sur un échantillon de 700 millions d'utilisateurs Facebook dans le but de vérifier la théorie[1].

Lors d'un cocktail où vous ne connaissez à peu près personne, vous apercevez la directrice des affaires publiques d'une grande société gouvernementale. Vous l'avez déjà croisée quelques fois, alors vous ne ratez pas l'occasion d'entamer un brin de conversation avec elle. « Bonjour !

1. Martin Untersinger, « Oubliez les 6 degrés de séparation, il y en a 4,74 », Le Nouvel Observateur, Rue89, 22 novembre 2011.

Content de vous voir ici aujourd'hui, ça fait un moment qu'on ne s'est pas vus. Comment allez-vous ? Est-ce que votre société participe à l'organisation de l'événement ce soir ? » Étant donné ses fonctions, cette femme possède un réseau immense et, si elle a été nommée à ce poste, c'est que ses aptitudes au réseautage sont plus élevées que la moyenne. Ainsi, elle se fera un plaisir de vous présenter aux personnes qui viendront vers elle. Sans passer une demi-heure seul à seul avec cette personne, vous ferez facilement, grâce à elle, quelques rencontres qui pourraient s'avérer profitables pour vous. Vous pourrez même lui demander de vous aider à aborder un participant avec lequel vous souhaitez discuter. En général, les gens sont ravis de pouvoir donner un coup de pouce.

De la même manière, vous chercherez à établir de bonnes relations avec les bâtisseurs avec lesquels vous avez des affinités. Vous n'imaginez même pas les portes qu'ils peuvent vous ouvrir ! Mais soyez délicat, souvenez-vous de ne pas exploiter les autres et de vous efforcer de montrer votre propre potentiel ainsi que votre volonté et votre capacité de vous rendre utile. Les bâtisseurs étant des gens très sollicités, ils ne passeront pas du temps avec vous uniquement pour vos beaux yeux et votre sourire. Ce dernier est un atout mais en soi insuffisant. Intéressez-vous à eux de façon sincère et, déjà, vous marquerez des points.

Surtout, ayez de l'audace ! Demander une rencontre avec un bâtisseur, c'est possible. Le pire qui puisse vous arriver, c'est d'essuyer un refus. Et alors ? Vous aurez essayé ! Il n'arrive rien à ceux qui restent les bras croisés. Oser, c'est se donner la chance d'obtenir ce que l'on souhaite.

Vous vous demandez quel type de personnes vous devez cibler pour agrandir votre réseau ? Voici **10 exemples de bâtisseurs** :

- les présidents d'entreprise ;
- les présidents de conseil d'administration ;
- les comptables, avocats et fiscalistes qui ont une clientèle privilégiée ;

- les directeurs d'agences de marketing ou de communications ;
- les propriétaires ou gérants de grands restaurants ;
- les propriétaires, gérants et concierges de grands hôtels ;
- les présidents d'associations bénévoles, professionnelles ou sectorielles (secteurs minier, manufacturier, immobilier, etc.) ;
- les agents d'artistes et producteurs de spectacles ;
- les élus et hauts fonctionnaires ;
- les gestionnaires de haut niveau.

ÉTAPE 2 : IDENTIFIER LES BÂTISSEURS

Une fois que vous avez placé dans une bulle toutes les personnes de votre réseau, identifiez les bâtisseurs, c'est-à-dire ceux qui ont une influence particulière dans leur domaine d'activité. Vous connaissez un président d'association ou de conseil d'administration, un entrepreneur qui réussit, un chercheur respecté, le patron d'un grand hôtel, un recteur, le chef des opérations d'une grande usine, le propriétaire d'une école de cuisine, le vice-président d'une firme d'ingénierie. Les bâtisseurs sont un peu partout et il y en a sans doute plus que vous ne l'imaginez dans votre propre cercle. Vous pouvez ajouter une bulle « Bâtisseurs » dans votre Carte Réseau (voir la page 47) ou attribuer ce mot clé à tous ceux que vous aurez placés dans les autres bulles et que vous considérez comme des bâtisseurs. Ensuite, donnez-vous comme objectif de rencontrer dans l'année deux ou trois de ces personnes.

ÉTAPE 3 : VOIR GRAND !

Une fois les gens de votre réseau existant répertoriés, et quelques bâtisseurs identifiés, prenez le temps de songer au réseau de vos rêves. Dessinez une bulle supplémentaire pour ces personnes dans votre Carte Réseau. Cela vous aidera à les visualiser. Pensez aux personnes influentes qui ne vous connaissent pas encore, mais avec lesquelles vous souhaitez établir des liens. Ces personnes devraient faire partie de votre stratégie de croissance, car elles pourraient vous aider à atteindre certains de vos objectifs. Commencez à imaginer un plan pour parvenir à vous présenter à ces gens. Quel animal pourrait vous prêter son arbre pour vous aider à vous y fixer et balancer votre liane vers ces leaders susceptibles de changer le cours de votre vie ? Gardez cette petite liste à portée de la main et revenez-y de temps à autre pour vous encourager à agir. Donnez-vous un an pour faire deux ou trois de ces rencontres qui vous importent. À la fin de l'année, évaluez vos avancées, mesurez vos succès.

MON ARBRE + TON ARBRE = SUCCÈS

Le fabuleux destin de Dominique Brown, président de Chocolats Favoris.

Des bâtisseurs qui allient leurs forces et partagent une vision commune, c'est un puissant moteur vers le succès. Au printemps 2014, l'entreprise Chocolats Favoris, glacerie-chocolaterie fort renommée à Québec, s'est associée à l'animateur Gino Chouinard de TVA. Celui-ci, qui avait approché et courtisé le président Dominique Brown pendant un an, est devenu ambassadeur de l'entreprise et a ouvert la première succursale de Chocolats Favoris dans la région de Montréal, à Boucherville. Déjà mordu des produits de l'entreprise, l'animateur a réalisé son rêve de posséder son magasin, avec un succès assuré. De son côté, Dominique Brown a compris qu'il pouvait accélérer la croissance de son entreprise en s'associant à un homme de grande notoriété désireux de s'investir dans cette mission.

Très vite, avant même l'ouverture du magasin, les produits de Chocolats Favoris étaient devenus un objet de désir pour de nombreuses vedettes du petit écran québécois. Gino Chouinard a eu la bonne idée de faire parvenir de la fondue au chocolat en conserve à des gens comme Véronique Cloutier avec des emballages personnalisés. Ces derniers se sont empressés non seulement d'y goûter, mais aussi de partager leur plaisir avec leurs milliers de fans. À l'ouverture, la communauté artistique a été invitée et, encore une fois, les réseaux sociaux ont amplifié ce grand partage de plaisirs. Dans les médias de l'empire Québecor, on a accordé une place de choix à la nouvelle aventure de Gino Chouinard dans la chocolaterie. Qui aurait pu espérer plus belle publicité ?

« C'était le plan, mais ça a marché plus fort que je l'avais imaginé, admet le président de Chocolats Favoris, Dominique Brown. Gino devient pour moi une courroie de transmission et un point d'accès à toute la communauté artistique et à celle des médias pour laquelle je n'avais aucune porte d'entrée. Là, j'en ai toute une : tout le monde le connaît et le respecte. Ça a été une façon importante d'augmenter mon réseau d'un point de vue marketing et développement des affaires. »

En raison de la récente notoriété de Chocolats Favoris hors de la région de Québec, beaucoup de gens s'adressent à Dominique Brown. Celui-ci garde toujours en tête qu'un réseau d'affaires est une mine de talents extraordinaire dont il a besoin pour faire croître son entreprise.

« La valeur d'une entreprise, c'est la qualité des gens qui la composent. Plus on a de gens qui sont bons, mieux ils travaillent ensemble et ont une vision claire, plus on a de succès. C'est bien LinkedIn pour recruter, mais tout le monde n'est pas membre de ce réseau, surtout dans mon domaine. Alors pour

joindre les gens de la glacerie, de la pâtisserie et de la chocolaterie, les contacts sont essentiels. »

Mal à l'aise dans les 5 à 7 et dans de nombreuses autres d'activités classiques de réseautage, Dominique Brown estime avoir du progrès à faire pour atteindre le niveau de Tarzan. De son point de vue, le réseautage est son point faible en affaires. Pourtant, instinctivement, il a utilisé ses habiletés naturelles à établir des contacts et cela a grandement contribué à sa réussite en affaires.

En 2000, quand, âgé de 21 ans, il a démarré Beenox, son entreprise de jeux vidéo, il a très vite constaté qu'il n'avait aucun contact dans son champ d'activité, ni au Québec ni ailleurs. Plutôt que de courir les 5 à 7 et les dîners de chambre de commerce, il a participé à des activités très ciblées comme des conférences et des foires commerciales dans le jeu vidéo. Il avait un produit à vendre, il prenait des rendez-vous individuels, il recroisait les mêmes personnes d'un événement à l'autre et, petit à petit, il s'est constitué un réseau.

« Un réseau d'affaires, c'est un peu comme une locomotive. Ça démarre très lentement et, à un moment donné, ça prend sa pleine vitesse et ça ne s'arrête plus », dit le jeune entrepreneur, devenu un centre d'attraction dès qu'il participe à une activité à Québec.

Même s'il a quitté le jeu vidéo pour la chocolaterie, Dominique Brown entretient toujours des liens solides avec le milieu dans lequel il a fait ses premières armes comme entrepreneur.

« Être en contact avec des gens de très haut niveau en affaires, même dans un domaine différent, amène souvent une autre façon de penser. Mon réseau d'affaires m'a toujours permis de faire plus. Je suis un décrocheur, je me suis fait expulser du

cégep – à raison – et, par la suite, mon entourage m'a permis de me développer. Quand j'ai vendu Beenox à Activision, j'avais 26 ans et, à l'époque, j'étais le plus jeune vice-président dans la boîte. Tout le monde avait au moins dix ans de plus que moi. À Los Angeles, j'ai été mis en contact avec des gens d'un calibre exceptionnel qui avaient siégé aux conseils d'administration de sociétés comme Pepsi. De voir comment ces gens me mettaient au défi et me questionnaient, comment ils réfléchissaient, a été très formateur. »

Aujourd'hui, quand des entrepreneurs à fort potentiel lui demandent conseil, Dominique Brown redonne ce qu'il a appris. Il prend connaissance des problèmes, pose les questions qui font réfléchir et guide des décideurs concernés vers leurs solutions.

Par ailleurs, il n'hésite pas à se servir de son réseau pour accéder à des personnes clés pour l'avancement de son entreprise. Par exemple, quand il a voulu faire entrer son chocolat à fondue en conserve dans les épiceries, il s'est arrangé pour rencontrer le président de Sobeys.

« Ce n'était pas le cas au début de ma carrière, mais aujourd'hui, je considère qu'il y a toujours quelqu'un dans mon réseau qui est connecté à la personne à qui je veux parler », dit-il.

Dominique Brown se sert donc de son audace mais aussi de son intuition dans le réseautage. Principalement pour repérer des talents.

« Dans ma vie quotidienne, je rencontre parfois des gens qui me frappent par un talent particulier. Celui-ci n'a peut-être aucun lien avec ce que je fais ou vais faire, je suis incapable de comprendre ce que cette personne m'apportera, mais je ressens qu'elle est exceptionnelle et ira loin. Donc, je m'assure de la

garder dans mon réseau et de construire ma relation avec elle. On rencontre des milliers de gens dans une année. S'il y en a deux ou trois qui nous frappent, il faut s'en rapprocher. Ces personnes deviendront un jour les meilleures dans leur domaine et elles auront bâti un réseau de contacts. On y aura alors accès, grâce à la relation établie avec elles quand elles étaient encore accessibles », remarque Dominique Brown qui raconte avoir été épaté par le talent de « mixologue » de Patrice Plante. Il s'est lié avec lui avant que ce dernier contribue au succès de L'Atelier, rue Grande-Allée à Québec, avant qu'il se mette à gagner des concours et à faire des chroniques à la télé. Qui aurait dit à l'époque que Plante concevrait les choco-cocktails des Chocolats Favoris, lancés à temps pour Noël 2014 ?



Tarzan se souvient :

- d'identifier ses contacts et de les classer ;
- de porter une attention particulière à l'identification des bâtisseurs ;
- de faire le ménage de sa Carte Réseau au moins une fois l'an.

chapitre 5

L'Échelle de RG : grimper dans la zone payante

L'**Échelle de RG** permet de classifier ses relations selon son degré de proximité avec les gens. À partir de la Carte Réseau, qui répertorie l'ensemble de vos contacts, vous allez attribuer à chacun d'eux l'échelon auquel il appartient.

Cet exercice requiert un peu de réflexion et de temps, mais grâce à la structure obtenue, vous aurez une vision très nette du monde qui vous entoure. Cela vous aidera à cerner où placer vos énergies. Vous classerez vos contacts, mais soyez rassuré, vous ne traiterez pas les gens comme des numéros !

LES 5 ÉCHELONS DE L'ÉCHELLE DE RG

N° 1 - Ce sont les personnes que vous n'avez rencontrées qu'une seule fois et que vous voulez connaître mieux. Elles vous apparaissent sympathiques et vous pensez pouvoir vous lancer dans des projets communs ou faire des affaires ensemble. Peut-être vous ouvriront-elles la porte à de nouveaux contacts ? Vous envisagez un début de relation avec ces personnes.

N°2 - Ce sont vos connaissances. Des personnes vues quelques fois et avec lesquelles vous échangez à l'occasion dans des événements, des activités ou sur les réseaux sociaux. Ce sont des gens que vous avez rencontrés au moins deux fois, des amis de vos amis, d'anciens collègues. Vous voyez chez ces connaissances un potentiel de client ou de fournisseur et vous commencez à le développer. Ce sont des gens avec lesquels vous avez pris la peine de faire un suivi.

N°3 - Ce sont vos clients ou fournisseurs. À ce degré de proximité, après quelques expériences professionnelles ensemble, vous commencez à vous fournir mutuellement des références et à recommander les produits et services de l'un et de l'autre à mesure que le lien de confiance entre vous grandit. Le lien est sympathique et professionnel. Une certaine réserve persiste toutefois dans les rapports interpersonnels ; ce n'est pas une relation de confidence ni même d'amitié.

N°4 - À cet échelon, vous entrez dans la zone payante. La relation d'affaires est devenue très solide ou alors vous êtes devenus des amis. Vous vous invitez à souper à la maison et vous envisagez même de partir en voyage ensemble. La proximité est suffisamment grande et le respect assez profond pour qu'il y ait un désir mutuel de vous entraider, de vous recommander des clients et fournisseurs ; vous avez à cœur le succès de l'autre.

N°5 - C'est le plus haut degré de proximité, celui de l'amour et des confidences. Donc, il s'agit du conjoint, des meilleurs amis et des parents avec qui vous entretenez une relation intime et sans secret. Vous ne gagnez pas nécessairement d'argent avec les n°5… Enfin, il se peut que vous soyez partenaires dans une entreprise avec un n°5 ou que vous soyez le patron ou l'employé d'un n°5, et cela peut très bien se passer. Toutefois, définissez alors de manière très claire les rôles de chacun et faites preuve de beaucoup de délicatesse pour préserver ce qui est le plus précieux entre vous : votre lien intime.



VOS CONTACTS SONT-ILS AUX BONS ÉCHELONS ?

Maintenant que vous avez réfléchi à la place de chacun de vos contacts sur l'Échelle de RG et que vous pouvez visualiser l'ensemble de votre réseau selon le degré de proximité vécue, vous êtes invité à une autre réflexion. Tous ces gens se trouvent-ils là où vous le souhaitez ? Voulez-vous vous rapprocher de certains ? Si oui, qui sont-ils ? Parmi eux, qui désirez-vous voir plus haut dans votre échelle et dans quel ordre de priorité ?

Dans le cadre de cette réflexion, vous constaterez sans doute que des personnes auparavant proches sont maintenant un peu éloignées de vous. Elles sont passées de l'échelon n°4 à l'échelon n°2 et cela vous attriste. Comment est-ce arrivé ? Un déménagement ? Une mésentente ? Le manque de temps ? Gardez à l'esprit qu'il n'est jamais trop tard pour reprendre contact !

MISE EN PRATIQUE

Dans cet exercice, vous dresserez la liste des contacts qui, selon vous, sont au mauvais échelon.

Une fois cette liste complétée, divisez-la en deux sections : la première est consacrée aux personnes que vous aimeriez voir remonter dans votre Échelle de RG et la seconde, à celles qui, peut-être, ne méritent plus autant de votre temps et que vous aimeriez placer plus bas dans l'Échelle. Peut-être entretenez-vous des relations plus ou moins satisfaisantes avec des personnes qui font partie de votre vie depuis longtemps mais avec lesquelles les échanges sont devenus peu intéressants ?

En visualisant ces listes, vous saurez où mettre un peu plus d'énergie pour avancer vers vos objectifs professionnels.



DÉVELOPPER SON RÉSEAU

Tout dépendant de là où vous vous trouvez dans votre carrière, vous devrez équilibrer le temps consacré à augmenter votre réseau et celui consacré à l'entretenir.

Je passe les trois quarts de mes activités de réseautage à l'entretien de mon réseau et le quart à sa progression. Par contre, si vous êtes en début de carrière, votre réseau est encore petit et vous devrez faire des efforts soutenus pour l'élargir. De la même manière, si vous occupez un nouvel emploi et travaillez au sein d'une entreprise qui œuvre dans une sphère d'activité très différente de celle où vous gravitiez avant, vous aurez à mettre les bouchées doubles pendant un certain temps du côté du développement. Même sans changer d'emploi, on doit parfois agrandir son cercle pour progresser en affaires. Par exemple, une entreprise spécialisée dans les drones de surveillance peut s'être fait connaître d'abord dans le secteur gazier et pétrolier, puis vouloir percer dans le marché agricole. Le président de cette entreprise doit nécessairement pénétrer un réseau tout à fait différent. Et il devra y mettre le temps requis. Au cours d'une certaine période, il pourra consacrer 75 % de ses efforts à la progression et 25 % à l'entretien de son réseau.

Réjean

Développer son réseau, ce n'est pas seulement y ajouter de nouvelles connaissances. C'est aussi faire gravir les échelons à ses connaissances, les n° 2, pour amener celles avec qui on a déjà procédé à un suivi vers la zone payante n° 4. Certains des n° 4 ne sont pas des clients ou fournisseurs mais des personnes entre lesquelles existe une relation d'entraide. Dans un monde idéal, donc, on vise cette zone. On garde aussi à l'esprit que les n° 1 ne restent pas longtemps sur la Carte Réseau. Si le potentiel de monter au n° 2 est inexistant, on élague les branches de la Carte, tout simplement. Il faut toujours se demander ce qu'on peut bâtir avec une personne et, si on ne voit rien, on peut l'écarter – à moins de ressentir au fond de soi, qu'un jour, la relation portera fruits.

EXERCICE

Visualisez la liste de toutes les personnes des échelons 3 et 4 de votre Carte Réseau. Demandez-vous quelle collaboration supplémentaire vous pouvez développer avec eux. Songez aussi à la façon dont ils pourraient vous aider à atteindre vos objectifs. Cette réflexion est nécessaire à l'élaboration d'une stratégie gagnante. Nous avons écrit précédemment qu'il faut donner pour recevoir, et cela demeure juste. Toutefois, sachez ce dont vous avez besoin et de qui vous pouvez et souhaitez le recevoir. Ensuite, demandez… sans oublier d'être généreux en retour!

ENTRETENIR SON RÉSEAU

Les relations auxquelles on ne consacre pas de temps sont appelées à s'éteindre. À chaque début ou fin d'année, vous devriez réviser votre Carte Réseau. Y a-t-il eu des changements ? Des n°4 ont-ils régressé en n°2 ? D'autres ont-ils progressé ?

Il y a obligatoirement des modifications dans une année ! Mettez-vous à jour. Avez-vous oublié de voir ou de contacter certaines personnes au cours de ces 12 derniers mois ? Si oui, reprenez contact, prévoyez un lunch, ou, à tout le moins, envoyez un courriel pour montrer que vous pensez toujours à elles.

Une fois par mois, donnez-vous des objectifs. Faites-en le tour. Qui devriez-vous rencontrer dans votre réseau ce mois-ci pour avancer vers vos buts ou simplement pour entretenir vos relations ? Passez à l'action, prévoyez des rendez-vous, distribuez des informations pertinentes ou donnez un coup de pouce ! Une employée est enceinte de jumeaux et cherche des articles usagés pour limiter ses dépenses ? Ça tombe bien, votre meilleure amie est en train de vendre son lit de bébé, sa poussette et sa chaise haute. Vous les mettez en relation.

Vous n'êtes pas en train de signer un contrat lucratif grâce à ce geste, mais vous vous êtes rendu aimable, et ces personnes s'en souviendront. Un jour, elles seront ravies de vous être utiles à leur tour.

Ces petits gestes peuvent parfois être tout simples, comme envoyer un texto à une connaissance peu de temps avant un moment important pour elle (une transaction qui doit avoir lieu, une rencontre d'affaires importante, etc.). Par ces attentions particulières, vous ne faites que renforcer les liens qui vous unissent à ces personnes et vous vous manifestez à un moment où les autres ne le font pas forcément (contrairement au jour d'anniversaire).

COMMENT CHASSER DANS LA JUNGLE SANS RATER LA CIBLE avec Alain Parrot

Alain Parrot est chasseur de têtes. Son travail repose sur le réseautage. La valeur de Parrot Sélect tient au réseau de 5 000 personnes qu'il a su bâtir. Dans son domaine, la quantité de contacts a beaucoup d'importance.

« Je suis travailleur autonome, j'ai réalisé 150 mandats en 15 ans », dit celui qui recrute des cadres pour les assurances Desjardins, la multinationale GlaxoSmithKline, fabricant de vaccins antigrippe à Québec ; le géant helvético-suédois ABB qui œuvre dans les technologies de l'énergie et de l'automation ; et de plus petites sociétés qui cherchent des têtes fortes, comme Opération Enfant Soleil qui recueille 20 M $ de dons par année.

Au printemps 2014, monsieur Parrot cherchait un vice-président pour CAA-Québec. Il devait vérifier quelles personnes, dans son réseau, connaissaient l'industrie automobile et les besoins des membres d'un club.

« Dans mon réseau, j'ai identifié quelques personnes susceptibles de m'amener vers d'autres qui connaissent cela et qui font bien leur travail. Par exemple, le directeur du Réseau de transport de la Capitale, qui est dans mon réseau, a passé sa vie dans l'industrie du transport. Il m'a dit d'appeler Untel et Untel et ainsi j'ai créé une nouvelle grappe de relations. Je sais comment m'y prendre maintenant. Je ne veux pas parler à 2000 personnes, mais aux 10 bonnes personnes. En faisant bien ça, j'ai trouvé les bons candidats au bout de trois semaines environ », raconte le chasseur de têtes.

Diplômé en relations industrielles de l'Université Laval, monsieur Parrot a travaillé en ressources humaines dans différentes sociétés au début de sa carrière. En 1985, alors que s'ouvrait le Parc technologique du Québec métropolitain, monsieur Parrot était employé au Centre de recherche industrielle du Québec. Il a dû chercher dans le monde entier pour trouver des scientifiques dans le domaine des sciences appliquées, car il n'y en avait pas encore au Québec. C'était pour lui le début du recrutement par réseau, mais il ne savait pas comment s'y prendre. Il ignorait totalement où trouver un spécialiste en biotechnologie !

« On perdait du temps, on parlait aux mauvaises personnes, on se perdait, on trouvait des gens parfois, mais sans savoir si c'étaient les meilleurs. Donc, on avançait à tâtons. Comme d'autres le font encore aujourd'hui, d'ailleurs. »

Cette expérience a permis à Alain Parrot d'apprendre et de saisir que la structure dans le réseautage est un outil essentiel à l'avancement. Il a compris aussi la nécessité d'avoir parmi ses contacts des personnes clés.

« Selon moi, chaque personne, dans son propre réseau, familial, amical, sportif ou professionnel, devrait apprendre qui sont

ses Guy Laliberté. Qui sont les personnes clés dans mon réseau selon mes projets ? Quand on a accès à un Guy Laliberté dans son cercle, on a accès par lui aux *top 20* des joueurs clés dans son domaine. »

Quand il a décidé de fonder Parrot Sélect en 1999, Alain Parrot a dressé la liste des personnes clés dans son réseau. Il s'est demandé qui pouvait lui donner du travail et qui pouvait l'amener vers des candidatures de haut niveau.

« Je les ai approchées et leur ai parlé de mon projet de devenir recruteur, puis je leur ai demandé ce qu'elles en pensaient. Non seulement elles en pensaient du bien, mais elles m'ont annoncé qu'elles seraient mes clientes. Donc, avoir des gens d'influence dans mon réseau m'a permis de commencer à travailler tout de suite », affirme Alain Parrot.

Le chasseur de têtes a aussi renoué avec beaucoup de personnes qu'il connaissait depuis des années mais qu'il ne voyait plus ou peu. Pouvoir proposer à ses clients des candidats en qui il avait confiance parce que le lien était déjà établi s'est avéré un atout considérable.

« La valeur commerciale d'un réseau se situe aussi beaucoup dans le passé. On pense énormément au futur, avec qui on voudrait établir des liens, mais on oublie souvent ceux qu'on connaît, qui nous connaissent, avec qui la confiance est établie et la relation, amicale et profonde. »

Au fil des ans, le réseau de monsieur Parrot a continué de grandir, avec de nombreuses ramifications à l'étranger. Pour s'y retrouver, le chasseur de têtes a senti le besoin de structurer son réseau. Il a créé une banque de données, avec des fiches sur chaque contact, et il utilise un système de gestion de données, comme une grande entreprise le fait pour répertorier ses

clients et fournisseurs. À l'instar de Réjean Gauthier, monsieur Parrot catégorise ses contacts et il a établi que chacun devait entendre parler de lui au moins une fois l'an. Dans le cas des gens d'influence, c'est davantage.

« La force est dans le suivi. Les personnes influentes, une fois que je les connais, si je n'entretiens pas de lien avec elles, rien ne se passe. Mais si j'en rencontre 40 par année et que ce sont les bonnes, mon réseau n'est pas 40 personnes, mais peut-être 4000. Si j'en prends conscience, je n'ai pas à parler aux 4000. Mais mes personnes influentes, je dois leur dire merci, leur exprimer ce que j'ai appris d'elles, ce qu'elles m'ont apporté, avoir de la gratitude. »

« Le simple fait de faire confiance à quelqu'un le gratifie. C'est très sentimental, les affaires, au fond ! Je sais qu'en appelant quelqu'un, si j'ai "la bonne job" à lui offrir, celle qui donne le plus de bonheur, je viens de le toucher profondément. Je lui apporte ce qu'il désire ! »

Aujourd'hui, Alain Parrot consacre 20 % de son temps à l'entretien de son réseau, souvent en rencontrant les gens, en personne, ce qu'il préfère. Il a remarqué qu'il faut trouver ses moyens, les plus naturels pour soi. « Quand on envisage le réseautage comme une tâche, c'est moins facile. Cela dit, on fait tous du ménage dans nos maisons sans aimer ça, mais on est content une fois le travail fini. Parfois, c'est la même chose avec le réseautage : il faut accepter qu'il fasse partie de notre emploi du temps. »

Il faut aussi prévoir s'en occuper, même dans les périodes où notre activité professionnelle devient très intense. Autrement, si on travaille très fort pendant des mois sans établir de contacts, on peut tomber dans un vide », remarque le chasseur de têtes.



Tarzan se souvient :

- de catégoriser ses relations ;
- de faire progresser ses relations dans l'Échelle de RG ;
- de développer et d'entretenir son réseau ;
- de songer à ce qu'on veut faire avec les autres ;
- d'user de stratégie pour atteindre ses objectifs.

chapitre 6

Techniques koala pour se rapprocher des gros arbres

Garder le contact avec les gens,
ce n'est pas le travail des autres mais le nôtre.
— Jeffrey Gitomer, *The Little Black Book of Connections*

Une fois que vous avez identifié les personnes dont vous souhaitez vous rapprocher en priorité parce qu'elles peuvent contribuer à l'atteinte de vos objectifs, vient le temps d'imaginer les stratégies de rapprochement. Vous devrez le faire aussi pour chaque nouvelle rencontre qui représente un potentiel, car, bien sûr, vous ne deviendrez pas proche des 20 ou 30 personnes que vous aurez rencontrées dans une semaine. Vous en sélectionnerez certaines, puis ce sera à vous d'agir. Et n'oubliez pas : vous ne pouvez compter seulement sur la chance ou attendre qu'on vienne vous voir parce que vous croyez avoir été aimable. Vous devez agir !

Il faut réfléchir aux actions à entreprendre et rester à l'affût de toutes les occasions qui se présentent. Surtout celles qui permettent de côtoyer des animaux possédant les plus gros arbres.

Quand j'ai envisagé d'ouvrir une section du Cercle Kaizen à Lévis, j'ai vu la nécessité de tisser des liens plus étroits avec les gens de cette ville. La meilleure manière d'y parvenir était de participer

à des événements majeurs du milieu des affaires lévisien. J'ai donc envisagé de me rendre à la soirée des Pléiades, le gala des prix de la Chambre de commerce de Lévis.

En parlant de mon projet à un comptable de mon réseau de contacts, j'ai eu la chance d'être invité par ce professionnel. Le cabinet de comptables avait acheté les billets pour toute une table, et j'ai été aussi convié à un 5 à 7 dans les bureaux de la firme. J'aurais pu me contenter d'assister à la soirée, en me disant que mon objectif était de faire beaucoup de rencontres dans le cercle lévisien. Mais j'ai vu les avantages que j'aurais à me présenter au 5 à 7, dans un cadre plus intime, où je serais en contact étroit avec une partie du réseau du comptable. J'y ai rencontré la vice-présidente régionale d'une banque qui souhaitait embaucher des conférenciers en vente et en réseautage ainsi qu'un expert en taux hypothécaires désireux de se joindre à un cercle d'affaires. J'ai pu aussi inviter des adjoints de mon hôte à mes ateliers de réseautage, de manière à faire connaître mes services. Du temps bien investi ! En profitant de cette occasion de rapprochement avec le comptable, j'ai eu une soirée productive.

Une fois arrivé au gala des Pléiades, j'ai distribué des poignées de main et des sourires partout, constatant que mon réseau était plus grand que je ne l'imaginais et que celui-ci s'étendait même en dehors de ma ville, Québec.

Réjean

ACHETER DES PRODUITS ET SERVICES

Consommer les produits ou les services d'un contact est une des manières les plus faciles de se rapprocher. C'est un geste qui témoigne de votre appréciation de l'autre, qui montre que vous l'encouragez et que vous

contribuez à son succès. Cela génère une forme de reconnaissance et invite l'autre à vous aider à son tour, selon ses possibilités.

Par exemple, si votre objectif est de recevoir une commandite d'un restaurateur pour l'équipe de soccer locale, à moins que ce commerçant ne soit un grand partisan de soccer ne regardant pas à la dépense, vous avez de bien meilleures chances de succès si vous êtes son client régulier.

RECOMMANDER DES CLIENTS

Diriger des clients vers une de ses relations est une stratégie de rapprochement très efficace. Toutefois, cela exige un lien de confiance très solide et une réelle proximité. Vous vous feriez beaucoup de mal à envoyer une de vos relations vers un mauvais fournisseur.

Auparavant, testez vous-même les produits ou les services ou assurez-vous auprès d'une bonne relation que ceux-ci sont fiables. Car si vous recommandez une personne peu digne de confiance, votre réputation en souffrira. On se mettra en colère contre vous si le fournisseur n'est pas méticuleux ou offre un service à la clientèle de faible qualité.

Par contre, si vous recommandez un fournisseur de produits ou services compétent, vous obtiendrez la reconnaissance à la fois du fournisseur et de la personne à qui vous l'avez envoyé. Prenez bien soin de prévenir le fournisseur que vous avez recommandé ses services à monsieur Gingras, dites-lui que celui-ci le contactera sous peu. Indiquez à monsieur Gingras de préciser au fournisseur que c'est vous qui l'avez conseillé. Ainsi, vous vous assurez que monsieur Gingras obtiendra un service de qualité et que votre bon geste sera connu de part et d'autre.

Cela fait très plaisir de savoir qu'on est apprécié au point d'être recommandé à d'autres. Les personnes qui reçoivent ce cadeau sont en général encouragées à en faire autant, car elles ont, en quelque sorte, une dette émotive.

Cela dit, vous recommandez quelqu'un d'abord parce que vous avez envie d'aider, alors n'ayez pas trop d'attentes à l'égard des autres. Ils ne sont peut-être pas tous des *Tarzan-héros-du-réseautage !* Et si jamais vous encouragez plusieurs fois un fournisseur par vos recommandations sans jamais obtenir de retour d'ascenseur de sa part, peut-être choisirez-vous d'en aider une autre.

D'autre part, personne ne doit s'attendre à ce que vous lui ouvriez les portes de tout votre réseau, seulement parce qu'il vous achète aussi des produits ou services et parce qu'il les préconise.

Dans le référencement, allez-y à votre rythme et selon ce qui vous paraît raisonnable. Vous ne ferez pas nécessairement de la publicité pour un fournisseur sur les réseaux sociaux, sauf en de rares occasions. Vous risqueriez d'agacer beaucoup de monde à annoncer les « merveilles » de Pierre, Jean, Jacques.

Recommandez plutôt un fournisseur à des gens de votre réseau dont vous connaissez le besoin pour ce produit ou service. En d'autres mots : faites du marketing ciblé !

Le référencement implique parfois la difficulté de choisir. Par exemple, si vous avez dans votre réseau trois ou quatre comptables dignes de confiance, qui allez-vous recommander ? Comment le faire sans froisser les autres ? L'honnêteté et l'ouverture sont vos meilleures alliées dans ce type de situation.

Ne promettez jamais à une de vos relations que vous lui amènerez des clients et expliquez vos choix si le cas se présente. Par exemple, dites à vos amis comptables que vous les recommandez à tour de rôle. Ou alors selon leur spécialisation ou leur type de personnalité, afin de trouver le meilleur jumelage possible avec la personne ayant besoin d'un comptable.

Tous les lundis, je regarde ma Carte Réseau et choisis quelqu'un que je peux aider. Je me fais un devoir de lui recommander un client, de lui offrir une sortie qui lui procurera un moment de détente ou de transmettre à mes amis Facebook les différentes demandes des gens de mon réseau.

Soyez sincère dans votre désir de soutenir une personne, tout en gardant à l'esprit que ce geste généreux vous sera rendu d'une autre façon. Dans cette perspective, optez pour des choix stratégiques. Vous donnerez d'abord un coup de main à quelqu'un dont vous souhaitez vous rapprocher au cours de l'année ou que vous aimez beaucoup.

Réjean

LA GRATITUDE

Si facile à oublier et pourtant si agréable et payante, la gratitude ! Aucun être humain n'est insensible à la reconnaissance. Ce geste gratuit a le pouvoir d'allier les autres à votre cause.

N'oubliez jamais de remercier et faites-le d'une manière distinctive le plus souvent possible. Un petit courriel pour dire : « Merci pour le lunch, j'ai passé un très beau moment. À bientôt. » ou « Merci de m'avoir donné l'occasion de collaborer avec votre organisation, ce fut une expérience très enrichissante. Au plaisir de recommencer ! » Voilà des remerciements classiques qui feront bonne impression. Mais si vous désirez marquer les esprits parce que vous êtes particulièrement content, que vous êtes en mode séduction ou que vous voulez montrer à l'autre qu'il compte désormais beaucoup pour vous, envoyez une jolie carte de remerciement par la poste, un bouquet de fleurs, des chocolats, une bouteille de cidre de

glace ou une paire de billets pour un spectacle. Il existe mille manières d'être gentil !

Le président de Tristan, Gilles Fortin, offre périodiquement à ses amis un cadeau inoubliable. Chaque année, avant Pâques, il reprend une tradition familiale et fait fumer du jambon selon une recette héritée d'un grand-oncle. Il leur envoie des tranches de jambon fumé couchées sur des glaçons, le tout scellé sous vide, dans une très jolie boîte. Accompagnée d'une note racontant l'histoire de la tradition, les personnes qui reçoivent ce cadeau se sentent privilégiées, car proches de cet homme généreux et jovial, qui a investi de son temps pour leur faire plaisir.

Si votre passe-temps est la photo ou le dessin, joignez aux cartes une de vos œuvres, par exemple. Ne soyez pas gêné ! La reconnaissance personnalisée marque plus profondément le cœur de l'autre que la reconnaissance convenue. Bien sûr, réservez ces attentions particulières aux personnes vraiment importantes pour vous, sinon elles perdent leur impact ; sans compter que vous devez gérer votre temps de manière efficace.

On manifeste sa gratitude lorsqu'on a été invité, lorsqu'on a été recommandé par quelqu'un ou lorsqu'on est satisfait d'une prestation de services ou d'une livraison de produit. Il est essentiel aussi de marquer sa reconnaissance quand on nous encourage dans une activité, quand on nous rend service, quand on fait la promotion de nos affaires, quand on nous consacre du temps ou qu'on nous prodigue des conseils. Les occasions sont multiples, mais dans ce monde en accéléré, bien des fois la gratitude tombe dans l'oubli ou est réduite à sa plus simple expression.

Prenez le temps de bien remercier. Dites à l'autre ce que son aide vous a apporté, ce qu'elle a changé pour vous. L'impact sera bien plus fort que si vous vous contentez d'un bref merci dans la froideur impersonnelle d'un courriel.

Tarzan aime

Kelly-Ann et Philippe ont décidé de changer de voiture et se sont rendus chez un concessionnaire pour acheter un modèle hybride. Il y avait beaucoup de monde ce soir-là et on leur a envoyé un stagiaire pour s'occuper d'eux. Celui-ci n'avait été formé que pour vendre les modèles de voitures les plus populaires, dont les modèles hybrides ne faisaient pas partie. Aussi, il ne possédait pas toutes les réponses à leurs questions. Au lieu de dire n'importe quoi, le stagiaire est allé chercher le directeur des ventes pour se faire prêter main-forte. Ce dernier a laissé son stagiaire effectuer presque toute la transaction, n'intervenant qu'en cas de doute ou d'un manque de connaissances du jeune homme.

Kelly-Ann et Philippe ont dû se montrer un peu plus patients que s'ils avaient eu affaire à un vendeur d'expérience, mais le jeune homme était si heureux de vendre son premier véhicule de catégorie supérieure qu'il a eu le réflexe de se montrer généreux en retour. En parlant avec le couple, le Gaspésien d'origine a découvert que ses clients étaient des amoureux de la région. Pour leur témoigner sa reconnaissance, il leur a offert de leur livrer à la maison du homard pêché par son père.

Flattés, charmés et impressionnés, Kelly-Ann et Philippe ont témoigné à tout leur entourage de la gentillesse et du professionnalisme du stagiaire ; une excellente publicité pour lui et pour le concessionnaire. Quand Kelly-Ann et Philippe devront changer de voiture, à coup sûr, ils penseront à négocier avec ce jeune homme.

COMPLIMENTER

On oublie bien souvent la puissance d'un compliment. Quel être humain, en effet, n'est pas à la recherche d'une forme de reconnaissance ? Se faire

dire que notre travail est parfait, que notre idée est géniale, que notre persévérance est exemplaire, que notre détermination est sans faille, que notre coiffure nous rajeunit ou que nos enfants sont magnifiques, cela fait toujours plaisir. Mais bien honnêtement, combien de fois par jour recevez-vous un compliment ? C'est si rare que vous remarquerez vite celui qui aura la gentillesse de vous féliciter.

SOULIGNER SES POINTS COMMUNS

Les humains sont ainsi faits qu'ils aiment fréquenter les personnes avec qui ils ont des points communs, qu'ils partagent des envies, des loisirs, des goûts, une situation familiale, des études ou un coin de pays. La communication s'établit beaucoup plus facilement quand on a le sentiment de partager quelque chose de particulier avec l'autre.



Cherchez vos similitudes avec les autres animaux. Les panthères et les lions ne vivent pas ensemble, mais ils appartiennent à la même famille et ont le même attrait pour la chasse. Vous adorez le hockey et votre client s'intéresse plutôt au tennis ? Soit, mais vous avez en commun de vous passionner pour le sport professionnel. Tentez toujours de trouver le point de ralliement plutôt que les différences. Ainsi, vous aurez quelque chose à dire aux autres et vous renforcerez vos liens.

UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX

Devenir un ami Facebook ou une relation LinkedIn, c'est montrer son intérêt pour l'autre et c'est aussi une excellente façon de mieux le connaitre, d'interagir avec lui et de ne pas vous faire oublier ! Une fois l'invitation acceptée, vous avez un accès privilégié à une nouvelle personne. Profitez-en ! Vous pourrez même l'inviter à joindre certains groupes de discussion sur LinkedIn.

SE TENIR AU COURANT DES ÉVÉNEMENTS

Dans la jungle, soyez comme un oiseau, survolez le territoire du haut des airs pour surveiller ce qui se passe et déterminer où vous avez intérêt à vous poser. Il s'agit d'être à l'affût des événements qui se déroulent dans votre ville. Un dîner-bénéfice, un colloque, une foire d'entrepreneurs, un salon d'habitation, une soirée de remise de prix, un vernissage ; qu'importe, mais soyez attentif et tenez votre agenda à jour. Surveillez qui sont les présidents d'honneur et quelles personnes vous risquez de rencontrer à telle ou telle activité. Courez-y si elle vous donne l'occasion de tomber sur le bâtisseur avec lequel vous désirez établir un contact.

REPRENDRE CONTACT

Au cours de la vie, il est normal de voir son entourage changer, car on chacun évolue à son rythme. Tout à coup, les amis, les collègues ou les partenaires ne sont plus là. Parfois, on fait des choix, conscient de privilégier certaines de ses relations parce qu'elles correspondent à des besoins et des désirs précis. Toutefois, ces derniers sont appelés à changer. À 25 ans, en début de carrière, tout est à bâtir. À 50 ans, un impressionnant réseau peut s'être construit, mais est-il encore en lien étroit avec sa position actuelle ou celle vers laquelle on se dirige ? Aurait-on intérêt à renouer avec des relations du début de carrière, par exemple ?

Si on ne prend pas la peine d'y réfléchir, nos choix sont plutôt inconscients. Par manque de temps, on voit moins fréquemment telle personne avec qui on avait pourtant beaucoup de plaisir. Elle se tourne vers d'autres sans qu'on s'en aperçoive, et la voilà sortie du cercle. Tient-on à renouer avec elle et pour quelles raisons ? Même si l'impact immédiat du renouement n'est pas perceptible, on peut garder une affection pour cette personne et se dire qu'on ne sait jamais quand ce lien portera de nouveau ses fruits.



Mis à part pour certaines relations évidentes, lorsqu'on fait de nouvelles connaissances, on peut avoir tendance à laisser aller les choses en négligeant de s'assigner des priorités. Désormais, avec la Carte Réseau et l'Échelle de RG, vous avez les outils idéaux pour faire des choix conscients, en toutes circonstances. Des choix conscients et stratégiques.

Il existe toutes sortes de façons de renouer, certaines plus habiles que d'autres. Téléphoner à froid ?

« Salut ! On n'a pas fait d'affaires ensemble depuis bien longtemps ! Il serait temps de recommencer ! »

Ce genre d'intervention risque de vous amener tout droit vers un mur. Que savez-vous du désir de l'autre de reprendre contact ? Peut-être est-il fâché à propos d'une vieille histoire ou simplement n'a-t-il aucun intérêt pour vous à présent. De toute manière, ce type d'approche donnerait

l'impression que vous manquez de clients et que vous êtes prêt à tout et n'importe quoi pour en obtenir.

Pour renouer, les réseaux sociaux se révèlent d'une grande utilité. Ils permettent de retrouver quantité de gens dont on a perdu la trace. Ensuite, envoyer un message à une vieille connaissance par ce moyen permet de vérifier la température de l'eau avant de se mouiller. C'est aussi une manière d'éviter une possible gêne susceptible de faire dérailler le processus. En outre, puisque désormais vous ignorez tout des habitudes de vie de cette relation négligée, le message a l'avantage de pouvoir être lu à un moment approprié pour le destinataire, ce qui n'est pas le cas avec un appel téléphonique, potentiellement dérangeant.

En approchant votre ancienne relation, pensez à mettre en relief ce que vous partagiez autrefois d'agréable. C'est là votre meilleur atout pour susciter un regain d'intérêt chez l'autre.

« Salut, Étienne, ça fait longtemps qu'on ne s'est pas vus. Trop longtemps ! Je pensais à toi l'autre soir en regardant une vidéo de David Bowie à la télé. Te rappelles-tu quand on allait voir des spectacles ensemble ? Ces moments-là me manquent ! J'ai des billets pour un spectacle en hommage à Bowie le 13 mai, aurais-tu le goût de m'accompagner ? »

Cette approche amicale et généreuse a toutes les chances de vous ouvrir des portes ! Vous vous souvenez de ses goûts musicaux et du bon temps passé avec lui. Vous manifestez un désir de le revoir et vous lui offrez quelque chose qu'il aime. S'il accepte, il sera toujours temps plus tard de parler affaires.

Voici un autre exemple.

Rosie a rempli un mandat d'animation pour une association il y a quelques années. L'expérience s'était révélée agréable et appréciée par l'équipe des communications et par la direction, qui ont louangé ses talents d'oratrice. Rosie a toutefois négligé de rester en contact. Elle a même omis d'envoyer une carte de remerciement à ces gens qui avaient pris le risque de lui faire

confiance. Et ce, simplement parce que ses efforts n'étaient pas concentrés sur le développement de son activité dans ce domaine.

Toutefois, deux ans plus tard, elle s'est rendu compte qu'elle aurait aimé de nouveau obtenir de tels mandats. Elle a dû repartir de zéro, puisqu'elle n'avait plus de contacts. En effectuant quelques recherches, elle a constaté que la directrice des communications de l'association travaillait désormais dans une autre entreprise. C'était l'occasion idéale pour Rosie de lui envoyer un message pour l'inviter à se joindre à son réseau LinkedIn.

« Bonjour, je vois que vous avez choisi de relever de nouveaux défis. Sont-ils à la hauteur de vos aspirations ? Je garde un agréable souvenir de notre collaboration il y a deux ans et, franchement, ça me ferait plaisir de vous revoir et, qui sait, de collaborer de nouveau. »

Vous pouvez aussi organiser des retrouvailles pour reprendre contact avec des personnes disparues de votre cercle. Qui sait sur quelle mine d'or vous tomberez ? Des gens perdus de vue depuis 20 ans occupent peut-être des postes clés aujourd'hui. Débordez du cadre scolaire en pensant à des retrouvailles. C'est aussi une bonne initiative d'inviter les personnes avec qui vous avez fait du patinage artistique pendant dix ans ou celles qui ont suivi vos cours de danse à une autre époque.

J'ai eu cette idée pour renouer avec les élèves de mon ancienne école de karaté. J'ai créé une page Facebook souvenir, sur laquelle j'ai publié des photos des voyages que nous avons faits lors de compétitions et sur les victoires que nous avons remportées. En misant sur de beaux souvenirs favorisant un sentiment d'appartenance, j'ai ainsi recréé un lien et repris contact avec ces personnes au cours d'une soirée qui mettait en valeur les moments intenses que nous avions partagés.

Réjean

UN FRONT DE BŒUF DANS LA JUNGLE ! Avec FRANÇOIS DUCHARME, président de TACT Intelligence-Conseil

François Ducharme a fondé TACT Intelligence-Conseil, à Québec, à la fin de 2011, et, en deux ans, son entreprise de conseil en relations publiques et affaires publiques et gouvernementales est passée de 3 à 35 employés. Ses clients se nomment Labatt, Gaz Metro, IGA, Ubisoft et Banque Laurentienne. Une ascension fulgurante dans les communications stratégiques au Québec.

Ce qui explique en partie le succès de TACT, c'est la valeur du réseau de contacts de François Ducharme et de ses associés. Monsieur Ducharme a une longue expérience d'entrepreneur dans son secteur. Il a fondé Ducharme Perron en 1986 et s'est associé à BDDS, puis à Hill & Knowlton. Des années à bâtir des liens.

Paradoxalement, l'entrepreneur déteste les événements publics, les cocktails et le golf ! Il les évite le plus possible, mais quand il est obligé d'y aller, il passe en coup de vent. Son réseau, il l'a construit autrement, grâce à son front de bœuf.

« Quand j'ai envie de rencontrer certaines personnes, je les appelle et leur dis que je souhaite les voir. Je suis mieux connu dans le milieu des affaires aujourd'hui, alors c'est plus facile, mais je l'ai fait dès le début. Des *cold calls* ! Ça marche presque toujours. Les gens trouvent ça éminemment sympathique. Aujourd'hui, le courriel est un moyen extraordinaire de faire ça, car il est gratuit et n'éveille pas de barrière émotive. »

François Ducharme s'est toujours dit que les gens aimaient les gens, et cela lui a donné l'audace de foncer.

« Après, il faut être intéressant. Si je voulais rencontrer Alain Lemaire de Cascades, je lisais sur son entreprise et m'informais sur ses défis, afin d'être pertinent. Sans doute qu'au début il y a eu une sorte de syndrome du petit gars sympathique, mais ça a fonctionné. »

En tant que patron, il encourage ses employés à utiliser la même méthode. Quelques jours avant l'entrevue, deux de ses directrices étaient revenues d'un dîner encan où la présidente de la Financière Sun Life, Isabelle Hudon, vendait aux enchères un souper chez elle entre femmes d'affaires. Les deux directrices avaient misé jusqu'à 2000 $ sans gagner le souper convoité. Puisque madame Hudon avait prononcé, au cours de cette activité, un discours sur la nécessité d'oser, François Ducharme a suggéré à ses directrices d'écrire à la présidente un courriel sympathique reprenant l'idée maîtresse de son discours et évoquant le désir de faire connaissance avec elle. Madame Hudon n'a pas tardé à répondre et à planifier un lunch !

Même s'il a privilégié les entretiens en tête à tête, François Ducharme a constaté que cette façon de faire lui amenait des gens par grappes. Une rencontre ouvre souvent la porte sur une partie du réseau de l'autre. D'ailleurs, mettre les gens en relation est devenu une de ses spécialités. Il aide souvent ses clients parce qu'il sait voir les partenariats d'affaires possibles entre eux. Par exemple, la Daishowa avait une difficulté à se défaire d'un type de résidu de ses opérations. S'informant de la valeur calorique du résidu, monsieur Ducharme a demandé à un dirigeant de l'entreprise s'il avait déjà songé à le faire brûler à la cimenterie plutôt que de payer pour en disposer. Alors, il a mis en lien les personnes responsables de la valorisation énergétique de la société Daishowa et de Ciment St-Laurent, et ces personnes ont ensuite travaillé ensemble pour leur bénéfice mutuel.

« Dans les deux cas, c'était : merci François ! Et tout à coup, je faisais partie de ce qu'un collègue appelle "l'ensemble évoqué", donc j'existais dans leur esprit en tant que personne utile. Nous collaborons souvent avec des présidents ou vice-présidents d'entreprises et, ce qui compte, c'est de devenir des conseillers sur toutes sortes de choses, de vendre nos bonnes idées plutôt que des connaissances techniques. »

François Ducharme a aussi travaillé pour agrandir son réseau en s'investissant dans sa communauté. Il fait partie des conseils d'administration de la Chambre de commerce et d'industrie de Québec, de J'ai ma place et du Rendez-vous naval de Québec. Les relations tissées dans le premier C.A. l'ont amené au deuxième, et ainsi de suite.

« On peut faire partie de conseils d'administration et ne rien faire avec les personnes qui y siègent, mais moi, j'essaie d'aller plus loin dans ma relation avec les administrateurs. Je tente de les connaître, de leur envoyer des informations, de susciter des rencontres. »

Le président de TACT Intelligence-Conseil admet volontiers ne pas être structuré pour effectuer ses suivis et considère qu'il devrait l'être davantage. Mais il a une façon spontanée de rester en contact avec son réseau. Comme il lit beaucoup d'informations et s'abreuve à une multitude de sources, on trouve difficilement mieux « branché » que lui. Aussi, il ne rate pas d'occasion de faire circuler un article intéressant.

« Si je lis un article sur les OGM, je le fais suivre au président de Sobeys. C'est mon client et je sais qu'il aime ces sujets. J'ai lu un article sur l'architecture dans le *Magazine Figaro*, je l'ai envoyé au patron d'ABCP, qui a construit le nouvel amphithéâtre de Québec. Je lui ai aussi transmis un communiqué sur un nouveau projet immobilier. Je lis, j'envoie. Et quand

j'ai une idée, je l'écris et la suggère. Ce n'est pas du temps facturable, mais ça alimente mon réseau et les gens savent que je n'attends rien en retour. »

François Ducharme ne mène pas d'activités sociales avec tous ses clients. Certains n'attendent de lui que des conseils occasionnels. D'autres lui demandent d'être plus présent. L'entrepreneur a toutefois résolu de ne pas se lancer dans les cadeaux pour fidéliser sa clientèle.

« Compte tenu de l'envergure de nos clients, je sais qu'ils ont plus de moyens pour m'inviter quelque part que l'inverse ! Je peux bien inviter mes clients de Labatt au Grand Prix, mais ils ont des billets dix fois meilleurs que ceux qui me seraient accessibles ! »

« Je pense que la pertinence est plus importante que toute autre chose. Si t'es capable d'avoir une discussion avec ton contact ou ton client qui présente une valeur ajoutée, c'est gagnant. Tu lui proposes une vision différente, tu connais quelqu'un qui peut régler son problème, tu peux le mettre en relation ; tout ça a un impact direct sur son activité professionnelle. »

Naturellement altruiste, François Ducharme donne sans compter, mais il a compris au fil du temps que cela génère des affaires. D'ailleurs, il obtient environ la moitié de ses mandats sur référence.

« Il faut donner au réseau, pas seulement recevoir. Même, il faut accepter de donner plus qu'on ne reçoit. Apporter au réseau, ce n'est pas juste donner des contrats et des mandats, c'est être une valeur ajoutée dans le microcosme, voir les occasions d'affaires et appeler ses amis pour les mettre au courant. Je pense que là aussi la pertinence est importante, on évite de noyer les gens de courriels insignifiants. J'envoie peut-être un

CV par mois, mais les destinataires savent que je crois en cette personne. »

À ceux qui débutent, François Ducharme recommande de privilégier le qualitatif sur le quantitatif. Selon lui, il vaut mieux bâtir de bonnes relations avec cinq ou six personnes au départ qu'essayer de rencontrer tout le monde.

« Par exemple, être membre de la Chambre de commerce sans faire partie d'un comité, ça ne donne pas grand-chose. Si on fait partie d'un comité et qu'on prend le temps de connaître les six ou sept membres, on fera partie de leur "ensemble évoqué" et ça fera une différence. »



Tarzan se souvient :

- d'acheter des produits et services chez les personnes dont il veut se rapprocher ;
- de recommander les gens de son réseau ;
- de dire merci ;
- de distribuer des compliments ;
- de chercher des points communs ;
- d'être bien informé ;
- de renouer.

chapitre 7

Le trio gagnant : écoute, notes et suivi

Rendre ses rencontres payantes est un travail qui exige des efforts soutenus, dans une perspective de long terme. Trois actions favorisent le succès : **écouter, prendre des notes et faire des suivis**.

Disons-le franchement : il est très rare de trouver des gens disciplinés dans ces trois actions. Souvent, on se contente de deux éléments du trio, et il manque alors un ingrédient pour maximiser l'efficacité de son réseau.

Pourtant on pourrait s'inspirer des journalistes, car ils doivent maîtriser le trio gagnant de la jungle dans le cadre de leur profession. La première chose qu'ils doivent savoir faire, c'est **ouvrir grandes leurs oreilles** pour être au courant de ce qui se passe, en particulier dans le domaine qu'ils couvrent. Ils sont en mode écoute à tout moment, que ce soit dans un souper de famille, au cours d'une entrevue, à l'occasion d'une conférence ou pendant une conversation de couloir. Ils sont curieux et posent des questions pour en savoir davantage. Les scoops tombent rarement du ciel, il faut en général les dénicher en prospectant, ce que l'écoute active permet de faire.

Ensuite, les journalistes savent **prendre des notes** sur ce qui est dit et sur ce qu'ils observent. Par exemple, le bureau d'un entrepreneur est décoré du casque autographié d'un coureur de F1. Le journaliste le remarque, va plus loin et pose des questions sur l'objet, car tout indique que son interlocuteur est passionné par le sport automobile. Ce qui peut avoir un lien avec sa manière de gérer ses affaires. En prenant des notes et en

se servant de ce qui est dit et observé pour progresser dans la connaissance des gens ou des situations, les journalistes arrivent à transmettre des nouvelles et à préciser des portraits. Ils ont l'habitude de conserver leurs notes un bon moment, car elles peuvent être utiles plus tard.

Dernier élément, ils font des suivis. Du moins quand ils sont un peu structurés ! Par exemple, le gouvernement et une entreprise manufacturière annoncent en grande pompe un investissement de 100 millions de dollars et la création de 350 emplois en 12 mois. Le journaliste bien organisé note de faire un suivi 12 mois plus tard pour vérifier si l'argent a bien été investi et si les 350 emplois ont bien été créés. S'il y en a plus, voilà une bonne nouvelle à communiquer et si, au contraire, le projet bat de l'aile, voilà une mauvaise nouvelle à publier.

Le journaliste fait aussi des suivis réguliers avec certains contacts qui sont pour lui de bonnes sources d'informations. S'il ne bâtit pas un réseau solide, il devra se contenter des communiqués et des conférences de presse, ce à quoi tous ses concurrents ont également accès. Or, son rôle consiste surtout à offrir des informations inédites ou originales.

L'ÉCOUTE

Il importe de se mettre constamment à l'écoute des besoins des autres si on veut repérer les occasions d'apporter sa contribution et si on veut se rendre sympathique. Une fois qu'on a bien écouté, on peut proposer des solutions adaptées ou recommander une ressource compétente. Le but est d'être perçu comme voulant donner un coup de pouce plutôt que comme cherchant à vendre sa salade.

Écouter, ce n'est pas juste tendre l'oreille. Écouter est un geste actif et non passif. Être en écoute active, c'est relancer la discussion, se montrer curieux, aider l'autre à préciser son discours, manifester de la compréhension, de la sympathie ou de l'empathie.

L'écoute active permet de saisir les besoins de l'autre. D'abord, posez des questions ouvertes pour obtenir des réponses donnant à l'interlocuteur l'occasion de s'exposer. Des questions comme « Que fait votre entreprise ? », « Quels sont les défis à relever pour vous ces temps-ci ? », « Qu'attendez-vous de la nouvelle politique gouvernementale sur les travailleurs étrangers ? ».

Ensuite, posez des questions plus fermées pour amener l'autre à préciser sa pensée ou ses besoins, ou pour vous assurer d'avoir bien saisi un élément. Par exemple : « Ai-je bien compris que vous souhaitez recruter des travailleurs en France ? » À cette étape, si vous avez un contact susceptible d'aider dans cette démarche internationale, offrez un coup de pouce.

L'écoute active demande une attention de tous les instants. Dans une rencontre physique, maintenez le plus possible un lien visuel avec l'autre, de manière à montrer votre intérêt. Ce n'est pas le temps de vérifier vos messages textes.

Si vous manifestez une attention soutenue, vous poserez des questions plus pertinentes, vous cernerez plus facilement les gens ainsi que leurs besoins et les manières dont vous pouvez les aider ou, éventuellement, vous faire aider.

L'écoute active est toujours une marque de considération. En général, comme il est assez rare de rencontrer des gens vraiment à l'écoute des autres, ce comportement est une excellente manière de se démarquer.

PELURE DE BANANE



Texter pendant les discussions

Quand, à l'occasion d'une rencontre, je me trouve devant une personne qui lit ses messages textes sous mon nez, je m'arrête net de parler. Il arrive que l'interlocuteur me demande de poursuivre, tout en gardant les yeux rivés sur son téléphone intelligent. « Ah ! Non ! Continue de regarder tes messages, prends ton temps », lui dis-je d'un ton neutre. Généralement, c'est suffisant pour que l'interlocuteur se rende compte de son impolitesse. Mais, de grâce, si vous aspirez à devenir un héros dans la jungle du réseautage, n'imaginez pas que vous pouvez écouter ET relever vos messages en même temps. En outre, n'interrompez jamais une conversation pour consulter vos messages. Si cela presse absolument, retirez-vous dans un endroit discret. Une question de respect pour votre interlocuteur !

Réjean

Écouter et se faire valoir

Se placer en mode écoute est la meilleure manière de savoir qui est l'autre, quelles sont les problématiques qu'il doit affronter et comment on peut agir pour l'aider à les résoudre. Même en écoutant et en posant des questions, il y a moyen de dire qui on est. L'idéal est tout de même de tenir une conversation bidirectionnelle, car on doit aussi susciter l'intérêt de l'autre personne pour soi, et non s'effacer pour lui laisser tout l'espace.

– Bonjour, je m'appelle Réjean. Ce n'est pas de ma faute ce prénom ! Et vous êtes ?

– Valérie. Et toute mon enfance on m'a chanté : Val-de-Ri Val-de-Ra… ! Dans quel domaine travaillez-vous, Réjean ?

– Valérie, c'est un beau prénom ! Je suis formateur, j'anime des ateliers sur le réseautage. C'est ma passion. Quelle est la vôtre ?

– Je suis journaliste pour *Les affaires* à Québec et ma passion est de parler des défis de l'entrepreneuriat, de stimuler le désir d'entreprendre. Qu'est-ce qui vous plaît autant dans le réseautage ?

– Chaque année, j'aide environ 1000 personnes à développer leur réseau de contacts et donc, à faire de meilleures affaires. C'est une belle mission !

– Ah ! Oui ! Nous avons donc en commun de vouloir aider les gens d'affaires, Réjean. Quels sont les plus grandes difficultés dans cette mission d'aider les autres à améliorer leur réseautage ?

– Il faut convaincre les gens de développer des aptitudes et une méthode. Ceux qui participent à des activités disent parfois faire le nécessaire parce qu'ils se font voir partout, mais c'est insuffisant et parfois inefficace. J'aimerais écrire un livre sur le sujet et donner des outils au plus grand nombre de gens possible afin de les aider à développer leurs activités professionnelles.

– Je peux possiblement vous aider… *Les affaires* appartient à Transcontinental, qui a aussi une maison d'édition publiant beaucoup d'ouvrages dans le domaine des affaires. Nous pourrions en reparler.

Notez dans cette conversation que les deux interlocuteurs se relancent la balle, en se donnant l'un et l'autre la possibilité de se faire valoir parce qu'ils sont en écoute active et ont une volonté altruiste. Réjean et Valérie prennent soin également de répéter le prénom de leur interlocuteur. Cela

personnalise la conversation, la rend plus sympathique, et aide à retenir les prénoms. Le fait de déterminer un point commun favorise aussi un rapprochement et suscite le désir de mieux se connaître. Il réduit la distance entre deux étrangers.

LA PRISE DE NOTES

Maintenant, si vous écoutez activement mais que vous rentrez chez vous pour dormir ou regarder la télé après avoir rencontré cinq personnes un soir, vous souviendrez-vous le lendemain que Jacques cherchait un fournisseur de systèmes de vidéoconférences et que Sarah animera un atelier de formation sur les réseaux sociaux le mois prochain ? À moins d'avoir une mémoire d'éléphant, la probabilité est grande que vous aurez oublié la moitié des choses importantes entendues la veille.

Il faut se faire un devoir de prendre des notes après une activité ou une rencontre. Que vous les inscriviez sur une carte professionnelle ou dans un calepin, quelques mots suffiront pour que vous amorciez la prochaine étape. Mais la discipline ne s'arrête pas là ! Les cartes et les calepins, on peut en accumuler des montagnes et ne plus trouver facilement ce dont on a besoin. Alors, aussitôt que possible, allumez votre ordinateur, ouvrez une fiche sur cette personne qui vous donne le goût de faire un suivi et notez les éléments pertinents.

Cette fiche devra être mise à jour à la suite de chacun des contacts suivants. Vous pourrez y ajouter toutes sortes de détails, comme les sports favoris de la personne, sa date d'anniversaire, ses buts dans la vie, les objectifs et besoins de son entreprise, etc. Cette méthode vous permettra non seulement de vous souvenir d'un sujet possible de conversation avec la personne, mais elle vous sera aussi très utile quand vous voudrez la faire grimper au n°4 de votre Échelle de RG. Ainsi, vous saurez quoi lui offrir pour lui faire plaisir. Elle adore un humoriste en vogue ? Profitez-en pour l'inviter au spectacle une prochaine fois quand il passera en ville. Vos notes sont très précieuses, car elles vous permettront de vous enrichir.



LE SUIVI

Quand vous avez eu un échange prometteur et que vous êtes convaincu de votre intérêt à revoir une personne pour l'inclure dans votre réseau ou faire avancer un projet, il est impératif d'effectuer un suivi, **idéalement deux ou trois jours après la rencontre**.

Sachez toutefois qu'un suivi se fait avec la permission de l'autre. Toujours ! Par exemple, vous avez rencontré Julie dans un 5 à 7. Très vite, vous avez saisi que sa force en marketing conviendrait à l'un de vos projets. Vous avez donc pris sa carte professionnelle en lui demandant quand vous pourriez la rappeler. Alors, vous le faites au moment convenu.

En d'autres occasions, le suivi sera effectué de manière moins précise. On demandera à son interlocuteur la permission de garder le contact ou de lui faire parvenir une information.

Dans tous ces cas, la messagerie électronique est le moyen à privilégier. Moins intrusif et ne risquant pas de déranger l'autre, le message sera lu au moment opportun.

N'avancez pas trop vite en affaires au cours du suivi. Évitez de brûler les étapes et laissez le temps à la relation de mûrir avant de la voir fructifier.

Si vous adressez une requête un peu agressive au téléphone, vous anéantirez vos chances de revoir la personne qui vous a semblé intéressante.

« Madame Méthot, nous nous sommes rencontrés au 5 à 7 de la Fondation des amis de la jungle la semaine dernière. Comme je vous le disais, j'anime des ateliers de formation en vente et je suis convaincu que ce serait bon pour vos employés. Je voudrais vous rencontrer pour en discuter. »

Madame Méthot aura sans doute envie de vous raccrocher au nez. L'appel est inattendu et, de plus, vous lui donnez votre opinion sur ce qui serait bon pour ses employés, au lieu de susciter chez elle le désir d'en savoir plus sur vos enseignements. « De quoi se mêle-t-il ? », pensera-t-elle.

Vous obtiendrez davantage de réceptivité en rédigeant un courriel qui exprimera de bons mots pour madame Méthot et qui montrera de quelle manière vous souhaitez l'aider.

« Madame Méthot, j'ai été enchanté de faire votre connaissance à l'occasion de la soirée de la Fondation des amis de la jungle. Vous m'avez alors parlé de la nécessité de structurer votre force de ventes. Dans les dernières années, les solutions que mon entreprise a proposées à ses clients dans ce domaine leur ont permis de hausser leurs résultats de 10 % à 25 %. Si vous le souhaitez, je serais ravi de vous revoir afin que nous examinions plus en détail vos besoins et la manière dont je pourrais contribuer à l'atteinte de vos objectifs. Je vous propose une rencontre, à votre convenance, au courant de la semaine prochaine. »

Madame Méthot ne devrait pas rester insensible à une proposition de rencontre qui correspond à un besoin et qui, cerise sur le gâteau, fait reluire, chiffres à l'appui, tout son potentiel.

On est parfois soi-même l'objet d'un suivi, comme relation à potentiel important. Il est impératif d'y répondre, même par la négative. Répondre à ses messages vocaux ou à ses courriels est une question de respect. Le faire le plus vite possible est un signe de professionnalisme. Dans les 24

à 48 heures, idéalement, vous aurez rappelé la personne ou envoyé un message.

En 2009, à l'occasion du lancement du disque de duos *Bijoux de famille* de Jean-Pierre Ferland, j'ai rencontré son producteur, Paul Dupont-Hébert. Un grand méchoui avait été organisé à la ferme du chanteur, ce qui a rendu l'atmosphère très conviviale. Ayant une affection particulière pour les gens de Québec, Paul a passé un bon moment en compagnie des journalistes venus de la capitale, dont je faisais partie. Au cours de la conversation, il a parlé d'un projet de disque de duos avec Gilles Vigneault, qui serait en partie enregistré à Paris, avec la participation possible de Charles Aznavour, Nana Mouskouri et Guy Béart.

Quand j'ai recroisé Paul par hasard quelques semaines plus tard, je lui ai reparlé de ce projet et lui ai demandé s'il était possible pour moi d'assister à ces enregistrements en studio. Comme il était ouvert à cette idée, j'ai proposé à mon patron de l'époque, au journal Le Soleil, de couvrir cet enregistrement et j'ai très vite obtenu le feu vert. Ensuite, j'ai gagné l'approbation de Gilles Vigneault.

En octobre 2010, j'ai donc été l'unique journaliste témoin de ces moments magiques avec Aznavour, Béart et Anne Sylvestre. J'ai même poursuivi l'aventure en studio à Québec avec Jean-Pierre Ferland et Paul Piché en duo avec monsieur Vigneault.

Si je n'avais pas effectué de suivi auprès de Paul Dupont-Hébert, cela ne serait jamais arrivé. Et si je n'avais pas établi un lien de confiance avec Gilles Vigneault, que j'avais déjà interviewé et qui avait apprécié cette rencontre, jamais je n'aurais pu témoigner de l'enregistrement de *Retrouvailles*, le premier disque d'or en carrière du grand poète québécois.

Valérie Lesage

Suivi altruiste ou un suivi pour soi?

On peut choisir de faire un suivi avec une personne davantage par altruisme que pour mousser ses propres affaires. Par exemple, vous avez rencontré Albert et il vous a glissé qu'il cherchait un appareil photo, mais qu'il était embêté à cause d'un trop grand choix. Il se trouve que dans votre réseau, Simon vend ce produit. Vous allez écrire un courriel à Albert pour lui donner les coordonnées de votre ami vendeur, et demander à Albert de préciser que c'est vous qui le lui avez recommandé. Ainsi, Simon et Albert seront ravis du coup de pouce. Pour votre part, vous aurez la satisfaction du devoir accompli, car vous aurez permis à deux de vos contacts d'avancer plus loin dans la jungle. De plus, Simon et Albert pourraient un jour vous renvoyer l'ascenseur, par exemple, en vous permettant d'utiliser leur arbre pour vous balancer vers un autre.

AIDER LES AUTRES À CONSTRUIRE LEUR RÉSEAU

L'altruisme est une valeur de base dans le réseautage, mais cela n'exclut aucunenent qu'on puisse faire un suivi strictement pour soi, de manière plus « égoïste ». On aide les autres sans oublier de s'aider soi-même.

Par exemple, Emmanuelle, une ancienne collègue, est devenue gestionnaire chez un gros employeur de votre région. Vous l'avez récemment rencontrée à la réunion du conseil d'administration d'un organisme de bienfaisance et vous aimeriez qu'elle vous aide à entrer en contact avec le directeur des ressources humaines de cette entreprise. Vous souhaitez obtenir avec lui un rendez-vous d'affaires et promouvoir votre session de formation sur la conciliation travail-famille. Avec sa permission, vous faites un suivi avec elle à ce sujet. Vous n'avez rien à offrir à Emmanuelle pour l'instant, mais le temps venu, quand l'occasion se présentera, vous vous souviendrez de son coup de pouce et serez enclin à lui rendre service. Sinon, vous continuerez de vous intéresser à elle en prenant des nouvelles de temps en temps, en la remerciant ou en lui souhaitant un bon anniversaire le jour venu. Si Emmanuelle ne peut pas vous aider à atteindre votre objectif immédiat, voyez si vous avez envie, pour une raison ou une autre, de garder contact avec elle.

UN *SELF-MADE MAN*
Le témoignage de Michel Gareau

L'entrepreneur en série Michel Gareau est président du conseil de la banque Westshire Parker Trust et d'Euro Swiss Group ; cette dernière est spécialisée dans l'acquisition et le redressement de grandes entreprises en difficulté en Europe et en Asie. Il est aussi le mentor de Réjean Gauthier.

Étudier, encore et encore. Travailler, encore et encore. C'est ce qu'a fait Michel Gareau toute sa vie pour obtenir le succès en affaires. Pendant près de 30 ans, il s'est spécialisé dans le redressement et la croissance d'entreprises. Il a été dirigeant et copropriétaire de 36 sociétés situées en Amérique, en Europe et en Asie, dont les actifs consolidés s'élevaient à plus de 1,7 milliard de dollars. En plus d'avoir démarré six de ces entreprises, il en a acquis d'autres dans les secteurs du forage pétrolier, de la chimie, de la pétrochimie, du plastique, de la finance, des télécommunications par satellite et des technologies informatiques, notamment.

Parti à la retraite en 2005, il s'est ennuyé des affaires, qu'il a reprises quatre ans plus tard en démarrant trois autres entreprises, dont Euro Swiss Group, à Hong Kong. En 2014, il a fait l'acquisition de la banque Westshire Parker Trust, établie à Londres.

Né au Québec dans une famille pauvre, monsieur Gareau a tout de même été en mesure de poursuivre de longues études universitaires : diplôme d'ingénieur, MBA en finances et CFA.

« J'avais zéro contact pour bâtir tout cela. Mon père ne savait ni lire ni écrire, et le mot *réseautage* ne faisait pas partie de mon vocabulaire. J'ai commencé avec rien et je n'ai travaillé pour personne dans ma vie. J'ai réussi, mais cela aurait pu

devenir beaucoup plus gros et sans doute plus rapide si j'avais connu Réjean Gauthier plus tôt pour parfaire mon réseautage. Je suis conscient d'avoir perdu des occasions en or. Aujourd'hui, je dis aux jeunes de ne pas commettre la même erreur que moi. »

En 1993, Michel Gareau est devenu résident de Monaco. Sur son chemin, on lui a présenté des présidents de grandes banques et même des présidents de pays, mais l'entrepreneur n'avait dans son radar que le travail.

« Je ne voyais pas l'utilité d'aller au golf ou à des cocktails avec ces gens. Ma priorité, c'était de gérer mes sociétés, pas de me la couler douce dans ce genre de divertissement. Par contre, plus tard, j'ai pris conscience qu'établir des contacts dans des occasions spéciales était aussi primordial que de gérer une entreprise. Si j'avais entretenu un réseau, mon *holding* aurait été beaucoup plus imposant qu'il ne l'est devenu. Mon entreprise a tout de même atteint une taille très importante, mais cela aurait pu être encore beaucoup plus gros. »

L'entrepreneur regrette surtout de ne pas avoir approfondi sa relation avec le banquier multimilliardaire Edmond Safra. Le fondateur de la Republic National Bank of New York et de la Safra Republic Holdings S. A. l'avait pris sous son aile au cours de leur rencontre, à Genève, au milieu des années 1980. Leur relation s'est poursuivie et approfondie lorsqu'ils sont devenus voisins à Monaco.

Le riche banquier était impressionné par ce jeune Québécois d'à peine 30 ans qui brassait déjà des affaires importantes et voyait grand. Et comme il n'avait pas eu d'enfant, il s'est pris d'affection pour lui. Il l'a conseillé en matière de grandes affaires et lui a même enseigné l'étiquette à table et la manière de se comporter parmi les nantis de la société.

À plusieurs reprises au fil des ans, monsieur Safra, dont la famille œuvrait dans le domaine bancaire depuis 300 ans, a souligné à Michel Gareau ses dons particuliers pour la finance et lui a conseillé d'acquérir une banque. Il aurait pu lui ouvrir toutes les portes.

« J'ai dit à monsieur Safra que j'étais un entrepreneur, pas un banquier. À l'époque, je pensais que dire cela était glorieux, mais aujourd'hui je me rends compte à quel point c'était stupide. Ce fut une énorme erreur. Je n'ai pas saisi que le réseau d'affaires auquel monsieur Safra voulait m'intégrer aurait pu m'apporter bien plus que tout ce que j'avais accompli jusque-là. Il a été mon mentor pendant 14 ans et, malheureusement, il est décédé avant que je comprenne l'utilité du réseautage. »

Monsieur Gareau se rappelle aussi avec regret avoir été invité à jouer au golf avec un des avocats d'affaires les plus influents au monde et avoir répondu qu'il n'avait pas le temps. En 1992, il a aussi été convié à la résidence d'un homme d'affaires européen qui commençait à prendre de l'importance dans le milieu des affaires.

« Il évoluait dans des domaines totalement différents des miens. Je n'ai donc pas jugé utile d'entretenir la relation, croyant que ses entreprises ne me seraient d'aucune aide. Aujourd'hui, il est devenu un multimilliardaire parmi les plus riches et les plus puissants de la planète. Moi, je me contente d'admirer tous les jours dans les magazines ou les journaux son talent exceptionnel pour le réseautage. »

Quand il a repris les affaires après sa brève retraite, Michel Gareau a décidé de s'améliorer dans la pratique du réseautage. Il savait que son nouveau projet d'entreprise nécessitait de recruter des associés très prestigieux, de ceux qui ont réussi à

se hisser dans les très hautes sphères de leur domaine d'expertise. Le pouvoir des réseaux serait crucial pour dénicher ces personnes.

L'entrepreneur a lu quelques livres sur le sujet, mais, surtout, il a pris le temps de cultiver des relations. En observant certains milliardaires dans son entourage, il a vu deux façons de faire. La première, qu'il a rejetée immédiatement, se rapprochait de la corruption, c'est-à-dire acheter des relations en contrepartie de cadeaux de toutes sortes dans le but d'obtenir une aide très précise d'employés ou de cadres d'une entreprise ou institution gouvernementale, au détriment de celles-ci. La deuxième consistait à se faire des amis, être utile, rendre service et ne rien attendre en retour.

« La vérité, c'est que les gens préfèrent toujours faire des affaires avec des amis qu'avec de simples connaissances. On donne sans rien espérer, mais l'idée est tout de même de créer des relations amicales avec des gens influents. Je ne sais jamais qui finira par m'aider un jour, mais ce n'est pas important. Ce qui compte, c'est d'avoir un plus gros réseau, car il y a ainsi de plus fortes chances qu'il soit utile en affaires », considère aujourd'hui l'entrepreneur, ajoutant qu'avant même le démarrage d'une entreprise, on devrait commencer par bien s'entourer.

« Je me demande d'ailleurs pourquoi les universités ne font pas prendre conscience aux étudiants de l'importance des réseaux. Les étudiants de Harvard y sont très sensibilisés dès leur arrivée au MBA, mais, encore de nos jours, rares sont les établissements qui en font une priorité », dit celui qui a suivi tout au long de sa carrière des cours de perfectionnement postuniversitaires dans les institutions de Boston, Londres, Paris et Genève.

« Je me suis rendu compte que le réseautage est aussi crucial que de bien gérer sa compagnie. Mais je suis encore un peu comme le type qui prend la résolution de maigrir chaque jour de l'An… Je mets des efforts, mais pas assez. Ça prend beaucoup de temps, le réseautage, et je n'en ai pas, ou mon cerveau pense qu'il n'en a pas, et je laisse tomber. Mon talent, c'est de redresser et faire croître des entreprises. Quand même, ce que j'accomplis désormais en réseautage m'aide bien plus que je ne l'avais imaginé. »

L'homme d'affaires monégasque commence à peine à inviter des relations d'affaires aux événements qu'il organise ; un 5 à 7 dans un musée réservé pour l'occasion, une soirée plus intime sur un grand yacht à Monaco ou une balade du dimanche à Venise en jet privé. Lors de ces rencontres, certains invités deviennent des connaissances, certaines connaissances deviennent des amis, et certains amis deviennent des partenaires.



Tarzan se souvient :

- de pratiquer l'écoute active ;
- de prendre des notes, de les garder à portée de main et de les mettre régulièrement à jour ;
- d'être assidu dans ses suivis ;
- de privilégier le courriel pour assurer ses suivis.

chapitre 8

Solidifier ses *lianes*

L'attitude est en partie ce qui permet d'avoir des lianes solides, à lesquelles se fier pour se balancer d'arbre en arbre et avancer dans la jungle avec succès. Tout ici est une question d'**estime de soi**. Lorsque celles-ci sont fragiles, on trouve difficilement l'élan pour aller vers les autres. On reste timide, un peu à l'écart, et les animaux sont moins portés à prêter leurs arbres, car ils sentent de manière instinctive cette fragilité.

Il faut absolument cultiver la confiance en soi pour inspirer la confiance des autres à son égard. Puisqu'elle s'acquiert au fil des réussites, il peut être bénéfique d'en dresser l'inventaire. Écrivez vos succès sur une feuille de papier : le simple fait de les voir apparaître sous vos yeux vous renverra une image positive de vous-même.

Rappelez-vous aussi que pour réussir, il faut prendre certains risques. En vous aventurant dans la jungle, vous en prendrez. Donnez-vous le droit à l'erreur, car pendant le parcours, vous vous tromperez. Tarzan a une longueur d'avance sur vous parce qu'il est tombé dans la jungle bébé, alors que vous y pénétrez adulte. Il a eu la protection des singes, qui lui ont aussi transmis leur savoir. Vous n'avez peut-être pas eu la même chance jusqu'ici.

Maintenant, chaque fois que vous commettrez une erreur, réfléchissez à ce que vous avez appris. Voyez votre échec comme un apprentissage, vous cesserez ainsi de ruminer. On a le droit à l'erreur, mais pas à la même erreur deux fois !

Nombre de personnes sont parfois paralysées par la peur du rejet ou par la crainte de ne pas être à la hauteur de ces gens talentueux qu'elles rêvent d'avoir dans leur réseau de contacts. Débarrassez-vous de ces peurs ! Vous vous sentez comme une petite fourmi chez les éléphants ? Saviez-vous que les fourmis peuvent porter l'équivalent de 50 fois leur poids sur leur dos ? Et que leurs mandibules peuvent serrer un objet équivalant à 1400 fois leur poids ? L'éléphant n'y arriverait pas, lui. D'accord, il pourrait écraser la fourmi en un rien de temps, mais sachez reconnaître vos propres forces. Elles sont là, elles sont différentes de celles des autres animaux et c'est parfait ainsi, car ces forces peuvent être complémentaires.

Si vous gardez cela en tête, vous serez plus confiant. C'est justement votre complémentarité qui fait de vous un allié potentiel. Peut-être que vous n'occupez pas un poste de même niveau que ce chef d'entreprise talentueux dont vous souhaitez vous rapprocher. Mais ce dernier a besoin de toute une équipe derrière lui pour atteindre le succès, il a besoin d'un réseau de fournisseurs et de clients. Sans compter qu'il a aussi des besoins dans sa vie personnelle, pour entretenir sa maison, son terrain, sa voiture et son chalet, pour éduquer, habiller et nourrir ses enfants, pour ses loisirs et ses sorties ; bref, il est aussi dépendant des autres animaux que vous !

Rappelez-vous qu'on se sert de son réseau pour combler autant ses besoins personnels que professionnels. Cela vaut pour vous comme pour ce chef d'entreprise. Alors sachez ce que vous avez à offrir et allez vers les autres avant qu'ils ne sollicitent votre aide. Cependant, assurez-vous d'abord qu'ils éprouvent ces besoins, puis vérifiez si vos capacités vous permettent de les satisfaire.

Avant de participer à une activité ou de communiquer sur les réseaux sociaux, posez-vous trois questions :

- **Que puis-je apporter aux autres participants ?**
- **Qui va principalement bénéficier de ma présence ?**
- **Est-ce que je donne aux autres le goût de m'aider ?**

Souvent le réseautage est inefficace parce qu'on pense d'abord à soi, à ce qu'on veut gagner ou vendre. Il faut inverser cette attitude et se montrer altruiste. Est-ce que par mon comportement, mes sourires, mon entregent, mon écoute et mon empathie je donne aux autres l'impression que j'ai le goût d'aider ? Celui qui produit cet effet se fait naturellement beaucoup d'amis !

Ne tombez surtout pas dans le « je, me, moi » pendant vos conversations. Si vos seuls sujets de conversation ne concernent que vous et votre entreprise, vous êtes sans doute seul à vous écouter parler. Par contre, trouver des points communs et partager des expériences positives – tant celles des autres que les vôtres – est toujours une bonne initiative. C'est stimulant pour vous et vos interlocuteurs. Un bon réseauteur se tient toujours bien informé et se fait un devoir de transmettre ce qu'il a lu, entendu ou appris en lisant les journaux, en regardant les informations télévisées, ou à l'occasion d'une formation. Être informé aide à être intéressant, et cela génère beaucoup d'interactions avec autrui.

Pour renforcer ses lianes, on doit aussi cultiver le respect et la confiance autour de soi. Le respect, il faut l'accorder d'emblée. Si on passe son temps à critiquer les autres, à rabaisser la concurrence, à regarder les gens de haut, on manque de respect. Même résultat si on oublie de remercier, si on ne rappelle pas les gens qui tentent de nous rejoindre ou si on ne répond pas à leurs courriels, ou encore si on prend toujours plus qu'on ne donne.

Il est aussi crucial d'être conséquent avec soi-même et de remplir ses promesses. Quand vous dites à une personne que vous la rappellerez, que vous la recommanderez, que vous participerez à sa soirée-bénéfice ou lui donnerez un coup de main pour une activité, faites-le ! Tenez parole et, en cas d'empêchement majeur, prévenez la personne. Si votre enfant se retrouve à l'urgence, vous avez une bonne raison de vous désister, mais trouvez 30 secondes pour informer les gens qui vous attendent.

Cela semble évident, mais bien des gens acceptent des invitations à une activité sans s'y présenter et sans s'excuser de leur absence. Vous avez créé une attente, ne décevez pas les autres. Et jamais, jamais ne promettez des

choses que vous n'êtes pas certain de pouvoir faire. Encore là, vous ne sèmeriez que la déception et la frustration, ce qui nuit vite à votre réputation.

Le don de soi est bien sûr une autre façon de solidifier sa liane. Vous avez lu un article intéressant ? Pourquoi ne pas le communiquer à vos relations passionnées par le sujet ? Vous avez une idée susceptible d'être utile à un de vos contacts ? Faites-en part ! Vous connaissez la personne qui pourrait aider un membre de votre réseau à résoudre un problème ? Recommandez-la !

LES 4 GRANDES QUALITÉS DE TARZAN

- **L'altruisme.** Tarzan est sensible aux besoins des autres et il cherche à les combler.
- **L'agilité.** Tarzan choisit bien ses arbres avant de se balancer, il sait bien s'entourer et avance de manière stratégique.
- **L'adaptabilité.** Tarzan est un caméléon et montre aux autres la couleur qui les mettra à l'aise.
- **La sympathie.** Tarzan est gentil, aimable, courtois et positif. Sa compagnie est recherchée et remarquée.

UN PETIT TEST

Voici trois questions qui vous aideront à évaluer votre altruisme et à déterminer si vous devez redoubler d'efforts pour devenir un être indispensable, une personne que les autres souhaitent avoir dans leur réseau et à laquelle ils pensent comme collaborateur :

- Combien de remerciements recevez-vous en moyenne par jour ?
- Combien de remerciements adressez-vous en moyenne par jour ?

- Combien de références avez-vous données cette semaine aux gens de votre réseau ?

Si les résultats frôlent le zéro… agissez pour devenir un héros du réseautage ! Visez plutôt à offrir quatre ou cinq références aux gens de votre réseau chaque semaine. Quant aux remerciements, si vous en distribuez 25 dans la semaine, mais qu'on vous en adresse 5, est-ce circonstanciel ou appartenez-vous à la catégorie de ceux qui prennent plus qu'ils ne reçoivent ? Si tel est le cas, travaillez votre altruisme, car autrement, vos lianes manqueront de solidité et vous risquez de voir les autres animaux les élaguer de leurs arbres.

NE JAMAIS SOUS-ESTIMER LES AUTRES

Il est très facile de penser que les personnes gravitant dans une sphère de travail éloignée de la nôtre ne peuvent rien nous apporter. Par exemple, l'avocat ou le comptable peuvent ne voir aucune raison d'établir des liens avec un serveur ou un plombier, des gens de métier, moins éduqués et moins fortunés qu'eux, qui sont des professionnels diplômés. Pourtant, il n'y a pas que dans les contes de fées que les grenouilles cachent des âmes de princesse. Ou qu'hériter d'un chat s'avère plus payant que recevoir un moulin ou un âne. Pensez au rusé Chat botté qui a fait de son maître un grand seigneur. Si le maître avait négligé d'écouter son chat il n'aurait rien gagné.

De la même manière, si vous êtes convaincu que le serveur du restaurant ou le commis de l'épicerie ne peuvent rien vous apporter, vous passerez peut-être à côté de belles occasions. Le serveur entend de nombreuses conversations en travaillant, il sert parfois des groupes d'employés ou de dirigeants d'entreprises prospères, il est peut-être le fils ou le frère d'un patron de chaîne de restauration ou d'un entrepreneur en vue. Le plombier, quant à lui, a peut-être une relation professionnelle avec ce grand promoteur immobilier que vous espérez approcher. Qu'en savez-vous ?



Si vous vous montrez hautain, inaccessible, indifférent ou même carrément impoli avec ces personnes, n'imaginez pas que vous vous rattraperez plus tard en découvrant par un hasard de la vie que leur potentiel est inouï! Le jeune commis de magasin que vous avez interpelé en disant : « Eille ! Chose ! » pour obtenir un jean se souviendra à jamais de votre tête et de votre manque de savoir-vivre. Ne comptez pas sur lui pour occuper le poste d'informaticien si difficile à pourvoir dans votre entreprise quand vous découvrirez, trois ans plus tard, qu'il a obtenu son diplôme avec mention. Ne comptez pas non plus sur l'aide de la serveuse du café du coin, à qui vous vous plaignez régulièrement d'un plat trop froid ou d'un service trop lent, pour vous mettre en relation avec sa sœur, qui dirige la concession automobile où vous songez à acheter une flotte de véhicules pour votre entreprise.

En toutes circonstances, traitez les autres comme vous aimeriez être traité. D'abord, votre vie sera plus agréable ainsi, car c'est en souriant qu'on attire les sourires. Mais en plus de l'agrément, vous ferez des avancées insoupçonnées dans la jungle. Il ne s'agit pas ici d'effectuer des suivis réguliers avec toutes ces personnes, mais d'être gentil et de s'intéresser aux gens, peu importe leur milieu. Ce n'est pas avec des préjugés mais avec une attitude d'ouverture qu'on fait des découvertes. Sans curiosité à l'égard de l'autre, on laisse dormir des trésors dans les tanières de la jungle.

LAISSER AUX AUTRES LEUR GRANDEUR

Même en étant courtois, on peut parfois indisposer les autres et leur donner l'impression qu'ils sont moins bons et moins forts que soi. En

d'autres mots, on peut écraser ou diminuer quelqu'un tout en étant poli, avec une mine sympathique.

La dirigeante appartenant à une équipe d'hommes qui la surnomment gentiment « la petite » sent-elle que ses idées sont aussi valorisées que les leurs ? Le cadre de 33 ans que ses confrères baby-boomers appellent « le jeune » sent-il ses décisions respectées ? Les mots qu'on utilise ont un impact potentiellement plus fort qu'on ne l'imagine.

De la même manière, si on passe son temps à critiquer les autres, on finit par miner leur estime de soi. Demandez-vous si votre critique est vraiment nécessaire – elle peut l'être. Dans ce cas, trouvez une manière constructive de la formuler et gardez toujours à l'esprit que la personne à qui vous l'adressez n'est peut-être pas la responsable de la décision qui vous dérange.

Dans un restaurant asiatique, j'ai eu le désagrément d'avoir des baguettes en plastique glissantes. J'aurais pu m'en plaindre à la serveuse, lui dire que j'avais déjà eu des restaurants de sushis et que je savais très bien que les clients préfèrent de loin utiliser des baguettes en bois. Si j'avais eu cette attitude désagréable, la serveuse, fâchée, aurait peut-être eu envie de lécher ma fourchette en cachette avant de me l'apporter ou de me servir des baguettes en bois déjà utilisées par d'autres clients.

Plutôt que de jouer à monsieur-sait-tout-et-il-écrase-madame, j'ai simplement dit à la serveuse, sur le ton de l'humour, que j'étais malhabile avec les baguettes et qu'il vaudrait mieux m'apporter couteau et fourchette pour éviter de me salir comme un enfant. Ainsi, la serveuse, non responsable du choix des baguettes servies au restaurant, a eu droit à des sourires et elle a conservé toute la grandeur de son être. Ainsi, elle m'a offert et continuera de m'offrir le meilleur d'elle-même.

Réjean

PELURE DE BANANE



Rabaisser l'autre !

Lors d'un dîner de la chambre de commerce de Québec, j'ai amorcé une conversation avec mon voisin de table, en le questionnant sur son entreprise. Après lui avoir demandé ce qui le passionnait, sur les défis qu'il devait relever au quotidien ainsi que de m'intéresser à toute la structure impressionnante de son équipe d'employé, ce dernier a eu la délicatesse de me demander quel était mon travail. Quand je lui ai répondu que j'étais conférencier, il m'a aussitôt lancé : « Oh ! Moi, je n'engage plus de conférencier car il y en a trop et c'est beaucoup trop dispendieux pour le résultat qu'on obtient. »

Même si c'est un peu la réalité… pourquoi me le mentionner et me heurter ainsi ? Pourquoi me donner l'impression tout à coup que je ne présente aucun intérêt pour lui ? Aussi, ce chef d'entreprise est-il en train de se montrer sous son meilleur jour en laissant tomber promptement qu'il n'utilise plus les services d'un conférencier ? Peut-être qu'on s'attend à autre chose d'une personne qui dirige une entreprise.

Réjean



Tarzan se souvient :

- de se faire confiance ;
- de se questionner sur son apport à son réseau ;
- d'avoir de la curiosité pour les autres, peu importe leur milieu ;
- d'être ouvert pour faire des découvertes ;
- de laisser aux autres leur grandeur.

chapitre 9

Se préparer avant de partir à l'aventure

Combien de fois vous est-il arrivé de vous présenter à une activité de réseautage sans trop savoir si vous alliez débarquer chez les lions ou chez les flamands ? Pour devenir un héros du réseautage, sachez que **l'improvisation est à proscrire**.

Avant de participer à une activité, il faut absolument prendre le temps de se préparer. Cela va au-delà de son apparence et de son état d'esprit. Cherchez à savoir qui participe à cette activité. Que vous soyez invité à un déjeuner de diplômés de Polytechnique, à un gala de l'association des détaillants ou à une remise de prix de la Chambre de commerce de votre région change la perspective de votre participation à cette activité.

Quels sont les sujets d'intérêt dans l'actualité pour les ingénieurs ? Quelles problématiques se posent à leur profession ? Quelles sont les dernières nouvelles du côté des détaillants ? Faites des recherches avant de vous présenter à ces activités. C'est le meilleur moyen de parvenir à déterminer rapidement comment vous rendre utile aux personnes que rencontrerez à ce déjeuner ou à ce gala. Qui en sont les organisateurs ? Qui est le conférencier ? Si vous êtes invité à la table d'honneur, prenez soin de demander qui d'autre y sera et, mieux encore, voyez s'il est possible d'obtenir un plan de la table. En ayant quelques informations sur vos voisins, vous orienterez mieux vos avancées dans la jungle.

Se préparer est aussi une excellente façon de laisser une impression favorable. Vous montrez aux autres que vous vous intéressez à leur activité

et à leurs défis. Vous vous montrez professionnel, soucieux et bien informé. Vous partez ainsi avec une bonne longueur d'avance sur tous ceux qui auront négligé cette étape. Sans compter que la préparation vous éloigne du risque de silences gênants lors des échanges. Elle est votre meilleur atout pour nourrir la discussion de manière élégante.

En outre, grâce à la préparation, vous pouvez aborder un sujet général sous un angle spécifique. Elle vous permet de suivre une piste pour vous rapprocher d'un nouveau contact sans avoir l'air d'un vautour tournant autour d'une proie. Voici un exemple :

– Alors, comment vont les affaires dans le vêtement ? Comment les ventes en ligne augmentent-elles ?

– Oh, c'est en progression constante.

– Et cela nuit-il aux ventes en magasin ?

– À certains endroits oui, mais il y a des gains dans les régions plus éloignées où les commerces n'ont pas pignon sur rue. Ça compense.

– Est-ce le cas pour les détaillants en général ou plus spécifiquement pour votre entreprise ?

– Ça l'est pour certains détaillants. Eh oui, chez nous.

– Comment faites-vous pour soutenir les boutiques qui perdent des clients ?

– Nous n'avons pas un stock particulier pour les ventes en ligne. Nos boutiques prennent les commandes et font les envois. Les ventes Web viennent donc les supporter.

– Une bonne stratégie, oui. Mais comment faites-vous avec les retours de marchandise ? Revient-elle au magasin d'où elle est partie ?

– Ça, c'est un problème difficile à résoudre. Parfois, la boutique du centre-ville de Montréal envoie une commande et une cliente retourne la marchandise à Québec. La boutique de Québec doit essuyer une perte qui ne lui appartient pas dans son bilan de ventes hebdomadaire…

Cette conversation a une forme d'entonnoir. Plus vous posez de questions, mieux vous cernez le problème de ce détaillant plutôt que de comprendre un enjeu général du commerce de détail. Vous voilà alors en très bonne position pour, éventuellement, proposer une solution.

La préparation à une rencontre individuelle qui suivrait un premier contact établi lors d'une soirée de réseautage ou une référence est encore plus essentielle. Maintenant que vous avez repéré cette personne potentiellement intéressante, dont vous avez obtenu la carte professionnelle et un rendez-vous, faites vos devoirs ! Effectuez une recherche sur elle à l'aide de Google et LinkedIn. Informez-vous sur son parcours professionnel. Lisez sur son entreprise ou sa profession et tentez de cerner les défis auxquels elle fait face. Allez sur Facebook et Twitter, peut-être découvrirez-vous aussi quelques-uns de ses intérêts personnels et des connaissances en commun. Si, d'aventure, une de vos relations connaît bien cette personne, pourquoi ne pas la contacter pour en savoir un peu plus ? Il n'est pas question ici de commérages. Vous demandez à l'autre quel type de personnalité vous allez rencontrer, vous lui demandez conseil sur la meilleure manière de l'approcher. Est-ce une personne expéditive ou, au contraire, une personne qui prendra le temps de bien vous connaître avant de prendre une décision d'affaires ? Est-ce une personne cultivée ou plutôt le genre qui ne jure que par le sport et les affaires ? Une personne transparente ou opaque ?

Toutes les informations que vous pourrez recueillir vous permettront de mieux vous adapter à la situation.

La préparation vous permet aussi de bâtir des conversations stratégiques. Vous ne devez jamais donner l'impression que vous avez enquêté sur l'autre avant la rencontre. Qu'il vous sache informé, c'est très bien, mais qu'il ait l'impression d'avoir été épié dans ses moindres détails susciterait l'inquiétude. Si vous avez remarqué qu'il a trois enfants, qu'il vote pour

un parti plutôt qu'un autre, suit le hockey, boit du scotch et fait de la moto tous les dimanches, n'étalez surtout pas les détails ! Mais servez-vous de ces informations de façon brillante et stratégique. Vous avez des points en commun tous les deux ? Profitez-en pour commencer la conversation avec le dernier match du Canadien de Montréal, puisque vous le savez amateur de hockey et que vous l'êtes aussi. Ou bien demandez-lui s'il a des enfants, puisque vous en avez aussi et qu'il sera sensible à la question. C'est ainsi que vous établirez un lien avec douceur.

LES OBJECTIFS

Prenez soin de déterminer vos objectifs avant de participer à une activité de réseautage. Vous y êtes pour promouvoir un nouveau produit ? Un nouveau livre ? Vos services d'infographie ? Vous souhaitez rencontrer le président d'une entreprise pour éventuellement y travailler ? Vos objectifs sont liés à votre stratégie de développement d'affaires ou de réseau. Sachez ce que vous espérez gagner de vos relations (amitié, affaires, partage de connaissances) avec les gens que vous côtoyez.

Ayez à l'esprit ce que vous voulez, mais tenez-vous-en à deux ou trois objectifs maximum. Car vous vous rendriez antipathique à vouloir proposer trop de choses à la fois : des assurances, de la gestion de placements et des chalets à louer. En plus, vous risquez de vous perdre dans la jungle, ne sachant plus où tel ou tel animal peut vous mener. Si vous n'entrevoyez aucune ouverture de la part de l'autre envers votre premier objectif, passez au second.



Tarzan se souvient :

- de s'informer pour savoir où il va et avec qui ;
- d'être pertinent ;
- de déterminer ses objectifs avant une rencontre ou une activité de réseautage.

chapitre 10

S'adapter : des trucs de caméléon

Par définition, un bon réseauteur est une personne ayant une grande capacité d'adaptation. Pour établir de bons liens avec les autres, il faut apprendre à les sentir et à leur ressembler, d'une certaine manière. Le caméléon, as du camouflage, prend la couleur des plantes ou des feuilles mortes qui l'environnent. Chez lui, c'est un moyen de défense : en se rendant presque invisible, il se protège des prédateurs. Chez vous, ce sera un moyen de tisser et de resserrer des liens.

Si vous devez rencontrer le président d'une *start-up* en technologies de l'information, âgé de 22 ans, vous seriez mal avisé de vous présenter vêtu d'un complet gris à rayures blanches. Pensez à une tenue plus décontractée. En revanche, si vous avez rendez-vous avec le président de la Caisse de dépôt et placement du Québec, c'est le temps de sortir votre plus beau costume. Si vous devez parler avec un entrepreneur beauceron du domaine forestier, ne vous adressez pas à lui comme à un auditoire d'étudiants au doctorat en finances. Adaptez votre niveau de langage à celui des personnes que vous rencontrez. Sachez employer des mots simples et adopter une attitude ouverte et sympathique, voire quelque peu familière lorsque nécessaire.

Vous ne voulez pas être perçu comme étant étranger à un groupe ou trop différent d'une personne avec laquelle vous souhaitez faire des affaires.

Par vos gestes, votre tenue et vos paroles, montrez que vous appartenez à un monde similaire au sien, pas à un monde à part, dans lequel vos interlocuteurs se sentiraient peut-être mal à l'aise.

Il ne s'agit pas ici de se renier ou de faire semblant. Il s'agit de se placer au même niveau que ses interlocuteurs ou, à tout le moins, d'éviter de mettre l'accent sur les différences susceptibles de créer une distance. Si le caméléon a en lui toutes les couleurs, dites-vous que vous en avez une multitude aussi, et utilisez les bonnes devant chaque personne.



Avec quelqu'un qui aime rire, vous jouerez davantage avec votre humour. Avec une personne très sérieuse et rigide, vous prendrez le temps de mieux la connaître avant de voir si elle est réceptive à vos blagues et vous testerez peu à peu ses limites. Avec une personne très prudente, n'étalez pas d'emblée votre amour du risque, car vous risqueriez de l'effrayer. Sans vous cacher, dosez simplement vos traits de personnalité pour éviter les zones d'inconfort avec les autres.

Pour vous aider à vous adapter aux différents types de personnalités que vous allez rencontrer dans vos activités, voici quelques pistes. À vous, ensuite, de découvrir les subtilités propres à chaque personne. Ce survol des animaux de la jungle vous donnera une meilleure compréhension de chacun. Mieux on comprend les autres, plus on a de chances de bâtir avec eux une relation gagnante.

LES ANIMAUX DE LA JUNGLE

LE LION – le leader

Sa compagnie est souvent recherchée. Il est un leader bienveillant, qui protège son équipe et l'aide à avancer dans la jungle. Il a un bon réseau de contacts et une influence sur les autres. Avec lui, tâchez d'être toujours pertinent, car son temps est compté et il pourrait s'impatienter si vous louvoyez. Soyez stratégique, sachez ce que vous pouvez lui apporter, comment et quand. Il ira droit au but avec vous, sans fla-fla.

LE PARESSEUX – l'analytique

Généralement solitaire, il vit accroché à la cime d'un arbre et se déplace hyperlentement, calculant chacun de ses gestes. Sa compagnie est moins recherchée parce qu'avec lui les dossiers avancent moins vite. Si personne ne venait à lui, il pourrait ne pas socialiser. Le héros du réseautage reconnaîtra néanmoins chez lui la patience, le calme et la persévérance, de même qu'une forte capacité d'analyse et de réflexion. Avant de faire un geste, le paresseux s'assure que c'est le bon.

LE TATOU – le timide

Il se cache souvent derrière une carapace et, ainsi, oublie de se mettre en valeur, mais derrière son air timide se trouvent souvent des trésors. Il ne parle jamais pour ne rien dire, alors quand il ose, écoutez-le avec attention, car sa pertinence vous surprendra souvent. En tant que héros du réseautage, épargnez-lui toute gêne, vous avez tout à y gagner.

LE PAON – le narcissique

Il aime se faire voir et entendre plus que la moyenne et, parfois, il en met plein la vue pour dissimuler ses défauts. Le héros du réseautage doit apprendre à voir très vite que, derrière ses airs de perfection, le paon est un être faillible comme les autres. Son apparente confiance lui permet souvent de foncer et d'ouvrir des portes avec aisance, c'est son atout le plus évident. Tant que vous reconnaîtrez sa valeur, il sera agréable et généreux. Si vous le critiquez durement, surtout devant les autres, il se retournera contre vous. Donc, gardez-le du bon côté.

L'ÉLÉPHANT – le sociable

Bien connu pour sa mémoire, c'est aussi un des animaux les plus sociables de la jungle. Il adore travailler en équipe et sait mobiliser les autres derrière un projet. Ne lui confiez pas des tâches de solitaire. Pensez à lui pour des activités de groupe, il les agrémentera par son humour et sa capacité à rallier les autres.

L'OISEAU – le voyageur

Il est bien petit, mais s'il vous prête ses arbres, vous accédez à la jungle, aux océans, à la savane et aux montagnes. En tant que voyageur, l'oiseau a des contacts internationaux et son réseau est très étendu. Apprivoisez-le et gardez le contact avec lui, même s'il est volage.

LE JAGUAR – l'opportuniste

Le jaguar attend ses proies, caché dans un arbre, et se nourrit autant de grenouilles que de caïmans. Tout dépend de ce qui se présente à lui. De la même manière, l'opportuniste saisira toutes les occasions, sans trop penser à redonner. Mais ce type est efficace et adroit, aussi le bon réseauteur devra s'adapter à lui. S'il fait des affaires avec l'opportuniste, il se comportera comme lui. On a des activités économiques communes, point à la ligne. Mais cela est très clair et convient à l'un comme à l'autre.

LE SINGE – le rebelle

Il aime s'amuser, il manie l'humour mieux que les autres et semble parfois un peu fantasque. C'est un être sociable et créatif, avec une capacité à penser autrement ; après tout, il a tendance à regarder le monde d'en haut puisqu'il vit dans les arbres. Sa perspective est moins limitée que la moyenne. Ne le jugez pas sur son apparence parfois légèrement rebelle et laissez-lui l'occasion d'exprimer ses idées les plus folles. Ainsi, vous aurez peut-être la chance de voir apparaître quelques éclairs de génie. Avec lui, n'hésitez pas à montrer votre côté le plus givré, car une attitude trop terre à terre éteindrait son imagination et son inventivité.

LA GIRAFE – l'énigmatique

La girafe est une espèce de mammifères qui aime la solitude et le calme. Il s'agit de l'animal actuel le plus grand en hauteur, pouvant, grâce à la longueur de son cou, atteindre jusqu'à 5,80 m. Nous dirons que la girafe a une grande capacité de voir loin. Le ventricule gauche de son cœur est exceptionnellement grand, ce qui lui permet d'alimenter le cerveau en sang. On pourra penser alors que la girafe saura aimer davantage son entourage. La girafe est un leader solitaire, dotée d'une grande capacité physique Elle demeure dans l'action tout en sachant qu'il y aura une période de calme après. La girafe dort très peu, moins de 2 heures par période de 24 heures, et plus volontiers le jour, car elle peut ainsi continuer à surveiller l'horizon.



Tarzan se souvient :

- de percevoir les autres avec justesse ;
- de s'adapter à leur personnalité ;
- d'éviter de faire ressortir les différences ;
- de s'adapter au contexte des rencontres et des événements.

chapitre 11

Les sous-bois de la jungle : 15 lieux pour le réseautage

Beaucoup de gens associent réseautage et 5 à 7, comme si ce genre d'activité était l'occasion la plus profitable pour établir des contacts. Question d'élargir l'horizon, voici d'autres endroits efficaces à considérer avant de choisir ceux qui vous plaisent le plus. Donnez plus d'une chance aux quelques nouveaux lieux dont vous ferez l'essai, car s'y sentir à l'aise peut demander un peu de temps.

1. Le 5 à 7

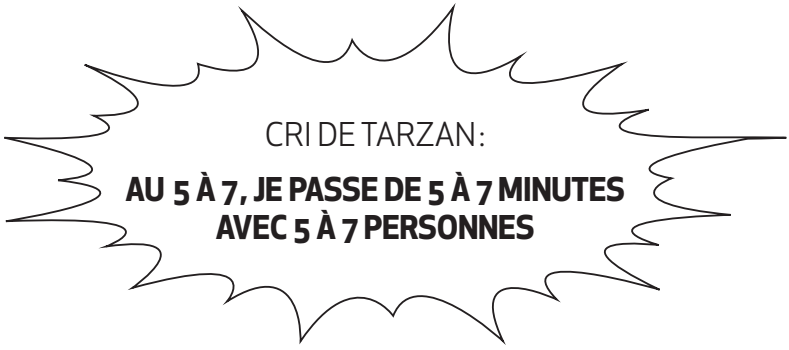
C'est peut-être l'activité de réseautage la plus exigeante de toutes, alors oubliez l'idée de vous y rendre surtout pour prendre un verre ! Dans une soirée de gala, vous faites du réseautage en général pendant une heure, le temps du cocktail, avant de passer à table et d'écouter la remise de prix. Dans un dîner d'affaires, vous avez de vingt à trente minutes avant le début du repas pour rencontrer des participants. Bien sûr, il y a le repas, mais les possibilités de nouvelles rencontres à table sont limitées.

Dans un 5 à 7, vous avez deux heures et une multitude de gens à votre portée. Ce serait très facile, et sans doute très agréable, de rester avec les amis que vous avez repérés dans le groupe. Mais votre temps serait-il bien investi ainsi ?

Certains spécialistes du réseautage suggèrent de passer de 6 à 8 minutes par personne dans un 5 à 7, d'autres, d'y passer de **5 à 7 minutes avec 5 à 7 personnes**. Voilà une formule simple qui vous rappelle que vous êtes là pour travailler et faire plusieurs rencontres. Jeffrey Gitomer, auteur de *Little Black Book of Connections*, suggère pour sa part de diviser son temps selon le nombre de personnes présentes. Ainsi, s'il y a deux cents convives, vous écourterez vos conversations et s'il y en a vingt, vous les étirerez peut-être.

J'aime le jeu de mots avec le 5 à 7, mais surtout, je crois davantage à la formule 5 à 7 minutes en toutes circonstances. Une conversation de trois minutes ne permettrait pas de cerner le potentiel d'une rencontre, ce serait trop court. Et même s'il n'y a que vingt personnes à une activité, pourquoi vous contenteriez-vous de ne faire connaissance qu'avec seulement deux ou trois d'entre elles, sous prétexte de diviser votre temps selon le nombre de gens présents ?

Réjean



Pendant une activité de réseautage, vous avez besoin de faire des rencontres, mais inutile de vous éparpiller. Courir trop de lièvres à la fois ne mène nulle part. Vos nouveaux contacts ayant un potentiel nécessitent un suivi, et vous n'en ferez pas douze le lendemain. Vous ne participez

pas à une activité de réseautage comme si vous semiez des graines dans un champ en espérant qu'elles poussent toutes seules. Les relations, comme les graines, nécessitent des soins pour grandir et s'épanouir. Or, cela demande du temps et des efforts. Alors, concentrez vos énergies sur les bons semis pour vous assurer d'une récolte.

Si vous sortez d'un 5 à 7 la mine ravie parce que vous avez conclu une affaire, sans doute avez-vous négligé de semer votre champ. En effet, pour en arriver là, vous avez dû discuter au moins une heure avec la même personne, et vous n'avez pu la quitter ensuite parce qu'il fallait bien célébrer ce nouveau partenariat en buvant un verre ensemble.

Conclure une affaire, ça se passe dans un bureau, pas dans un 5 à 7. En plus d'avoir raté plusieurs occasions de rencontres payantes, avez-vous songé à toutes les oreilles indiscrètes qui ont glané des informations stratégiques sur votre entreprise, vos tarifs et votre manière de négocier ?

Autre mise en garde : la modération a bien meilleur goût. Dans les activités où l'alcool coule à flots, il est facile d'oublier de compter les verres. Vous perdez beaucoup de crédibilité si vous êtes ivre, alors buvez un verre d'eau après deux consommations. Vous éviterez ainsi toute déconvenue.

Dans un 5 à 7, il vaut mieux rester debout. Cela vous incitera à agir, puis à vous rendre visible et accessible, tout en vous aidant à repérer plus facilement la prochaine personne avec qui vous entamerez une conversation.

Astuce de Tarzan

En tant que héros du réseautage, veillez à vous présenter au 5 à 7 avec quelques minutes d'avance. Grâce à cette stratégie, vous rencontrerez les organisateurs de l'événement. Vous connaissez déjà leurs noms puisque vous vous êtes préparé ! Ces organisateurs sont très bien placés ensuite pour vous présenter les prochains participants. Comme Tarzan, vous vous balancerez d'arbre en arbre, et les choses se passeront presque de manière naturelle.

PELURE DE BANANE



Ne pas s'être préparé avant une activité de réseautage

La directrice des ventes d'une compagnie envoie son meilleur vendeur à un 5 à 7 bénéfice auquel participera le président de l'entreprise qui pourrait devenir son meilleur client. Elle débourse 200 $ pour offrir le billet à son vendeur.

Au lendemain de la soirée, elle convoque son employé à son bureau pour faire un suivi.

– Ah ! Ne m'en parle pas ! Je suis arrivé à 18 h 30 et je ne connaissais presque personne...

– Mais pourquoi es-tu arrivé à 18 h 30 à un 5 à 7? demande la directrice, éberluée.

– Je suis parti du bureau à 17 h 25 parce que j'avais un gros dossier à finir et ça m'a pris une heure pour arriver là-bas à cause du trafic. J'avais oublié mes cartes professionnelles, en plus!

D'après vous, ce vendeur a-t-il fait une longue carrière ensuite dans l'entreprise? Les patrons dépensent des milliers de dollars en 5 à 7 et autres activités de réseautage; il faut que ça RAPPORTE !

2. LES CHAMBRES DE COMMERCE

La chambre de commerce est un lieu bien connu des gens d'affaires, qui comprennent l'utilité des rendez-vous organisés, tant pour les dîners-conférences et les déjeuners que pour les ateliers de formation. Vous avez l'occasion d'entrer en contact avec des décideurs dans les cocktails ou à table. En écoutant les dirigeants pendant leurs conférences, vous en apprenez davantage sur les besoins de leurs entreprises.

Les chambres de commerce préparent aussi des concours : ce sont de belles vitrines pour les entreprises finalistes ou gagnantes. Participez !

D'autre part, les soirées de gala, avec remise de prix, attirent un large public.

Je trouve que le réseautage s'arrête souvent dès le début de l'animation d'une soirée, il est important de planifier quelques poses afin de provoquer d'autres conversations !

Le plus efficace, toutefois, dans des organisations comme les chambres de commerce, c'est de donner de son temps. En 1997, à mon entrée dans la Jeune chambre de commerce de Québec (JCCQ), je commençais une carrière de courtier en assurance vie et j'avais besoin de faire des rencontres. J'ai choisi de participer au conseil d'administration et me suis impliqué dans trois comités : l'organisation du gala de la Jeune personnalité d'affaires de l'année, la direction du Bureau des gouverneurs et l'organisation du Gala annuel en hommage aux Gouverneurs, qui sert à récompenser des gens d'affaires plus expérimentés pour leur soutien à la JCCQ. Tout cela m'a demandé du temps, mais cela m'a permis d'élargir mon réseau de manière significative.

Réjean

3. LES CERCLES DE RÉSEAUTAGE

Les cercles de réseautage qui réunissent des professionnels de divers milieux sont très enrichissants pour leurs membres. Les rencontres ont lieu selon une fréquence prédéterminée et, comme vous revoyez régulièrement les mêmes personnes, vous pouvez apprendre à les connaître et bâtir avec elles des relations durables. Ces cercles se réunissent souvent une fois par mois, pour déjeuner et parler réussites, projets et aspirations. À l'occasion, les membres des diverses cellules se rencontrent aussi dans d'autres activités intergroupes.

Il existe des réseaux de femmes d'affaires régionaux ou provinciaux : le Groupement des chefs d'entreprises du Québec, qui fonctionne par petites cellules très solidaires, le BNI (Business Network International), qui réunit des gens de diverses professions avec l'objectif de se recommander mutuellement, etc. Bref, il y en a de toutes sortes. À vous de voir ce qui vous convient le mieux. Il faut payer pour y appartenir, mais considérez cela comme un investissement et du développement durable. Ces cercles tissés serrés sont formés de gens qui cultivent le désir de s'entraider.

La présentation solo en 40 secondes

Si le réseautage se fait un à un, il n'en demeure pas moins que, parfois, avant toute chose, vous devez vous présenter à un groupe, comme c'est le cas en entrant dans un cercle privé, dans un atelier de formation ou dans un nouveau conseil d'administration. Quinze, vingt personnes vous écoutent et vous regardent. L'instant est trop précieux pour le ruiner en y allant d'un banal : « Réjean Gauthier, formateur », ou « Valérie Lesage, journaliste ».

Qui aura envie d'en savoir plus à votre sujet si vous oubliez de parler de ce qui vous anime, vous passionne et vous occupe ? Vous avez quarante secondes, prenez-les ! Et utilisez-les de la bonne manière.

La présentation solo en quarante secondes devrait inclure quatre points : qui vous êtes, ce que vous faites, ce que vous savez et ce que vous valez. Quand vous abordez qui vous êtes, vous vous nommez, avec le sourire, ça va de soi. Ensuite, vous parlez de votre activité professionnelle, puis de ce que vous avez appris en exerçant votre métier, avant de conclure avec une statistique appuyant votre valeur. Voici un exemple de présentation réussie :

« Bonjour, je m'appelle Réjean Gauthier, père de deux enfants et en couple depuis plus de 25 ans. Je suis formateur et conférencier. J'accompagne des entrepreneurs et des entreprises dans l'apprentissage du réseautage. Le réseautage, c'est ma passion et un mode de vie. Je suis tellement passionné que j'ai écrit un livre sur le sujet. Chaque année, avec mes conférences, j'aide plusieurs centaines de personnes à convertir leur réseau de contacts en revenus. Ayant fréquenté six écoles avant le secondaire 5, j'ai vite compris les rouages du réseautage. Il est important pour moi de me garder en forme et à la page pour rester proche des jeunes. »

Voilà. Tout le monde dans la salle a une idée définie de Réjean Gauthier et reconnaît en lui un homme aimant son travail. Comme il est généralement admis qu'on performe dans ce qu'on aime, de façon naturelle, on aura tendance à nourrir un préjugé favorable à l'égard de ses compétences. La statistique confirme le préjugé, elle a la valeur d'un argument massue. Si Réjean avait dit qu'il travaillait quatre-vingt-dix heures par semaine, on aurait pensé qu'il était un peu fou, obsessif, désorganisé ou inefficace pour mettre autant d'heures dans cette activité. Mais le fait de savoir qu'il AIDE des gens à convertir leur réseau de contacts en revenus, qu'il AIDE plusieurs centaines de personnes par année à le faire, donne l'envie certaine de mieux faire connaissance avec lui, car il offre une image de succès et d'altruisme.

4. LES CLUBS PRIVÉS

Il en existe de toutes sortes, dont quelques-uns très prestigieux, au sein desquels vous serez en contact avec des décideurs et bâtisseurs, à n'en pas douter. Le 357c, à Montréal, est dédié à l'essor de la culture, des arts, des sciences et de la technologie. Outre les 5 à 7, les dégustations de vins et les rencontres thématiques, il y a les « Salons de la Commune », au cours desquels des membres sont invités à faire entrer des gens dans leur univers créatif. Toujours à Montréal, le Club Saint-James, voué au monde des affaires, organise des soirées et activités sociales de prestige. Son affiliation avec 200 autres clubs privés dans le monde permet à ses membres d'entrer dans d'autres cercles internationaux.

À un autre niveau, le Club Lions et le Club Rotary regroupent des gens qui cherchent à répondre aux besoins de leurs communautés, mais ce sont aussi des organisations internationales qui donnent des occasions d'élargir son cercle et de créer des liens.

Le club peut aussi être lié à une passion, par exemple un club de dégustation de vins ou d'horticulture. Vous avez le droit de joindre le très agréable à l'utile !

5. LES CONSEILS D'ADMINISTRATION (C.A.)

Les raisons de participer à un conseil d'administration sont nombreuses. Ce peut être par altruisme pur et simple, pour soutenir une organisation charitable. Ce peut être pour vivre une expérience d'administrateur utile dans votre cheminement de carrière. Ce peut être par passion. Ou pour élargir votre réseau de contacts. Ou un mélange de certaines ou de toutes ces raisons.

Soyez actif au C.A. Ne vous contentez pas de lever la main pour approuver le procès-verbal de la réunion précédente ! Vous avez le privilège de pouvoir donner votre opinion sur les orientations de l'organisation, sur un

plan stratégique ou sur la tenue d'une activité promotionnelle : donnez-la ! Mais soyez toujours bien préparé, informé et pertinent avant de prendre la parole, car vous devez vous faire apprécier par les autres membres du conseil.

Dans le C.A. d'une organisation charitable ou d'un organisme sans but lucratif, vous avez de fortes chances de côtoyer des gens très en vue, exerçant de hautes fonctions et animées par le désir de redonner. Une mine d'or potentielle…

6. LES ASSOCIATIONS ET ORDRES PROFESSIONNELLES

Dans certaines professions, il est obligatoire d'appartenir à un ordre ; dans d'autres, l'adhésion à une association est facultative. Vous avez tout intérêt à devenir membre. C'est une façon de vous tenir informé des enjeux et des formations liés à votre profession, tout comme une occasion de rencontres. Ces associations organisent des activités, des congrès, des ateliers de formation. Bref, de quoi garnir votre Carte Réseau tout en entretenant vos relations, car vous y trouverez des gens avec qui vous avez étudié et d'anciens collègues.

Vous pouvez d'ailleurs joindre des associations de diplômés de votre université ou collège, ce qui procure un éventail plus large.

7. LES FORMATIONS

La principale raison de s'inscrire à une formation est bien de combler un besoin d'apprentissage. Mais gardez toujours en tête qu'un atelier ou une formation constituent d'excellentes occasions d'étendre votre réseau. Plus leur durée est longue, plus vous augmentez vos chances d'en bénéficier sur ce plan.

Vous vous retrouverez avec 10 ou 15 personnes, peut-être davantage, et toutes ou presque toutes seront pour vous des inconnues. Le rêve pour un héros ou apprenti héros du réseautage! D'autre part, vous vous présenterez au groupe, et plus la formation sera longue, plus vous pourrez socialiser. Que ce soit à l'heure du lunch ou dans un 5 à 7 après les heures de formation, utilisez ces occasions pour vous faire connaître, invitez les gens à prolonger les discussions une fois l'enseignement terminé.

Valérie Lesage et moi avec qui j'ai co-écrit la première version de ce livre, sommes les exemples parfaits de personnes qui savent profiter de formations pour réseauter. À l'automne 2013, nous avons suivi tous les deux une formation en leadership et communication chez Dale Carnegie. Quatre journées intensives, réparties sur cinq semaines. Comme nous avons eu souvent à nous adresser au groupe, nous avons révélé beaucoup sur nous-mêmes, tant sur nos activités professionnelles, que sur des éléments de notre vie privée et de notre personnalité.

C'est même à cette occasion, lors d'un repas, que nous avons commencé à parler de la possibilité d'écrire ensemble le présent ouvrage. Une relation peut donc se construire assez vite, et une formation intensive permet d'y arriver, car elle donne l'occasion de s'ouvrir aux autres.

8. LES EXPOSITIONS ET FOIRES COMMERCIALES

Évidemment, si vous êtes exposant, vous pouvez faire beaucoup de rencontres et propulser votre entreprise vers le succès. Si vous y êtes pour tester un produit, vous avez une occasion inespérée de le parfaire avant sa mise en marché officielle. Toutefois, vous devez rester en contact avec les personnes ayant manifesté de l'intérêt. Ce sont vos futurs acheteurs. Si vous regardez l'émission *Dans l'œil du dragon*, vous aurez noté que les dragons ont reproché maintes fois à des candidats d'avoir raté le bateau pour ne pas avoir pris le nom des gens intéressés à acheter leur produit lorsqu'il serait mis en vente.

Parlons maintenant d'un entrepreneur audacieux qui a réussi à propulser son entreprise vers un succès international, parce que, comme Tarzan qui lâche son cri pour se faire entendre dans la Jungle, il a su se faire voir dans une grande foire.

Le président de QuébeComm, Sylvain Parent-Bédard, a acheté le concept de l'émission *Lol* ☺, et il a produit des capsules humoristiques avant même d'avoir un diffuseur intéressé. Il croyait en ce concept que d'autres avaient refusé. En 2010, il s'est inscrit au marché international de productions télévisuelles (MIPTV) à Cannes, le plus grand événement dans le domaine. Il a payé un écran géant à l'entrée de la foire pour diffuser ses capsules. Alors qu'il n'avait pu obtenir aucun rendez-vous au préalable, il a suffi de quelques heures pour voir les visiteurs faire la queue à son stand, désireux d'acheter l'émission. À la fin du rendez-vous cannois, 30 diffuseurs dans le monde avaient pris une option pour diffuser *Lol* ☺, qui, finalement, a été vendue dans 125 pays.

Quand on a l'audace de se distinguer et qu'on croit en ce que l'on fait, tout est possible.

Si vous participez à une foire ou à une exposition, votre démarche sera différente. Mais l'occasion est belle de repérer d'éventuels partenaires stratégiques, des conférenciers à inviter dans votre entreprise, de nouveaux fournisseurs de produits ou services, etc. Soyez donc à l'affût et montrez vos forces au moment de la prise de contact avec les autres.

9. LES VOYAGES

Une semaine entière avec les mêmes personnes dans un club de vacances, voilà une chance fantastique de rencontres ! D'accord, vous êtes en vacances… mais le réseautage n'est pas un boulot officiel ni une activité occasionnelle, c'est un état d'esprit !

Un voyage tout inclus, en particulier, permet de côtoyer les autres dans une atmosphère de détente. Pourquoi ne pas profiter de cette période de relaxation pour étendre votre réseau ?

Il suffit d'une ou de deux petites conversations chaque jour au bar, où vous recroiserez de temps à autre les mêmes vacanciers. Proposez de partager un repas dans la semaine avec ceux qui vous semblent sympathiques.

Si on revient d'un séjour dans le Sud avec une semaine de travail pour faire ses suivis, il se peut que son conjoint ou sa conjointe soit un peu exaspéré, mais Tarzan est un être éminemment sociable.

Votre travail vous amène à prendre souvent l'avion ? Il vous fournit donc chaque fois des périodes propices au réseautage. Votre voisin de siège sera avec vous pendant une, deux ou même six heures… Vous avez le temps de vous dire beaucoup de choses ! Encore faut-il avoir des affinités, mais cela est possible, alors autant en profiter quand ça arrive.

Si vous avez pour objectif de rencontrer des décideurs et des bâtisseurs, considérez la possibilité de vous offrir la classe affaires. Il faudra y mettre le prix, bien sûr, mais ce peut-être un investissement. L'occasion d'établir un début de relation avec un président-directeur général ou un cadre de haut niveau pour quelques centaines de dollars de plus peut rapporter davantage que d'être assis à côté d'un étudiant qui s'en va faire le tour des Amériques avec son sac à dos.

Vous pouvez suivre le même principe au moment de choisir votre hôtel. Vous aurez plus de chances de faire des rencontres payantes dans un 5 étoiles que dans un 3 étoiles. Évidemment, tout dépend de vos objectifs et de ce que vous souhaitez investir.

En 2008, j'ai obtenu un visa de travail afin d'ouvrir des comptoirs Sushi Fly aux États-Unis. Ma chaîne de restaurants comptait alors

une dizaine d'établissements au Québec et je souhaitais prendre de l'expansion en Floride.

À bord de la navette qui me conduisait de l'aéroport jusqu'à Sunny Isles en Floride, j'étais assis à côté d'un homme à l'accent prononcé qui téléphonait. Quand celui-ci a raccroché, il s'est excusé de son accent russe et d'avoir parlé trop fort.

« Oh, ce n'est rien. J'ai aussi un accent, je suis Québécois », lui ai-je répondu, puis nous avons poursuivi la conversation, avec déjà un point en commun en tant qu'étrangers.

Le hasard a voulu que nous habitions au même complexe d'appartements au bord de la mer, deuxième point commun. Désireux de rencontrer des partenaires commerciaux en Floride, j'avais choisi un endroit luxueux, espérant y croiser des gens d'affaires d'influence.

Après avoir échangé nos coordonnées, il y a eu un suivi. Oleg œuvrait dans le secteur immobilier. Nous avons partagé nos histoires, des moments à la plage et des soirées sushi ; bref, nous avons sympathisé et approfondi notre relation.

De fil en aiguille, nous avons décidé d'unir nos efforts afin d'ouvrir des comptoirs Sushi Fly aux aéroports de Miami et de Fort Lauderdale ainsi que dans le centre commercial Aventura Mall. Comble de malchance, la crise immobilière frappait et Oleg devait traverser la tempête. Nous avons donc préféré reporter à plus tard notre projet.

C'est partie remise pour moi et mon partenaire russe : le statut légal de l'entreprise existe toujours et nous sommes restés en contact. Quand le ciel sera plus dégagé, peut-être y reviendrons-nous. Entre-temps, nous aurons néanmoins construit et maintenu un lien, tout en élargissant nos réseaux mutuels. Qui sait où cela nous mènera ?

Réjean

10. LE BÉNÉVOLAT

C'est un peu la philosophie du « donnez au suivant ». Le bénéfice ne vous reviendra pas forcément par le même canal, mais, par l'altruisme, vous semez le bien, vous vous faites apprécier et vous donnez envie qu'on vous aide autrement, une autre fois. C'est aussi une manière de tisser des liens avec autrui.

11. LES ACTIVITÉS CARITATIVES

Un ami, une connaissance, une personne dont vous souhaitez vous rapprocher organise une activité-bénéfice. Courez-y ! Cette personne vous sera reconnaissante d'encourager une cause qui lui tient à cœur, et vous pourrez échanger et rencontrer des gens.

Si vous êtes dans l'organisation d'une activité caritative, vous avez la chance de vous faire voir et entendre, de parler avec votre cœur, d'être perçu favorablement. Pensez-y !

J'organise occasionnellement un souper au profit de la fondation Le Pignon Bleu, qui vient en aide aux enfants défavorisés de la basse ville de Québec. J'y invite une douzaine de personnalités du monde des affaires ou artistique et organise une vente aux enchères. Ceux qui veulent manger en compagnie de ces personnalités doivent y mettre le prix ; les profits sont versés à la fondation. J'ai pensé à une activité originale qui bénéficierait au Pignon Bleu, tout en offrant une expérience intéressante aux participants une occasion qui leur permet de faire du réseau-tage à un autre niveau.

Réjean

12. LES COMITÉS DE PARENTS

Vous n'aurez sans doute aucune difficulté à en faire partie : les parents étant par nature assez occupés, les volontaires ne courent pas les rues ! Vous aurez pour collègues des gens très dévoués, avec qui vous avez déjà des points communs en tant que parents soucieux du bien-être de leurs enfants.

Vous rencontrerez régulièrement ces personnes et vivrez avec elles des expériences dans l'organisation d'activités ou de collectes de fonds. Donc, vous pourrez bâtir des liens de confiance et entrer en contact avec les gens de leur réseau. Ils sont peut-être eux-mêmes des bâtisseurs ou des amis ou conjoints de bâtisseurs.

13. LES CENTRES SPORTIFS

Faites d'une pierre deux coups : gardez la forme et avancez dans la jungle ! Que vous soyez inscrit à un cours de gym ou de yoga, que vous vous entraîniez sur des machines ou que vous jouiez au hockey ou au baseball, faites ce qui vous plaît. N'oubliez pas en même temps de socialiser, d'être à l'écoute et sympathique. Vous courez peut-être à côté d'un champion des affaires… Gardez à l'idée qu'on peut créer des liens un peu partout, mais si vous voulez vraiment miser sur le sport en particulier pour faire des contacts d'affaires, choisissez un gym à proximité d'un quartier d'affaires et allez-y le matin ou le midi plutôt qu'à 21 heures.

14. LE GOLF

C'est une activité de réseautage classique. C'est le fameux tournoi de golf annuel d'une association ou la partie qu'on organise soi-même pour maintenir un lien avec un client ou un fournisseur. Dans le premier cas, vous pouvez faire de nouvelles connaissances, dans le second, vous avez

l'occasion d'approfondir votre relation. Vous disposez de plusieurs heures en bonne compagnie, soyez détendu et agréable.

Vous ne savez pas encore comment jouer ? Inscrivez-vous à quelques cours, cela vous permettra de garder le sourire au lieu de vous impatienter devant votre inaptitude. Et on voudra encore jouer avec vous…

15. LES RÉSEAUX SOCIAUX

Si Tarzan avait eu accès à la technologie, il aurait régné non seulement sur la jungle, mais aussi sur la savane, la forêt boréale, les montagnes et les océans ! Même s'il faut consacrer un peu de temps à l'entretien des réseaux sociaux, on doit reconnaître qu'à bien des égards, ils facilitent grandement la vie des as du réseautage.

Un bon réseautage d'affaires devrait inclure l'usage des réseaux sociaux. Cependant, n'oubliez pas que le monde virtuel ne remplacera jamais les rencontres en personne, plus propices à sceller des liens et à bâtir des relations durables.

Grâce aux réseaux sociaux, en quelques clics, vous renouez avec d'anciens collègues ou amis, vous restez en contact avec des personnes éloignées, vous connaissez les autres facettes des gens, vous publicisez vos produits et services et vous partagez vos expériences. Ce serait donc un non-sens de s'en priver. Certaines entreprises font de bonnes affaires uniquement par le marketing sur les réseaux sociaux ! Alors qu'attendez-vous ? En 2014, sept utilisateurs de médias sociaux sur dix suivent au moins un organisme, une entreprise ou une personnalité au moyen de cet outil, selon le CEFRIO[1]. Les personnalités publiques (34,2 %) et les marques (30,9 %) sont les plus suivies.

1. Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations

Mis à part YouTube, où on peut publier des vidéos, Facebook, Google+, LinkedIn et Twitter sont les réseaux sociaux ayant la portée la plus large. Facebook est loin devant : selon le CEFRIO, 70 % des internautes québécois l'utilisent et la moitié des internautes y vont chaque jour. Google+ recueille la faveur de 30 % des internautes (en baisse), LinkedIn, 19 %, et Twitter, 13 %.

Une multitude d'autres réseaux peuvent vous être bénéfiques selon vos champs d'activité. Pinterest, Instagram ou Flickr, par exemple, sont intéressants pour se faire voir, vous y montrez surtout des images. Ciblez vos efforts, ne vous éparpillez pas trop. À vouloir être partout, on s'y perd.

Quels que soient vos choix, vous avez là d'excellentes vitrines pour faire connaître vos produits et services, vos bons coups, votre expertise, vos talents, votre personnalité. Ne soyez pas que voyeur, participez aux discussions, manifestez votre approbation ou votre appréciation lorsque vous en avez l'occasion, encouragez vos contacts lorsqu'ils participent à un concours ou félicitez-les lorsqu'ils gagnent, amorcez des discussions ou partagez des instants heureux.

Nombre de personnes se servent aussi des médias sociaux pour publier des chroniques ou blogues sur des sujets qu'ils connaissent bien. C'est une bonne idée si vous avez une réelle expertise, mais n'improvisez pas.

Vous pouvez aussi vous servir des réseaux sociaux pour poser des questions et élaborer des conseils à partir des réponses. Par exemple, selon votre domaine d'activité, vous demandez aux gens : Qu'attendez-vous d'un vendeur ? Que peut faire notre entreprise pour améliorer son service à la clientèle ? Qu'aimeriez-vous apprendre au sujet du réseautage à l'interne ?

Grâce aux réponses obtenues, vous créez vos petites statistiques même si ce n'est pas un sondage scientifique. Vous pouvez ensuite les communiquer et y ajouter votre opinion d'expert ou écrire un blogue à partir de ce que vous inspirent les réponses reçues.

Apprenez aussi à doser vos interventions. Si vous publiez des statuts ou des informations dix fois par jour, vous susciterez des désabonnements.

Faites aussi attention à ce que vous publiez. Les opinions politiques fortes qui auraient tendance à dénigrer les opinions contraires fabriqueront des ennemis. Les plaintes répétitives, le négativisme constant et l'humour douteux sont à proscrire. Les photos de vous avec trois verres de trop aussi. Il n'y a pas que vos meilleurs amis qui regardent.

Pour adapter le bon vieux dicton à la sauce 2.0 : tournez votre clavier sept fois avant d'écrire !

Éloges de Tarzan

Quand Dominique Brown a acquis Chocolats Favoris en 2012, la page Facebook de l'entreprise avait 10 000 adeptes, ce qui était assez exceptionnel comme adhésion dans la région de Québec.

« Avec une page Facebook à peine entretenue qui avait autant d'amis, je me suis dit qu'il fallait faire quelque chose. On s'en sert énormément. À présent, on a 56 000 personnes qui nous suivent dans la province (en juin 2014), et c'est très important pour nous comme outil de marketing et moyen de communication avec notre clientèle. »

La plupart du temps, l'entrepreneur entretient lui-même la page Facebook de Chocolats Favoris. Ainsi, grâce aux statistiques disponibles dans les pages d'entreprise, il sonde gratuitement les préférences de ses clients et analyse qui ils sont. De cette manière, il peut mieux diriger ses efforts en marketing.

Facebook permet aussi à Dominique Brown de créer le désir et de garder l'entreprise dans le cœur des gens beaucoup plus longtemps que ne le feraient les médias traditionnels. Quand il ouvre une nouvelle succursale, l'entrepreneur ne se contente pas d'envoyer un communiqué de presse et de voir pendant 24 heures l'annonce dans les médias : il prolonge la durée de sa visibilité par les médias sociaux. Il commence par écrire sur

Facebook qu'il va ouvrir bientôt une nouvelle succursale et demande à ses admirateurs de deviner où elle sera construite. Il donne ensuite un ou deux indices les jours suivants, il pose une autre question quelques jours plus tard, puis il joue sur le moment de l'ouverture.

« On peut faire vivre la nouvelle pendant plus d'un mois au lieu de 24 heures. Comme les gens partagent dans les réseaux, on leur offre parfois des avantages, cela devient très puissant », note-t-il.

AMUSEZ-VOUS !

Choisissez les lieux et activités de réseautage qui vous plaisent. Vous n'êtes pas obligé de vous montrer dans les 15 lieux proposés. Vous ne serez jamais partout et vous avez le choix. Comment parviendriez-vous à dégager une attitude positive dans une activité qui vous déplaît ? Comme les gens ont davantage envie de se connecter avec des êtres souriants et positifs, vous n'aideriez pas votre cause en vous fouettant pour aller jouer au golf alors que vous détestez ce sport. Il faudrait être bien bon comédien pour dissimuler votre aversion.

Maintenant, il faut aussi accepter que devenir un héros du réseautage signifie participer à plusieurs activités. On doit les sélectionner en fonction de ses goûts mais aussi de ses objectifs. Il est essentiel de provoquer de nouvelles rencontres si on souhaite élargir son réseau. Dix nouveaux contacts, c'est bien, mais si un seul a du potentiel, vous avez encore du boulot devant vous, n'est-ce pas ?

Vos objectifs peuvent vous obliger parfois à vous rendre à des 5 à 7, même si vous n'affectionnez pas beaucoup ce genre d'événement, simplement parce que vous savez que vous y rencontrerez une personne clé ou parce que c'est l'inauguration des bureaux d'une de vos relations importantes. Toutefois, si vous y êtes plus ou moins à l'aise, ne privilégiez pas ce moyen pour le réseautage ; gardez-lui 5 % de votre temps dans la construction de votre réseau. Rappelez-vous que le réseautage s'établit au quotidien,

de passage à la banque ou à l'épicerie, par exemple. Il n'est pas réservé aux activités officielles ou provoquées. En gardant une attitude ouverte et sympathique en tout temps, vous cheminerez dans la jungle et établirez des contacts avec les autres animaux.

Trouver ses lieux pour les réseautage est un point de départ, ensuite il s'agit d'exploiter au maximum les possibilités qu'ils offrent. Jouer au golf, c'est bien, mais quand on y va pour le réseautage, la victoire est moins importante sur le vert que sur le terrain des contacts. Voici quelques trucs pour gagner.

DIX CHOSES À FAIRE PENDANT LES ACTIVITÉS DE RÉSEAUTAGE

- Apportez suffisamment de cartes professionnelles ;
- Intéressez-vous à ce que font les autres ;
- Posez des questions ouvertes ;
- Préparez-vous quelques phrases en poche (au cas où…) ;
- Ne restez pas avec des gens que vous connaissez pour meubler le temps, faites de nouvelles rencontres ;
- Concentrez-vous sur ce que vous pouvez faire pour les autres plutôt que l'inverse ;
- Évitez la vente agressive ;
- Sachez quand terminer une conversation ;
- Souvenez-vous que les gens sont là pour la même raison que vous : créer des contacts ;
- Assurez-vous d'avoir la permission de faire le suivi avec votre interlocuteur lorsque vous le quittez.



Tarzan se souvient :

- de donner de son temps dans un C.A., un comité, un organisme ou une association ;
- d'être présent sur les médias sociaux ;
- de participer à des clubs de réseautage ;
- de combiner plaisir et réseautage.

chapitre 12

Moi Jane, toi Tarzan, le réseautage au féminin

Le réseautage d'affaires est une pratique plus récente chez les femmes que chez les hommes. Normal, elles ont intégré massivement le marché de l'emploi plus tard et leur accession à des postes de cadres supérieurs demeure un combat dans bien des secteurs d'activité.

Afin de s'entraider et de faire avancer la cause des affaires au féminin, les femmes ont créé leurs propres réseaux d'affaires au fil des ans. Cela ne les empêche pas de fréquenter aussi des cercles d'affaires mixtes et de participer à des activités de réseautage où elles se trouvent parfois en minorité. Au bout du compte, elles ont peut-être plus de possibilités que les hommes de participer à des activités de réseautage ! Malgré tout, il semble que plusieurs se montrent hésitantes et mettent davantage de temps à découvrir la nécessité de bâtir des liens.

Pour aborder ces questions, nous vous proposons les points de vue d'une femme d'affaires de haut niveau qui a saisi les bienfaits du réseautage.

SEULE PARMI LES HOMMES
avec Marie-France Poulin, vice-présidente chez Kalia et Groupe Camada

Madame Poulin a commencé sa carrière chez MAAX, l'entreprise fondée par son père Placide et qui est devenue chef de file nord-américain des fabricants de produits de salle de bain. Après la vente de l'entreprise, elle s'est jointe à Groupe Camada, une société de capitaux de la famille, et a lancé, avec son frère David et son beau-frère Bruno, Kalia, un fabricant de produits de salle de bain et de robinetterie de cuisine. Elle a déjà siégé aux conseils d'administration d'Hydro-Québec de la Banque Laurentienne et à l'Industrielle Alliance Assurance auto-habitation. Ses engagements d'administratrice la lient au Festival d'été de Québec, et elle préside les conseils de l'Université Laval, du Port de Québec et de la YWCA Québec.

Le fait d'être une femme dans un milieu traditionnellement masculin a-t-il posé des difficultés particulières dans votre réseautage d'affaires ?

J'avais 23 ans quand j'ai commencé ma carrière, et ce que j'ai trouvé le plus difficile, c'était d'être jeune et sans réseau, donc un peu seule. C'était plus ardu que d'être une fille dans un secteur traditionnellement masculin. Je devais sortir de cet isolement. La façon de m'intégrer à ce monde d'hommes a été de m'assurer de pouvoir parler de mes produits de façon très compétente et technique. Si je me retrouvais sur un chantier ou devant un acheteur, il pouvait vite constater que je savais de quoi je parlais. Être une fille, car c'était nouveau il y a presque 30 ans, a fait que j'ai au fond été bien accueillie. Mon attitude, en me disant que ça pouvait être rafraîchissant d'être différente dans ce milieu, m'a bien servie.

Je suis souvent sortie de ma zone de confort, et ce n'était pas évident, mais en persévérant, cela devient naturel.

Quelles activités de réseautage avez-vous privilégiées pour construire votre réseau ?

J'étais une jeune femme en affaires, pas encore mère de famille (les activités que nous privilégions varient selon les étapes de notre vie personnelle), et dans mon secteur d'activité, il y avait pas mal de tournois de golf.

J'ai aussi participé à des activités très ciblées en design industriel, en architecture, dans de colloques de l'Association des constructeurs d'habitation du Québec, par exemple. Plus tard, quand le réseau d'affaires de mon secteur immédiat a été construit, je me suis ouverte à un réseau élargi. Je me suis jointe à la Chambre de commerce et d'industrie Nouvelle Beauce et à la Chambre de commerce et d'industrie de Québec, notamment.

Quelle est l'importance, quand on œuvre dans un secteur très pointu, d'élargir son réseau dans un milieu plus varié ?

On perd des occasions d'affaires à partir du moment où on ne va pas voir ailleurs. Il y a différentes raisons à cela. Tout d'abord, élargir son réseau permet de se ressourcer. Quand on fait toujours la même chose, on perd en créativité. S'ouvrir à d'autres, c'est s'ouvrir à de nouvelles idées. C'est toujours bon pour l'entreprise aussi de se faire connaître d'un autre public. Et ça peut être agréable aussi ! Il faut avoir du plaisir à faire du réseautage. Ça permet d'apprendre, de savoir ce que font les autres. Un contact fait il y a cinq ans peut servir aujourd'hui et un autre gagné hier peut servir demain ; on ne le sait jamais d'avance. Élargir son réseau ouvre aussi des portes pour siéger à des conseils d'administration ou à des organismes à but non lucratif (OBNL), ce qui est motivant et ressourçant.

Comment avez-vous senti le besoin d'aller aussi vers des réseaux de femmes ?

Au début de ma carrière, ça n'existait à peu près pas. Je ne sais même pas si ça existait, en réalité !

Le réseautage, je le fais quand ça cadre avec mes envies et mon horaire. Mais, de nos jours, je suis consciente de l'importance d'encourager les réseaux de femmes. À l'époque, je n'y avais pas accès, et aujourd'hui, on trouve une belle jeunesse dans ces réseaux. C'est fort stimulant. Je ne sais pas si c'est le fait d'avoir passé la cinquantaine, mais je prends conscience de l'importance de ces réseaux, des modèles et du partage pour les femmes en affaires. J'ai participé au Grand défi Pierre Lavoie et il disait que, par l'exemple, on réussit à provoquer un effet d'entraînement. En affaires, avoir des modèles et des associations permet de stimuler l'entrepreneuriat, et c'est excellent.

Qu'est-ce qui vous apparaît distinctif dans la façon des femmes de faire du réseautage ?

C'est important d'adapter le réseautage à sa personnalité. J'ai rencontré plusieurs femmes qui n'avaient pas envie d'en faire, de se mettre en avant, de se vendre. Mais ce n'est pas que ça, le réseautage. Les femmes trouvent de plus en plus leur manière à elles de le faire. Elles aiment les conférences sur un sujet qui les amène plus loin, elles adaptent le réseautage à un horaire qui leur convient, elles réseautent de façon plus sporadique que régulière, mais une fois qu'elles ont commencé, elles continuent. C'est peut-être plus long pour elles de se lancer.

Je pense aussi que, rapidement, entre femmes, on comprend qu'on peut se donner un coup de pouce sans rien attendre en retour. Il y a une certaine complicité. On a tellement le goût que les femmes réussissent en affaires qu'on veut être un petit plus, une valeur ajoutée dans leur démarche. Il y a une solidarité

de plus en plus forte entre les femmes parce qu'elles sont moins nombreuses en affaires.

Qu'avez-vous appris que vous souhaitez transmettre ?

Les jeunes doivent sortir et comprendre que l'énergie de la jeunesse est formidable. Ils ne doivent pas avoir peur de fréquenter les réseaux où les gens sont plus expérimentés qu'eux. Les jeunes peuvent nous apporter beaucoup. Ils doivent traverser la barrière des âges, ne pas rester juste entre eux. Ni avoir peur de demander d'aller prendre un café avec les personnes qu'ils souhaitent rencontrer. Les gens sont assez ouverts. Juste de discuter, se faire conseiller, écouter l'histoire de la personne qui nous stimule est profitable. Les filles, osez aussi ! Il faut que le réseautage fasse partie de votre cheminement professionnel. On en fait à bien des endroits sans s'en rendre compte. Et puis au fond, le réseautage, c'est comme une robe, il faut qu'elle te mette en valeur. Quand tu es bien, les gens viennent vers toi, tu dégages, tu es épanouie. Quand tu n'es pas bien, ça paraît et tu rentres chez toi avec l'impression d'avoir perdu ton temps. Il faut faire cette prise de conscience.

Le prochain point de vue, celui de Marie-Huguette Cormier, cadre supérieure chez Desjardins, montre à quel point il importe d'élargir son réseau pour réduire sa vulnérabilité au cours d'un cheminement de carrière. Si personne ne vous connaît en-dehors de l'entreprise où vous travaillez, comment allez-vous rebondir si par malheur vous perdez votre emploi ? Vous y arriverez, bien sûr, mais il vous faudra sans doute plus de temps que si vous aviez préalablement bâti des relations extérieures qui auraient permis aux autres d'estimer votre valeur.

D'autre part, ce témoignage vous enseignera que l'enfermement dans une dynamique boulot-marmots peut créer un sentiment d'isolement assez fort pour amener une femme à baisser les bras. Prendre le temps de

créer des liens permet de partager ses difficultés et de s'ouvrir à d'autres manières d'y faire face, donc de se ressourcer. Cela permet de se sentir moins seule. Les femmes qui ne font pas de réseautage disent souvent ne pas avoir le temps d'en faire, prises entre la performance au travail et les responsabilités familiales. Et si, au contraire, tisser des liens permettait de souffler un peu ?

RÉDUIRE SA VULNÉRABILITÉ avec Marie-Huguette Cormier, première vice-présidente Marketing Mouvement, Expérience membre-client et Communications chez Desjardins

Madame Cormier, ancienne athlète d'escrime, a participé aux Jeux olympiques de Los Angeles (1984) et de Séoul (1988) avec l'équipe canadienne. Elle travaille chez Desjardins depuis plus de 25 ans. Titulaire d'une maîtrise en administration des affaires, elle y a occupé différentes fonctions de gestion. En novembre 2009, elle a été désignée par le Women's Executive Network comme faisant partie des 100 femmes les plus influentes au Canada. Elle a également été présidente du conseil d'administration de la Fédération des chambres de commerce du Québec en 2011 et 2012.

À quel moment dans votre carrière avez-vous pris conscience de l'importance du réseautage ?

Déjà dans le sport, je voyais l'intérêt d'avoir des contacts dans différents pays avec les athlètes et les entraîneurs. J'ai conservé ce réseau. En commençant ma carrière professionnelle, j'ai moins fait de réseautage, les enfants sont arrivés. Je me suis toutefois investie dans l'école de mes filles, le milieu de l'éducation et la philanthropie. Et un jour, je me suis rendu compte que je n'avais pas pris le temps de me bâtir un réseau d'affaires.

Je me suis sentie très vulnérable quand on a aboli le poste de première vice-présidente de gestion de patrimoine que j'occupais en 2005. Je n'avais jamais pensé que ça puisse m'arriver, car j'étais si dévouée ! J'ai décidé de rester chez Desjardins parce que j'avais un très grand attachement, mais j'ai aussi choisi de ne plus jamais me sentir vulnérable. Donc, à partir de ce moment, il y a huit ans, j'ai fait du réseautage d'affaires à l'externe. J'ai soutenu des causes, j'ai organisé des collectes de fonds et j'ai ainsi rencontré des gens d'affaires.

Puis, j'ai présidé la Fédération des chambres de commerce et ça a été fantastique, car j'ai pu bâtir un réseau à Montréal, en plus de celui de Québec.

Comment avez-vous fait pour tisser des liens plus solides avec les membres des conseils d'administration auxquels vous avez participé ?

Par exemple, à Montréal, je fais partie d'un groupe de femmes qui se rencontrent quelques fois l'an dans des soupers. J'habite Québec et travaille à Montréal trois jours par semaine. Même si je suis à Québec et que le souper est à Montréal ce jour-là, j'y vais. J'entretiens mes relations avec ces femmes qui sont présidentes d'entreprises ou cadres supérieures dans les grandes entreprises. On se donne des coups de main. C'est important pour moi d'investir dans ce réseau, c'est une véritable source de plaisir.

Que remarquez-vous de particulier au sujet du réseautage féminin ?

Il est plus axé sur la façon des femmes de s'entraider. Je me souviens d'un concours destiné aux femmes d'affaires. Il manquait de participantes, alors on a décidé d'appeler des femmes et de les aider à soumettre leur candidature. On parle ensemble de l'économie, mais la cause des femmes en affaires est très présente dans nos discussions. Certaines ne participent pas

aux concours parce qu'elles ne veulent pas être dans une catégorie à part des hommes, et d'autres disent ne pas avoir le temps. Quelques-unes, toutefois, ont vu que c'était un levier important pour se faire connaître et elles tentent de convaincre les autres de prendre le temps. Les jeunes femmes ont besoin de modèles, il y en a trop peu. Pour les inspirer, leur montrer que c'est possible de tout conjuguer à la fois. Oui, parfois, les affaires c'est un monde d'hommes, mais des femmes font leurs marques, fondent une famille et sont très épanouies. Il faut les faire connaître.

D'être une femme et de faire du réseautage donne-t-il des défis supplémentaires à relever ?

Oui, il faut en faire plus. Par la nature de mon poste chez Desjardins, je dois faire du réseautage, entretenir des contacts, mais en plus m'occuper des réseaux de femmes. Bien que nous progressions, les femmes sont peu nombreuses dans la haute direction du groupe. Nous sommes seulement trois au comité de direction. Alors, nous sommes trois à nous partager les activités consacrées aux femmes à Québec et à Montréal. Nous voulons le faire, ça nous fait plaisir, mais par rapport aux hommes, c'est comme si nous devions travailler en double !

Dans une grande entreprise comme Desjardins, le réseautage à l'interne est-il aussi important que le réseautage à l'externe ?

Pour faire avancer des dossiers, c'est certainement important. Je suis une de celles qui ont le plus souvent changé de poste au sein de l'entreprise. J'ai travaillé en région, dans les caisses, avec les entreprises, dans le développement, dans l'exploitation. J'ai des contacts partout. Quand une difficulté se présente quelque part, je peux toujours trouver un chemin pour parler à quelqu'un que je connais, et le réseau interne m'a toujours beaucoup servie. Parfois les gens ont du mal à naviguer dans

une entreprise de 45 000 employés, mais moi, j'ai toujours des points de repère. C'est utile quand quelque chose bloque ou qu'on recherche un profil particulier. Mais il faut entretenir les liens pour garder le réseau de contacts vivant. Bien qu'en entreprise, on n'oublie pas les gens avec qui on a travaillé…

Dans votre avancement, en tant que très rare femme dans la haute direction de Desjardins, le réseautage à l'interne vous a-t-il beaucoup servi pour vous hisser à ce niveau ?

J'ai eu de la chance, car les gestionnaires pour lesquels j'ai travaillé ont eu des promotions et, dans plusieurs cas, sont devenus des premiers vice-présidents. Ces personnes m'avaient déjà vu fonctionner, elles m'ont aidée par la suite. Toutefois, le plus déterminant, c'est qu'à l'époque où on avait 11 fédérations et une confédération, j'ai décidé, après cinq ans à la fédération de Québec, de partir un an dans une caisse pour vivre l'expérience. Je travaillais dans une des 11 fédérations au service des caisses sans avoir travaillé dans une caisse auparavant. Chaque fois que j'arrivais dans une entrevue, ce qui me distinguait, c'était de savoir ce qu'est une caisse. Après, les gens avec qui j'ai travaillé m'ont soit promue, soit recommandée. Donc, le réseau interne m'a aidée à passer de gestionnaire régionale à gestionnaire provinciale, puis à cadre supérieure. Mais la progression professionnelle pour arriver à un premier niveau de gestion a été largement stimulée par ce que j'ai appris dans le sport. La progression a été rapide parce que j'avais un bon niveau de maturité. Quand on encaisse des défaites, qu'on voyage avec des gens avec qui on n'a pas vraiment d'affinités mais qui sont nos coéquipiers, ce n'est pas toujours facile. Alors, une fois sur le marché du travail, ce qui semble être un gros problème pour certains ne prend pas les mêmes proportions. J'ai une capacité à gérer le stress, à travailler en équipe et à mettre les énergies nécessaires pour atteindre un objectif.

Faut-il absolument maintenir de bonnes relations avec les autres personnes dans l'entreprise si on veut progresser à haut niveau ?

Oui et, là encore, l'école du sport est fantastique. Être un athlète individuel qui participe à des épreuves en équipe, c'est s'entraîner avec des gens qui sont parfois nos concurrents, parfois nos coéquipiers. Donc, on apprend la valeur de chaque personne dans une équipe. L'idée d'être inclusif, d'être participatif, de respecter les différences et d'être motivé par un but,ça aide à naviguer dans une grande entreprise. Il y a des gens qui en sont incapables.

Dans ce que vous avez appris sur le réseautage, qu'estimez-vous être le plus important ?

Dans la vie, on doit toujours se dire « on ne sait jamais ». J'ai déjà eu un patron qui était un peu un adversaire, mais, finalement, on a développé une belle relation d'amitié que je n'aurais jamais soupçonnée. Il y a aussi eu des gens avec qui j'ai eu de la difficulté à travailler, mais un jour ils m'ont sauvée decertaines situations. Il faut souvent réfléchir au fait que les gens agissent en fonction de ce qu'ils comprennent de ce qu'on s'attend d'eux. Il faut distinguer la personne de son rôle avant de porter un jugement.

C'est important quand on quitte un poste de finir en bonstermes, de manière respectueuse. En s'affirmant mais en étantrespectueux, car dans une grande entreprise, on ne sait jamais quand on retrouvera telle personne sur son chemin. J'explique toujours ça aux jeunes : pensez-y avant de vous emporter ! L'interlocuteur est dans une autre réalité et, si on ne le comprendpas, on peut le juger rapidement. Il vaut mieux suspendre son jugement.

Des fois, ça explose, mais il faut s'en reparler, chercher à se comprendre et finir en bons termes.

Aux femmes, qu'aimeriez-vous transmettre ?

Prenez le temps de faire du réseautage, prenez du recul. Il faut créer des liens autour de soi. Souvent, on découvre qu'on n'est pas seule à vivre une situation, et ça fait du bien. Lorsque les femmes sont débordées au travail, elles ont tendance à s'isoler pour en faire plus. Elles ont l'impression de se perdre et ne prennent pas le temps de tisser des liens.

Je suis allée dans une session à New York où il n'y avait que des femmes cadres supérieures d'organisations américaines, et c'était incroyable. Sur une douzaine de femmes, trois ou quatre étaient dans la cinquantaine et avaient passé leur vie à travailler et à s'occuper de leur famille. Elles se sentaient vides à l'intérieur, elles réalisaient qu'elles n'avaient rien fait pour ellesmêmes. On devait dessiner notre réseau à l'interne et à l'externe (réseau de contacts), et certaines n'avaient pas de toile, pas de liens. Ces femmes étaient en train de déprimer. Ce sont souvent elles qui font des virages à 180 degrés sur le plan de la carrière parce qu'elles ne se sont pas protégées et elles finissent par décrocher. Les réseaux permettent de découvrir des gens qui partagent des choses en commun, de se soutenir, de se rendre service, de voir comment les autres conjuguent leurs responsabilités et prennent soin d'elles. Il y a des apprentissages à faire au contact des autres, ça aide à prendre du recul, à reprendre son énergie.

Alors Jane ? Convaincue maintenant qu'il faut se lancer comme Tarzan d'arbre en arbre ? Les femmes actives en réseautage vous diront à peu près toutes que l'essayer, c'est l'adopter. Trouvez votre manière, choisissez les activités en fonction de vos horaires pour qu'elles deviennent une oasis plutôt qu'une corvée de plus. Allez-y à votre rythme, mais profitez des occasions qui s'offrent à vous pour avancer plus vite vers vos objectifs.



Jane se souvient :

- de prendre le temps de tisser des liens hors de la famille et du milieu de travail immédiat ;
- de se faire connaître et de se faire valoir ;
- de s'affirmer respectueusement.

chapitre 13

Sois poli, Tarzan!

Il appartient à Jane, la belle Anglaise, d'ajouter une petite couche de vernis sur les manières de l'homme de la jungle ! Car, si dans son cœur, Tarzan est un gentleman, il lui reste quelques notions de politesse à apprivoiser…

Voici quelques trucs de politesse :

- Quand on participe à un dîner, on fait le tour de la table et on se présente en serrant la main à chaque convive avant de s'assoir.

- De préférence, on donne sa carte professionnelle lorsqu'elle est demandée. Mais si on a un nom qui aligne les consonnes et qui est difficile à prononcer, on tend sa carte pour aider son interlocuteur, qui en sera reconnaissant.

CRI DE TARZAN :

JE DEMEURE SOBRE ET LUCIDE DANS MES ACTIVITÉS DE RÉSEAUTAGE

- Si vous tenez à regarder vos courriels et textos sur votre téléphone intelligent, évitez de le faire à table. Évitez aussi de le faire juste à côté des personnes avec qui vous discutiez la minute d'avant dans un 5 à 7. C'est un signe de désintérêt de votre part.

- Éteignez votre cellulaire pendant une rencontre, cela vous évitera d'interrompre la conversation advenant qu'il sonne et démontrera votre intérêt réel pour votre interlocuteur.

- Ne dîtes pas de mal de vos concurrents, de vos patrons ou de quiconque, d'ailleurs.

- Évitez de mâcher de la gomme en public.

- Faites un petit effort côté vestimentaire, cela montre de la considération pour les autres et pour soi-même.

- On ne doit pas abuser des consommations alcoolisées lors des activités de réseautage. Cinq à sept ne veut pas nécessairement dire 5 à 7 consommations d'alcool :)

Conclusion

Maintenant que Tarzan vous a enseigné tous les secrets de son succès dans la jungle du réseautage, à vous de jouer !

Que vous soyez au début de votre parcours professionnel et ayez encore tout à bâtir ou que vous vous trouviez à mi-chemin et sentiez le besoin de faire mieux, lancez-vous et cherchez des appuis solides pour accrocher vos lianes.

On commence tous quelque part, certains avec des prédispositions naturelles à aller vers les gens et d'autres avec plus de timidité, mais, quel que soit votre cas, rappelez-vous de choisir les méthodes et les lieux de réseautage qui vous conviennent le mieux. Je vous invite à sortir de votre zone de confort et à explorer de nouvelles avenues, car c'est la seule manière de vous découvrir et de repousser vos limites. Ce qui demande un effort immense la première fois en exige un moins important la deuxième, et ainsi de suite.

En me présentant au début de cet ouvrage, je vous ai révélé que je n'étais pas né héros du réseautage et que j'ai dû surmonter quelques difficultés pour gagner en aisance et avancer dans la jungle. Chacun a en soi la force de tracer son chemin ; il suffit de se fixer des objectifs, de définir une stratégie pour les atteindre et, surtout, d'être confiant et déterminé !

Désormais, vous disposez de la méthode de Tarzan et de ses outils (Carte Réseau et Échelle de RG). Donc, vous avez tout le nécessaire pour voir plus clair dans la jungle et avancer sans vous perdre en mille détours.

Alors, je vous souhaite de trouver du plaisir dans l'aventure, de faire de belles rencontres et d'amorcer de nouveaux partenariats. Ayez du succès en affaires et tout autant en amitié !

Lectures suggérées

Comment se faire des amis et influencer les autres, Dale Carnegie, Alexandre Stanké, 2003 (réédition, publié pour la première fois en 1936).

The Little Black Book of Connections : 6.5 Assets for Networking Your Way to RICH Relationships, Jeffrey Gitomer, Bard Press, 2006.

The Harvey Mackay Rolodex Network Builder, Harvey Mackay, Mackay Envelope Corporation, 1993.

The Frog and The Prince : Secrets of Positive Networking to Change Your Life, Darcy Rezac, Judy Thomson et Gayle Hallgren, Prentice Hall, 2003.

Work the Pond : Use the Power of Positive Networking to Leap Forward in Work and Life, Darcy Rezac, Judy Thomson et Gayle Hallgren-Rezac, Penguin, 2005.

Père riche père pauvre, Robert Kyosaki, Un Monde Différent, 2014. The Harvey Mackay Rolodex Network Builder, Harvey Mackay, Mackay Envelope Corporation, 1993.

Leading at The Edge: Leadership Lessons from the Extraordinary Saga of Shackleton's Antarctic Expedition, Dennis N.T. Perkins 2012

How to Instantly Connect with Anyone: 96 All-New Little Tricks for Big Success in Relationships, Leil Lowndes, 2009.

Dans La Jungle des Affaires Tome 1, Québec 2020, Réjean Gauthier, KARR 4.0.

Vous avez aimé ce livre ?

Continuez votre route avec nous et devenez le roi de la jungle du réseautage en nous suivant sur les réseaux sociaux !



Vos commentaires, témoignages et expériences de réseautage nous font grandir ! Partagez-les au rejean@gauthierstrategies.ca

Visitez aussi notre site web pour les dates des conférences et plus encore

www.gauthierstrategies.ca

Bon succès à vous pour la suite !

À l'instar de Tarzan, qui se démarque parce qu'il sait communiquer avec toutes les espèces de la jungle, les gens qui obtiennent du succès sont ceux qui ont développé d'excellentes aptitudes pour créer des relations durables, sympathiques et mutuellement gagnantes. Leur carte maîtresse ? Le réseautage. Un outil puissant qui va bien au-delà des tournois de golf et de l'échange des cartes professionnelles.

À la fois entrepreneur et réseauteur de haut vol, Réjean Gauthier a mis au point une méthode simple et efficace pour vous aider à établir ce type de liens avec vos contacts actuels et pour étendre sensiblement votre réseau. Dans ce livre, il dévoile des stratégies à mettre en oeuvre sur-le-champ pour vous rapprocher des gens susceptibles de vous propulser, vous ou votre organisation, vers le succès. Comment aller vers les autres et établir de nouveaux contacts ? Comment cibler les relations à fort potentiel ? Quelles relations entretenir avec elles ? Il répond concrètement à ces questions, expliquant notamment comment devenir un pro de l'écoute et un as du suivi grâce à l'outil inédit qu'est l'Échelle de RG. Outre des conseils clairs et une démarche efficace, cet ouvrage présente des témoignages de gens d'affaires qui dévoilent comment le réseautage a changé leur vie.

Que vous soyez entrepreneur, professionnel, gestionnaire ou travailleur autonome, entrez dans la jungle du réseautage et réveillez le Tarzan ou la Jane qui sommeille en vous !



Réjean Gauthier est un entrepreneur en série. Diplômé deux fois du programme international « Dale Carnegie Training », il est un passionné de la vente, du réseautage, du monde des affaires et surtout de l'être humain. En plus d'avoir présenté plus de 500 fois la conférence « Dans la jungle du réseautage », il est animateur et fondateur du podcast Dans la jungle des affaires.

Professionnel, dynamique et organisé, cet auteur, formateur et conférencier profite de son implication au sein de plusieurs réseaux de gens d'affaires afin de partager sa passion pour les affaires et le réseautage.

LES ÉDITIONS KARR 4.0

9 782981 710277