



15 Techniques Honnêtes pour avoir plus d'influence au Travail

Table des matières :

Introduction.....	4
Chapitre 1 : Votre Influence commence... à l'entretien d'embauche : voici comment le réussir brillamment	7
Chapitre 2 : Exercer plus d'Influence dans une négociation, grâce la technique du "Bon Flic, Méchant Flic".....	14
Chapitre 3 : Le Trésor Secret de toute Entreprise - la Connaissance des Produits	19
Chapitre 4 : "Boucliers à Puissance Maximale"	25
Chapitre 5 : Utilisez les Objectifs... des Autres	31
Chapitre 6 : Comment Réussir par la Surprise	37
Chapitre 7 : Capitalisez vos Actions	42
Chapitre 8 : Préparez le Terrain pour Avoir de l'Influence.....	48
Chapitre 9 : Comment "Jouer au Poker" en Entreprise.....	54
Chapitre 10 : Le Pouvoir de "Ce Que Vous Ne Dites Pas"	61
Chapitre 11 : Créez l'Urgence	66
Chapitre 12 : "Dirigez" vos Chefs.....	71
Chapitre 13 : Votre Mental dans la Négociation Professionnelle	78

Chapitre 14 :	
Choisissez "Vos Batailles"	83
Chapitre 15 :	
"L'Arme Secrète" - Qui Peut Vous Aider à Devenir Influent(e) et à Réussir Votre Carrière ?	88
Conclusion.....	93

Introduction

On pourrait penser que le succès dans le monde du travail et des affaires dépend uniquement des performances. Si vous faites du bon travail, si vous mettez tous vos talents et vos connaissances au service de votre patron, vous devriez être hype-respecté(e) et avancer facilement.

Bien sûr, toutes ces choses sont nécessaires. Hélas, elles ne sont pas suffisantes.

Toute personne ayant travaillé ne serait-ce qu'une semaine dans le monde des affaires sait que l'essentiel dépend souvent énormément de la persuasion, de l'influence et des jeux "politiques" menés au sein de l'entreprise.

Il y a un vieux dicton qui dit : "L'important, ce n'est pas ce que vous connaissez. C'est QUI vous connaissez".

Cet adage ne fait que mettre en exergue le fait que pour obtenir ce que vous voulez dans le monde professionnel, il ne suffit pas d'être bons dans ce que vous faites.

Malheureusement, beaucoup de gens qui disposent de qualités énormes ne brillent pas vraiment et ne voient pas avancer leur carrière. C'est terriblement frustrant de voir quelqu'un qui n'est pas aussi appliqué que vous progresser plus vite parce qu'il "connaît les ficelles" du métier, ou "la bonne personne".

Il y a deux réponses possibles face à ce genre d'injustice.

1. La réponse de la plupart des salariés

Soit vous vous énervez, vous vous sentez blessé, vous boudez et vous restez assis dans votre bureau à ruminer des pensées négatives. Adopter cette réaction peut paraître excessif, mais il suffit de regarder autour de vous : dans beaucoup de milieux professionnels, des tas de gens compétents et pleins de qualités se contentent d'adopter cette attitude.

2. Votre réponse

L'autre réaction consiste à refuser cette injustice : vous décidez alors d'apprendre à sortir vainqueur du jeu de la persuasion et des politiques au sein de votre entreprise.

Découvrir comment obtenir ce que vous voulez dans le monde professionnel doit être en tête de la liste des compétences à mettre en pratique dans votre travail. Sans les techniques et stratégies appropriées pour obtenir ce que vous voulez, pour attirer l'attention sur votre travail, pour faire avancer votre carrière, vous risquez de rester toujours en queue du peloton et de devenir de plus en plus frustré.

Pourquoi faire appel à des techniques spécifiques ?

Parce que -qui que vous soyez- il n'y a aucune raison que vous ne réussissiez pas à vous imposer dans la "jungle" de la politique de l'entreprise. Aucune raison.

Si vous regardez les gens qui savent parfaitement utiliser la persuasion dans le cadre professionnel, vous constaterez clairement qu'ils ne sont pas plus intelligents que vous. Ils ne maîtrisent pas leur travail mieux que vous.

Alors qu'est-ce qui fait la différence ? Eh bien, ce sont certaines connaissances qui font d'eux des "gagnants" dans le milieu de l'entreprise.

Et croyez-le ou non, ils n'ont pas découvert ces connaissances particulières par hasard ou par magie. Les astuces pour vous aider à être un vainqueur dans le cadre de l'entreprise peuvent être assimilées si vous êtes disposé à les apprendre.

Et une fois que ce sera fait, l'aptitude à manœuvrer et à profiter des jeux politiques dans l'entreprise viendra s'ajouter naturellement à vos talents et vous fera avancer à pas de géant.

Le but de ce livre est de vous aider à augmenter votre succès dans le cadre de l'entreprise grâce à l'influence et la persuasion.

Nous allons passer en revue 15 différentes tactiques qui vous permettront de mieux réussir dans le cadre de l'entreprise.

Mais attention, aucune de ces méthodes ne remplacera jamais ce qui vous a permis d'arriver jusqu'ici aujourd'hui : votre travail, vos compétences dans votre métier, ainsi que votre volonté de progresser.

Conservez toujours ces valeurs car elles vous seront indiscutablement nécessaires. Les techniques clés que je vais vous apporter vous permettront simplement de vous assurer que tous vos efforts seront parfaitement récompensés.

Puisque toute carrière commence généralement par un entretien d'embauche, la première technique de ce livre lui est dédié. Mais si vous avez déjà un emploi, vous pouvez passer directement au deuxième Chapitre.

Bonne lecture !

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Olivier Luez'.

Chapitre 1 :

Votre Influence commence... à l'entretien d'embauche : voici comment le réussir brillamment

Pour commencer, la petite histoire de Louis...

Louis commençait à se sentir frustré. Trouver une bonne offre d'emploi est déjà une chose difficile. Mais faire une bonne impression au premier entretien était un défi qui rendait Louis très nerveux.

Il avait de super références et donc souvent de bonnes occasions de postuler à des postes qui lui correspondaient. Mais à chaque fois, il échouait à l'entretien.

Il était grand temps de changer quelque chose. Il décida que sa façon d'aborder l'entretien n'était pas la bonne.

Son approche consistait à parler de lui et de faire en sorte que la personne en face de lui soit conquise par ses qualités.

Il essaya donc une nouvelle approche, qui consistait à **concentrer l'entretien autour de l'intervieweur et de l'entreprise** dans laquelle il postulait.

Pour son prochain entretien donc il mit au point une tactique simple. Arrivé sur place, il examina le bureau dans lequel il était reçu pour trouver des indices sur le genre de personne que pouvait bien être son interlocuteur. Puis, quand l'entretien commença, il écouta attentivement et se servit au maximum de son pouvoir d'observation.

Il se garda de montrer tout de suite à son intervieweur qui il était. Au lieu de cela, il essaya de "devenir" l'employé que l'intervieweur cherchait, il fit tout pour se mettre mentalement à la place non pas du "candidat idéal" mais **de la nouvelle recrue**, qui vient de décrocher le poste !

Durant l'entretien, Louis posa autant de questions qu'on lui en avait posées. Il avait étudié attentivement l'entreprise et recueilli toutes les informations disponibles.

Il formula ses réponses de manière à ce que son personnage corresponde à cet emploi et non pas que le poste corresponde à son profil.

Et pour compléter la stratégie, il utilisa tout son pouvoir de persuasion et tout son charme pour créer un lien personnel sincère avec l'intervieweur.

Louis était prêt à utiliser sa nouvelle technique encore et encore jusqu'à ce qu'il trouve le bon travail. Mais il n'eut pas besoin de le faire longtemps : à l'entretien suivant, Louis décrocha le poste.

Le processus de recherche et d'obtention d'un emploi est complexe. Trouver le poste idéal, transmettre votre dossier à la personne qui convient et obtenir un entretien, tout cela réclame de la patience et une bonne connaissance du processus.

Naturellement, la raison qui justifiera votre embauche sera en rapport direct avec votre formation, vos compétences et vos missions précédentes. Donc, il faut que votre CV présente de façon très claire et précise les informations que l'intervieweur souhaite retrouver.

Mais nous n'allons pas parler de vos compétences, vos talents ou votre expérience. Nous allons voir ce qu'il faut faire pour réussir cet entretien. Vous devez être au courant de certaines choses très précises avant de vous retrouver en situation d'entretien.

Les conseils suivants sont parfaitement honnêtes et éthiques. Vous pouvez non seulement les utiliser pour obtenir un poste, mais également pour vous imposer par la suite, lors des réunions d'entreprise et dans toutes les situations importantes pour votre carrière.

Le Véritable Objectif de l'entretien d'embauche

Il y a une attitude à adopter au moment où vous entrez dans la salle d'entretien. Elle va considérablement modifier l'issue de cette entrevue.

Cette attitude consiste à se rendre à l'entretien avec la mission de **répondre aux objectifs de l'intervieweur** et non aux vôtres.

La plupart des candidats vont à l'entretien avec un objectif simple : "je veux ce boulot." Eh bien, l'intervieweur se présente à son tour à l'entretien avec ses propres objectifs en tête. Et ce sont ses objectifs à lui (ou à elle) qui détermineront si oui ou non vous obtenez le poste, pas les vôtres.

Tout d'abord, mettez-vous bien une chose dans la tête : vous n'êtes pas là pour faire l'étalage de votre formation, de votre expérience ou encore de vos compétences. Votre CV l'a déjà fait.

Lorsque vous avez envoyé votre curriculum vitae pour obtenir cet emploi, il était en compétition avec des dizaines, peut-être des centaines d'autres CV pour décrocher cet entretien. Si vous l'avez obtenu, c'est que l'on considère que vous et une poignée d'autres candidats ont les compétences et une expérience qui convient.

L'intervieweur n'est donc pas là pour savoir si vous êtes qualifié pour le poste. Il sait déjà que vous l'êtes.

L'intervieweur veut simplement une réponse à cette question: "Pourquoi devrais-je engager ce candidat plutôt qu'un d'autre ? "

C'est pourquoi, au moment précis de l'entretien, votre personnalité, votre aptitude à communiquer, votre sens de l'humour et le lien personnel que vous arrivez à créer avec l'intervieweur sont largement plus importants que vos compétences.

Vous avez peut-être le meilleur CV du groupe des candidats sélectionnés.

Mais si l'intervieweur estime que vous ne correspondez pas à l'entreprise, vous serez éliminé. L'intervieweur veut embaucher quelqu'un qui est efficace, proactif, capable d'amener les gens à travailler avec lui. Il veut quelqu'un au contact facile, qui sache s'attirer la sympathie des équipes dans l'entreprise, car ceci facilitera le travail. En d'autres termes, il embauchera une personne qu'il apprécie, plutôt que quelqu'un qui est techniquement très qualifié pour le poste.

Créez un lien avec l'intervieweur. Montrez que vous êtes le genre de personne que tous les dirigeants voudraient avoir dans leur entreprise, le genre de personne qui peut surmonter facilement ses petites failles ou imperfections.

Regardez bien autour de vous

L'environnement dans lequel l'entretien est mené peut jouer sur le résultat. Si l'on vous demande d'attendre votre interlocuteur, pensez que ce retard représente sa volonté de prendre déjà le dessus, avant même le début de l'entretien.

Donc, renversez la situation et profitez de l'attente pour examiner l'environnement où vous vous trouvez, afin d'apprendre tout ce que vous pouvez au sujet de l'intervieweur.

Si vous êtes dans son bureau, regardez attentivement chaque coin de ce bureau pour en apprendre autant que possible sur lui ou elle.

Regardez les photos et les livres sur les étagères. S'il y a des certificats, des diplômes ou des prix, regardez-les. Vous pouvez apprendre beaucoup d'une personne grâce à son bureau.

Lorsque l'intervieweur arrive, vous êtes prêt. Vous pouvez mentionner que vous aimez la pêche parce que vous avez vu les photos de l'intervieweur avec ses prises. Si l'intervieweur a des photos de famille, trouvez un moment pour glisser quelques mots sur la vôtre.

En identifiant à l'avance les domaines d'intérêt communs, vous pouvez les utiliser pour créer des liens et « faire amis » avec

l'intervieweur. Vous établissez ainsi une connexion naturelle avec lui qui fera de l'intervieweur quelqu'un d'un peu «comme vous».

Et c'est le genre de liens qui pourrait vous donner l'avantage et vous permettre de décrocher le poste.

- **Ne soyez pas nerveux**

Cela ressemble à un conseil impossible à réaliser. Cet entretien d'embauche est primordial pour vous, il est donc naturel d'être nerveux. Mais la nervosité est à l'opposé de ce que l'intervieweur recherche. Même s'il comprend votre émotion, le cadre de cette réunion est, dans l'esprit de l'intervieweur, un aperçu de **la façon dont vous allez faire votre travail sous pression** quand vous ferez partie de la société.

Voici une astuce afin de vous débarrasser de toute cette nervosité durant l'entretien :

Ne voyez plus cette réunion comme un entretien d'embauche. Au lieu de cela, considérez-la plutôt cette réunion comme l'occasion de rencontrer quelqu'un d'intéressant et d'en apprendre un peu plus sur la façon dont on travaille dans l'entreprise en question.

Rendez vous à cet entretien comme si vous étiez un ami intéressé qui pourrait être en mesure d'aider cette société à mieux réussir.

Une autre astuce consiste à poser de nombreuses questions.

Mais ne posez pas des questions au sujet de vos bénéfices en tant que potentiel salarié. Ne demandez jamais rien sur les avantages, les vacances ou encore si vous disposerez d'un bureau avec fenêtre.

Au lieu de cela, renseignez-vous sur l'entreprise, ses objectifs, le type de produits qu'ils fabriquent et l'orientation que prend l'entreprise pour se développer davantage. Montrez un intérêt particulier au niveau qui touche le poste pour lequel vous êtes interviewé.

Ces astuces permettent d'accomplir 2 choses :

Aux yeux de l'intervieweur, cela **vous donne l'image d'un partenaire** qui peut contribuer à la réussite de l'entreprise. Il voit que vous comprenez parfaitement l'activité et que vous arrivez à avoir une vue d'ensemble. C'est exactement le genre de personne qu'il veut engager.

Mais plus important encore, en vous concentrant sur l'intervieweur, sur l'entreprise et sur les intérêts qui ne vous concernent pas personnellement, **vous évacuez complètement la nervosité** de votre esprit.

Vous serez détendu, vous vous montrerez fasciné par la société ainsi que par les gens avec lesquels vous serez peut-être amené à travailler. Ce genre d'attitude vous placera au dessus du lot par rapport aux autres postulants.

- **De personne à personne**

Cette dernière série de conseils sur la façon de réussir un entretien est aussi la plus importante. Nous l'avons déjà un peu abordé, mais c'est le "truc" concernant l'entretien qui vous donnera le "petit plus" et vous fera décrocher le poste.

Afin que cet entretien soit une réussite, notez bien que l'intervieweur est aussi un être humain comme vous, essayez d'établir un lien avec lui ou elle en tant que tel.

Lorsque l'intervieweur entre dans la pièce, allez vers lui et tendez-lui le bras pour lui serrer la main. Souriez sincèrement, établissez le contact visuel immédiatement et aussi tout au long de cette entrevue.

Soyez attentif à l'humeur de l'intervieweur. Adaptez votre façon de réagir et de répondre pour coller au mieux à celle-ci. Si l'intervieweur semble de bonne humeur et plein d'entrain, vous pouvez utiliser l'humour, tout en veillant à ne pas avoir un ton trop désinvolte ou trop personnel.

Si, au contraire, l'intervieweur semble fatigué ou stressé, adoptez une tonalité de voix plus basse, répondez moins rapidement

et parlez de manière apaisante afin que l'intervieweur se détende et que la conversation avec vous n'augmente pas davantage sa fatigue.

Pensez également au mimétisme qui peut être une véritable technique de communication.

Imitez - de façon très subtile - la façon de s'exprimer de l'intervieweur. Si il ou elle a un léger accent, vous pouvez même adopter cet accent, à condition d'être certain de ne pas tomber dans le ridicule...

Mimez la façon de l'intervieweur de se comporter, sa manière d'utiliser le langage corporel.

Grâce au langage corporel, vous pouvez faire passer le message suivant : "Je suis comme vous. Nous nous ressemblons. Vous devriez m'embaucher".

Essayez en permanence d'établir des liens avec l'intervieweur. Autant que possible, faites en sorte que votre interlocuteur parle de l'entreprise, du poste et de lui-même. S'il pose des questions à votre sujet, répondez-y honnêtement, mais trouvez le moyen de recentrer ensuite la conversation sur la société et sur le poste à pourvoir.

Rappelez-vous, l'intervieweur cherche à trouver la personne parfaite pour ce poste. Il veut s'assurer que vous êtes le genre de personne qui assumera le travail et qui le portera vers la réussite.

Mais il veut aussi savoir que vous êtes quelqu'un de positif pour l'entreprise, pour la culture d'entreprise et que vous êtes agréable à côtoyer.

Si vous pouvez user de votre influence et de votre persuasion non seulement pour être quelqu'un qui a les compétences qui conviennent mais aussi être "la personne idéale pour le poste", vous ressortirez de cet entretien avec le contrat dans la poche.

Chapitre 2 :

Exercer plus d'Influence dans une négociation, grâce la technique du "Bon Flic, Méchant Flic"

L'histoire de Michel :

Michel se préparait à négocier un contrat avec un fournisseur important et il savait qu'il avait besoin d'un atout.

Son interlocuteur (le vendeur) était expérimenté et doué pour la négociation. Michel savait de quoi il avait besoin pour se sortir de cette négociation, mais il ne savait pas exactement comment faire pour donner l'impression de faire des concessions sans réellement en faire, afin de conclure à un accord à son avantage.

Alors qu'il était en route ce matin-là, il se rappela de son expérience lors de l'achat de sa voiture le mois précédent. Le vendeur avait utilisé le bon vieux truc « Permettez-moi d'aller voir cela avec mon patron » que les vendeurs de voitures aiment utiliser. Il avait laissé Michel en suspens, et quand il était revenu avec une contre-proposition, Michel était prêt à l'accepter. Belle leçon...

Arrivé au bureau, Michel prépara soigneusement l'entretien. Alors que la négociation débutait, il changea son approche. Au lieu de préciser ce qu'il voulait vraiment, il fit monter les enchères.

Il demanda plus que ce qu'il attendait réellement de cette négociation. Mais il présenta cette offre comme si elle émanait de son patron, qui est le genre de personne qui ne change jamais d'avis. Naturellement, le vendeur fut outré.

Une courte pause s'imposait, afin de permettre au vendeur de réfléchir à la nouvelle tournure que prenaient les événements.

Le patron de Michel n'avait, bien sûr, rien avoir avec cette affaire. Michel avait simplement utilisé le truc du vendeur de voitures qui consiste à inventer un ennemi qui pourrait être le « méchant flic ».

Lorsque les discussions reprirent, Michel déclara au vendeur qu'il était de son côté et pour le prouver, il passa un coup de fil à son patron pour discuter de la transaction. Celui-ci était absent. «Donnez-moi quelques éléments pour le convaincre» dit Michel, plein de bonne volonté. Le vendeur lui demanda un instant et Michel proposa d'en reparler après le déjeuner.

La négociation reprit. Michel était prêt et il dit au vendeur que son patron s'impatientait et pourrait bien se retirer de la transaction. Enfin, le vendeur fit une contre-proposition. Comme Michel l'avait espéré, celle-ci correspondait parfaitement à ce qu'il voulait dès le départ. En fait, c'était même un peu mieux. Michel, fidèle à son histoire, sortit en disant qu'il allait téléphoner à son chef et lui présenter la nouvelle proposition.

Au lieu d'appeler son patron, il sortit du bureau, bu une tasse de café et laissa son interlocuteur "mariner". Quand il revint, il annonça qu'il avait fait jouer toute son influence auprès de son patron pour qu'il accepte.

Ils signèrent les contrats sans que son interlocuteur ne se doute que Michel avait brillamment utilisé un personnage fictif "méchant" afin de remporter la négociation.

L'idée du "bon flic, méchant flic" vient du cinéma et des films policiers où l'on voit les enquêteurs interroger quelqu'un à propos d'un crime. Le principe consiste à envoyer d'abord un flic "méchant" qui se montre désagréable avec le suspect. Il lui crie dessus, va jusqu'à le menacer de le frapper et fait généralement tout ce qu'il peut pour lui faire peur.

Tout à coup, le « bon flic » intervient et explique au suspect que le méchant flic a un mauvais caractère, et qu'il est difficile à gérer. Il ne faut pas trop le chercher... Le bon flic se propose alors d'éviter au suspect d'avoir à faire au méchant flic, en échange de sa coopération.

Il y a une leçon à tirer de cette tactique qui peut nous servir dans le monde de la négociation.

À bien des égards, la négociation dans le monde des affaires ressemble à une partie de poker.

Pourquoi ? Parce qu'en plus de négocier des éléments concrets, la partie se joue aussi autour de la fine psychologie que vous faites (ou non) intervenir en votre faveur.

Ainsi, une grande partie de la réussite d'une négociation consiste à amener les gens avec qui vous négociez à vouloir faire les choses à votre façon.

Contrairement à la version extrême du bon et du méchant flic au cinéma, il est en général inutile de faire preuve d'intimidation et de menaces dans un contexte professionnel.

Au lieu de cela, misez tout sur le désir de la partie adverse d'atteindre ses objectifs, et faites-lui croire que la négociation pourrait s'arrêter totalement s'ils ne coopèrent pas.

Les vendeurs de voiture le font avec le célèbre « laissez-moi en parler à mon boss ». Ils vont parler de votre offre à un supérieur souvent invisible. Quand le vendeur revient, il laisse entendre que l'offre a énervé son patron et que, finalement, il ne souhaite même plus faire affaire avec vous.

Puis il vous lance : « Laissez-moi voir quand-même ce que je peux faire. »

Après une autre rencontre mystérieuse qui vous angoisse, il revient avec une contre-proposition... qui est à son avantage. Comme vous ne voulez pas trop tirer sur la corde, vous acceptez la transaction plutôt que de passer à côté de ce que vous voulez.

Vous ne devez pas nécessairement faire participer 2 « flics » dans une négociation, pour mettre en place ce genre de « truc ». Si vous pouvez faire croire que vous impliquez la direction, vous pouvez largement utiliser l'astuce du vendeur de voitures.

Vous vous contentez de noter l'offre de l'autre partie et de leur dire que vous aurez à en discuter avec vos supérieurs pour voir « s'ils vont accepter. »

Vous mettez fin à la rencontre et reportez les pourparlers au lendemain ou surlendemain. Lors de la deuxième rencontre, vous annoncez que les choses ne semblent pas vraiment bien engagées, mais que vous pourriez peut-être "arranger quelque chose".

Puis, quand vous revenez avec une contre-offre, les personnes avec qui vous négociez sont prêtes à coopérer.

Un des éléments clé de la technique du bon et du méchant flic : le temps.

Vous devez laisser la négociation en suspens et créer un état réel ou imaginaire *d'instabilité* qui implique que l'autre partie sente que les négociations sont en danger. Ainsi, vous les laissez réfléchir mais aussi s'inquiéter de la tournure que prennent les choses.

Vous devez travailler cette stratégie d'affaires avec patience et persévérance. Le résultat idéal c'est que les gens avec qui vous négociez vous perçoivent comme étant le "bon flic" qui cherche à trouver un compromis qui plaise à tout le monde.

N'oubliez pas de vous créer tout au long de la conversation une image crédible d'interlocuteur sympa.

La partie adverse baissera alors la garde, elle sera beaucoup plus coopérative et plus souple.

Astuce :

Vous pouvez rédiger une solution à la négociation en cours sur une feuille de papier portant la mention "sous réserve" ou bien "éventuellement acceptable", avec une signature ou un tampon réel ou fictif de vos supérieurs.

En réalité, ce que vous rédigez est la solution que vous souhaitiez depuis le début.

La manœuvre dans son ensemble est une ruse, un peu comme le bluff au poker pour augmenter la mise : vous prétendez avoir une mauvaise main alors qu'en réalité vous en avez une bonne.

Vous utilisez cet instinct naturel de l'homme qui le pousse au compromis plutôt que de perdre une transaction. Vous ne les obligez à rien, mais vous leurs donnez de bonnes raisons de coopérer en utilisant ce "méchant flic" pour créer une situation d'urgence et faire bouger les choses dans le sens que vous souhaitez.

Chapitre 3 :

Le Trésor Secret de toute Entreprise - la Connaissance des Produits

Alex travaillait pour un l'un des plus importants fabricants de lunettes sur le marché. Cette société internationale était un excellent lieu de travail parce qu'elle étendait continuellement ses marchés et innovait sans cesse.

En tant que chef d'équipe, il y avait toujours quelque chose de nouveau au programme pour Alex.

Un jour, une nouvelle opportunité passionnante se présenta. L'entreprise allait signer un nouveau partenariat commercial avec une entreprise importante au Japon.

Ils avaient besoin qu'un représentant du support technique rejoigne l'équipe qui se rendait au Japon pour négocier l'accord. Alex était l'un des chefs d'équipe parmi une dizaine en lice pour relever ce défi : voyager et faire partie d'un nouveau projet majeur.

Hélas, le job revint à un de ses proches collaborateurs, qui se trouvait être également une femme séduisante. Alex était furieux. Son premier réflexe fut de penser qu'elle avait gagné parce qu'elle était sexy. Mais il savait que c'était faux.

Il savait qu'elle travaillait dur et qu'elle était une chef d'équipe très respectée. Mais Alex avait du mal à ravalier son ressentiment et il n'arrêtait pas de se demander "pourquoi elle et pas moi"...

Et il n'était pas le seul à ruminer ce genre de pensées. Les rumeurs allaient bon train parmi ses pairs et ceci devint un problème. Enfin, un jour, le responsable du service décida de dévoiler pourquoi Carole s'était vue attribuer cette mission.

Elle avait effectivement un avantage sur le reste d'entre eux, mais ce n'était pas son physique. Elle connaissait l'entreprise mieux que tous ses collègues réunis et elle avait une connaissance impressionnante de l'ensemble des produits.

Elle avait simplement remporté ce projet passionnant grâce à une parfaite connaissance des produits.

Cette petite histoire peut paraître sans importance.

Mais de là découle une astuce importante pour avoir de l'influence dans l'entreprise.

En fait, les gens sont naturellement attirés par quelqu'un qui sait de quoi il parle. La lutte qui est menée en entreprise est à bien des égards une lutte de pouvoir.

Très souvent, les gens que vous connaissez dans le monde professionnel consacrent trop de temps à se préoccuper de leurs relations avec des principaux décideurs, à compromettre la carrière des gens autour d'eux ou à utiliser des tactiques sournoises pour se frayer un chemin dans l'entreprise.

Mais attention, si vous vous intéressez vraiment au pouvoir dans l'entreprise, vous savez que tout le pouvoir n'est pas détenu par le patron. Une partie appartient aux personnes qui **détiennent les compétences vitales pour l'entreprise.**

Dans chaque entreprise, on trouve un «gourou», celui qui en sait le plus sur la société, son histoire, la façon dont la politique fonctionne dans l'entreprise et sur les produits et services qu'elle propose.

Qui est cette personne ?

C'est généralement un "ancien".

Il est facile à identifier parce que beaucoup de collaborateurs cherchent à avoir son avis constamment. Cette personne n'occupe peut être pas un grand bureau et il n'assiste pas aux réunions avec les

membres de la direction. Mais c'est la personne que même les plus importants responsables consultent quand ils ont une question importante.

Quand on voit le pouvoir qu'apporte le fait d'être ce "gourou", une sage conclusion s'impose : devenez cette personne.

La connaissance des produits est l'un des moyens les plus efficace - pourtant, pas beaucoup utilisé - pour acquérir du pouvoir et de l'influence dans une société.

Le fait est que si vous savez tout ce qu'il y a à savoir sur les produits ou les services qui comptent vraiment pour votre entreprise, votre autorité en la matière vous mènera loin.

Personne ne peut s'opposer à vous si vous avez toujours raison, si vous avez une vision d'ensemble parfaitement au point et que vous connaissez des détails que personne ne connaît.

Pourquoi, dans ce cas, cette tactique est-elle si mal connue et si peu utilisée ?

Voici la première explication : la meilleure façon d'acquérir ce genre de connaissance approfondie qui vous rend indispensable est de **sortir du cadre de votre fonction**.

La plupart des gens n'ont pas le temps de le faire, ni l'envie. Cela implique de poser beaucoup de questions et de lire un grand nombre de documents qui ne concernent pas directement vos tâches quotidiennes.

Cela passe peut-être aussi par l'organisation d'une visite de l'usine, d'autres services de l'entreprise afin que vous découvriez et appreniez aussi tous les fonctionnements, à tous les niveaux.

Vous pourriez être surpris de la facilité avec laquelle vous pouvez rassembler cette connaissance des produits. Quand vous sortez de votre domaine de responsabilité, les gens sont heureux de partager ce qu'ils savent avec vous. Et ce genre de connaissances techniques est tout simplement de l'or pour vous.

Un jour ou un autre, vous allez vous en servir pour gagner en influence et prendre le dessus sur quelqu'un dans une conversation, par exemple.

Il y a une deuxième explication : pour devenir de genre de "gourou", vous avez besoin de 2 choses : de la patience et du travail dur. Tout le monde n'est pas disposé à faire des sacrifices dans ce sens.

Vous allez probablement devoir faire des heures supplémentaires pour obtenir une connaissance complète sur les produits.

Pourquoi devriez-vous faire ces efforts supplémentaires ?

Certes, cela vous prendra un peu de temps. Mais cette démarche vous donnera un avantage énorme sur vos collègues, car si peu d'entre eux font ce que vous faites !

Voyez cette démarche comme une formation sur "comment obtenir de l'influence et du pouvoir" dans votre entreprise.

Bien entendu, de nombreuses entreprises proposent des formations internes ou même payent des cours aux personnes de l'entreprise qui souhaitent apprendre davantage sur les produits, l'activité, etc. N'hésitez pas à vous en servir.

Parfois, un service de formation des employés se consacre à former et renseigner les employés des produits ou services que l'entreprise propose.

Devenez le meilleur client du département "formation continue".

Votre quête d'apprentissage de tout ce qu'il y a à savoir sur l'entreprise ne passera pas inaperçue auprès la direction.

Il va de soi que vous ne devez pas poursuivre votre quête des connaissances au détriment des tâches qui vous incombent. Ceci serait

mal perçu par votre supérieur hiérarchique et créera la méfiance des gens quant à vos motivations.

Une astuce utile :

Allez déjeuner avec les personnes des autres services ou utilisez vos pauses pour faire une «collecte des informations» auprès de ceux qui peuvent vous aider à approfondir votre connaissance des produits.

Une fois que vous avez atteint un bon niveau d'expertise des produits et services de la société, la prochaine étape consiste à utiliser vos connaissances.

Ne manquez jamais une occasion de montrer votre connaissance des produits lors des réunions. Proposez-vous pour réaliser des présentations de l'entreprise. Vos supérieurs seront contents d'utiliser vos connaissances.

Pour la direction, le zèle dont vous faites preuve pour apprendre tout ce que vous pouvez fera de vous l' « homme de l'entreprise».

Vous savez que votre motivation profonde est de vous emparer d'un certain pouvoir dans l'entreprise et d'accroître votre influence afin d'obtenir ce que vous voulez.

Mais tout d'abord, faites en sorte d'être cet homme de l'entreprise qui inspire confiance à la direction. La confiance de la direction est synonyme de pouvoir et d'influence.

D'ici peu, votre bureau deviendra celui où les gens se battent pour entrer et obtenir des réponses au sujet du fonctionnement de l'entreprise ou sur tel ou tel produit.

Lorsque vous atteignez un tel niveau de confiance auprès des autres, vous serez capable de faire entendre votre voix au sujet d'un projet particulier ou d'une opportunité et tout le monde vous écoutera avec attention.

Vous aurez réussi à vous constituer quelque chose d'extrêmement précieux dans votre environnement professionnel : **de la crédibilité.**

Votre influence et votre crédibilité vous permettront entre autres d'obtenir la sécurité d'emploi. Si la direction est amenée à faire des restructurations, des licenciements ou autre, ils ne se sépareront pas de ceux qui sont considérés comme des gourous et qui ont la meilleure connaissance des produits. En fait, il se pourrait que vous soyez celui que la direction choisit de prévenir en premier lieu avant une "crise".

Pour atteindre ce statut de "gourou" il faudra travailler dur, investir du temps et de l'engagement. Ensuite, il faudra de la patience et de la persévérance pour démontrer vos connaissances des produits.

Mais c'est un investissement rentable : quand vous devenez celui vers qui tout le monde se tourne pour poser des questions, vous aurez votre mot à dire sur à peu près tout ce qui se passe au sein de l'entreprise.

C'est la définition même de l'influence.

Chapitre 4 :

"Boucliers à Puissance Maximale"

Jean ne voulait pas se faire d'ennemis au bureau...

Mais pour une raison inconnue, Luc semblait déterminé à devenir son ennemi. Quand Luc était dans la même pièce que Jean, la tension était si forte que même les autres la ressentait.

Luc faisait souvent des remarques désobligeantes au sujet de Jean, juste pour le provoquer à une confrontation ouverte.

Jean avait confié ce problème à sa femme. Elle lui avait judicieusement fait remarquer que si Luc parvenait à le mettre en colère et à le pousser à une confrontation en présence de leurs collègues ou du chef du service, le résultat pourrait être désastreux.

Son conseil était malin. « Tu peux le détruire par ta gentillesse », lui conseilla-t-elle.

Utopique, me direz-vous... Pas tant que ça.

Jean savait donc que son ennemi essayait de jouer sur les émotions. Il se concentra donc sur le contrôle de ses émotions et essaie d'utiliser la tension à son avantage.

Jean résista jour après jour à la tentation d'exploser face aux commentaires sarcastiques de Luc. Bizarrement, il constata que plus il se montrait cordial envers Luc, et plus celui-ci s'énervait.

La grande confrontation se produisit lors d'un événement caritatif organisé par l'entreprise.

Tout le monde était là, y compris les collègues de Jean et de Luc ainsi que leurs superviseurs. Luc attendit le bon moment, s'assura que les autres pouvaient l'entendre, et lança une remarque de très mauvais

goût sur la femme de Jean ... Puis il attendit la réaction avec un sourire narquois sur les lèvres.

Jean sentit sa colère monter, mais il se souvint du conseil de son épouse. Au lieu de répondre et d'exploser, il changea de sujet, félicita Luc pour une mission accomplie récemment et pour finir, complimenta l'épouse de ce dernier. Le résultat dépassa toutes ses attentes.

Luc "explosa" et commença à lancer des insultes et des menaces en direction de Jean. Les proches de Luc le firent quitter la pièce pour l'aider à se calmer.

Il finit par se calmer, mais il avait dépassé les bornes. Le mal était fait.

Quand Jean retourna au travail le lundi suivant, Luc n'était plus à son poste.

Vous comprendrez tout de suite où je veux en venir avec cette histoire...

Dans cette vieille série qui s'appelle Star Trek, à chaque fois que le capitaine Kirk avait un problème, il donnait cet ordre au mécanicien de génie du vaisseau, appelé Scott : "Mettez les boucliers à la puissance maximale Scotty !". Le capitaine parlait du dispositif maximal pour protéger les ressources vitales du vaisseau.

J'ai un ami qui a deux enfants et qui utilisait cette métaphore avec ses enfants. Particulièrement au moment où ils allaient à l'école, pour qu'ils sachent protéger leurs émotions des brutes ou mêmes des amis qui pourraient leur faire du mal.

Il leur disait : « toute la puissance dans les boucliers » et les enfants savaient que cela voulait dire contrôler leurs émotions et ne pas laisser les autres les énerver, ne pas céder à la provocation.

En fait, c'est une excellente métaphore pour évoquer la gestion des émotions et leur rôle dans la négociation et les relations professionnelles.

Vous pensez peut-être que l'entreprise n'est pas le lieu où les émotions devraient avoir leur place. C'est vrai, en théorie, les émotions ne devraient pas l'emporter dans un cadre strictement professionnel.

Seulement voilà, il vous suffit de passer une journée dans un bureau pour savoir que les émotions jouent un rôle très important dans à peu près toutes les relations professionnelles ou transactions que vous rencontrez.

La capacité à contrôler vos émotions dans n'importe quel environnement professionnel est essentielle. Cela doit faire partie de votre stratégie pour réussir. Si vous souhaitez évoluer au sein de votre société, vous devez apprendre à tirer parti des émotions et à les maîtriser.

Il y a deux choses à prendre toujours en considération :

Premièrement, il faut **contrôler vos émotions** de façon à ne pas avoir de brusques éclats d'émotions, qu'elles soient positives ou négatives. Mais surtout quand il s'agit d'émotions négatives telles que la déception, la frustration, la peur ou la colère. Rien ne peut autant mettre à mal votre influence dans un cadre professionnel qu'un accès de colère.

Deuxièmement, vous devez **savoir reconnaître les émotions des autres et les utiliser à votre avantage**. Les sportifs de performance savent que s'ils peuvent mettre leur adversaire en colère ou le faire réagir d'une manière émotionnelle plutôt que rationnelle, il est beaucoup plus facile de l'affaiblir, puis de le vaincre.

Prenez conscience de la vulnérabilité émotionnelle des adversaires dans votre entreprise, et vous pourrez les détourner des questions qu'ils sont en train de négocier.

Les émotions peuvent également constituer un outil puissant pour attirer l'attention sur votre point de vue et vos idées dans le cadre d'une présentation.

Par exemple, créer une urgence, susciter l'excitation, la peur, l'empathie, voire la colère, poussera vos collègues à abandonner une position ambivalente. Sous l'effet de leur émotion, ils se rallieront à votre cause plus rapidement.

Travaillez à développer vos qualités d'orateur de manière à toucher le côté émotionnel de vos interlocuteurs. Ce qui, dans les réunions, par exemple, vous permettra d'obtenir ce que vous voulez.

Comment protéger vos émotions

Pour protéger vos émotions dans un contexte professionnel, vous devez vous rappeler quelques principes fondamentaux.

Le premier et le plus évident consiste à se connaître et à savoir comment vos émotions fonctionnent.

Commencez par passer en revue les moments où vos émotions ont pris le contrôle, compromettant ainsi votre capacité à exercer votre influence dans votre travail. Cela vous est peut-être déjà arrivé. Identifier où et pourquoi cela s'est produit et comment vous pouvez empêcher que cela se reproduise à l'avenir.

Ensuite, apprenez à bien séparer vos objectifs professionnels de l'ensemble des émotions qui guident votre vie personnelle. Un vieux dicton dit : «ne vous mariez jamais à votre travail».

Ce qui signifie que même si vous vous souciez profondément de votre capacité à réussir professionnellement, vous devez laisser de côté l'implication émotionnelle.

Quel que soit le projet, l'objectif ou l'enjeu, vous ne devriez en aucun cas "perdre votre sang-froid" quand les choses ne tournent pas en votre faveur.

Il est important de bien comprendre les aléas liés à l'influence en entreprise. Dans presque toutes les situations, une défaite aujourd'hui peut être une victoire demain.

Donc, si vous allez à une réunion avec des objectifs bien précis et que quelqu'un d'autre se montre plus apte à gérer cette réunion, et que vous perdez le dessus, la dernière chose à faire est d'afficher vos émotions.

Plus que tout, assurez-vous d'avoir toujours un plan B, de façon à pouvoir garder une attitude impassible en toute circonstance. Rappelez-vous aussi que même si vous perdez un combat, vous avez peut être jeté les bases qui vous permettront de remporter la guerre.

Mieux vous contrôlez vos émotions, et plus vous aurez une longueur d'avance sur la plupart de ceux qui travaillent avec vous.

Si en plus de cela vous connaissez parfaitement vos déclencheurs émotionnels, vous pouvez les anticiper et agir en conséquence quand vous sentez que vos émotions risquent de surgir au mauvais moment.

C'est là que le fameux concept du «boucliers à la puissance maximale» porte ses fruits.

Vos émotions sont votre vaisseau...

Considérez vos émotions comme un trésor de votre vaisseau, que vous devez le protéger à tout prix. Coupez court à toutes les tentatives de manipulation émotionnelle de la part des autres. Bloquez les montées soudaines d'émotions et empêchez-les de jouer sur votre comportement et sur votre façon de réfléchir.

Quand une émotion non désirée commence à pointer son nez, enclencher tout simplement le mode «Boucliers à la puissance maximale » et empêchez cette sensation de prendre le contrôle de votre personne et donc de vos objectifs.

Cela ne veut pas dire pour autant que vous devez vous comporter comme un robot au travail. Les émotions peuvent être très

positives lorsqu'elles font partie de votre stratégie de réussite, **de manière contrôlée.**

Les gens aiment aussi voir que vous faites preuve de passion et d'enthousiasme au sujet d'un projet ou d'une mission. Ce sont des émotions positives qui profitent à vos objectifs.

En apprenant à activer ou désactiver vos émotions à votre guise, vous transformez une faiblesse en un puissant outil pour réussir. C'est ce côté émotionnel qui vous permettra entre autres d'atteindre le niveau d'influence que vous recherchez.

Personne ne pourra vous enlever cela, vous pouvez compter sur cette ressource tout au long de votre carrière.

Chapitre 5 : Utilisez les Objectifs... des Autres

Marie voulait une augmentation. Elle savait que le budget du service était suffisant, mais c'était son superviseur qui devait décider à qui donner une augmentation.

Elle remarqua que chacun de ses collègues avait demandé à son patron une augmentation. Plusieurs d'entre eux avaient fait cette demande en insistant sur leur besoin personnel. Ceci s'apparentait à de la mendicité. En plus, ça ne fonctionnait absolument pas avec son chef.

Marie eut une révélation quand elle entendit son superviseur dire à un de ses amis pendant une pause : «Ce qu'il me faut c'est une idée géniale pour faire d'importantes économies, comme ça je serai en lice pour la promotion ».

A cet instant, la stratégie à adopter pour obtenir une augmentation devint très claire pour Marie. Elle l'obtiendrait non pas en s'appuyant sur *ses* besoins mais sur ceux de son chef.

Il lui fallut un certain temps pour trouver une super idée pour économiser de l'argent. Mais elle prit son temps et posa beaucoup de questions. Enfin, elle trouva l'idée parfaite.

Il s'agissait d'apporter un changement mineur dans la façon dont le logiciel informatique de l'entreprise fonctionnait, pour ainsi éviter des tâches "doublons", ce qui permettait d'économiser un poste et donc un salaire.

Marie profita de sa réunion hebdomadaire suivante pour dire au patron qu'elle était "tombée" sur une excellente façon de faire économiser de l'argent à l'entreprise. Elle vit les yeux de son patron s'illuminer quand elle rentra dans les détails de son plan.

Puis elle ajouta: «Je vais rédiger cette idée sous forme de proposition, mais vous pouvez la présenter à la direction. Vous êtes efficace dans ce domaine. »

Le plan fut un véritable succès. L'idée était bonne et la société la mit en pratique. L'idée fut mise au crédit de Marie et son chef eut sa promotion. Il était si reconnaissant envers Marie d'avoir trouvé cette façon de faire de gros économies qu'elle obtint son augmentation ainsi qu'un bureau privatif.

Nous continuons à examiner ici les ressorts psychologiques et les émotions dans le cadre professionnel. Plus vous les maîtrisez, plus vous récolterez de succès et de l'influence.

C'est un principe que les responsables de services peuvent également utiliser très bien. Une personne qui a un poste à responsabilité est beaucoup plus efficace si elle apprend à motiver et à influencer ses salariés au lieu de simplement leur donner des ordres sans s'intéresser à la valeur réelle que cela représente pour l'employé.

En théorie, les gens effectuent leur travail et répondent aux demandes car ils sont payés pour cela.

Mais si vous parvenez véritablement à faire en sorte que vos objectifs pour l'entreprise rencontrent vos objectifs personnels au sein de l'entreprise, vous pourrez aller beaucoup plus loin dans leur réalisation.

Comment utiliser les objectifs des autres

Le moyen le plus efficace d'influencer quelqu'un dans le cadre de l'entreprise consiste à apprendre quels sont ses objectifs et ce qu'il veut.

Ensuite, vous n'avez plus qu'à trouver un moyen de leur faire comprendre qu'ils peuvent atteindre leurs objectifs en réalisant les vôtres. Ce faisant, vous récupérez toute l'énergie que cette personne mettra pour atteindre ses objectifs personnels et vous l'utilisez pour obtenir ce que vous voulez.

Ce principe de "surfer" sur la vague des rêves des autres est encore plus important quand il s'agit de traiter avec vos supérieurs.

Lorsque vous travaillez pour un patron, tous vos supérieurs et donc toute la hiérarchie jusqu'au sommet de la société vous demande d'être quelqu'un qui travaille à la réalisation des objectifs de l'entreprise.

Mais votre supérieur direct a ses propres objectifs de carrière en tête. Si vous parvenez à savoir de quoi il s'agit, vous pouvez alors aligner vos objectifs sur les siens et surfer sur cette vague vers votre propre succès.

Exemple :

Par exemple, supposons que le patron ait pour objectif d'obtenir le prix qui récompense les meilleures ventes, c'est-à-dire des vacances de rêve à Hawaï. Pour y parvenir, il faut que son meilleur vendeur, vous, puisse réaliser un mois exceptionnel.

Tout en réalisant un chiffre de ventes énorme qui vous rapporte plus de commissions, vous devez utiliser les objectifs de votre patron pour atteindre votre objectif personnel qui consiste par exemple à avoir un bureau à vous et ne plus travailler en "open-space".

Comment présenter cela?

L'argument clé consiste à associer ce bureau aux objectifs de votre patron. Vous lui faites donc comprendre qu'en vous fournissant un agréable cadre de travail, vous pouvez réaliser des ventes qui lui permettront de gagner son prix.

La première étape est de convaincre le patron que vous êtes à 100% avec lui, pour l'aider à gagner ces vacances hawaïennes. Croyez-

le ou non, la plupart des patrons ne se rendent jamais compte de vos arrières-pensées. Ils sont trop absorbés par leurs propres soucis.

Supposons que l'objectif de vente est décomposé en objectifs hebdomadaires. Vous savez que vous pourriez atteindre ou dépasser cet objectif, même sans compétition. Alors, l'obtention d'un bureau rien que pour vous ne fera que renforcer votre motivation.

Vous vous mettez au travail, vous atteignez l'objectif de vente la première semaine mais vous réduisez intentionnellement vos chiffres la semaine suivante. Le patron trouve cela encourageant, mais il est légèrement inquiet.

Vous vous arrangez pour discuter avec lui en tête-à-tête et vous feignez une préoccupation profonde. « J'aurais pu réussir cet objectif et même le dépasser. Mais je n'ai pas cessé d'être interrompu à mon poste. Je ne pourrai pas dépasser cet objectif, à moins que je puisse travailler dans un bureau séparé. »

Peut-être que le patron était au courant pour cette histoire de bureau, mais qu'il ne l'avait pas encore pris en considération.

Soudain, il se rend compte que s'il vous donne ce bureau, vous pourrez réaliser les ventes qui lui permettront de partir à Hawaï. Ses objectifs personnels vous permettent de réaliser les vôtres.

Il vous donne le bureau, vous faites le chiffre qu'il faut (vous auriez pu le faire malgré tout) et il obtient le prix. Une fois son voyage terminé, il ne lui restera que quelques photos souvenir sur sa page Facebook, mais vous, vous aurez ce bureau pour toujours.

Faites preuve de finesse...

Cet exemple montre qu'en vous mettant "en phase" avec les ambitions personnelles de votre superviseur, vous pouvez vous servir de ses objectifs pour accomplir les vôtres.

Inutile de mettre tout le monde au courant de ce que vous voulez obtenir sur le court ou le long terme. En fait, il est plutôt avisé de ne pas dévoiler vos cartes de cette manière. Au lieu de cela, créez

vosre liste d'objectifs et commencez à rédiger un plan détaillé qui décrira comment arriver à vos fins.

Ensuite, ouvrez la communication avec vos superviseurs et prêtez attention à ces petites phrases "insignifiantes" dans les conversations mais qui révèlent des ambitions personnelles.

N'oubliez pas : vos supérieurs sont aussi des employés, tout comme vous, qui utilisent leur pouvoir d'influence et de persuasion pour faire évoluer leur position. Et ils prévoient d'utiliser ces mêmes compétences faire avancer leur carrière.

Quand nous avons commencé à parler de "trucs" et astuces divers permettant d'avoir de l'influence et de la persuasion pour obtenir ce qu'on veut, il vous a peut-être semblé qu'il s'agissait de tours un peu pareils à ceux qu'un magicien amateur utilise. En réalité, la magie n'y est pour rien.

La manœuvre tactique qui consiste à surfer sur la vague des ambitions de votre patron pour réussir est l'exemple parfait pour montrer que le seul moyen d'avoir une réelle influence est d'écouter ceux qui vous entourent, de comprendre leurs motivations et de vous servir de leurs objectifs pour réaliser les vôtres.

Il pourrait vous sembler opportuniste ou cruel d'utiliser les autres pour aller de l'avant. Mais attendez, au final tout le monde y gagne !

Dans notre exemple, vous avez obtenu votre bureau et le patron son voyage à Hawaï. En fait, le lien entre l'employé et son superviseur s'est encore renforcé et l'employé a fait un travail de fond qui lui permettra d'en obtenir davantage à l'avenir.

Voilà comment fonctionnent les meilleurs "trucs" permettant d'avoir de l'influence dans le monde professionnel : à court terme, ils vous aident à gagner mais ils aident également les autres.

A long terme, ils vous aident à rentrer dans une dynamique de victoire qui, s'appuyant sur vos relations - désormais renforcées - vous

permettra d'obtenir ce que vous désirez en jouant de votre influence
année après année.

Chapitre 6 :

Comment Réussir par la Surprise

Léo savait qu'il devait faire quelque chose pour sortir du lot... Il travaillait dans une société qui regorgeait d'employés ayant les mêmes compétences que lui.

Pour réussir et avancer, il était question de se faire remarquer. Léo faisait du bon travail et il était bien noté par ses supérieurs. Ceci lui valait des augmentations régulières.

Mais ce qu'il avait en vue, c'était un poste de manager d'équipe. Pour cela, il devait trouver un moyen de se faire remarquer par ses supérieurs et prouver qu'il avait un véritable potentiel. Et cela supposait qu'il devait agir de manière innovante.

Mais une des choses que ses amis disaient toujours à son sujet c'est qu'il savait se montrer opportuniste. Il méritait ce titre et décida de trouver un moyen pour se faire remarquer par la direction.

Il trouva la solution en imaginant l'organisation d'une collecte alimentaire. C'était exactement ce qu'il fallait pour améliorer l'exposition de l'entreprise et qui pourrait augmenter les ventes grâce aux nombres de personnes qu'ils pouvaient aborder aux supermarchés, sans oublier l'image positive que cela créerait au sein de la communauté.

Même si l'organisation d'une collecte alimentaire n'entrait pas dans le cadre du travail de Léo, c'était le genre d'idée qui sort de l'ordinaire et que la direction remarquait. Cela montrait son intérêt pour la société, son désir de la mettre en avant. Et c'est le genre de cause qui reste souvent inaperçue jusqu'à ce qu'un employé créatif qui cherche un moyen de progresser s'en serve pour se faire remarquer par la direction. Ce créatif c'était Léo.

Il suffisait de présenter cette cause à la bonne personne. Il commença par son chef. Tout de suite, son chef y vit un moyen

d'impliquer tout le monde et de donner une image positive du service à la direction. Ensemble, ils mobilisèrent tous les services concernés et obtinrent de l'argent grâce à des sponsors.

Cette banque alimentaire fut un véritable succès. Ils atteignirent leurs objectifs et impliquèrent de nombreuses personnes de l'entreprise.

Mais par-dessus tout, la direction remarqua que Léo avait porté ce projet et l'identifièrent parmi de nombreux autres employés comme celui qui irait loin. Cette initiative permit également de nourrir de nombreuses personnes dans le besoin.

Léo avait surpris la direction en créant lui-même une opportunité de montrer ses talents. Il avait démontré une compétence particulière bien avant qu'on ne le lui demande.

Quand vous travaillez au sein d'une grande entreprise ou d'un grand service, un des défis à relever consiste à trouver un moyen de vous faire remarquer par votre chef ou la direction.

Si vous pouvez être celui qui sort du lot, votre visage et votre nom viendront à l'esprit de vos supérieurs le moment opportun, lors d'un projet particulier qui sera synonyme d'une promotion.

Mais les tentatives pour se faire remarquer sont souvent maladroites, inefficaces, donc complètement inutiles.

Évidemment, travailler d'arrache-pied, faire des heures supplémentaires et fournir d'excellents résultats sont les exigences de base pour vous faire remarquer.

Mais, comme nous l'avons mentionné plus tôt, vous contenter d'être excellent dans votre travail n'est pas toujours suffisant pour vous faire remarquer par ceux qui peuvent faire évoluer votre carrière.

Vous avez probablement déjà observé des collègues pendant qu'ils tentaient désespérément de se démarquer d'une manière... inappropriée.

Une des techniques consiste à devenir le clown de la classe et de vous faire connaître pour vos blagues et votre capacité à divertir les autres. Cela vous vaudra d'être connu, c'est sûr.

Mais ça ne fera pas avancer votre carrière.

Une autre astuce consiste, pour parler crûment, à «faire de la lèche» à vos supérieurs. Il est facile de repérer les lèche-bottes parce qu'ils traînent toujours près des bureaux des chefs pour discuter avec eux et pour leurs rendre de petits services.

Faire "de la lèche" n'est pas vraiment bénéfique pour la simple raison que c'est une manœuvre évidente aux yeux de tous. Nous étions tous capables de repérer les lèches-bottes de nos professeurs à l'école.

Tout comme le clown ne progressera pas parce qu'il ne montre pas les qualités requises pour de nouvelles responsabilités, les lèche-bottes sont aussi les dernières personnes que la direction souhaite voir accéder à plus de responsabilité.

Alors comment se démarquer ?

Il existe un moyen de "sortir du lot" dans un environnement surpeuplé d'employés très qualifiés. Ce moyen s'appuie sur votre statut et votre réputation d'employé exceptionnel. Il consiste à surprendre la direction de façon créative et innovante, par des initiatives qui sortent du cadre de votre poste.

Pour surprendre la direction, commencez par lever la tête de votre bureau et apprendre tout ce que vous pouvez sur ce qui se passe dans d'autres services et la façon dont la société fonctionne dans son ensemble.

Grace à vos qualités d'observation et à votre esprit créatif, vous pouvez souvent proposer quelque chose qui rendra l'entreprise plus

productive, plus efficace ou plus rentable. Ou qui améliorera son image, tout simplement.

Une fois qu'une idée vous vient à l'esprit, développez-la avant de l'annoncer à vos supérieurs. Discutez de votre idée avec d'autres pour voir si vous n'êtes pas passé à côté de quelque chose. Vous ne voulez surtout pas proposer une idée qui n'est pas viable et qui ne marchera pas.

Préparez-vous au maximum, et assurez-vous que votre nouvelle idée est réalisable et qu'elle pourra donner les résultats positifs que vous prévoyez.

C'est ce qu'on appelle «sortir des sentiers battus» : trouver des idées originales. C'est exactement ce que la direction s'attend à trouver chez les employés qui veulent évoluer dans l'entreprise.

Idée n° 1

Votre idée peut être quelque chose d'amusant comme organiser une fête de Noël où les différents services s'offrent des cadeaux les uns aux autres. Ce genre de choses permet d'améliorer la communication et de rapprocher les divers services, cela améliorera et facilitera la coopération entre les services et augmentera l'efficacité. En plus, c'est agréable, convivial, ça remonte le moral de l'entreprise, ce qui est toujours une bonne idée.

Idée n° 2

Une autre excellente idée est celle connue sous le nom de «processus d'amélioration».

C'est une méthode qui examine un processus, comme par exemple l'établissement d'une commande et qui trace la façon dont ce processus progresse de département en département.

Inévitablement, il y a quelque chose qui peut être amélioré. Ou un moyen de rationaliser ce processus en éliminant le travail fait en double. Par exemple en automatisant certaines tâches ou en réaffectant certaines responsabilités. Si vous pouvez identifier une amélioration de

processus possible, c'est une façon exceptionnelle de vous démarquer et de rendre votre entreprise plus productive.

Idée n° 3

Une troisième manière exceptionnelle de se faire remarquer et de surprendre votre direction consiste à avoir une activité sociale et d'agir pour le bien des autres au sein de la communauté.

Vous pouvez y arriver en faisant du bénévolat, en travaillant par exemple pour des organisations humanitaires ou caritatives bien connues. Si vous pouvez utiliser votre envie naturelle d'aider les autres dans le cadre des associations au sein de l'entreprise, c'est aussi un moyen de vous faire remarquer par vos chefs.

Les idées qui sortent des sentiers battus ne sont limitées que par votre imagination.

Mais lorsque vous faites en sorte que votre entreprise soit un endroit plus agréable à vivre, plus efficace et même plus amusant, vous montrez votre capacité à diriger et à voir l'intérêt de l'entreprise dans son ensemble.

C'est le genre de chose que la direction recherche. Les projets que vous menez en dehors de votre travail habituel attireront donc forcément l'attention sur vous et surprendront vos supérieurs.

Qui sait, ils pourraient vous surprendre eux aussi par une promotion. Et c'est bien là l'objectif.

Chapitre 7 :

Capitalisez vos Actions

Marc avait une intuition au sujet de son nouvel emploi dans une des plus grandes banques internationales.

Quand il commença dans cette banque, il savait qu'il avait beaucoup à apprendre. En plus d'apprendre son métier, il devait comprendre la structure, le fonctionnement, et savoir sur qui il pouvait compter pour faire de sa carrière une réussite.

Il avait l'impression que, en tant que nouvelle recrue, il ne pouvait pas encore échanger des faveurs avec des personnes des autres services qui pourraient lui être utiles. En revanche, il pouvait établir de bonnes relations, avec une seule personne à la fois.

Il lui fallait un peu de patience. Marc se fit un point d'honneur à être le plus sympathique des nouveaux employés que cette banque n'ait jamais recruté. Non seulement il apprit à connaître les postes de chaque personne, mais il développa des relations personnelles privilégiées. C'était une expérience sociale merveilleuse, mais aussi une stratégie intelligente.

Petit à petit, Marc trouva le moyen d'aider les autres. Une personne d'un autre service avait besoin d'aide pour son déménagement. Marc se déclara disponible le samedi en question et lui fila un gros coup de main. Un soir, la secrétaire d'un des vice-présidents trouva sa voiture avec un pneu crevé. Marc changea le pneu.

Le service comptabilité avait comme projet de réorganiser et déplacer l'ensemble de leurs archives. Même si Marc ne faisait pas partie du service, il passa devant leur porte exactement au moment au le chantier débutait. Très vite, il proposa son aide pour participer au tri et au déplacement des dossiers et il travailla avec eux plusieurs soirées de suite jusqu'à ce que le travail fût achevé.

Tout cela lui permit de montrer sa bonne volonté. Rapidement, Marc fut l'un des employés les plus appréciés de la banque. Il connaissait tout le monde et même si personne ne lui devait de faveur, de nombreuses personnes se rappelaient qu'il les avait aidés d'une manière ou d'une autre.

Avec toutes ces bonnes actions à son actif, Marc était prêt à commencer son ascension dans la banque. Sur son chemin, tout lui fut facilité de façon incroyable, parce que Marc avait déjà « capitalisé » des faveurs qui lui furent retournés sous une forme ou une autre, et cela à de maintes reprises.

L'expression "capitaliser" s'est imposée peu à peu au cours des dernières années.

Mais que veut dire cela plus précisément ?

L'idée c'est qu'en agissant sans être sollicité, par bonne volonté envers les autres, vous faites une "avance" qui vous vaudra de recevoir un traitement similaire en retour à l'avenir.

Bien que le concept de "paiement à l'avance", ou de capitalisation est fondé sur des idées spirituelles comme le concept de Karma, on peut vraiment en retirer quelque chose de sage et d'avisé qui peut réellement être un outil efficace pour augmenter son influence.

Comment utiliser les "B.A."

Les « B.A. », ou bonnes actions, semblent être un concept qui n'a pas vraiment sa place dans le monde professionnel.

Détrompez-vous. En réalité, les bonnes actions, faire preuve de bonne volonté représente une part tellement importante dans le cadre de l'entreprise, qu'en comptabilité on utilise des moyens de les estimer avec précision. On associe une valeur financière aux bonnes actions et

aux gestes qu'une entreprise échange avec ses clients et avec la communauté locale.

Cela explique pourquoi beaucoup de grandes entreprises se démènent tant pour faire de bonnes choses pour la communauté.

Quand les entreprises dépensent une partie de leurs bénéfices pour réparer un bâtiment, parrainer une collecte alimentaires, soutenir les scouts, faire des dons auprès d'un organisme de bienfaisance, bref, utilisent tous les moyens pour se montrer généreuses, elles le font dans une optique qui dépasse la pure "gentillesse" humaine qui émane de l'équipe de direction.

Les entreprises intègrent cette idée d'un point de vue comptable. Les actes de générosités envers la communauté se traduisent par des retombés et des bénéfices pour l'entreprise.

Ce principe même de "dépenser à l'avance" en se montrant généreux dans un but égoïste peut être très efficace sur le plan personnel. Il suffit de le replacer dans le contexte de votre travail.

Comme nous l'avons indiqué plus haut, avoir un rôle actif dans des associations caritatives ou autres organismes sociaux – de manière visible pour les autres - indique à vos supérieurs que vous pouvez diriger.

Mais se montrer généreux "par avance" peut s'avérer être un outil encore plus puissant pour augmenter votre influence et votre pouvoir.

Voici comment...

Pour que vos efforts "paient", commencez par chercher simplement des occasions de faire quelque chose de gentil et d'utile pour ceux avec qui vous travaillez.

Achetez une boisson gazeuse au distributeur pour quelqu'un, pour citer un exemple très simple.

De manière plus significative, aidez une personne d'un autre service à finir un gros projet en travaillant tard avec elle.

Les actes individuels de gentillesse et d'amitié sont très efficaces pour développer la générosité au sein de l'entreprise. Vous pourrez à votre tour profiter bientôt d'un retour de générosité.

Mais attention !

Pour que votre plan d'action soit efficace, faites vos b.a. sans qu'on vous demande de l'aide, et sans sous-entendre une faveur en retour. Si la personne veut tout de suite vous remercier en retour, faites en sorte que son geste de remerciement soit insignifiant, comme vous offrir une tasse de café.

Le véritable remerciement sera cette réserve de sympathie que vous laissez dans l'esprit de chaque personne que vous avez aidée.

En fait, vous commencez à vous constituer votre "réserve d'influence" en l'"achetant" par des faveurs, de bonnes actions et des actes de gentillesse spontanés.

Plus tôt vous vous y mettez, mieux c'est.

Vous pouvez "cibler" pour vous constituer un capital de bonne volonté : identifiez les personnes clés de l'entreprise, celles avec qui vous souhaitez établir un lien privilégié de bonne volonté. Sans imposer votre présence, vous pouvez simplement vous montrer serviable, en les invitant à déjeuner ou en participant aux œuvres caritatives qu'ils soutiennent.

Tout cela vous permettra de renforcer votre relation personnelle avec eux, ce qui se traduira automatiquement par une plus grande influence professionnelle par la suite.

Une précision importante :

N'agissez pas de manière flagrante

Si vous allez voir votre chef pour l'inviter à dîner dans un restaurant chic, c'est une tentative évidente de gagner ses faveurs. Au

lieu d'en retirer une relation plus solide et bienveillante, cela ressemblera à du "léchage de bottes".

Résultat, votre chef vous verra juste comme quelqu'un de servile et vous perdrez toute chance de regagner son estime.

La meilleure façon de placer vos "investissements" est de viser des personnes avec qui vous n'avez pas d'intérêts en cours pour l'instant.

Il s'agit plus que d'un simple calcul visant à établir des relations susceptibles de vous rapporter quelque chose. Ne vous reposez pas sur ce "calcul". Cela finira par se voir.

Ce que vous devez faire, c'est transformer ce principe en véritable "attitude" personnelle. Ça doit devenir votre manière de vous comporter quotidiennement, naturellement.

Ce système fonctionne le mieux lorsque vous adoptez sincèrement une attitude de disponibilité, d'ouverture, d'assistance "gratuite".

Supposons que vous donnez un coup de main au gars de la maintenance dont la voiture est en panne. Si vous l'aidez, d'autres personnes de la boîte le remarqueront ou le sauront. Vous ne savez peut-être pas qui, ni quand.

Mais vous pouvez être sûr que parmi elles se trouvent des personnes qui peuvent vous aider dans votre carrière.

Morale de l'histoire : vous pouvez vous attirer les faveurs des gens influents pour vous, en aidant quelqu'un qui n'a aucun poids, ni influence dans l'entreprise.

Toutes les faveurs que vous avez engrangées seront peut-être payantes lors d'une négociation importante ou au cours d'une réunion où les enjeux sont élevés. Dans ces situations, ce que les gens présents dans la salle pensent de vous est tout aussi important que ce que vous avez à dire.

De cette façon, toutes les bonnes actions que vous avez entreprises durant des semaines ou des mois vous seront "remboursées" ou retournées quand vous en aurez le plus besoin.

Vous ne devez pas tenir un "compte" de vos b.a. ni "rappeler" vos gestes généreux. Vous devez simplement vous constituer des relations positives en rendant service à une personne à la fois.

Ensuite, laissez ce capital de générosité et de disponibilité grandir, se développer comme un jardin luxuriant.

Vous récolterez au moment où les personnes sur qui vous avez fait bonne impression vous soutiendront dans vos projets. Et quand cela se produira, vous serez heureux d'avoir « capitalisé » petit à petit.

Chapitre 8 :

Préparez le Terrain pour Avoir de l'Influence

Coralie avait un problème.

Au cours des 6 derniers mois, à chaque fois qu'elle était chargée d'organiser une réunion, elle finissait par perdre le contrôle de ce qu'il s'y passait.

Il semblait que la cause était différente à chaque fois. Si ce n'était pas un dirigeant qui passait et monopolisait tout le temps avec des histoires personnelles sans importance, c'était un imprévu quelconque, qui bousculait son ordre du jour.

Une fois, elle était sûre de tenir le bon bout. Mais là, l'idée qu'elle exposait fût attaquée ouvertement, réduite en cendre. Sa crédibilité fut mise à mal et le reste de la réunion fut un cauchemar.

Finalement, un des "anciens" de l'équipe vint la voir dans son bureau. Il savait exactement pourquoi ses réunions se passaient si mal et il était prêt à l'aider à résoudre ce problème.

Ses conseils lui permirent non seulement de reprendre le contrôle de ses réunions, mais en plus d'apprendre de véritables « trucs d'experts » sur comment faire respecter l'ordre du jour, et même comment influencer l'humeur des personnes présentes afin que les choses se passent au mieux.

Il lui fallut un peu de temps avant de devenir un maître dans l'art de gérer et mener une réunion. Elle comprit que la préparation des sujets de discussions constituait le plus gros du travail. Ces conseils changèrent son approche, ce qui, par-dessus tout, était positif pour sa carrière.

Quels sont ces trucs que son "mentor" a partagés avec Coralie ?
Eh bien...

Bon nombre des tactiques dont nous avons discuté s'appliquent "en coulisse".

Mais nous devons reconnaître que beaucoup de décisions clés qui influent sur vos objectifs sont prises lors des réunions ou des grands rassemblements.

Pour être en mesure d'influencer votre environnement professionnel et obtenir ce que vous voulez, vous devez être en mesure d'influencer sur les décisions qui résultent de ces grandes réunions.

Alors dans ce chapitre, nous aborderons les astuces utiles si vous êtes chargé d'organiser une réunion.

Si vous dirigez une réunion, votre première mission est de vous assurer que les discussions et les questions soulevées prennent la tournure que vous désirez.

L'organisateur d'une réunion définit généralement l'ordre du jour. Vous devez placer les questions auxquelles vous attachez de l'importance à des moments stratégiquement adaptés. Vous vous assurez ainsi que les participants seront dans les meilleures dispositions et qu'ils seront ouverts à suivre votre agenda. Souvent, le premier point abordé est le point clé, le plus important.

En tant qu'organisateur de la réunion, faites en sorte que les participants soient d'excellente humeur quand la réunion commence. Veillez à leur fournir des croissants, du café, des jus de fruit etc.

Commencer la réunion avec une bonne nouvelle ou une blague mettra généralement l'assistance de bonne humeur. Tout ceci est une tactique pour préparer le terrain de sorte que, au moment où le sujet clé que vous attendez est abordé enfin, vous puissiez orienter et influencer la discussion pour que cela tourne comme vous le souhaitez.

Vous devez également gérer la liste des participants à la réunion. Si certaines personnes sont susceptibles d'avoir une influence négative

ou même de bloquer la discussion, vous devez le prévoir. Dans ce cas, évitez simplement de les inviter à la réunion, si possible.

Si c'est un stratagème trop flagrant qui pourrait avoir des répercussions négatives, faites simplement en sorte de planifier la réunion à un moment où les personnes indésirables ne pourront pas venir y assister.

Ainsi, lorsque vous évoquez votre sujet "clé" pour le faire approuver, ceux qui auraient pu vous mettre des bâtons dans les roues n'en auront tout simplement pas la chance.

Que faire quand vous n'êtes pas l'organisateur de la réunion ?

Vous ne serez pas toujours responsable de chaque réunion. Il vous faut donc une tactique plus subtile pour vous assurer qu'un sujet qui vous intéresse recevra un accueil favorable auprès des participants.

Une telle manœuvre tactique existe. Mais pour que cela marche, vous devez commencer bien avant le début de la réunion.

Cette tactique consiste à aller voir chaque personne qui sera présente et qui aura de l'influence sur le sujet en question et de vous assurer qu'elle vous épaulera pour défendre votre affaire.

Il est beaucoup plus facile d'influencer le comportement d'une personne ou son opinion dans une réunion privée que dans un contexte de groupe.

Dans un contexte de groupe, les facteurs extérieurs sont multiples. Il y a souvent des personnes faisant autorité ou des personnalités dominantes dans la salle qui influencent le résultat final, à moins que vous prépariez le terrain avant.

De toute évidence, ces personnalités au franc-parler, ces figures d'autorité ainsi que la personne qui organise la réunion sont les personnes cruciales qu'il vous faut influencer.

Vous vous servirez alors des meilleures techniques d'influence en face-à-face que vous connaissez pour conditionner le vote de chacune de ces personnes, pour qu'elles voient les choses à votre façon.

Utilisez les entretiens en "face-à-face"

Cela peut prendre un certain temps. Démarrez votre campagne « d'influence privée » avec ceux pour lesquels vous savez qu'il faudra certains efforts pour faire en sorte que leur opinion coïncide avec votre idée sur le sujet en question.

Rencontrez chacun d'entre eux dans leur bureau ou le votre pour discuter en privé. Si possible, organisez ces rencontres en dehors de l'entreprise, dans un restaurant ou un bar où vous les inviterez pour gagner leurs faveurs.

Ces premières rencontres pourraient avoir pour objet de recueillir simplement des informations, apprendre tout ce que vous pourrez sur ce que vos adversaires auraient à dire à l'encontre du sujet qui vous tient à cœur.

Mais si vous commencez bien à l'avance, vous pourrez non seulement recueillir des informations, mais aussi travailler sur les objections qui pourraient être soulevées.

Vous devez être tenace. Gagnez patiemment la confiance des personnes les plus importantes de cette réunion. Ce dur travail fait en coulisse se traduira par une grande victoire quand le sujet débattu lors de la réunion prendra le chemin que vous voulez.

Ne laissez pas non plus de côté les personnes qui pourraient être considérées comme des "participants mineurs".

Portez une attention particulière aux experts en la matière, car ceux-ci sont susceptibles de soulever des problèmes techniques, juridiques ou de rentabilité qui pourraient signer l'arrêt définitif de votre projet.

Pour être absolument sûr que vous sortirez victorieux de cette réunion, rencontrez tous ceux qui seront là et assurez-vous qu'ils voteront dans le sens qui vous convient.

C'est le moment où toutes les faveurs et services rendus vont vous servir. Chaque amitié que vous avez construite et chaque petit geste de gentillesse et de générosité auprès des collègues qui seront à la réunion vont servir votre cause.

Et si votre interlocuteur était "indécis" ?

Si quelqu'un n'a pas une opinion arrêtée sur la question qui vous intéresse, n'essayez pas à tout prix de le convaincre avec des arguments techniques. Il a sûrement déjà entendu les arguments techniques et s'il ne s'est pas forgé une position claire, c'est probablement parce qu'il n'en a pas envie ou que le sujet lui est indifférent.

N'insistez pas. Ne lui demandez pas de défendre votre point de vue corps et âme. Demandez-lui simplement de voter "pour" lors de la prise de décision.

Faites-lui éventuellement une promesse du genre "je t'en serai redevable si...".

Ainsi, cette personne ne se sentira pas forcée d'adhérer à votre point de vue, mais elle vous rendra un service. Elle saura qu'elle pourra vous demander par la suite de lui renvoyer l'ascenseur à une prochaine occasion.

C'est très souvent ce genre de démarche privée, en coulisse qui détermine comment les affaires sont véritablement menées. Cela se passe comme ça tous les jours dans le monde politique.

Rien de tout cela n'est immoral ou illégal.

Il s'agit juste de préparer le terrain sans relâche, longtemps à l'avance, afin que les sujets qui vous concernent et vous intéressent prennent la direction qui vous convient. C'est parfois un travail

difficile et laborieux, mais quand votre carrière est en jeu, cela en vaut largement la peine.

Chapitre 9 :

Comment "Jouer au Poker" en Entreprise

Pour Cédric, un changement d'orientation de dernière minute faisait toute la différence entre le succès et l'échec.

Sa société plaçait son argent dans des domaines susceptibles de rendre l'entreprise plus rentable, et le facteur "temps" était un point essentiel.

Cédric gérait l'équipe de développement web, mais le vice-président en charge de son service estimait que le site web ne faisait pas partie des priorités. Il ne voulait pas investir dans l'amélioration de la présence de la société sur Internet.

C'était un combat difficile et frustrant pour Cédric, car il savait qu'il pouvait démontrer que les améliorations auxquelles il pensait pour le site Web se traduiraient indéniablement par une augmentation du nombre de clients. Cela serait synonyme de plus de profits pour l'entreprise.

Mais le vice-président ne voulait même pas en débattre. Avec ce dirigeant il se heurtait à un mur, car il avait visiblement déjà pris sa décision.

C'est à ce moment que Cédric surprit une conversation dans la salle de pause, qui changea tout.

Alors qu'il prenait son café, Cédric entendit deux secrétaires qui travaillaient à l'étage du vice-président bavarder. "Tu sais, tout ce que M. Staton connaît, il le tient de son directeur des opérations." M. Staton était le vice-président que Cédric devait convaincre.

Tout à coup, il se rendit compte qu'il jouait au poker avec la mauvaise personne.

En fin de compte, le vrai décideur était Daniel, le directeur des opérations. Et Cédric savait par expérience que Daniel accordait une place particulière au développement Internet de l'entreprise.

Cédric fit quelques recherches et découvrit les domaines dans lesquels Daniel avait demandé le plus de développement Web au sein de son propre service. Il y trouva une demande concernant un nouveau projet qui rendrait le service de Daniel beaucoup plus productif. Il fallait juste donner un coup de pouce à ce projet.

Une réunion fut organisée dans le laboratoire de développement Web. En théorie, Daniel venait pour "convaincre" Cédric de l'aider à lancer le nouveau projet. Mais Cédric était déjà favorable à ce changement.

Alors qu'il avait toute l'attention de Daniel, Cédric en profita pour lui faire un tour d'horizon de toutes les grandes idées qu'il avait à l'esprit et pour lesquelles un financement devait être dégagé dans le nouveau budget.

Quand Daniel et Cédric terminèrent leur réunion, Cédric envoya un email à M. Staton pour recommander la réalisation du projet de Daniel.

Daniel, à son tour, allait soutenir le projet de Cédric.

Le plan marcha à ravir. Quand le nouveau budget fut voté, plus de 80% du financement que Cédric voulait lui fut accordé comme par «magie». Mais la magie n'y était pour rien. En fait Cédric avait compris qui avait une influence réelle dans la société et s'était servi de sa propre influence pour faire une "partie de poker" gagnante.

Pourquoi cette comparaison entre les affaires dans une entreprise et une partie de poker ?

Eh bien, comme dans toute partie de poker, les règles du jeu sont les mêmes pour tous. Et pourtant, certains gagnent gros et

d'autres perdent. Comme au poker, il semble que ce soit la chance qui favorise ceux qui gagnent.

Mais en entreprise, ce n'est pas une question de chance. C'est votre façon de pratiquer ce jeu avec sagacité qui fait la différence entre ceux qui gagnent et les autres.

Un bon joueur de poker est un fin observateur...

Au poker, plus vous arrivez à "lire", à décrypter le langage corporel des autres et interpréter les attitudes, les petits gestes qui vous disent quelles cartes détiennent vos adversaires, et plus vous avez de chances de gagner.

Cela s'applique également au monde professionnel. Bien des choses cruciales peuvent être déduites par l'observation ou en discutant de façon décontractée.

C'est pourquoi vous devez toujours être attentif à toutes les personnes qui vous entourent : avec qui elles travaillent, quelle est leur poste dans l'entreprise et ce qu'elles pourraient savoir qui pourrait vous aider.

Même au cours d'une rencontre informelle comme une conversation au restaurant de l'entreprise, lors de la fête de Noël de la boîte ou autour d'un café, vous pouvez rassembler des informations professionnelles importantes divulguées par un collègue qui ne sait pas que vous êtes en train de préparer votre partie de poker.

Mais la plus grande ressemblance entre le gain d'influence dans l'entreprise et le poker, la voici : il s'agit de jouer sans dévoiler ses cartes et en adoptant le visage impassible du joueur de poker.

Le vieux dicton "la connaissance c'est le pouvoir" n'a jamais été aussi vrai.

Vous l'avez déjà compris : bon nombre des tactiques dont nous avons discuté consistaient à consulter en privé certaines personnes afin de collecter des informations utiles de les convaincre à agir comme vous le souhaitez.

Quelle que soit l'entreprise dans laquelle vous travaillez, vous devez :

1. Acquérir toutes les connaissances techniques sur l'entreprise : les produits et la façon dont l'entreprise fonctionne. Mais aussi...

2. Connaître sur le bout des doigts les relations "officieuses" et à tout ce qui n'est pas dit et qui compose ce qu'on appelle la "culture d'entreprise".

Pour cela, vous devez avoir une connaissance parfaite des coulisses de la société, et ne pas vous arrêter aux versions "officielles".

Avant d'élaborer un plan pour obtenir quelque chose, sachez qui prend réellement les décisions.

Très souvent, le pouvoir réel appartient plus aux personnes clés du personnel qu'au haut management.

Bien souvent, par exemple, celui qui a une connaissance complète des produits dispose d'un énorme pouvoir pour décider si les choses se font ou pas. Ce pouvoir est utilisé en dehors des réunions et en suivant des règles différentes du pouvoir officiel.

Visez les informations "secrètes"...

Chaque responsable a la mission *officielle* de faire en sorte que les choses avancent dans l'entreprise. Mais si vous regardez ce qui se passe en coulisse, vous constatez que souvent les véritables décisions viennent de personnes qui travaillent directement dans le département concerné et non pas du manager qui "dirige".

Les "anciens" d'une entreprise, ceux qui connaissent les "ficelles" internes font en sorte d'obtenir ce qu'ils veulent dans chaque décision prise - officiellement - par leurs responsables.

Le problème, c'est que cette structure informelle du pouvoir n'est pas répertoriée dans un organigramme. On ne vous en informe pas au département Ressources Humaines.

Alors c'est à vous de rassembler les informations, en misant sur vos relations personnelles avec chacun de vos collègues. Vous commencerez tout en bas de l'échelle, mais avec un peu de patience, vous finirez par comprendre "qui a réellement de l'influence sur quoi".

Vous l'avez compris : souvent, les personnes qui détiennent le réel pouvoir ne sont pas celles qui ont de très grands bureaux. Cela est pour vous un atout majeur dans ce jeu de poker de l'entreprise.

Vous allez gagner à ce jeu en utilisant les informations secrètes que vous collectez et en ne dévoilant pas vos cartes.

Très souvent, les gens n'arrivent pas à obtenir ce qu'ils veulent parce qu'ils tentent d'influencer les mauvaises personnes.

Supposons que vous ayez besoin qu'une décision soit prise par un chef de service.

Mais vous avez appris que les véritables décisions dans ce département sont influencées par le responsable des opérations senior, parce que, quelques années en arrière, il avait dirigé ce département et qu'il le connaît par cœur. Vous devez alors mettre au point une nouvelle stratégie.

Vous allez bien sûr parler au chef du service pour qu'il soit au courant de vos idées.

Mais bien avant d'entreprendre cette conversation, vous devez concentrer vos efforts sur le responsable des opérations senior et le faire pencher de votre côté ! Même si, officiellement, il n'a rien à voir là-dedans.

Une fois que vous avez l'approbation et l'aide de cette personne, le chef du service ira prendre des conseils auprès de ce personnage clé et votre cas sera gagné facilement.

Comment jouer une super partie

L'une des qualités les plus importantes d'un joueur de poker consiste à savoir garder un visage impassible pendant la partie.

Adoptez à votre tour cette attitude. Ne laissez pas deviner aux autres ce que vous savez et ce que vous comptez faire.

Rappelez-vous que vos efforts font partie d'une véritable campagne stratégique. Les campagnes les plus efficaces pour accéder au pouvoir et gagner de l'influence sont planifiées à l'avance et demandent du temps, de la patience et de la discrétion pour être mises en place.

Cela pourrait prendre des semaines voire des mois pour rassembler les informations de "coulisses" et construire les relations nécessaires à la réalisation de vos plans. Mais ça ne devrait pas vous décourager.

En fait, voyez plutôt cela comme un investissement à long terme. Chaque petite pierre que vous apportez à cet édifice vous fait avancer un peu plus dans l'entreprise. Il s'agit de votre carrière, donc le jeu en vaut largement la peine.

Appliquez votre stratégie silencieusement, sans donner à comprendre aux autres que vous suivez un plan sophistiqué et à long terme.

Pour les autres, vous devez rester juste quelqu'un de sympathique, qui rend service par pure gentillesse et qui souhaite savoir comment chacun fait son travail, parce qu'il est plein d'admiration et de curiosité.

C'est cet intérêt, cette sympathie, cette gentillesse et cette admiration qui constituent votre "visage impassible du joueur de poker". Et cette attitude vous aidera à récolter les informations nécessaires pour lancer votre assaut final et obtenir ce que vous souhaitez.

Pour finir, rappelez-vous également qu'au poker, vous jouez de nombreuses manches. Vous ne les gagnerez pas toutes. En fait, il y en a que vous perdrez délibérément, juste pour mieux préparer votre victoire finale.

Alors ne voyez jamais une bévée temporaire comme une perte. Il ne s'agit que d'une seule main dans cette partie de poker dans l'entreprise. Concentrez-vous à nouveau sur le jeu et redistribuez les cartes.

Soyez patient : si vous jouez attentivement, bientôt les choses prendront la direction que vous souhaitez et vous toucherez le jackpot - dans votre cas, l'avancement de votre carrière ou un projet qui vous tient à cœur.

Chapitre 10 :

Le Pouvoir de "Ce Que Vous Ne Dites Pas"

Gloria disposait d'une bonne équipe.

Mais dans toutes les équipes, il y a parfois des conflits, des désaccords ou des problèmes personnels qui viennent perturber la productivité.

Pendant les premières années, Gloria eut l'impression que son travail consistait à "recadrer" les gens, à leur dire comment se comporter et puis espérer qu'ils le fassent.

Quand cela ne marchait pas, Gloria leur répétait son discours. Ses premières années dans son travail ne furent vraiment pas terribles et ses performances en tant que manager le reflétaient bien.

Puis Gloria découvrit un petit secret pour faire en sorte que les gens résolvent eux-mêmes leurs problèmes, discutent de leurs désaccords et même qu'ils laissent leurs soucis personnels à la maison.

Ce secret c'était tout simplement l'écoute. Quand il y avait un conflit entre deux employés, elle les faisait venir chacun à leur tour dans son bureau et se contentait d'écouter. Elle prenait note mais ne donnait aucune instruction, aucun conseil. Puis elle faisait de même avec l'autre personne impliquée. Pour finir, elle organisait une rencontre, quelques jours plus tard, pour résoudre le conflit.

Bien souvent, le conflit se résolvait de lui-même. Gloria avait mis la main sur une psychologie plutôt maligne. Lors de l'entretien individuel, chaque partie s'était livrée et avait fait part de ses pensées et émotions à Gloria. Cet employé s'était ainsi libéré d'un poids.

A la fin, une fois que les deux parties avaient fait ce travail avec Gloria, tout d'un coup, le problème ne semblait plus si terrible. Les employés finissaient par trouver naturellement une solution entre eux,

ou alors ils trouvaient beaucoup plus facilement une solution lors de la réunion finale organisée par Gloria.

La même tactique fonctionnait pour les désaccords professionnels. Mais aussi avec les employés dont les problèmes personnels nuisaient à leur capacité de travailler.

Gloria découvrit que le meilleur remède pour un employé qui avait des soucis personnels était de trouver une oreille compréhensive. Elle lui accordait donc une demi-heure de son temps, une heure s'il le fallait, et elle l'écoutait parler de son problème.

Une heure (et peut-être quelques larmes) plus tard, souvent, l'employé se sentait beaucoup mieux et pouvait reprendre le travail parce que son problème personnel ne lui paraissait plus aussi pesant.

Résultat, Gloria profitait désormais d'une équipe plus heureuse et plus efficace. En plus, l'équipe trouvait que Gloria était un chef merveilleux et d'une grande sagesse.

Gloria n'était pas plus sage ni plus avisée qu'avant... Elle avait juste appris à écouter.

Quand il s'agit d'augmenter votre influence sur les autres dans un cadre professionnel, il est essentiel que vous maîtrisiez parfaitement les moments où vous vous exprimez, mais aussi les moments de... silence.

On a tendance à croire que quand vous voulez convaincre les autres, vous devez leur parler longuement, leur exposer argument après argument.

Mais attention, en réalité, les experts dans l'art de la persuasion savent que cela ne marche qu'avec peu de personnes.

Par contre, ils conseillent "d'écouter" vos interlocuteurs plus que vous ne leur parlez. Vous faites en sorte qu'ils se livrent à vous et

vous disent ce que vous devez apprendre pour pouvoir adapter votre discours et les amener là où vous le souhaitez.

A vrai dire, dans un dialogue entre vous et une personne à convaincre, ce qu'elle pense est bien plus important que ce que vous pensez.

Si vous suivez cette règle scrupuleusement lors de vos réunions d'entreprise, vous verrez que vous aurez bien plus d'occasions d'influencer véritablement les autres.

En pratique...

Supposons que vous avez une présentation à faire. Vous devez donc vous montrer convaincant et à la fin, faire adhérer les autres à votre point de vue. Mais durant la présentation, c'est vous qui parlez. Vous ne pouvez pas vraiment "écouter" les autres parler.

D'accord, mais cela ne signifie pas pour autant que vous devez avoir une attitude de domination. Sinon, vous pourriez perdre tous les votes en votre faveur.

Essayez de mettre en application le principe de l'écoute autant que possible. Prévoyez par exemple dans votre présentation des moments où vous invitez l'audience à interagir, à vous poser des questions et à commenter ce qu'ils ont appris jusqu'à présent.

Il s'agit d'une manœuvre simple mais très efficace, car elle vous permet de recueillir des réactions sur une partie de votre présentation avant de passer aux parties plus virulentes de l'exposé.

Donc, le cas échéant, vous pouvez "rectifier le tir" et adapter votre discours avant la fin, avant qu'il ne soit trop tard.

Si vous constatez que ce qui a été discuté jusqu'ici nécessite du temps supplémentaire, vous pouvez même raccourcir le reste de la présentation et vous attarder sur ce que vous entendez.

Vous anticipez ainsi les objections aux idées que vous allez proposer à la fin de votre présentation. Chaque retour, opinion,

réaction et information complémentaire en provenance des participants vous sera utile pour mieux "cibler" votre discours.

Vous pourriez même reporter la partie "décisive" de la présentation, celle où vous demandez un engagement ou une action précise de la part de l'assistance. Vous gagnez ainsi du temps pour mieux préparer le terrain, suite aux premières réactions que vous avez recueillies.

Même si cela rallonge le processus, c'est beaucoup plus efficace que si vous vouliez obtenir tout, tout de suite.

Une approche discrète de la négociation est beaucoup plus profitable pour vous.

Toute cette technique peut sembler paradoxale.

Au lieu d'être celui qui mène une conversation, vous adoptez l'attitude de celui qui écoute. Pourtant, votre objectif est de le convaincre de votre point de vue.

Alors, pourquoi est-ce que cela marche ?

Parce que, en écoutant beaucoup et en parlant peu, vous donnez à la personne que vous essayez d'influencer l'image de quelqu'un de réservé et réfléchi.

L'effet est presque immédiat dans la plupart des cas : la personne en face de vous devient nerveuse et commence à perdre son assurance et à faire des concessions simplement parce qu'elle se sent intimidée, déstabilisée par une attitude réservée.

Ce n'est pas du tout cette attitude qu'elle attendait de vous. Vous avez créé la surprise, et vous déstabilisez ainsi votre interlocuteur. A partir de là, ce sera plus facile de le faire adopter votre point de vue.

Dans le cinéma, notamment dans les comédies on retrouve souvent une scène de vie de couple qui est une bonne illustration :

Une femme parle à son mari d'un de ses problèmes, ou de quelque chose qu'elle voudrait qu'il fasse.

Il est évident qu'elle cherche à obtenir une réponse à son problème. Rusé, le mari ne dit rien, il se contente de laisser sa femme vider son sac, lui livrer ses idées.

Peu de temps après, elle répond à la question par elle-même, elle se rend compte qu'elle avait tort ou encore elle parvient d'une manière ou d'une autre à éliminer le problème. Tout ça, sans que son mari ait à dire un seul mot.

C'est une caricature, bien sûr, mais elle n'est pas sans intérêt.

Les gens qui travaillent dans l'enseignement ou qui s'occupent d'un support technique connaissent très bien l'importance de "ce que vous ne dites pas".

Quand un client sollicite une personne du support ou qu'un étudiant va voir un enseignant avec un problème, la tactique consiste simplement à l'encourager à parler de ce qui crée cette confusion chez lui.

Souvent, au moment même où la personne livre les détails relatifs au problème qu'il rencontre, la solution lui apparaît clairement et de manière évidente. Le fait d'en avoir parlé les a fait voir les choses autrement.

Les psychologues et thérapeutes savent également que la meilleure façon d'aider quelqu'un à progresser est de l'amener à parler.

Voilà pourquoi il s'agit – pour vous -d'un principe essentiel pour réussir vos négociations dans le cadre de l'entreprise.

Étonnamment, le pouvoir de "ne pas parler" est l'un des moins connus et des plus rarement utilisés dans des situations où il faut faire preuve d'influence.

Chapitre 11 : Créez l'Urgence

Stéphane avait du mal à vendre des maisons et ce n'était pas surprenant.

Le ralentissement économique avait mis un coup d'arrêt au marché immobilier et presque toutes les personnes que Stéphane connaissait dans cette branche le ressentaient.

Dans un tel contexte économique, les gens n'étaient tout simplement pas prêts à assumer une dépense aussi importante que l'achat d'une maison.

Le budget marketing de l'entreprise de Stéphane était vraiment serré et il devait s'en servir pour générer un maximum de ventes.

Un soir, alors qu'il regardait la télévision, il vit une de ces nombreuses "ventes- miracle" promue par un agent immobilier.

Cette publicité semblait urgente : la personne intéressée par ce bien devait l'acheter ce week-end parce que cette vente extraordinaire ne durait que quelques jours. La promotion était si convaincante qu'aucune personne intéressée ne pouvait raisonnablement se permettre de rater une économie tellement importante.

Ce sentiment d'urgence marqua l'esprit de Stéphane. Et d'un coup, il sut ce qu'il devait faire face à la baisse des ventes dans sa branche. Il devait simplement convaincre les acheteurs potentiels qu'ils devaient acheter auprès de son agence immédiatement.

Le lendemain, Stéphane était au téléphone avec sa banque et ils établirent un plan pour proposer un package de produits pour lesquels un ou deux mois d'intérêt du prêt étaient offerts, et un taux d'intérêt exceptionnel était proposé.

C'était tout juste ce qu'il fallait à Stéphane pour réaliser son plan. Il conçut une promotion pour des ventes de maisons exceptionnelles sans frais de transaction mais cela pendant un mois seulement.

En plus de cela, les taux d'intérêts exceptionnels proposés ne dureraient pas, ils allaient exploser bientôt et en conséquence les loyers à la location allaient également grimper.

Pour le prospect, l'urgence était intense. Car en attendant, il risquait de payer des mensualités beaucoup plus élevées pour son bien et de voir disparaître sous ses yeux ce super taux d'intérêt ainsi que l'exonération des frais de transactions.

Stéphane réalisa le meilleur mois de ventes de sa carrière. Bien sûr, certaines des "menaces" qu'il utilisait pour créer l'urgence étaient un peu exagérées.

Mais cela poussa les clients à sortir de chez eux et à s'intéresser aux produits en vente. C'était le premier pas. Voilà ce qu'un bon vendeur est capable de faire et Stéphane en était sûrement un...

En général, ceux qui cherchent à augmenter leur influence dans une entreprise le font dans un but précis : faire bouger les choses dans le sens qu'ils souhaitent, obtenir la réalisation d'un projet, d'une idée, d'un objectif.

L'idée de cet ouvrage - et certainement aussi la raison pour laquelle vous l'avez choisi - c'est que nous cherchons tous des moyens de provoquer des changements en vue d'obtenir ce que nous voulons dans notre carrière. C'est probablement votre cas aussi.

Dit comme cela, ça peut donner l'impression que vous servez vos propres intérêts égoïstes.

Seulement voilà, la beauté du monde des affaires c'est que tout le monde est là pour son propre profit. Tout le monde peut s'y retrouver.

En fait, nous dépendons tous les uns des autres, tout en cherchant à servir notre propre intérêt.

Ainsi, tenter d'atteindre vos objectifs de carrière n'a rien d'immoral. Être conscient de son intérêt personnel n'est pas de l'égoïsme, mais au contraire, une qualité sur laquelle vous devez compter.

C'est quelque chose que vous pouvez utiliser pour motiver les gens et faire naître en eux un désir d'avancer.

Soyons francs : les gens ne font une action, ne produisent un changement dans la routine que s'ils le doivent.

Donc, un des grands objectifs de la persuasion dans le cadre professionnel (ou ailleurs) est de créer une urgence pour que les gens que vous devez convaincre aient le sentiment qu'ils doivent aller dans votre sens et ce, rapidement.

Des tas de scénarios pour créer l'urgence sont à votre disposition dans la branche de la vente. Bien que les techniques que vous utiliserez pour produire un sentiment d'urgence ne sont pas aussi grossières que des pubs à la télé, elles font appel au même mécanisme psychologique humain, qui se résume ainsi :

"Il faut que je fasse cela tout de suite, sinon je vais perdre ceci ou cela, ou telle chose va m'arriver".

Quel type d'urgence pouvez-vous créer ?

L'urgence positive :

Elle indique qu'il est possible de profiter de quelque chose de phénoménale si on agit vite. L'objectif évident est de créer un sentiment de besoin immédiat.

En d'autres mots, si vous répondez à cette offre de vente de suite, vous bénéficierez d'une offre spéciale de courte durée. Comme dans toute offre de vente à court terme, chaque mot est soigneusement choisi pour faire comprendre au client qu'il ne doit

pas réfléchir, ni attendre que l'idée de l'achat s'impose dans sa vie. Il doit acheter tout de suite.

L'urgence négative :

Elle laisse entendre que si vous n'agissez pas rapidement, quelque chose de très mauvais arrivera bientôt.

Les entreprises de crédit utilisent souvent cette approche. Dans un premier temps, elle provoque la peur, elle crée une situation de crise. Puis elle suggère que la crise créée doit être résolue rapidement, sinon les conséquences seront graves.

C'est une méthode fréquente également chez les politiciens qui veulent influencer l'opinion publique ou l'amener à agir dans une direction précise.

Une des raisons qui font que l'urgence est si efficace pour gagner en influence et pour être convaincant dans le monde de l'entreprise, c'est qu'elle supprime l'objection.

Les gens oublient l'envie de débattre, de réfléchir ou de trouver des failles à votre offre à partir du moment où ils sont convaincus qu'ils peuvent obtenir quelque chose de merveilleux ou bien éviter quelque chose de terrible.

Comment créer l'urgence

Créer une urgence - négative ou positive - marche dans quasiment tous les domaines professionnels.

La première étape consiste à réfléchir à l'action ou au changement que vous voulez provoquer. Définissez-la en détail.

Maintenant, regardez cela avec les yeux de ceux que vous devez convaincre et influencer, en partant de cette idée :

"Qu'est-ce qu'il y a de si urgent pour que j'aie envie de passer tout de suite à l'action ? "

Peut-être que l'urgence d'agir ou de changer quelque chose n'est pas si évidente au début. Ou peut-être que l'urgence ne concerne que vous et votre évolution de carrière.

Néanmoins, votre travail consiste à créer cette urgence pour les autres. Identifiez-vous à eux, mettez-vous à leur place et si vous comprenez leur intérêts, vous comprendrez ce qui peut être urgent pour eux.

Que ce soit dans une réunion, lors d'une présentation ou pendant une discussion en privé, pensez toujours à préconiser une solution à cette urgence. C'est ça qui va pousser votre interlocuteur à agir.

Par exemple :

Une urgence positive peut être créée en expliquant qu'un marché potentiel énorme sera gagné si ce que vous proposez est mis en pratique rapidement.

Une expression idéale à utiliser dans une présentation et qui génère une urgence positive c'est la "fenêtre d'opportunité".

Vous pouvez également créer une urgence positive en formant des alliances privées. Faites comprendre par exemple à un collègue ou un supérieur quels avantages énormes pour sa propre carrière il pourrait obtenir s'il vous soutenait dans votre nouveau projet. Mais pour cela, il doit absolument voter tout de suite en faveur de ce projet, ou signer tout de suite cette pétition, etc.

Chapitre 12 : "Dirigez" vos Chefs

Quand Ben commença à travailler dans un grand service, il découvrit quelque chose d'important.

Il découvrit que certaines personnes arrivaient à obtenir exactement ce qu'elles souhaitaient auprès du chef, et d'autres non. Pour un observateur extérieur, c'était frappant...

Il y avait des employés qui semblaient entrer dans le bureau du chef de service comme chez eux, et s'adresser à lui comme s'ils étaient les meilleurs amis du monde. Ces personnes étaient aussi celles qui récupéraient toujours les meilleurs projets et dont la carrière allait au mieux.

Le reste de leurs collègues ne profitait pas des mêmes avantages.

Comment s'y prenaient-ils donc, ces "privilegiés" ?

D'abord, Ben se dit amèrement qu'il s'agissait de favoritisme. Ceux qui étaient dans les bonnes grâces du chef avaient sûrement un lien, une relation particulière avec lui.

Et puis il posa des questions, et apprit que ces gens n'étaient pas favorisés à cause des liens avec le chef, ni parce qu'ils le "tenaient" avec quelque chose, ni grâce à leur joli physique.

Ils avaient effectivement quelque chose de plus : ils avaient des compétences qui leurs conféraient de l'influence et qui allaient au-delà des relations classiques employé-patron.

En observant leurs rapports, Ben découvrit que certains secrets d'influence qui fonctionnent avec les collègues fonctionnaient également très bien avec les personnes à haute responsabilité et qui étaient ses supérieurs.

Les patrons sont aussi des êtres humains, et même s'ils disent qu'ils ne favorisent personne, ils peuvent être influencés si l'on fait appel à certains principes fondamentaux de la psychologie humaine.

Ces principes permirent à Ben de cesser d'être "un employé parmi d'autres" pour devenir celui qui fait partie du cercle des favorisés, qui ont une réelle influence sur le patron.

Pour obtenir ce que vous voulez dans le monde de l'entreprise, il vous faut une stratégie pour influencer les personnes importantes. Ce sont elles qui par leur autorité, pourront orienter les choses d'une manière favorable pour vous.

Mais le problème, c'est que ces personnes importantes – la direction, ou votre chef – semblent inaccessibles, et sont entourées d'une sorte de "mythe".

Trop souvent, les salariés ont une mauvaise image de la direction. Ils la voient comme quelque chose à craindre, à éviter, et à qui on doit mentir. Cela remonte aux années d'école où nous faisons tous front commun contre les profs et parfois même contre les parents.

Aujourd'hui, apprendre à "gérer" vos chefs au travail consiste, en grande partie, à adopter une nouvelle attitude.

Voici les conseils qui vous aideront à établir une stratégie nouvelle pour arriver à influencer vos supérieurs.

1. "Aimez" et communiquez avec votre chef

Le premier changement de paradigme dans votre façon de voir la direction consiste à vous rappeler que votre chef est, lui aussi, une personne.

En fait, il est tout aussi humain que vous, la seule différence étant qu'il a un rôle de management plutôt que d'exécutant dans l'entreprise.

Ceci dit, pensez que le travail de manager peut être un travail solitaire, car les employés ont tendance à tenir leur chef à l'écart de tout évènement social. Pourtant, votre chef aime autant que vous le coté social au boulot.

Alors n'obligez pas votre chef à s'isoler, essayez de le faire participer à la vie de l'équipe. Finalement, pourquoi devrait-il être obligé de se faire des amis uniquement parmi les autres managers ?

Une ligne de communication bien établie avec la direction pose des bases solides pour gagner en influence.

Tout d'abord, chassez de votre esprit toute image négative, critique ou basée sur une représentation stéréotypée de la direction. Si possible, sympathisez avec le chef, créez un lien d'amitié, offrez-lui une épaule sur laquelle pleurer. Ceci vous ouvrira un chemin de communication facile qui vous permettra d'influencer votre chef quand vous en aurez besoin.

C'est une règle de base de la persuasion : vous avez plus d'influence sur les gens quand ils vous apprécient que dans le cas contraire.

Un corollaire à cette règle est que les gens aiment les gens qui les aiment d'abord. Trouvez donc un moyen d'aimer les membres de la direction afin de pouvoir progresser dans l'entreprise.

2. Ne soyez pas intimidé

Même si certains chefs adorent l'exercice de l'autorité et du pouvoir, la plupart des dirigeants n'aiment pas voir leurs employés trembler de peur dès qu'ils entrent dans la pièce.

La meilleure attitude à adopter vis-à-vis de votre chef est de vous montrer respectueux mais direct. N'ayez pas peur de dire les choses comme elles sont.

Souvent, les membres de la direction se sentent isolés dans leur "tour d'ivoire". Il est difficile pour eux de garder un contact étroit avec les différents services, pour savoir exactement ce qu'il s'y passe.

Si vous êtes un des employés sur lesquels ils savent qu'ils peuvent compter quand il s'agit de parler ouvertement, ce sera un bon point pour vous. Ils apprécieront que vous ne soyez pas intimidé par eux, que vous n'ayez pas envie de faire du "lèche-bottes". Cela vous donnera de la crédibilité. Et la crédibilité vous donnera une influence immédiate sur eux.

3. Servez-vous de tous vos outils de persuasion, comme avec n'importe qui d'autre

Il y a des règles "standard" qui concernent vos relations et vos stratégies d'influence. Elles s'appliquent dans toutes les situations.

Notamment, regarder son interlocuteur dans les yeux quand on lui parle, sourire, utiliser le langage du corps et les techniques d'imitations. Eh bien, utilisez-les sans inhibitions avec vos responsables, comme avec le reste du monde. Ils sont aussi humains que n'importe qui d'autre.

Que vous vous adressiez à un collègue ou bien au PDG en personne, n'oubliez jamais votre arsenal "de base" en matière de techniques de persuasion.

4. Comprenez le stress de votre chef

En plus des objectifs d'équipe qui sont attribués à chaque manager, votre responsable doit également veiller à ce que les projets avancent. Il subit souvent une grande pression pour suivre les projets,

assurer une productivité élevée, motiver chaque membre de l'équipe et atteindre des objectifs mensuels, trimestriels, annuels, etc.

Si vous entretenez une communication privilégiée avec votre chef, vous aurez une meilleure compréhension des exigences et des responsabilités qu'il assume. N'hésitez pas à vous montrer proche de lui et à le faire parler de ses objectifs.

Mieux encore : si vous pouvez contribuer à alléger ses tâches, il vous en sera reconnaissant et redevable. Même les petites faveurs sont appréciables, et vous pourrez les capitaliser et les utiliser au moment que vous choisirez.

5. Comprenez que votre chef a besoin de vous autant que vous avez besoin de lui

Le comportement "standard" vis-à-vis de la direction consiste pour la plupart des gens à être intimidé, effrayé et frustré.

Mais, vous l'avez bien compris, cette attitude est non seulement "malsaine" pour vous, elle est aussi complètement inefficace si vous souhaitez augmenter votre influence et votre pouvoir au sein de l'entreprise.

Vous devez donc changer radicalement votre approche. Il est vraiment important de comprendre que votre responsable – et la direction en général - a autant besoin de vous que vous de lui. Voire plus!

Pensez en permanence à votre valeur en tant que salarié et à quel point votre travail est important pour l'entreprise. Cette pensée vous aidera à ne plus être intimidé face à la direction.

Vos supérieurs n'ont peut-être pas l'air vulnérable, mais ils le sont. Pensez-y : si vous ne fournissez pas la productivité dont ils ont besoin, ils seront dans des situations très désagréables vis-à-vis de leurs propres supérieurs et cela mettra en danger leur carrière.

Ce n'est pas du tout ce qu'ils veulent, évidemment.

Ils ne vous le montreront sûrement pas, mais ils ont véritablement besoin de vous et de ce que vous pouvez leur apporter.

6. Exprimez votre opinion

Vous avez certainement vos propres idées et opinions dans au moins un domaine particulier de l'activité de votre entreprise. C'est le domaine que vous maîtrisez le mieux, et vos connaissances poussées en la matière vous confèrent un statut privilégié.

Ce niveau de compétence très spécifique est quelque chose que ni votre supérieur hiérarchique direct, ni la haute direction n'ont pas. C'est la raison pour laquelle ils vous ont embauché.

Ils savent que vous possédez cette connaissance opérationnelle qui leur est indispensable pour réussir.

Vous le savez également, et vous devez en profiter pour en faire un atout pour négocier et influencer votre chef et obtenir ce qui vous intéresse.

La seule chose nécessaire pour utiliser cet atout c'est que vous soyez bon, très bon dans ce que vous faites. Quand vous êtes connu et reconnu pour la qualité de votre travail et que vos connaissances poussées parlent d'elles-mêmes, votre crédibilité augmente.

A partir de là, vos opinions personnelles seront prises en considération avec un plus grand respect. Vous pourrez vous exprimer librement, proposer une idée, demander quelque chose à votre direction, vous serez écouté et vous aurez plus de chances d'obtenir ce que vous voulez. C'est ça, augmenter son pouvoir.

6. "Dirigez" votre chef

L'idée qu'un salarié puisse "diriger" ses responsables peut sembler étrange.

Mais dans les grandes entreprises de succès on vous le dira : les managers et même la haute direction consultent leurs meilleurs employés pour obtenir des conseils.

Face à une nouvelle proposition une idée de produit, l'opinion de ceux qui disposent de compétences poussées est très précieuse, voire indispensable. Un conseil avisé peut leur éviter une mauvaise décision.

Si vous êtes reconnu comme un employé loyal et compétent, les membres de la direction vous feront confiance et vous solliciteront lors des prises de décision très importantes.

Vous deviendrez indispensable et c'est vous qui prendrez le dessus.

Alors ne vous arrêtez pas aux mots. Ce n'est pas parce qu'ils sont des membres de la "direction" qu'ils peuvent vous "diriger".

Il suffit de vous débarrasser de cette vieille idée ancrée dans votre esprit, selon laquelle la direction vous contrôle et vous dirige. Quand vous êtes en position de force grâce à vos compétences, c'est vous qui menez le jeu, c'est vous qui "dirigez" vos responsables. Et petit à petit, vous allez pouvoir jouer de votre influence pour réaliser vos propres objectifs de carrière.

Chapitre 13 : **Votre Mental dans la Négociation** **Professionnelle**

Dans l'entreprise où il travaillait, Paul avait un ennemi qui avait décidé de détruire tout ce qu'il faisait.

Son imagination était inépuisable quand il s'agissait de trouver des moyens de lui mettre des bâtons dans les roues.

Parfois il l'attaquait alors qu'il était en train de s'adresser à un groupe. Il inventait toutes sortes de prétextes pour perturber les réunions de Paul, détourner l'attention des participants, chambouler l'ordre du jour.

D'autres fois, il faisait courir des ragots et essayait de mettre à mal ses relations avec mes employés. Et à chaque fois, Paul devait passer du temps à réparer les dégâts. C'était vraiment pénible. Paul savait qu'il avait à faire à quelqu'un qui cherchait à ébranler sa carrière plutôt qu'à faire progresser la sienne.

Plusieurs options se présentaient donc à Paul.

Il pouvait entrer dans une "guerre ouverte" avec cet ennemi. Mais cela l'aurait empêché de se concentrer sur son travail et de faire avancer sa carrière.

Il pouvait tenter un échange verbal soutenu avec son ennemi. Mais cet affrontement pouvait mal tourner et ternir son image. En plus, il n'y avait aucune garantie que cela mette fin aux attaques.

Paul opta donc pour une tactique qu'il avait déjà observée chez son père. Il décida de refuser simplement de s'avouer vaincu et de jouer le rôle de la victime.

Plus son ennemi lui mettait des bâtons dans les roues, et plus il travaillait dur pour réussir. Si son ennemi compromettait son travail,

Paul faisait des heures supplémentaires pour réparer les dégâts et rendait les efforts de son adversaire inutiles.

Toutes ses manigances coûtaient à son ennemi beaucoup de temps et d'énergie et ne produisaient pas les résultats attendus.

Il remporta la victoire finale tout simplement parce que son adversaire n'eut pas l'endurance de continuer cette guerre silencieuse. Il n'avait pas la force mentale de Paul qui, lui, était motivé par son envie de réussir et non pas par le dénigrement des autres.

Finalement, l'intrigant jeta son dévolu sur une autre victime et ne se mit plus jamais en travers du chemin de Paul.

Paul n'avait pas répondu aux attaques avec les mêmes armes. Il s'était servi uniquement de sa détermination, de son travail et de son mental solide.

Vous connaissez sûrement le vieux dicton "quand les choses deviennent dures, les plus durs continuent leur route".

Il est parfaitement illustré dans le monde professionnel, où la victoire est conditionnée non pas par la force physique, mais par la force mentale.

Il vous faut une détermination sans faille pour apprendre les rouages de l'entreprise, et toutes les ficelles de votre activité, si vous souhaitez obtenir le succès à long terme.

Vous devez faire preuve de détermination pour apprendre à connaître parfaitement les produits et vous rendre ainsi indispensable à l'entreprise.

Vous devez également faire preuve de détermination pour développer votre réseau de relations, nécessaire pour augmenter votre pouvoir d'influence.

Vous devez faire preuve de détermination pour vous montrer toujours disponible, généreux et aimable, et ainsi capitaliser vos "bonnes actions" sur le long terme.

Tout ceci demande de votre part une qualité essentielle pour toute personne qui veut se faire un chemin dans le monde professionnel : la patience et la persévérance.

Votre patience, associée à une stratégie à long terme et à une confiance inébranlable, pourra, en toute circonstance, vous assurer la victoire. Quelqu'un qui fait preuve de patience est quelqu'un qui a déjà une vision bien précise de son succès futur.

Quand vous développez votre persévérance, les échecs inévitables sur votre chemin ne sont plus que des petits contretemps et ne vous empêchent pas de continuer.

C'est la base pour vous développer un mental solide. Celui-ci vous permettra de sortir victorieux quand vous êtes confronté à une véritable opposition.

Astuce n°1 : Travaillez votre Patience

Ce n'est pas pendant les moments de calme que vous le ferez. Vous le ferez pendant les petits moments de "crise".

Quand quelqu'un essaie de s'opposer à vous, de vous mettre des bâtons dans les roues, pensez à la solidité de votre mental. Transformez chaque petite épreuve en exercice bénéfique pour votre mental.

Isolez-vous pendant quelques minutes et répétez-vous :

"Cette personne veut me faire échouer mais ce n'est pas grave. Je sais qu'elle essaiera encore. A chaque fois, je sortirai vainqueur, car je fais preuve d'une grande patience."

Ou encore :

"Ceci n'est qu'une petite bécasse. Elle ne peut pas affecter mon plan à long terme. Je surmonte chaque petite épreuve grâce à ma grande patience."

Astuce n°2 : Travaillez votre Flexibilité

La solidité mentale consiste également à pouvoir adapter vos plans et changer vos tactiques en cours de route, si cela s'avère nécessaire.

Gardez votre sang froid en toute circonstance, même en cas de défaite.

Si vous poursuivez un objectif quelconque et qu'à un moment donné vous constatez que les choses tournent mal, ne paniquez pas.

Gardez la tête froide, et refaites une analyse approfondie de la situation. Quelles sont les données qui ont changé ? Qu'est-ce qui a empêché votre stratégie de donner ses résultats ? Que pourriez-vous faire pour rectifier le tir ?

Ne vous dites pas "ma stratégie était nulle, j'ai échoué".

Dites-vous plutôt :

"C'est le moment d'adapter ma stratégie. Certaines données ont changé, je vais donc adapter mon plan".

Ou encore :

"Ma stratégie était bonne, mais je peux l'améliorer. Justement, c'est le moment idéal pour le faire."

Souvent, l'amour propre peut vous empêcher de changer de route, de changer de stratégie.

Important : Ne "tombez pas amoureux" de votre stratégie initiale !

Ne vous entêtez pas à la poursuivre si vous voyez que des changements s'avèrent nécessaires.

L'essentiel, c'est de ne pas perdre de vue votre objectif final. Traversez chaque petite épreuve avec patience.

Entraînez-vous à être plus persévérant que vos adversaires, c'est ainsi que vous les fatiguerez et vous les découragerez.

Cette solidité mentale vous permettra aussi de répondre à toute opposition de manière calme et posée. Soyez détaché, ne vous laissez pas submerger par la colère ou le désir de vengeance.

La colère et la vengeance sont des jeux d'enfants. Les autres n'ont qu'à perdre leur temps avec, mais pas vous.

Chapitre 14 : Choisissez "Vos Batailles"

Vincent savait garder les pieds sur terre. Et cette qualité paya quand il fut confronté à un grave conflit qui aurait pu vraiment dégénérer.

L'incident se produisit alors que Vincent présentait un exposé sur une nouvelle idée de produit à un groupe composé entre autres de son chef, de différentes responsables et de ses collègues.

Subitement, un collègue qui occupait un poste équivalent à Vincent commença à débattre. Il le fit sur un ton hostile et la tension qu'il créait menaçait clairement la présentation sur laquelle Vincent avait durement travaillé.

Mais Vincent garda son sang froid. Au lieu de s'énerver et de répondre à la provocation en public, il fit une pause dans sa présentation en déclarant calmement et sur un ton impassible : "Je crois que c'est le moment de faire une pause car ce qui suivra est la meilleure partie de ma présentation et j'aimerais être frais pour l'aborder".

Pendant la pause, Vincent alla voir en privé celui qui l'avait dérangé dans sa présentation. Il voulait que ce dernier lui fasse part de son problème en toute honnêteté.

Le collègue en question avait effectivement quelques préoccupations légitimes et Vincent fit un compromis. Il accepta de ne pas demander toute de suite une prise de décision sur la nouvelle ligne de produits mais de distribuer uniquement les supports de présentation. La décision serait prise seulement la semaine d'après.

En privé avec le "fauteur de trouble", Vincent alla droit au but et résolut le problème tout en évitant un conflit. Il avait lui-même décidé du moment et du lieu de la "bataille", et avait ainsi gardé la situation sous contrôle.

Votre stratégie pour augmenter votre influence dans l'entreprise, implique plusieurs "niveaux".

1. Au premier niveau, on retrouve les méthodes "techniques" immédiates, à utiliser dans une situation précise : la maîtrise du contact visuel, par exemple, ou la lecture du langage corporel. Elles vous permettent de vous montrer convaincant et d'influencer les autres au cours d'une conversation ou d'une confrontation directe.

2. Le deuxième niveau, plus élevé, implique davantage de stratégie et de planification, qui vise à vous faire gagner à long terme et à atteindre des objectifs plus importants, des objectifs de carrière.

Il s'agit ici d'un travail plus minutieux, pour augmenter jour après jour votre influence.

A ce niveau "stratégique", vous devez considérer l'entreprise dans son ensemble et vous concentrer sur un plan de longue durée. Les échecs ou les succès momentanés deviendront insignifiants à vos yeux : ce ne sont que de petites batailles dans une longue guerre qui vise à atteindre un objectif majeur, par exemple accéder à un poste supérieur, etc.

Cette approche changera quelque chose d'important dans votre esprit et dans votre attitude :

Au lieu d'aller au travail "comme tout le monde" et de vous contenter de réagir à ce qui se passe, vous allez provoquer les choses.

Au lieu de subir les actions des autres et leurs attaques éventuelles, vous prenez le dessus, vous anticipez, vous décidez vous-même de provoquer - ou non - une confrontation.

Vous faites toujours le premier pas. C'est ce qui fera de vous un "gagnant".

Avec chaque petite bataille, votre pouvoir d'influence augmente. Et tous les jours, vous apprenez à le mettre au service de vos objectifs personnels.

Quand les choses tournent mal pour vous...

Nous avons déjà abordé les techniques pour structurer les réunions que vous organisez afin que le sujet qui vous intéresse soit traité comme vous le souhaitez.

Mais si les circonstances évoluent mal et mettent votre plan en danger, le choix le plus judicieux pourrait être de reporter la discussion jusqu'à ce que vous soyez sûr d'obtenir la victoire.

Il ne s'agit pas de renoncer, mais d'ajourner simplement la confrontation. Il s'agit de "choisir vous-même votre bataille".

Vous constatez que vos chances de gagner la bataille aujourd'hui sont minces ? Qu'à cela ne tienne ! Vous la reportez à un jour où vous aurez toutes les chances de votre côté. C'est vous qui décidez !

C'est vous qui devez choisir le moment, le champ de bataille et les "soldats" qui combattront, de manière à être sûr que l'issue vous sera favorable.

Comme nous l'avons évoqué dans le chapitre précédent (l'importance du mental), vous devez disposer de suffisamment de flexibilité pour changer de cap facilement et passer à l'action uniquement lorsque le moment est opportun pour vous.

Mieux vaut reporter une discussion que de perdre le débat et voir s'éloigner le résultat que espérez obtenir.

Ceci fait partie d'un état d'esprit qui doit être le vôtre : vous devez en permanence voir l'opportunité dans chaque chose, appréhender chaque journée comme une journée potentiellement stratégique.

Soyez toujours à l'affût des moindres opportunités

En effet, vous devez être en permanence vigilant.

Soyez à l'affût des possibilités qui pourraient se présenter spontanément : une rencontre fortuite avec une personne impliquée dans votre projet, une discussion qui pourrait vous attirer une opinion favorable, etc.

Le choix de vos batailles peut avoir un impact majeur sur votre stratégie à long terme.

Etude de cas :

Il n'y pas si longtemps, j'ai entendu un parfait exemple de ce genre d'approche stratégique.

Mon ami D. était un analyste expérimenté et on lui avait demandé de présider une commission d'évaluation dans son entreprise.

Cette commission avait comme objectif : découvrir pourquoi l'entreprise perdait de l'argent dans le fonctionnement de l'entrepôt.

C'était une parfaite occasion pour faire progresser la carrière de cet analyste senior. Mais c'était un rôle délicat et d'autres personnes compétentes avaient déjà présidé cette commission sans pouvoir résoudre le problème.

Quand mon ami se pencha sur la question, il lui apparut clairement que les luttes politiques internes rendaient difficile sinon impossible d'obtenir une solution sérieuse et fiable.

Puis un jour, un nouveau vice-président arriva dans l'entreprise et il voulut assister aux réunions de cette commission. Pendant une réunion, il prit mon ami D. à part et lui passa un savon parce qu'aucun progrès n'avait été fait.

Mais mon ami réagit rapidement. Il avait compris tout de suite que cette confrontation était une bataille qu'il devait mener à son avantage.

Au milieu de la réprimande, l'analyste passa donc à l'action :

"Ce que j'ai découvert c'est qu'il faut avant tout dépasser les problèmes politiques que rencontre cette commission. Et le seul moyen de le faire c'est qu'un dirigeant en prenne la présidence."

Ainsi, il déplaçait le cœur du problème.

"Vous avez le pouvoir - que je n'ai pas - d'aller au fond de ce problème qui est politique. Je pense que la seule façon de résoudre ce problème c'est que quelqu'un comme vous préside cette commission."

Sa manœuvre fut une réussite. Le vice-président accepta de prendre la direction de la commission.

Mais il rencontra les mêmes difficultés et n'arriva pas non plus à régler le problème.

Quelques mois plus tard, le vice-président renonça à son rôle de président de la commission et ne se mêla plus jamais dans les affaires de celle-ci. Mon ami, D. sortait donc de cette bataille avec un ennemi en moins et évitant un désastre potentiel.

Son prestige dans la société augmenta, car il ne s'était pas laissé intimider par un dirigeant. Mieux encore, il avait prouvé à ce dirigeant qui essayait de le dénigrer qu'il n'arrivait pas à faire un meilleur travail.

Ceci lui permit d'augmenter son influence dans l'entreprise au cours du temps.

Je ne sais pas au bout de combien la commission atteignit finalement son objectif.

En tout cas, mon ami l'analyste avait su tirer parti d'une situation potentiellement dangereuse pour sa carrière. Ce fut pour lui "gagnant-gagnant", parce qu'il avait su prévoir un échec potentiel et choisir ses batailles. Grâce à cela, son plan d'évolution de carrière suivait son cours ascendant.

Chapitre 15 :

"L'Arme Secrète" - Qui Peut Vous Aider à Devenir Influent(e) et à Réussir Votre Carrière ?

Sébastien devait toute sa réussite à quelqu'un...

Il se rappelait qu'au début de sa carrière, il avait un chef qui était le parfait exemple de la réussite. Il gérait n'importe quelle situation, était très persuasif et il savait comment imposer une idée et la faire défendre par des personnes influentes.

Sébastien avait été un peu intimidé mais heureusement, ce chef était également un excellent manager et une personne très généreuse.

Il s'était montré prêt à partager son expérience et à aider tous ceux qui demanderaient son aide.

Sébastien le prit au mot et décida de ne pas lui cacher son admiration et de voir en lui un véritable "mentor". Il lui demanda de lui apprendre ses trucs et ses techniques pour réussir.

En quelques mois seulement, il apprit énormément de techniques, d'astuces "d'initié" qui lui permirent de construire efficacement sa carrière.

Mieux encore, il apprit à adopter l'attitude de quelqu'un qui connaît la réussite. Il apprit à s'habiller et à se comporter comme un gagnant. Son mentor lui apprit à gérer toutes les situations comme un véritable pro.

En conséquence, il commença à rencontrer de plus en plus de succès professionnels. Il va sans dire qu'il veilla en même temps à ne pas commettre d'erreurs graves et fit son travail consciencieusement.

Travailler avec ce véritable leader fut pour lui une expérience extraordinaire. Et s'il devait transmettre à son tour des conseils, il pourrait les résumer ainsi :

1. Trouvez un mentor et apprenez de lui tout ce qu'il est possible d'apprendre et

2. Adoptez entièrement l'attitude de ce "mentor" et son comportement de "gagnant"

Prendre le contrôle de votre environnement professionnel et devenir plus influent est un processus qui prend du temps, et suppose une véritable transition.

Mais il y a une astuce qui permet d'accélérer ce processus : c'est le fait de vous trouver un "mentor".

Ceci dit, même si vous avez aucun mal à identifier cette personne, peut-être qu'elle ne sera pas tout de suite disposée à vous accepter comme "disciple".

Votre mentor a probablement travaillé dur pour se faire une place et pour bâtir sa crédibilité et son influence. En conséquence, l'idée de vous servir tout "sur un plateau" pourrait lui déplaire.

Tout dépend de son caractère, que vous devrez observer attentivement.

Bien sûr, si cette personne partage volontiers ses connaissances et son expérience et qu'elle n'hésite pas à vous "prendre sous son aile", c'est parfait.

Dans le cas contraire, ne vous laissez pas décourager. Vous n'avez pas besoin de lui forcer la main pour bénéficier de son expérience. Il vous suffit de l'observer et de reproduire attentivement son comportement et sa façon d'agir.

Vous serez plus discret, c'est tout. Et vous ne lui avouerez pas directement votre admiration.

Cette personne n'aura donc aucune raison de se douter qu'il est devenu un modèle pour vous, une sorte de "mentor secret".

Comment apprendre de votre "mentor" ?

1. Son entourage proche

Regardez d'abord avec qui il passe son temps dans l'entreprise. Il ne vous sera pas difficile de noter quelles sont les personnes avec qui il prend le café, ou déjeune, ou encore dans quels bureaux il passe beaucoup de temps.

S'il accorde autant de son temps à ses gens, c'est certainement parce qu'ils font partie de ceux qui lui permettent d'obtenir ce qu'il veut.

Ces personnes risquent d'être celles qui connaissent au mieux les ficelles de l'entreprise, les secrets de "coulisse".

Vous pourriez dresser ainsi une liste de personnes potentiellement intéressantes pour vous.

2. Ses techniques, ses gestes et réactions

Regardez aussi la façon dont ce "mentor secret" interagit avec les autres lors des réunions. Prenez des notes à chaque fois qu'une situation difficile se présente pour lui.

Comment gère-t-il ses conflits ? Comment répond-il aux attaques ? Comment mène-t-il les réunions et les débats pour atteindre ses objectifs ?

Quelle stratégie adopte-t-il dans ses "batailles" ? Avec qui crée-t-il des alliances pour faire avancer sa carrière ?

Ceci est un excellent exercice pour un débutant qui souhaite devenir un maître de la persuasion et de l'influence dans l'entreprise.

3. Son attitude "gagnante"

Vous pouvez "construire" votre image de professionnel en vous inspirant de cette personne que vous admirez et qui est une référence de réussite.

Développez des relations avec les mêmes personnes que lui et utilisez les mêmes techniques que lui. Il n'en a pas le monopole, en fin de compte.

Mais attention, ne vous limitez pas à "singer" votre mentor.

Testez ce "mimétisme" petit à petit, pour observer les effets de chaque idée dans votre cas. Adaptez ce que vous avez observé à vos objectifs, à vos intérêts personnels.

Votre objectif n'est pas de devenir exactement comme cette personne, mais d'arriver à son niveau de réussite, tout en restant vous-même, bien sûr.

Plus vous vous exercez, plus vous serez sûr de vos techniques. Vous finirez par les utiliser à grande échelle pour atteindre vos objectifs de carrière.

Rappelez-vous également que les techniques et les stratégies ne font pas tout.

Apprenez à reproduire "l'attitude" globale gagnante de votre mentor.

Vous constaterez que votre mentor dégage de la confiance, de l'assurance, et qu'il adopte un comportement bien particulier quand il traite ses affaires.

Au début vous aurez peut être l'impression de jouer un rôle. Cette "imitation" vous semblera peut-être ridicule.

Mais vous n'avez pas besoin de l'imiter dans chacun de ses gestes. Reproduisez son "attitude" globale. Il y a fort à parier que cette attitude a contribué à leur succès.

En revanche, ce n'est pas lui qui a inventé cette attitude. C'est celle de la plupart des personnes "gagnantes", celles qui connaissent le succès.

Et si vous l'adoptez, vous avez tout à y gagner.

Conclusion

A de nombreux égards, votre réussite professionnelle dépend autant de votre attitude que des astuces et techniques que vous apprenez.

Dans ce livre, nous avons présenté certaines techniques indispensables au développement de votre influence en entreprise.

L'une des plus importantes pourrait se résumer ainsi : pour réussir professionnellement vous devez savoir vous montrer opportuniste et considérer chaque conversation et relation au sein de l'entreprise comme un outil stratégique.

Cela ne veut pas dire pour autant que vous ne développerez pas de véritables amitiés au sein de votre entourage professionnel. Les techniques relationnelles ne visent pas à faire de vous un hypocrite ou un "robot".

Mais vous servir de vos relations d'une manière positive, sans nuire aux autres est une chose parfaitement acceptable d'un point de vue moral.

Et c'est également ce que font la plupart des gens expérimentés et qui réussissent dans le monde de l'entreprise.

Ces concepts ne sont pas immoraux ou contraire à l'éthique. Ils reposent sur l'idée simple que vous pouvez progresser en faisant progresser l'entreprise. Dans ce schéma, tout le monde est gagnant.

Si vous profitez de vos relations professionnelles pour obtenir ce que vous désirez - c'est-à-dire faire avancer votre carrière - vos alliés en font de même avec vous dans le but d'atteindre leurs objectifs.

Ce livre ne présente pas de manière exhaustive tous les "trucs" utilisés dans l'entreprise pour évoluer et progresser.

Ce n'est que la première partie d'un programme qui vous aide à devenir plus efficace, plus persuasif et plus influent au sein de votre entreprise.

Pour compléter vos connaissances, nous vous conseillons de lire également la deuxième partie, intitulée "13 Tactiques de Manipulation en entreprise et comment vous en protéger".

Ce deuxième livre vous présentera plusieurs méthodes qu'on peut qualifier de "douteuses" mais que certains utilisent malgré tout, assez souvent.

Si vous voulez maîtriser votre environnement professionnel à 100%, vous devez connaître les deux catégories de méthodes : celles qui sont parfaitement morales et celles qui le sont moins, hélas.

Même si vous n'utiliserez pas personnellement les techniques de manipulation (d'ailleurs, nous ne vous y encourageons pas), vous devez pouvoir les reconnaître et vous en protéger. Car malheureusement, il ne vous suffit pas d'avancer, parfois vous devez aussi déjouer les plans de ceux qui veulent *freiner* votre carrière.

**Pour plus de programmes autour de l'influence
et de la persuasion, consultez cette page :**

<http://secretsdepersuasion.com>