

« À CLIENT HEUREUX, ENTREPRISE GAGNANTE »

En fin observateur du monde de l'entreprise, Philippe Bloch délivre, à travers ses ouvrages et conférences, les recettes d'un management réussi. Avec pour finalité, le bien-être des collaborateurs, le bonheur des clients... et donc le succès de l'entreprise !

PHILIPPE BLOCH
Auteur et conférencier



VOUS INVITEZ LES COLLABORATEURS DES ENTREPRISES À SE COMPORTEUR EN INTRAPRENEURS. QU'EST-CE QUE CELA SIGNIFIE ?

C'est le fait, pour un salarié, d'adopter la posture d'un entrepreneur au sein de son entreprise. Autrement dit, c'est savoir prendre des risques, être audacieux et assumer ses responsabilités. Or aujourd'hui, le « politique » l'emporte trop souvent sur le pragmatisme. C'est une erreur ! Nous évoluons dans un environnement complexe et incertain et, pour réussir dans ce contexte, il est indispensable de cultiver un esprit d'entrepreneur et de rester créatif. L'expression « think big » (penser grand) prend ici tout son sens : dans une entreprise, partager tous ensemble un grand projet aide à surmonter les difficultés.

EN QUOI L'ATTENTION PORTÉE AUX COLLABORATEURS EST-ELLE BÉNÉFIQUE POUR LA QUALITÉ DE SERVICE RENDUE AU CLIENT ?

Les entreprises s'aperçoivent enfin que l'on peut difficilement satisfaire un client si la personne qui le sert n'est pas elle-même heureuse de le faire. C'est pourquoi il est essentiel de traiter ses salariés comme ses premiers clients. Mon expérience chez Columbus Café, que j'ai fondé en 1994, m'a conforté dans cette conviction. En donnant de l'attention à nos collaborateurs, en leur consacrant du temps et de la reconnaissance, nous avons réussi à leur transmettre cette attitude positive, qu'ils ont eux-mêmes communiquée à nos clients. C'est un cercle vertueux en quelque sorte. Il y a mille façons de mettre en œuvre cette considération de l'humain. À chaque manager de trouver la sienne.

QU'EST-CE QUE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE A CHANGÉ DANS LES ATTENTES DES CLIENTS ?

Elle a déjà commencé à modifier nos comportements mais ce n'est qu'un début. Nous sommes devenus d'une impatience et d'une exigence extrêmes, et nous ne comprenons pas pourquoi, dans la vie, tout est si compliqué alors que sur Internet tout est si simple ! L'accès illi-

BIO EXPRESS

Fondateur de Columbus Café, Philippe Bloch est auteur des best-sellers *Service compris*, *Dinosaures & Caméléons* et *Bienheureux les Félés*. Il est aussi animateur sur BFM Business et BFM TV, et chroniqueur à l'Entreprise. À ce jour, il a animé plus de 2 500 conférences en France et en Europe. Son nouveau livre, *Service compris 2.0*, est sorti en février 2011.

mité à l'information nous permet de tout savoir sur un produit avant de l'acheter. Prenons un exemple : avant d'aller acheter une voiture dans une concession, le client l'aura visualisée en 3D, lu des avis d'utilisateurs sur des forums... Bref, il aura appris beaucoup de choses, au point de penser qu'il en sait plus que le vendeur ! Pour les marques, il est donc indispensable de monter en compétence et d'offrir ce qu'Internet ne peut proposer : une concession conviviale, attractive, où l'expérience client sera source de plaisir.

QUELLES SONT, D'APRÈS VOUS, LES RÈGLES D'OR D'UN MANAGEMENT DU SERVICE RÉUSSI ?

L'exemplarité est, pour moi, la première règle fondamentale, c'est-à-dire appliquer à soi-même ce que l'on exige des autres. La deuxième est de savoir recruter des collaborateurs « plus grands que soi », de s'entourer de talents qui vont vous aider à grandir. Il faut aussi déléguer son pouvoir aux autres, en les autorisant à prendre des initiatives et des décisions sans systématiquement avoir l'aval de sa hiérarchie. Cela implique

aussi de donner le droit à l'erreur. Enfin, et cela va vous sembler évident : dire merci et bravo. Des mots qui font toujours plaisir... mais qui sont pourtant rares, alors que l'on sait plus facilement se manifester pour dire aux autres ce qui ne va pas...

EN TANT QU'OBSERVATEUR AGUERRI DES ENTREPRISES, QUEL EST VOTRE RAPPORT D'ÉTONNEMENT SUR CFAO ?

Lors de la convention à laquelle j'ai assisté avec plaisir en mai dernier, j'ai ressenti la culture entrepreneuriale très forte qui régnait dans l'entreprise. L'Afrique n'est pas un continent facile, et peut-être que, de ce fait, les collaborateurs apprennent plus qu'ailleurs à inventer des solutions nouvelles, à faire preuve d'imagination pour développer leur activité. La décentralisation géographique des métiers, à travers les nombreuses filiales, encourage aussi certainement l'esprit d'entreprise.

Je retiendrai aussi l'enthousiasme des équipes : j'ai vu des gens heureux d'être là, ensemble, à l'écoute les uns des autres. ■