10 RÈGLES pour avoir des collaborateurs HEUREUX ET PERFORMANTS

Dr. Emeric Lebreton

Dr. Emeric Lebreton

10 règles
Pour avoir des collaborateurs heureux & performants

Editions Experts

SOMMAIRE

Règles n°1 - RECHERCHER LES OCÉANS BLEUS 4
Règles n°2 - AVOIR DE LA CHANCE 7
Règles n°3 - EPOUSER LA LOGIQUE DE L'HONNEUR 10
Règles n°4 - OUBLIER DARWIN 12
Règles n°5 - DÉVELOPPER VOTRE AURA 15
Règles n°6 - DONNER UNE VISION 18
Règles n°7 - DONNER DU PLAISIR 21
Règles n°8 - GÉRER LES ÉMOTIONS 24
Règles n°9 - ADOPTER LA FISH ! PHILOSOPHIE 27
Règles n°10 - RÉUSSISSEZ VOTRE VIE 30
Index des images et ciations 32
Présentation de l'auteur 38
Remerciements 40

Règles n°1

Rechercher

Les Oceans Bleus

What Else !

En 1988, Jean-Paul Gaillard reprend les reines de Nespresso, filiale du géant Nestlé spécialisée dans les machines à café professionnelles. Le marché est alors saturé. Les fabricants se livrent une concurrence féroce. Ils luttent sur des critères bien connus : les performances techniques, la durée de vie et surtout le prix ! Les marges sont faibles et pour survivre, ils doivent réduire les coûts en délocalisant ou en demandant à leurs salariés de faire toujours plus. Dans cet environnement ultra-conccurentiel, Nespresso peine à commercialiser sa machine à dosettes, jugée trop complexe et surtout trop chère.

Jean-Paul Gaillard a alors une intuition géniale : réorienter la stratégie de l'entreprise vers le marché domestique. Il crée le club Nespresso auquel les clients doivent adhérer pour se fournir en capsules. Grâce à la publicité, il transforme son innovation technologique en une nouvelle façon de consommer le café, très élitiste. Les consommateurs découvrent un produit totalement nouveau, une expérience de consommation à forte valeur affective.

Nespresso n'a plus aucun concurrent sur un produit dont la valeur ajoutée a été multipliée par dix. L'entreprise allie croissance et rentabilité exceptionnelles.

La Stratégie Océan b

leu

La stratégie « Océan Bleu » est le résultat d'une étude basée sur les plus belles réussites entrepreneuriales de ces vingt dernières années : le Cirque du Soleil, Swatch, Body Shop, Ebay, Nespresso.

Toutes ces entreprises ont connu une croissance spectaculaire grâce à une stratégie alliant innovation et production de produits ou de services centrés sur les besoins de l'utilisateur. Cette stratégie permet de réaliser un véritable « saut » de valeur ajoutée.

Dans les « Océans rouges », les entreprises essaient de dépasser leurs rivaux en conquérant de nouvelles parts de marché. Pour les entreprises confrontées à cette intensité concurrentielle, il devient de plus en plus difficile de trouver des opportunités de croissance. La compétition devient sanglante… d'où le terme « Océan Rouge ».

Les « Océans bleus », au contraire, sont constitués de toutes les activités n'existant pas encore. Celles-ci constituent un marché inconnu, donc dépourvu de concurrence. Cette stratégie permet de mettre la concurrence hors jeu, de créer une situation de quasi monopole, de rendre les clients captifs et d'imposer sa loi aux distributeurs. Dans le cas de Nespresso, vingt ans après, les concurrents n'ont pas fini de s'en remettre.

Ayez toujours plus d'audace

Ayez toujours plus d'audace

1

Faites de l'innovation une obsession :

Penser différemment, « sortir de la boîte », rompre avec les anciennes habitudes et les vieux modèles de pensée, voilà votre nouvelle obsession.

2

Différenciez recherche et innovation :

L'innovation n'est pas seulement technique ou technologique. Il ne s'agit pas d'un progrès scientifique majeur, mais plutôt de faciliter la vie des utilisateurs.

3

Recherchez l'émotion :

80% de nos actes d'achats sont liées à la dimension sociale du produit ou du service. Oubliez la technique et recherchez l'émotion.

4

Avancez avec méthodes :

Le produit ou le service qui fera briller votre entreprise comme un diamant ne vous apparaîtra pas en rêve. L'innovation est une démarche rigoureuse et méthodique.

5

Gardez un coup d'avance :

Quand vous avez un coup d'avance, arrangez-vous pour le conserver. Vos concurrents vous copient. Très bien, vous êtes déjà en train de développer un nouveau produit.

6

Rendez vos salariés heureux :

Dans un « Océan bleu », les marges sont belles. Pensez à redistribuer une part des profits à vos collaborateurs.

Extrait gratuit

Règles n°2

Avoir
de la Chance

L’homme de la Situati

on

Dans les années 60, Bernard Tapie démarre une carrière de pilote de course. Suite à un grave accident, il abandonne ce projet et décide de devenir chanteur. Ses premiers disques ne connaissant pas le succès escompté, il se lance donc dans les affaires, d'abord comme créateur d'entreprise avant de se spécialiser dans le redressement d'entreprises en difficultés.

Dans les années 1980, il utilise sa fortune pour monter une équipe cycliste. Il remporte deux tours de France. En 1986, il reprend l'OM, le club de foot moribond avec lequel il remporte quatre titres de champions de France et la Ligue des Champions. En 1987, il débute en politique, se fait remarquer en défiant l'Extrême-droite et en 1992, François Mitterrand l'appelle pour intégrer son gouvernement comme ministre de la Ville. Entre-temps, il prend les reines d'Adidas, le n° 3 mondial des équipements sportifs.

A partir de là, les ennuis judiciaires commencent : affaires de corruption dans le foot puis mise en faillite de son groupe. Il passera un an en prison. A sa sortie, ruiné, il devient comédien. En 2011, coup de théâtre, il récupère sa fortune après vingt ans de procédures judiciaires contre la banque qui l'a floué.

L art de gagner les concours de circonstances

Pourquoi réussit-on ? Il y a le talent, le travail, disposer des bons outils aide également à réussir, mais il existe un quatrième facteur, un facteur politiquement incorrect dont personne ne parle jamais : la chance !
La chance est souvent perçue comme un phénomène lié au hasard. Il y aurait les chanceux et les autres. Or si l'on observe bien les personnes qui ont de la chance, on se rend compte que ces dernières ont une façon particulière de penser et de se comporter. Quand avoir de la chance devient une habitude, ce n'est plus une question de hasard, c'est une question de compétences !
Les chanceux mettent en œuvre des stratégies qui favorisent autour d'eux l'apparition d'opportunités. Les chanceux jouent des circonstances pour en tirer avantages. Ils sont à l'écoute de leur environnement, ne perdant jamais de vue leur objectif comme une « tête chercheuse ». Ils se trouvent toujours au bon endroit au bon moment. Bernard Tapie a connu un destin exceptionnel grâce à sa force de conviction et à ses audaces. Mais c'est surtout à sa faculté de se rapprocher des personnes les plus influentes, à sa capacité de les comprendre, de répondre, au plus vite, à leur demande qu'il doit ses coups de chance.

Soyez une tête Cher-cheuse

Soyez curieux

1 Pour avoir de la chance, il faut d'abord être attentif à son environnement. On ne peut pas rencontrer des opportunités si on est quelqu'un de routinier. La chance déteste la routine, la chance déteste les habitudes. Il faut changer ses habitudes, et se mettre en situation de vigilance par rapport à tout ce qui est nouveau.

Clarifiez vos objectifs

2 La chance fonctionne comme une tête chercheuse. Vous devez avoir identifié vos objectifs et vous concentrer sur la meilleure façon de les atteindre. Plus vous êtes habité par un projet, une attente, un désir, plus votre capacité à percevoir les opportunités est forte.

3 Fonctionnez en réseau

Celui ou celle qui crée des réseaux aujourd'hui, ce n'est pas celui qui collectionne les adresses des autres. C'est celui qui passe son temps à essayer de mettre en relation les uns et les autres. Plus vous travaillez à apporter des opportunités aux autres, plus ils vous sont redevables.

4 Acceptez les échecs

Si vous n'avez pas de chance, si vous rencontrez un échec, ne baissez pas les bras ! N'abandonnez jamais ! Servez-vous de votre échec comme le matériau de base d'un nouveau départ. L'échec est souvent la condition d'une réussite future.

Soyez une tête chercheuse

Règles n°3

Epouser la **logique** de l'**honneur**

Le Napoléon du BTP

Francis Bouygues doit la réussite de son groupe à sa vision géniale du management. Dès le départ, ce leader visionnaire a la certitude que dans une industrie de main d'œuvre, le succès dépend des Hommes et de la façon de les diriger. Sa stratégie : reprendre à son compte les logiques culturelles les plus puissantes et les plus profondes et les mettre au service de son entreprise.
Concrètement, il recrute ses cadres dans les grandes écoles d'ingénieur. Esprit de conquête, devoir de responsabilité, loyauté à l'entreprise, Francis Bouygues exalte dans son entreprise les valeurs des grandes écoles (Polytechnique, Ponts) crées par Napoléon pour former les élites d'Etat. A l'instar des corps d'élite de l'empereur, il attend de ses cadres un engagement total qu'il obtient rapidement de ces esprits préparés.

En 1963, il fonde l'Ordre des Compagnons du Minorange, corps d'élite ouvrier. Ces hommes reconnaissables à leur uniforme à galons deviennent sur les chantiers les emblèmes du respect de la sécurité et des règles de l'art, de la fraternité et de l'attachement à l'entreprise. Ce sont eux qui restent tard pour tenir les délais et réparer les erreurs.

La logique de l’honneur

La logique de l'honneur est une logique culturelle spécifiquement française par opposition à la logique de face asiatique et la logique de contrat anglo-saxonne. Selon cette logique, chaque individu occupe un certain rang au sein d'un corps professionnel hiérarchisé. Le rang d'un individu lui est accordé après le passage d'un certain nombre d'épreuves. Le système des concours des grandes écoles en est un exemple.

Le rang qu'occupe un individu lui confère des devoirs et des privilèges. Parmi ses privilèges se trouvent l'accès à un certain niveau de commandement. Parmi ses devoirs, réaliser son travail avec le niveau d'exigence et d'engagement requis par son rang. Chaque individu doit se montrer digne de son rang ! Cela signifie que le moteur de l'action est interne, lié non à l'argent mais au sens du devoir.

Pour accéder au rang supérieur, les individus produisent des efforts surhumains. Engagés « par le cœur » dans leur travail, ils cherchent à se faire remarquer en réalisant des prouesses, même si cela ne leur est pas demandé dans leur contrat ou dans les consignes qui leur sont données. L'échec est inacceptable. Confronté à cette situation, un individu se sent attaqué dans sa chair. Il a l'impression de perdre son honneur.

Appuyez-vous sur ce qu'il y a plus profond

Faites résonner culture d'entreprise et culture nationale

1

Trop d'entreprises françaises importent sans discernement les modèles managériaux anglo-saxons. En réveillant, les automatismes culturels ancrés profondément dans le cœur de chaque français, en les mettant au service de la performance de votre entreprise, vous créerez un système managérial qui vous permettra de dépasser vos concurrents.

Utilisez la force ascensionnelle de la logique de l'honneur

2

Le système de rangs lié à la logique de l'honneur agit comme un véritable courant d'aspiration qui décuple le niveau d'exigence de vos collaborateurs, leur engagement et leur loyauté. Appuyez-vous sur cette logique et vous verrez vos collaborateurs se lancer à cœur perdu dans la bataille pour faire gagner votre entreprise.

Utilisez les symboles plutôt que l'argent

3

Les compagnons de l'ordre du Minorange ne bénéficiaient à l'époque de leur création d'aucun avantage pécuniaire. Les seules récompenses sont symboliques : le port d'un uniforme et un dîner annuel avec Francis Bouygues. Plus un avantage est symbolique et plus il est puissant. Ne tombez pas dans le piège de la motivation par la rémunération.

Règles n°4

OUBLIER
DARWIN

La machine à penser

Le business model de Google, le géant de l'Internet créé par Larry Page et Sergey Brin en 1998, repose sur l'innovation technologique. Les deux créateurs du moteur de recherche, deux Geeks de la Silicone Valley ont créé une organisation totalement novatrice appelée Googlisme. Au Googleplex, il n'existe pas de hiérarchie, pas d'horaires, pas de fiche de fonction. Les collaborateurs disposent d'une liberté maximale : une réunion peut s'effectuer autour d'une partie de baby foot ! C'est l'organisation qui s'adapte à l'individu. C'est l'individu qui structure l'organisation.

Les deux fondateurs de Google partent du principe que chaque personne cherche naturellement à exprimer ses talents. En exprimant ses talents, l'individu donne le meilleur de lui-même et l'entreprise en tire immédiatement profit. Les ingénieurs de la R&D disposent ainsi de 20% de leur temps qu'ils peuvent utiliser à leur guise.

Ce temps est consacré au développement de projets qui leur tiennent à cœur. Ils s'associent librement à d'autres ingénieurs, formant des équipes autonomes, réunis par affinités autour d'une idée. L'objectif ultime de tout ingénieur est d'initier une innovation qui sera reprise dans le monde entier.

Le paradoxe de l'échelle

Dans la savane vivaient des antilopes. Celles-ci se nourrissaient des feuilles basses des arbres. Comme elles étaient trop nombreuses, la nourriture vint à manquer. Les antilopes qui avaient un long cou et de longues pattes pouvaient atteindre les branches plus hautes. Elles mangeaient donc plus que les autres et devinrent plus résistantes aux maladies et aux prédateurs. Se reproduisant entre elles, elles initièrent une nouvelle espèce au long cou et à longues pattes : les girafes.

La théorie de l'évolution souvent appliquée dans l'entreprise amène à penser qu'un collaborateur doit, quelque soit sa personnalité et ses talents, s'adapter à sa fonction.

Seuls ceux qui s'adaptent à leur poste survivent. Or l'Homme n'est pas une girafe. S'il est capable de s'adapter, il est aussi capable de transformer son environnement. Si l'Homme avait été une antilope, il aurait survécu en inventant l'échelle !

Au XXIe siècle, l'entreprise qui réussit est celle qui innove. Or la plus grande source d'inventivité, c'est la volonté de chacun à exprimer ses talents ! En offrant aux individus, la liberté d'exprimer leurs talents, on rend ses collaborateurs heureux et performants !

C'est ce que font merveilleusement les dirigeants de Google avec leurs salariés.

Donnez du rêve

Favorisez l'expression des talents

1

Dans une équipe de football de haut niveau, il y a des attaquants, des défenseurs, des ailiers, des milieux de terrain. Le coach attribue à chaque joueur une place sur le terrain en fonction de ses talents et de ses aptitudes naturelles. Il ne viendrait à l'idée d'aucun entraîneur de placer un défenseur en attaque ou un attaquant à la place du goal. Pourquoi en serait-il différemment dans l'entreprise ? Une équipe est composée d'individus différents jouant chacun un rôle particulier et faisant partager à l'ensemble leurs points forts. En misant sur les talents de chacun, vous créez des équipes redoutables.

et de la liberté

Appliquez la règle du 80/20

2

Une marge de liberté doit être laissée à vos collaborateurs pour qu'ils expriment leurs talents. Cette marge de liberté est la condition de la créativité et de l'innovation et donc de la performance. Pensez toujours que celui qui pose problème, qui ne rentre pas dans la case, représente peut-être une opportunité, une façon différente de faire et d'envisager la situation. En laissant à vos collaborateurs 20% de leur temps totalement libre, vous leur donnez l'occasion de vous surprendre. Faites confiance et observez, vous découvrirez peut-être une solution à l'un de vos problèmes majeurs.

Règles n°5

DEVELOPPER VOTRE AURA

L’empereur du LUXE

Bernard Arnault est la 1ere fortune française, la 1ere fortune européenne la 4e fortune mondiale selon le magazine Forbes. En quarante ans, ce polytechnicien a créé un véritable empire du luxe. Cette réussite extraordinaire, Bernard Arnault la doit à sa stratégie d'acquisition et de gestion des grandes marques de luxe : Dior, Hennessy, Moët et Chandon etc. Bernard Arnault considère que la gestion de marques ne fonctionne que dans le cadre d'une organisation décentralisée. Les marques restent des maisons indépendantes auxquelles il convient de laisser une grande autonomie de décisions. Bernard Arnault ne dirige pas, il offre juste à chaque marque les conditions optimales pour se développer. Il met au service de ses équipes ses réseaux et sa puissance financière. Bernard Arnault est un homme discret, impénétrable et mystérieux. Dans les milieux d'affaires, il exerce une fascination teintée de crainte. On le dit imprévisible. Mécène, grand amateur d'arts, il a aussi la réputation d'être un homme d'affaires impitoyable, un prédateur… Cette réputation terrorise ses adversaires. A ses équipes, elle inspire : respect et loyauté.

La stratégie de l’empereur

Dans la Chine ancienne, l'empereur résidait au cœur de la cité interdite. En restant invisible à ses sujets, il se drapait d'une aura de mystère qui conférait à son autorité un caractère quasi divin. Le peuple qui ne pouvait le voir imaginait toutes sortes de prodiges à son sujet. C'est ainsi qu'il terrifiait ses adversaires et affirmait son autorité.
Le fait de demeurer en retrait lui permettait également de sauver la face quand des calamités surgissaient. L'empereur n'agissait jamais directement ce qui lui évitait d'être éclaboussé en cas d'échec. En cas de victoire, on imaginait qu'il avait joué un rôle secret.
Dans l'entreprise, le leader charismatique se construit en suivant les mêmes principes. En parlant peu et en se montrant rarement, il fait travailler l'imagination de ses équipes qui lui attribuent des qualités quasi extraordinaires. Ses équipes ont un désir ardent de se battre pour lui. Ils veulent lui prouver leur valeur et leur loyauté.
Le leader charge ses collaborateurs de missions difficiles et périlleuses. Le fait de se voir confié une mission par le leader est perçu comme un privilège. Le leader agit ensuite en coulisses. Il aide ses équipes à réussir, en levant les obstacles. Le leader soutient, protège et récompense.

Soyez celui qu’on admire et qu’on craint

Restez invisible

1

Parlez peu et montrez-vous rarement. Vous créerez ainsi autour de vous une aura de mystère qui impressionnera vos collaborateurs et terrorisera vos adversaires. Vos paroles et votre présence deviendront des honneurs que vous pourrez accorder aux plus méritants.

Confiez à vos collaborateurs des missions d'importance

2

Le leader ne se lance jamais dans la mêlée. Il délègue. En offrant à vos collaborateurs l'opportunité de démontrer leur valeur et leur loyauté, vous décuplez leur motivation. Travailler pour vous est un privilège.

Offrez-leur les lauriers de César

4

Abandonnez à vos équipes les récompenses et les honneurs. En vous montrant modeste, vos collaborateurs se sentiront reconnus et respectés. Les hommes intelligents sauront reconnaître le vrai responsable du succès.

Devenez le chevalier blanc

3

Soyez toujours au courant de ce qui se passe sur le terrain grâce à vos espions et le cas échéant, intervenez en faveur de vos collaborateurs pour les sortir des pièges dans lesquels ils sont tombés. Montrez à vos collaborateurs que même si vous êtes absent, vous êtes à leur côté.

Règles n°6

DONNER UNE VISION

Le Surfeur d’Argent

« Je crois fermement que les braves peuvent ne pas vivre longtemps, mais que les prudents ne vivent pas du tout » affirme Richard Branson, le créateur de l'empire Virgin. Pour Richard Branson, l'esprit d'entreprise consiste à foncer en partant de ses passions et ses valeurs. « Si vous faites quelque chose que vous aimez et dans laquelle vous croyez, alors vous réussirez probablement ».

Prendre du plaisir ! Tel est le leimotiv de l'entrepreneur excentrique, accro aux fêtes extravagantes et aux exploits sportifs les plus insensés : traverser la manche en kitesurf ou en voiture amphibie, battre le record de la traversée de l'Atlantique en hors-bord ou dans une montgolfière qui vole à 200km/h... « Juste pour m'amuser ! » explique-t-il, son expression fétiche. Richard Branson veut partager cette décontraction avec ses collaborateurs. Pour lui, tous ceux qui rejoignent Virgin doivent avoir le sentiment de s'engager dans une cause qui les rend différents. Travaillez chez Virgin, c'est fun ! Richard Branson est un modèle pour toutes ses équipes et il sait mettre en scène son anticonformisme : une façon puissante d'inspirer l'envie de se démarquer chez ses 50 000 collaborateurs.

Le pouvoir de l’exemple

Dans l'entreprise, le leader visionnaire montre la voie. Il aide tous les collaborateurs à comprendre qui est l'entreprise et où elle va. Le leader visionnaire décrit non seulement le sens de l'entreprise, ses objectifs, mais aussi les moyens de les accomplir. Cela prend la forme d'une vision, c'est-à-dire d'une image du présent et de l'avenir. Cette image inspire. Elle donne des repères sur la bonne façon de se comporter.

Le leader visionnaire est un modèle. Il montre l'exemple. Richard Branson a bâti le succès de ses marques sur une stratégie de différenciation basée sur une composante émotionnelle extrêmement forte. Quand un client monte dans un avion Virgin, il s'attend à vivre une expérience totalement différente de celle qu'il vivrait avec une compagnie classique. Or pour que cette expérience soit effectivement vécue, il est nécessaire que chaque collaborateur ait le souci de se différencier dans son comportement ou ses opinions.

Richard Branson constitue pour chaque collaborateur un idéal. Il suffit de l'imiter à son niveau. Le leader visionnaire est d'une redoutable efficacité car chaque collaborateur adopte les comportements désirés de façon totalement volontaire.

SOYEZ LA LUMIERE DANS L'OBSCURITE

Ayez une vision claire

1 Commencez par développer une vision à long terme de votre entreprise. Voyez plus clair, plus loin et plus haut que les autres n'ont su voir.

2 Influencez ceux qui ont de l'influence

Un leader élabore un rêve auquel les autres donnent réalité. En obtenant l'adhésion des leaders d'opinion, vous multipliez votre influence.

3 Développez une équipe gagnante

Une équipe est capable d'accomplir bien plus qu'un individu. C'est ce que l'on appelle la synergie de groupe.

4 Respectez les personnes

L'individu est au cœur de votre entreprise. En lui accordant de l'importance, en lui accordant votre amour, vous lui donnez envie d'avancer.

5 Soyez optimiste

Les leaders sont toujours des personnes passionnées, qui ne se laisse décourager par rien et avancent jusqu'à avoir atteint leur objectif.

6 N'abandonnez jamais

Le chemin qui mène à la réussite est semé d'embûches. Apprenez de vos échecs et poursuivez votre rêve.

Règles n°7

DONNER DU **PLAISIR**

L'HOMME QUI VOULAIT VIVRE SA VIE

Lorsqu'il décide de créer sa société à l'âge de 13 ans, « Bill » comme on le surnomme, est un Geek : un adolescent hyper introverti qui passe des heures sur son ordinateur à programmer. Informaticien génial, c'est en revanche un piètre communicant. Pour vendre ses projets de logiciels, il doit se rendre dans les entreprises pour rencontrer ses clients potentiels. Cette activité est non seulement difficile pour lui, mais elle l'ennuie profondément. Prospecter pour prendre des rendez-vous, passer des heures à convaincre des clients réticents et exigeants, assurer le service après-vente, ce n'est pas son truc !

Bill plutôt que de persévérer dans cette activité qui ne l'intéresse pas et pour laquelle il n'a aucun talent, va alors changer complètement de stratégie. Il va chercher un partenaire qui se chargera de la commercialisation, tandis que lui pourra se consacrer avec ses amis à son activité préférée : programmer, concevoir et créer des systèmes d'exploitation hypercomplexe en mangeant des chips et en buvant du soda glacé.

Ce partenaire, ce sera IBM. Et c'est ainsi que naîtra Windows ; pour ce que certains appelleraient un caprice d'adolescent.

LES DEUX MOTIVATIONS

LES DEUX MOTIVATIONS
LES DEUX MOTIVATIONS

La motivation est un mécanisme complexe lié au niveau neurobiologique aux circuits de la récompense. Si nous sommes motivés pour réaliser une action c'est parce que la réalisation de cette action ou l'effet de la réalisation de cette action nous procure du plaisir. La motivation, c'est le plaisir ! Il existe deux types de motivation : **la motivation finale** et **la motivation instrumentale**.

La motivation finale est liée à l'atteinte d'un objectif. Nous agissons pour obtenir quelque chose et quand nous obtenons cette chose, nous éprouvons du plaisir. Le plaisir éprouvé est intense mais éphémère. Nous sommes sensibles à l'échec car si nous n'obtenons pas l'objet convoité, nous sommes frustrés. Nous avons l'impression d'avoir consenti beaucoup de temps et d'énergie pour rien !

La motivation instrumentale est liée à l'action en elle-même. Nous éprouvons du plaisir dans le fait de réaliser des actions successivement. Il ne s'agit pas d'obtenir, juste de faire. Ce type de motivation nous rend particulièrement résistant à l'échec et nous procure du plaisir sur le long terme : nous sommes dans un état de bien-être. Nous nous améliorons continuellement en répétant des actions plaisantes.

Enseignez l'amour du Métier

1

Fuyez les

Lors de vos recrutements, identifiez les motivations profondes de vos futurs collaborateurs. Fuyez ceux qui veulent travailler pour l'argent ou le pouvoir. S'ils réussissent, ils vous accableront de demandes de primes et de promotions. S'ils échouent, ils vous quitteront aussi vite qu'ils sont arrivés. Recrutez ceux qui aiment leur métier. Même ceux qui à première vue sont moins performants. Ceux là seront des collaborateurs fidèles, qui vous aideront à développer votre entreprise sur le long terme. Aimant ce qu'ils font, ils progresseront avec le temps jusqu'à devenir des experts reconnus.

2

Ne maniez pas la carotte ou le bâton

Ne managez jamais à la récompense ou à la punition, vous feriez de vos collaborateurs de vrais ânes. Prendre du plaisir dans son travail est un apprentissage. C'est à vous qu'il revient d'enseigner l'amour du métier. Avec l'expérience, vos collaborateurs découvriront le plaisir qu'il y a à maîtriser une tâche complexe, à connaître toutes les subtilités d'un travail, à rechercher et atteindre un haut niveau d'exigence. A partir de là, il sera alors bon de les récompenser différemment par la fortune et les honneurs. Ceux-ci seront la cerise sur le gâteau.

Règles n°8

GERER LES EMOTIONS

L’entrepreneur FUNAMBULE

Avant de créer Patagonia, le leader mondial de la mode écolo, Yvon Chouinard était un champion d'escalade. Il passait ses week-ends dans le Yosémite à grimper à de gigantesques falaises, sans matériel de sécurité si possible. C'est à partir de cette expérience qu'il a construit sa philosophie du management. Pour Yvon Chouinard, qui s'est déjà retrouvé coincé au-dessus de 1000 mètres de vide, le stress n'améliore pas la performance, bien au contraire ! Le bien-être et la sérénité sont des conditions essentielles de la réussite. C'est pourquoi, il fait tout pour que dans son entreprise, ces conditions soient réunies. Cela passe par les services apportés aux salariés : restaurant bio, crèche d'entreprise gratuite, salle de sport, par l'ambiance toujours décontractée qui règne dans les différents services et surtout par l'exemple donné par le PDG, tong et chemise hawaïenne de rigueur. Ne cherchez pas Yvon Chouinard à l'heure du déjeuner, il est soit en train de faire un match de tennis avec son directeur financier, soit en train de glisser sur l'une de ces belles vagues du Pacifique. Des produits qui protègent la planète et les hommes qui les produisent, voilà le choix d'Yvon Chouinard. Et ça marche !

Le MARATHON

de la VIE

Cinquante études scientifiques internationales ont testé les effets du stress sur la performance. Que démontrent ces études ? Le stress réduit la performance. Le stress positif n'existe pas !!! Il faut briser cette idée reçue comme une brique rouge avec un gros marteau. Si vous êtes un homme de Neandertal et que vous tombez nez-à-nez avec un tigre aux dents de sabre, le stress vous aidera à courir plus vite et à vous défendre physiquement, mais si vous devez choisir parmi trois options stratégiques dans un environnement hypercomplexe, situation que l'on rencontre chaque jour dans les entreprises, alors le stress ne vous sera d'aucun secours. Bien au contraire ! Le stress brouille l'esprit, réduit les capacités d'abstraction, excite nos émotions et nous conduit donc à prendre de mauvaises décisions. Par ailleurs, le stress surtout s'il dure, affaiblit l'organisme. Il peut même être mortel ! Diriger une entreprise, ce n'est pas courir un sprint ; c'est un marathon ! Et ce marathon dure quarante-cinq ans ! Si vous ne souhaitez pas mourir d'un infarctus au sommet de votre gloire, ménagez-vous. Fixez-vous des objectifs sur le long terme et prenez le temps de définir des stratégies gagnantes.

DEVELOPPER LES TROIS INTELLIGENCES

INTELLIGENCES
INTELLIGENCES

1 Ne tendez pas trop l'élastique

Le stress est provoqué par la tension entre nos capacités et nos objectifs. Se fixer des objectifs trop ambitieux et surestimer ses capacités peuvent avoir de graves conséquences. En effet, nous devons puiser dans nos réserves pour réussir. Pour réduire votre stress, évaluez objectivement vos capacités, fixez-vous des objectifs atteignables. Progressez par étapes.

2 Développez les 3 intelligences

Pour réduire son stress, il faut développer les trois intelligences nécessaires à la réussite. L'intelligence émotionnelle qui est la capacité à canaliser vos émotions, l'intelligence relationnelle, qui est la capacité à construire des relations gagnantes avec les autres et l'intelligence cognitive qui est la capacité à analyser rapidement une grande.

3 Décompressez

Un pilote de chasse prévoit toujours un temps minimum de récupération après un vol. Après une période de challenge, prévoyez la même chose pour vous et vos équipes. Ce temps a deux avantages. D'abord, il permet à tous de reconstituer leurs forces, ensuite c'est un temps nécessaire à l'apprentissage : tirer les leçons des couacs de façon à mieux anticiper dans l'avenir.

Règles n°9

ADOPTER LA FISH ! PHILOSOPHIE

Le chef qui rit

La FISH ! Philosophie est née sur le marché au poisson de Seattle. Sur ce marché couvert, les employés doivent réaliser des tâches très routinières dans un environnement très difficile : le froid, l'humidité et surtout l'odeur pestilentielle des poissons. Cette situation n'est en rien compensée par les salaires, qui sont très bas. Les employés commencent très tôt le travail et finissent souvent très tard. On pourrait penser trouver des salariés accablés, fatigués et râleurs…
Mais de façon surprenante c'est tout le contraire ! Voilà ce qu'on observe sur cet étrange marché. Il règne une ambiance de folie ! Des clients affluent de tout le pays pour acheter du poisson et surtout visiter ce célèbre marché devenu une attraction. En remontant une allée, voilà qu'une dorade vole par-dessus nos têtes. Les poissonniers n'arrêtent pas de faire des blagues, de crier et de chanter. Ils se lancent les poissons comme des ballons en poussant de grands cris joyeux. Le client, surpris au départ, se prend vite au jeu et se met lui-aussi à faire l'imbécile, communicant à son tour sa bonne humeur aux autres clients et aux poissonniers. Le client ressort tout étourdi avec un panier plein et un souvenir inoubliable ! On peut faire un travail difficile et être heureux !

Le rire qui TUE

Traditionnellement dans les pays occidentaux, de culture judéo-chrétienne, la réussite est associée à l'effort et aux difficultés. Le plaisir est tabou ! Du moins quand il est associé au travail. La vie serait divisée de deux parties : d'un côté travail et souffrance et de l'autre loisir et plaisir. Trop peu de dirigeants et de collaborateurs conçoivent le travail comme un lieu où l'on s'amuse !!! Or ce que montrent les recherches scientifiques en la matière et l'exemple fascinant du marché aux poissons de Seattle, c'est que le plaisir est un facteur de performance ! Si mes collaborateurs sont positifs et prennent du plaisir dans leurs missions, ils auront moins de problèmes de santé, seront plus performants et donneront l'image d'une entreprise dynamique où il fait bon vivre et consommer. C'est ainsi que les entreprises de nouvelles technologies attirent et gardent les meilleurs. Car en réalité, les collaborateurs d'aujourd'hui désirent allier plaisir et performance. Avoir de l'humour, être décontracté, rire, jouer, cela ne signifie pas qu'au moment où cela sera nécessaire, les équipes ne produiront pas efficacement l'effort escompté.

Rien Sérieux

Ne prenez rien trop au sérieux

Choisissez votre attitude

1 Nous avons tous un travail parfois pénible et routinier, des soucis et des problèmes, des dizaines de raisons de nous plaindre. Mais nous pouvons aussi faire un autre choix : celui de la créativité et de l'enthousiasme et de la bonne humeur. Il suffit de choisir !

Jouez

2 Pour prendre du plaisir au travail, il doit régner une atmosphère de participation et d'échanges avec les autres membres de votre équipe grâce à l'organisation d'événements insolites, ludiques, créatifs. C'est en jouant, en ne se prenant pas au sérieux que l'on insuffle au quotidien de la bonne humeur.

Soyez présent

4 Etre présent, c'est regarder son interlocuteur droit dans les yeux. Le monde peut bien s'écrouler autour de vous, vous n'avez d'yeux que pour lui; témoignez du respect à votre interlocuteur.

Illuminez la journée des gens autour de vous

3 Cherchez par tous les moyens à laisser de bons souvenirs aux clients et aux collègues. Pourquoi ne pas tenter d'illuminer la journée de quelqu'un aujourd'hui, par un sourire, un compliment, une note d'humour.

Règles n°10

REUSSISSEZ **VOTRE VIE**

Le marchand devenu sage

À vingt-cinq ans, Christian Fabre quitte avec femme et enfant la France pour l'Inde. Il commence par travailler comme employé dans une société de cuir à Madras. Vingt ans plus tard, il dirige la plus grande société de sourcing de l'Inde du Sud. Il donne du travail à plus de 60 000 personnes réparties dans vingt-trois usines. Le plus extraordinaire, c'est qu'il cumule ses fonctions de PDG avec celle plus iconoclaste de Swami, un sage dans la religion hindouiste. Il a renoncé à son salaire et à l'ensemble des avantages liés à sa fonction tout en restant à son poste et exerçant pleinement ses missions. L'histoire de Christian Fabre est pleine d'enseignements.

Les dirigeants sont passionnés par leur métier. Ce n'est pas après l'argent ou les honneurs qu'ils courent. Leur leitmotiv : créer, développer, laisser leur empreinte : être auteur ! L'entreprise est un formidable outil pour façonner le monde, apporter des solutions aux problèmes des gens et répondre à leurs besoins. Le premier objectif de l'entreprise est de réaliser certaines valeurs. Ce sont ces valeurs qui donnent sens aux vies des collaborateurs. La question de l'argent ne vient qu'ensuite. L'argent est le carburant qui permet de pérenniser et de développer l'entreprise. Mais elle ne peut en aucun cas en être la finalité.

Le marchand devenu sage

Le sens véritable de l’existence

Réussir dans la vie, c'est accéder à un certain statut, c'est être reconnu par ses paires comme quelqu'un d'important. L'homme qui a réussi dans la vie a progressé. Par ambition, il a gravi les échelons de la hiérarchie sociale pour parvenir à un haut niveau, souvent au prix de maints sacrifices. Ce parcours exceptionnel fait sa fierté, mais il lui manque quelque chose.

Car atteindre un objectif, ce n'est pas se réaliser pleinement. L'homme pour être heureux et réussir sa vie a besoin d'exprimer ses valeurs les plus profondes. C'est la dimension spirituelle de l'existence. Ce qui lui donne une raison d'être ! Lorsque nous avons le sentiment d'avoir réussi dans la vie, on doit passer à un autre stade : celui de la réalisation de ses valeurs les plus profondes.

Christian Fabre a décidé de devenir Swami parce que malgré sa formidable réussite, il lui manquait un élément essentiel pour être heureux. Bill Gates a également ressenti ce manque. Il est un âge dans la vie, où l'on doit se poser la question du véritable sens de son existence. Et la réponse ne peut pas être : avoir beaucoup d'argent ou une grande entreprise. Elle se trouve dans autre chose.

Soyez fière et utile

1

Choisissez votre destin

Quand je serais vieux, sur le point de mourir, qu'est-ce qui fera que ma vie aura valu d'être vécue ? Telle est la question à laquelle vous devez essayer de répondre si vous souhaitez découvrir le sens de votre vie. Réussir sa vie, ce n'est rien d'autre que pouvoir regarder le passé en étant fier de ce que l'on a réalisé, de ce que l'on laisse aux autres.

2

Explorez la dimension cachée

Nous vivons dans un monde rationnel dominé par la science. Or rien de ce qui est rationnel ne rend un Homme heureux. Les Hommes ont besoin de donner sens à leur vie. Et pour donner sens à leur vie, ils ont besoin de croire dans des valeurs, dans une vision, un projet. Rien qui ne puisse être démontré. Il s'agit d'une cause petite ou grande, très personnelle ou universelle, peu importe, dans laquelle on s'engage et pour laquelle on se bat.

Explorez la dimension cachée

Faites ce que vous aimez

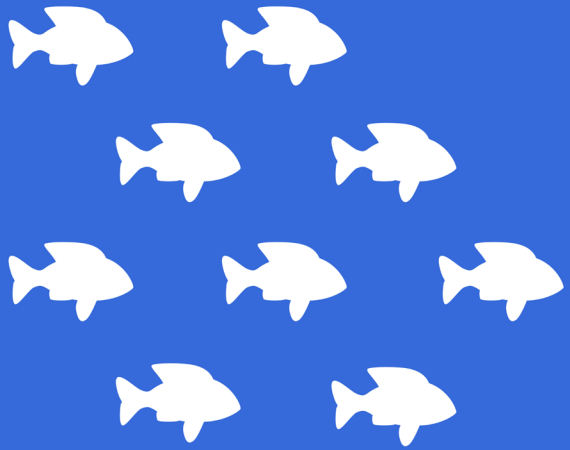
3

Faites ce que vous aimez

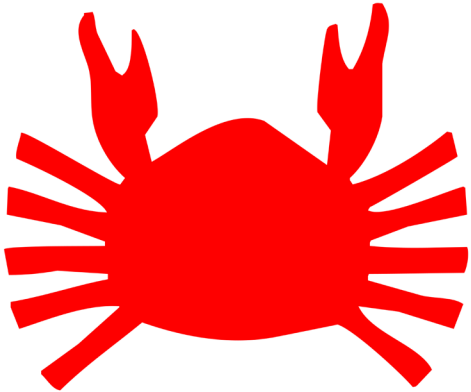
Si vous faites ce que vous aimez, vous réussirez. N'oubliez jamais ce qui vous tient à cœur, ne vous détournez pas de vos intuitions profondes, ne vous cachez pas vos véritables envies. Le bonheur est une chose douce qui se vit à chaque instant. La vie est trop courte pour ne pas en profiter à chaque instant.

INDEX DES IMAGES ET CITATIONS

OCEAN ROUGE



OCEAN BLEU



“La stratégie océan bleu consiste à se différencier de façon inattendue et à effectuer un véritable saut de valeur en proposant un produit ou un service incomparable.”

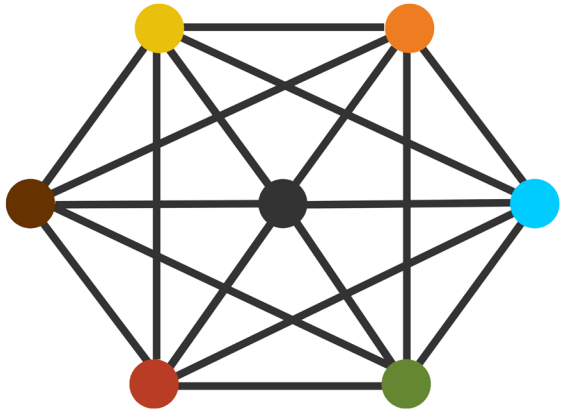
W. Chan Kim & Renée Mauborgne, Boston Consulting Group

“Celui ou celle qui crée des réseaux aujourd’hui, ce n’est pas celui qui collectionne les adresses des autres. C’est celui qui passe son temps à essayer de mettre les autres en relation.”

Philippe Gabilliet, professeur de leadership, ESCP-Europe

RELATION

RESEAU



CONTRAT

HONNEUR

“L’honneur, c’est la poésie du devoir.”

Alfred de Vigny, auteur de Journal d’un poète

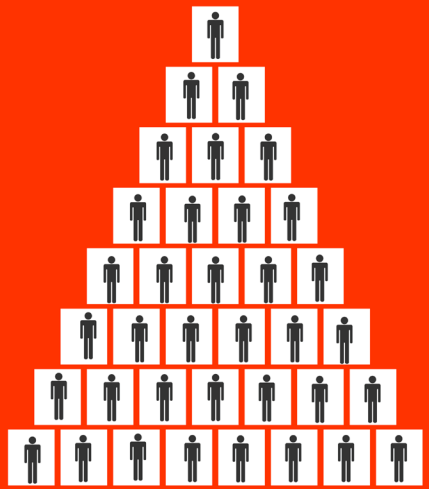
“

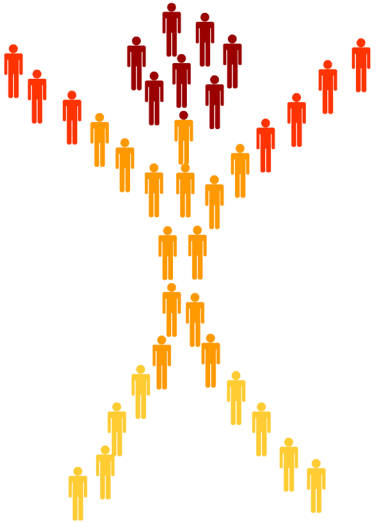
Alice et la Reine Rouge se lancent dans une course effrénée. Alice demande alors à la reine :
Mais, Reine Rouge, c’est étrange, nous courons vite et le paysage autour de nous ne change pas ?
La reine répond : Nous courons pour rester à la même place.

”

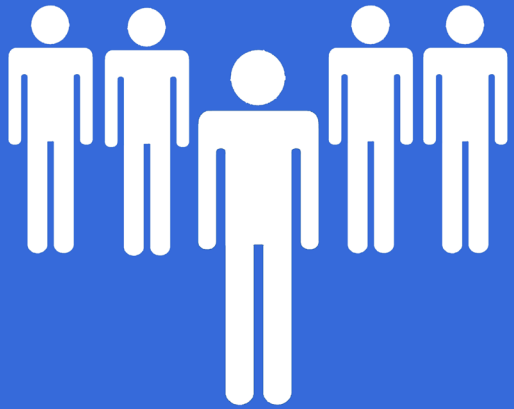
Lewis Carroll, auteur d’Alice au Pays des Merveilles

LA FONCTION S'ADAPTE A L'HOMME

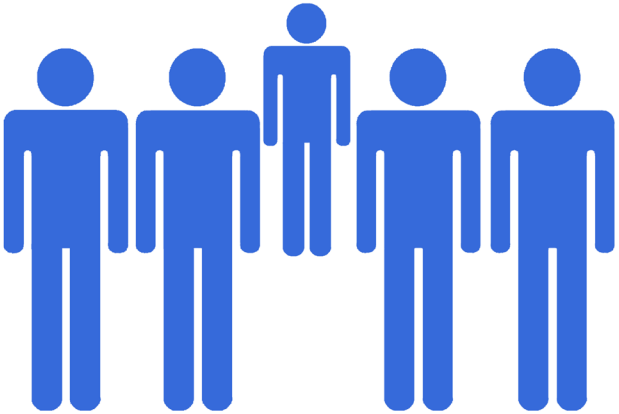




MANAGER



LEADER



“

Un vrai leader n’a pas besoin de conduire. Il suffit qu’il montre le chemin.

”

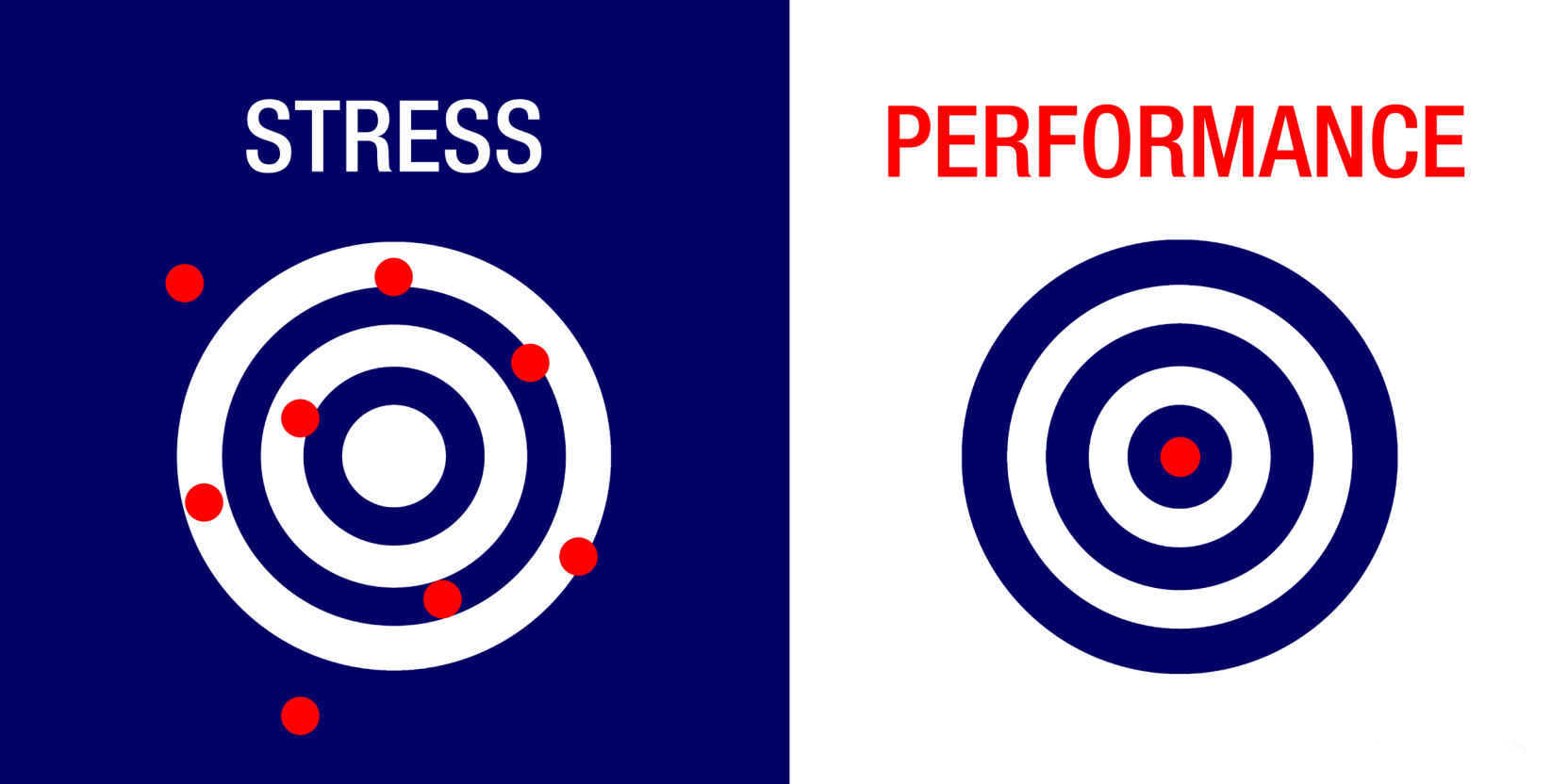
Henry Miller, romancier américain auteur de Printemps Noir

“Le plaisir étant éphémère, et le désir durable, les hommes sont plus facilement menés par le désir que par le plaisir.”

Gustave Le Bon, auteur de la psychologie des foules

MOTIVATION FINALE

INSTRUMENTALE


STRESS
PERFORMANCE

“

Je gagne parce que de tous mes adversaires,
je suis le plus relax

”

Usain Bolt, l’Homme le plus rapide du monde

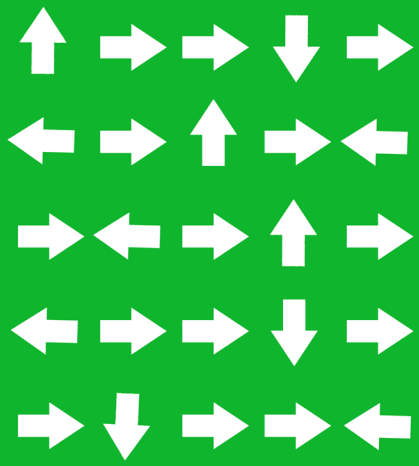
“

Traverser la mer sans que l’Empereur le sache. Cette stratégie veut que l’on soit à la fois capable de dissimuler ses intentions à ses adversaires tout en les révélant à ses propres forces

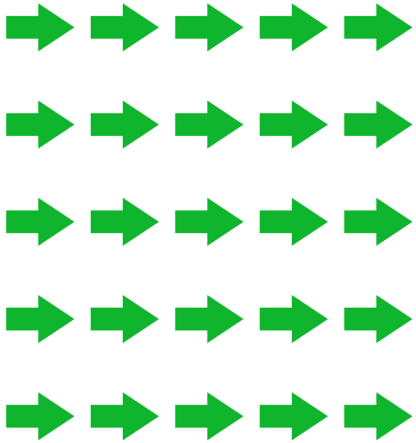
”

Sun Tzu, philosophe chinois auteur de L’Art de la Guerre

INCERTITUDE



STRATEGIE



MOROSITE

FISH ! PHILOSOPHIE

“Rire de mourir et mourir de rire”

Jacques Prévert, poète français

“

Le cœur a ses raisons que la raison ne connaît point

”

Blaise Pascal, philosophe et mathématicien français

Réussir DANS la vie

Réussir SA vie

PRÉSENTATION DE L'AUTEUR

Dr. Emeric Lebreton

On dit que chaque Homme a 7 visages

Mon premier visage est celui d'écrivain : c'est ma vocation première même si j'ai appris avec le temps que la maturité était nécessaire pour construire une carrière dans ce domaine. J'aime raconter des histoires qui font réfléchir et progresser.

Mon second visage est celui de professeur : j'enseigne depuis maintenant 10 ans dans les universités (Nantes, Tours, Paris) et dans les grandes écoles (Audencia et ENPC). J'apprécie de transmettre mes connaissances et d'aider les autres à réussi.

Mon troisième visage est celui d'homme de convictions : investi en politique, ardent défenseur des valeurs de justice, de mérite et de liberté, je me bas chaque jour dans mon métier pour que chaque homme soit libre de choisir son destin.

Mon quatrième visage est celui de chef d'entreprise : je dirige deux cabinets de conseil, l'un en communication et l'autre en ressources humaines spécialisé dans les changements de vie (www.jedesign.fr et www.orientaction.com) ainsi qu'une école (www.apprendre-reussir.fr).

Mon cinquième visage est celui d'aventurier : j'ai visité beaucoup de régions du monde, j'ai gravi plusieurs hauts sommets, j'ai rencontré beaucoup de personnes et de cultures différentes. J'aime en général les aventures et la nouveauté dans la vie.

Mon sixième visage est celui de docteur en psychologie : c'est ma formation. Elle m'a appris à écouter les autres et à apprendre d'eux, à essayer de me mettre à leur place, sans les juger, pour les comprendre.

Mon septième visage est celui d'homme ordinaire : avec sa vie normale, sa femme, sa fille, ses parents, ses angoisses et ses rêves. Mais ce visage je le garde pour moi en général.

CV DETAILLE

DIRECTION D'ENTREPRISES & MARQUES COMMERCIALES

1. Dirigeant associé - Cabinet de conseil en ressources humaines - www.orientaction.com - Le Mans - Sablé sur Sarthe
2. Fondateur - Centre de soutien scolaire - Apprendre à Réussir - L'Ecole de la Réussite - www.apprendre-reussir.fr
3. Dirigeant - Agence de création visuelle - www.jedesign.fr

ENSEIGNEMENT / RECHERCHE DANS LES GRANDES ECOLES ET UNIVERSITES

1. Professeur associé « Programme d'orientation professionnelle » - ECOLE DES PONTS * - Paris - www.enpc.fr
2. Professeur associé « Management des organisations » - AUDENCIA - Nantes - www.audencia.fr
3. Professeur associé «Communication environnementale - Université de Tours - www.univ-tours.fr
4. Chercheur associé au laboratoire de psychologie sociale de l'Université de Nantes - www.univ-nantes.fr

PUBLICATIONS

1. 10 règles pour avoir des collaborateurs heureux et performants. Editions JE. A paraître (2013).
2. La psychologie de la communication. Editions Deboeck Université. A paraître (2013).
2. Faire des affaires avec les Chinois. Editions Eyrolles : éditions d'Organisation (2010).
3. Propagation et lutte contre les rumeurs. Thèse de doctorat. Editions Universitaires (2009).
4. La répétition ou la chronique d'un destin ordinaire. Editions Le Manuscrit (2005).

RESPONSABILITE INSTITUTIONNELLE

Représentant du MEDEF pour le CCRRDT - Conseil Consultatif Régional à la Recherche et au Développement Technologique

PRIX

Sélectionné parmi les 100 jeunes talents européens en 2009 par l'Union Européenne

*L'ENPC a été classée 1ere école d'ingénieur de France devant polytechnique en 2010
**AUDENCIA a été classée 6e Ecole de Commerce Française

REMERCIEMENTS

Certaines personnes nous aident directement, beaucoup sans le savoir. Ces personnes nous font confiance et nous offrent une opportunité que nous transformons en autre chose. Elles nous permettent d'acquérir des connaissances, de faire des rencontres, de découvrir des territoires et ces expériences, sans qu'elles en mesurent la portée, bouleversent nos vies. C'est ici que j'entends remercier les personnes qui ont permis la réalisation de ce livre.

Kateryna Semiokhina-Lebreton, mon épouse photographe et peintre de talent, pour ses conseils avisés sur la réalisation des visuels. Gérald Dudouet, ami et journaliste indépendant, pour ses remarques et nos échanges sur le contenu du livre. Frédéric Sénéchal, ami et directeur des ressources humaines, pour m'avoir accordé sa confiance à mes débuts et fait découvrir la formidable culture de l'entreprise Bouygues. Christine Nasherberger et Céline Legrand de L'Ecole Supérieure de Commerce AUDENCIA qui m'ont permis de découvrir les sciences du management. Guilaine Lebreton ma tante institutrice de profession pour ses corrections orthographiques précieuses – cette compétence est devenue rare. Philippe Gabilliet, professeur de leadership à ESCP Europe, qui m'a ouvert les yeux sur l'optimisme au travers de son intervention sur la chance. Steve Jobs, pour son discours à Columbia University qui m'a permis de découvrir une autre façon de voir la réussite et ce qui la permet

Editions Experts – 1, rue Saint Jacques – 72000 Le Mans - FRANCE
ISBN : 9782954278612

... ET MAINTENANT ILS SONT HEUREUX.

Design Graphique :
Chloé Vérité - Agence
Crayons de Couleurs

15 € PRIX FRANCE TTC

9 782954 278612