

Management

FÉVRIER 2017 ▶ management.fr

▶ 4,90€

PORTRAIT

BOGDAN HEREA,
LE XAVIER NIEL
ROUMAIN

PARITÉ

LES CONSEILS
D'ADMINISTRATION
SE FÉMINISENT ENFIN

INFLUENCE

COMMENT
CRÉER ET
DÉVELOPPER
SON RÉSEAU

LOI TRAVAIL

TOUT SUR LE
DROIT À LA
DÉCONNEXION

“
Personne n'a
envie de suivre
un mec tiède...
Le charisme,
c'est oser!

**GEORGES
MOHAMMED-CHÉRIF**
PDG DE BUZZMAN, ÉLU
PUBLICITAIRE DE L'ANNÉE

DOPEZ VOTRE

CHARISME

10 MÉTHODES POUR TRAVAILLER VOTRE PRÉSENCE ET AFFIRMER VOTRE LEADERSHIP

+ ASSUREZ À L'ORAL
7 FIGURES DE STYLE PERCUTANTES
À UTILISER EN RÉUNION OU EN PUBLIC

PRISMA MEDIA

M 04856 - 249 - F: 4,90 € - RD



... comme à son habitude, il est demeuré muet, attendant qu'une personne se désigne, puis une deuxième... Une dynamique s'est ainsi créée, suscitant un nouvel élan.»

LE CONSEIL Travailler la qualité de sa présence

«La personne charismatique vit dans l'ici et maintenant, sans se laisser parasiter par son ac-

tivité ou ses émotions passées, explique Sandrine Meyfret, fondatrice du cabinet Alomey et auteure de *Gagnez en impact. Développez votre charisme, votre leadership et votre in-*

fluence (Eyrolles, 2014). Cette qualité de présence se travaille au quotidien avec les commerçants chez qui on se rend ou les personnes qu'on croise dans le métro ou le bus.» ●

Exercices

→ MASTICATION.

Faites comme si vous mâchiez un chewing-gum. En actionnant vos 52 muscles faciaux, vous vous chaufferez la voix, discrètement.

→ RESPIRATION

VENTRALE. Pendant cinq minutes, inspirez en gonflant le ventre puis soufflez en le dégonflant, avec quatre ou cinq secondes de pause à chaque fois. Mieux: pratiquez cet exercice à deux. Cette respiration commune renforcera votre charisme.

3 Se lancer dans une aventure

C'est à la suite d'un séminaire sur le développement du leadership que Sophie McGrath, alors responsable des achats, du marketing et de l'événementiel dans l'entreprise américaine de vente à domicile Tupperware, a eu le déclic. Pourquoi ne pas explorer un domaine d'activité complètement différent? Portée depuis toujours par l'envie d'exercer un métier «utile» et proche des gens, cette leadernée a pris le risque de lancer

sa propre activité dans un secteur plus fidèle à ses valeurs: le service à la personne. En janvier 2016, elle ouvre une agence d'aide aux personnes âgées en franchise, sous l'enseigne Senior Compagnie.

PARTAGER SON ÉNERGIE.

Pas facile de rassurer son entourage face à un tel changement de cap! A 49 ans, et après sept longues années à son précédent poste, Sophie parvient néanmoins à entraîner tout le

monde. Comment? En faisant simplement preuve d'authenticité pour expliquer l'adéquation entre son projet et ses aspirations. «Elle a su transmettre sa conviction en racontant comment son histoire familiale l'avait poussée à lancer cette activité et en partageant son énergie, décuplée par le plaisir de vivre cette aventure», témoigne Grégory Drivet, consultant chez Orsys et cofondateur de Uniqpeople Company, un cabinet de coaching



Vos mains expriment une gestuelle, un style et une conviction. Ici, André Masson, banquier d'affaires.



→ **PRÉSENCE.**

Travaillez-la : vous tenez la porte à un inconnu ou bousculez votre voisin dans le bus ? Essayez d'établir un contact : captez son regard, dites quelques mots et faites de ce moment une rencontre, même fugace.

→ **CONTACT**

PHYSIQUE. Profitez d'un dîner ou d'une réunion où vous ne connaissez personne pour vous entraîner à serrer les mains de toute l'assistance. Cette facilité à établir un contact physique vous viendra ensuite naturellement.

OLIVIER ROLLER/DIVERGENCE

66
JE SOIGNE PARTICULIÈREMENT MES PREMIERS PAS

quand j'entre dans une pièce, et mes premiers mots à mon interlocuteur, surtout si je ne le connais pas. Très attentif au ton de ma voix, je fais des exercices de respiration pour évacuer le stress avant un rendez-vous important. Ces astuces me permettent de déployer tout mon charisme. C'est un atout important dans un métier de service comme le mien. Cela renforce la confiance et m'aide à développer des relations privilégiées avec les cadres des entreprises clientes. Si quelque chose se passe mal sur un projet et que la relation est purement transactionnelle, j'imagine risque de finir là. Dans ce type de situation, le charisme rassure, et le client accorde toute sa confiance pour traiter le problème."

**BERNARD, ASSOCIÉ
DANS UN CABINET DE
CONSEIL EN STRATÉGIE**

6 Débloquer une crise

C'est au beau milieu d'une grève que le coach Luc de Belloy débarque ce matin-là. Son client ? Le directeur de l'usine, débordé par les événements... Leur séance mensuelle de coaching sera particulièrement fructueuse. En travaillant avec le dirigeant sur les raisons de ce conflit et sur l'historique des relations sociales au sein de l'entreprise, Luc de Belloy comprend que son client a négligé son rôle de leader pour s'enfermer petit à petit dans une posture hiérarchique de patron. Dans l'affrontement, il a durci le ton, se défendant face aux attaques sans chercher à élaborer une proposition. Il était urgent de réagir !

Pour améliorer l'impact de sa communication, le coach,

un ancien comédien, lui suggère alors d'utiliser moins de mots, mais de renforcer son message en l'adaptant à ses différents publics. Le fil conducteur ? Montrer de la bienveillance, mais sans tomber dans la complaisance...

«En travaillant sur lui-même, ce patron s'est détendu, commente Luc de Belloy. Il s'est rendu compte qu'il avait été guidé par la crainte de la réaction de ses actionnaires, mais également par la peur d'annoncer certaines décisions difficiles à ses employés, et qu'il avait par conséquent été maladroit lorsqu'il l'avait fait.»

CALMER LE JEU. Le chef d'entreprise a donc fait évoluer son message et décidé de se rendre dans les ateliers de pro-

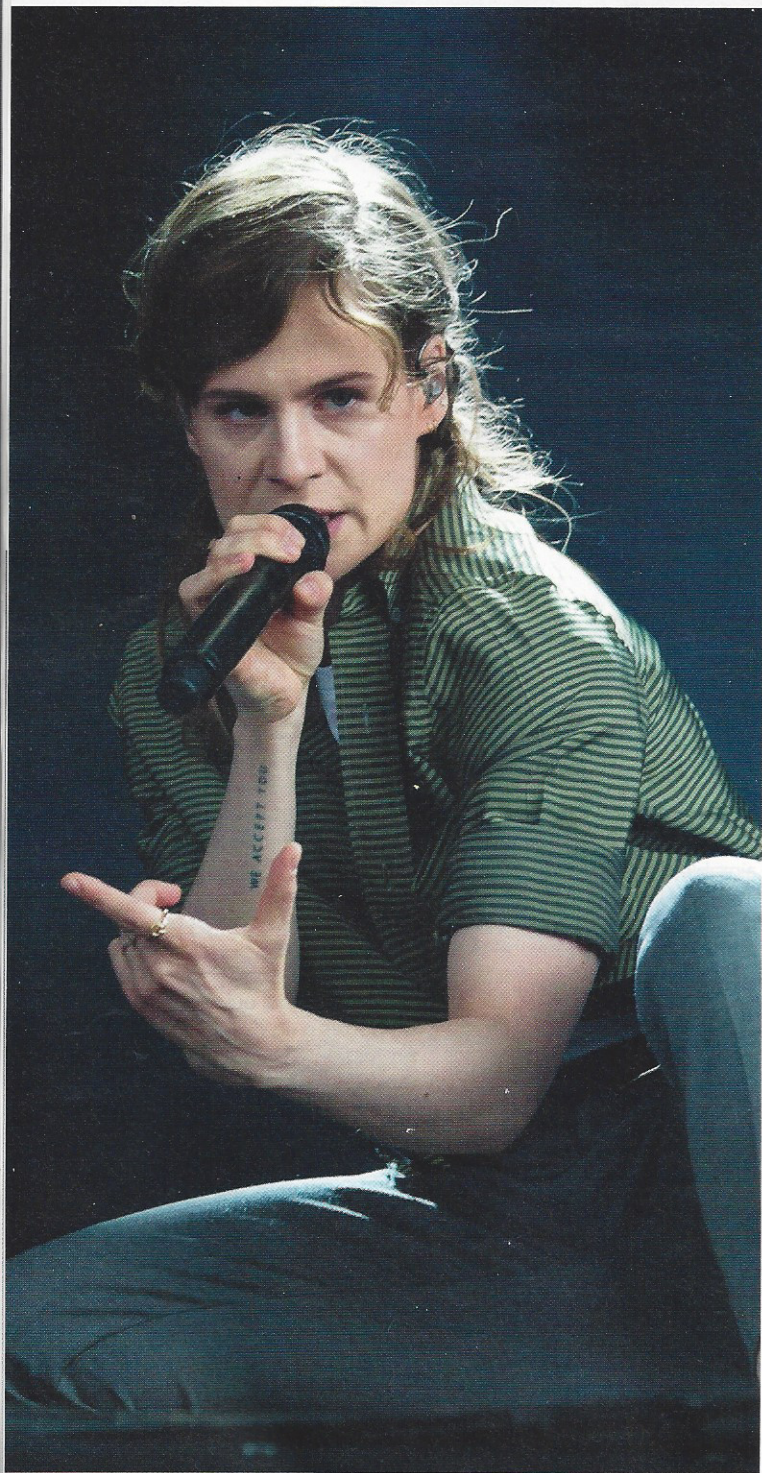
duction pour le livrer. «En acceptant d'être lui-même, souligne Luc de Belloy, en descendant dans l'arène en plein conflit et en regardant les gens droit dans les yeux, avec humilité, il a montré son courage, joué de son énergie personnelle et a réussi à désamorcer l'hostilité de ses salariés.» La grève s'est terminée dans les deux jours. Immédiatement après, le directeur a su restaurer le dialogue social dans son entreprise en installant de nouveaux outils de régulation en accord avec les syndicats.

LE CONSEIL
Créer un lien direct avec ses interlocuteurs

«La personne charismatique a un besoin intime de s'ouvrir à l'autre, afin de le toucher, souligne Sandrine Meyfret, du cabinet Alomey. C'est une forme d'énergie positive qui s'instaure et que l'interlocuteur va aussitôt ressentir.» ●



COMMENT FONT LES STARS DES MÉDIAS?



Sincérité, coups d'éclat, réseaux sociaux... A chacun ses moyens pour s'imposer. **Exemples à suivre avec trois leaders dans leur domaine.**

PAR CORALIE DONAS

CHRISTINE AND THE QUEENS

AUTEUR-COMPOSITRICE-INTERPRÈTE

► L'authentique

Héloïse Letissier, 28 ans, originaire de Nantes, a été élue en 2016 Française la plus influente dans le monde par l'édition française du magazine américain *Vanity Fair*.

ON PREND. Elle s'adresse autant au cœur qu'à l'intellect. Et c'est la reine du *storytelling* : son «groupe» est avant tout la mise en scène de sa biographie. Formée au théâtre, passée par Normale sup Lyon, la jeune fille atterrit à Londres après une déception amoureuse. Des drag-queens rencontrées dans les clubs lui inspirent son personnage.

Avec sa musique hybride, ses chorégraphies soignées et ses costumes cintrés, elle a connu le succès dès son premier album, *Chaleur humaine*, en 2014. «Héloïse incarne complètement qui elle est et ce qu'elle vend. Par le passé, le charisme pouvait être porté par de grands discours qui n'étaient pas toujours en phase avec l'action», remar-

que Sandrine Meyfret, directrice associée du cabinet Alomey, *executive coach* et auteure de *Gagnez en impact* (Eyrolles, 2014). «Il se dégage de Christine and the Queens un charisme émotionnel, souligne Céline Sulowska, consultante en management chez Demos. Elle a choisi un genre androgyne et joue l'authenticité, en assumant pleinement ses imperfections. Elle prend du plaisir à ce qu'elle fait et nous embarque avec elle. Elle rejoint ainsi un courant actuel du management, l'intelligence émotionnelle. Les personnalités lointaines et inaccessibles n'ont plus vraiment la cote.»

ON LAISSE. Son côté «sans compromis» peut se révéler contre-productif si vous voulez vous en inspirer au bureau. «Sa séduction est contenue dans le message implicite qu'elle fait passer : à prendre telle quelle ou à laisser», indique Céline Sulowska. Au boulot, c'est risqué! ●



ZLATAN IBRAHIMOVIC

FOOTBALLEUR INTERNATIONAL

Le leader mégalo

«Je suis venu comme un roi, je repars comme une légende.» Zlatan Ibrahimovic, 35 ans, a marqué son passage au PSG de 2012 à 2016 autant par son talent que par sa stupéfiante mégalomanie, largement relayée par les médias.

ON PREND. Il incarne la *magic touch* d'une équipe. Mais ce sont d'abord les performances et les résultats du joueur suédois qui impressionnent. «Par sa présence physique et ses coups de gueule, Zlatan est une personne que l'on remarque tout de suite, analyse Sandrine Meyfret, du cabinet Alomey. Mais son charisme et son leadership résident avant tout dans sa capacité à se don-

ner entièrement à son sport.» Si son style est flamboyant, Zlatan n'en est pas moins un énorme bosseur, capable de se remettre en question, souligne Yvan Gatignon, directeur chez Korda & Co et auteur de *52 Leçons de leadership inspirées d'histoires vraies* (Eyrolles, 2016) : «Mis sur la touche par son entraîneur au Barça, il a su travailler sur lui-même pour rebondir.»

ON LAISSE. On raconte sur les bancs du PSG qu'il était craint par ses coéquipiers et par ses entraîneurs... Et puis, il est difficile de succéder à un tel leader. Le PSG traverse un gros passage à vide depuis son départ. Zlatan, reviens ! ●



TIMOTHY FERRISS

ENTREPRENEUR ET ÉCRIVAIN

Le gourou numérique

Son best-seller, *La Semaine de 4 heures*, est devenu en quelques années la référence d'une génération de start-uppeurs.

ON PREND. Il a inventé le charisme numérique. Cet entrepreneur de 39 ans, proclamé roi de l'autopromotion en 2008 par le magazine *Wired*, est incontournable sur Internet (site, blog, podcasts) et les réseaux sociaux, où il assure de main de maître la promotion de ses ouvrages. En France, il a vendu 62 000 exemplaires de son livre depuis 2007. «C'est énorme sur le marché des livres de management, où 6 000 ventes est déjà un très bon chiffre», note

Julie Berquez, son éditrice chez Pearson Education. S'il rencontre un tel succès, c'est qu'il touche la corde sensible de toute une génération : «Son message parle à tous ceux qui n'envisagent plus le travail comme une succession de journées à horaire fixe.»

ON LAISSE. Auteur, champion d'arts martiaux, virtuose du tango, multientrepreneur, la polyvalence de Tim Ferriss est sans doute sa force, mais aussi sa faiblesse. «La déclinaison de son concept dans deux livres consacrés aux soins du corps et à la cuisine était bien moins crédible», remarque Julie Berquez. ●

ET LA SCÈNE ?

Se préparer pour un TEDx

LES CONFÉRENCIERS

qui ont passé la rude sélection de l'équipe TEDx (un sur cent) préparent leur intervention selon une méthode rodée. Ils commencent par écrire un script. «La première phrase doit être percutante pour capter l'attention. Anecdote personnelle, histoire drôle ou triste, chiffre... Il faut frapper fort. La dernière phrase doit elle aussi être soignée car elle va résonner après la conférence», détaille Michel Lévy-Provençal, fondateur de TEDx Paris. Entre les deux ? Un «voyage», écrit selon les codes du storytelling : pas de théorie mais une histoire, des étapes, des images. Trois à cinq répétitions dans les conditions du direct s'imposent pour être à l'aise. Le texte doit être appris par cœur ; des coachs interviennent pour faire travailler la diction, la communication non verbale, les déplacements sur scène. «Ce travail améliore l'attitude scénique, note Michel Lévy-Provençal. Mais le charisme se révèle dans l'authenticité de l'intervenant. Connaître son texte et travailler sa gestuelle créent des automatismes qu'il faut déconstruire pour s'approprier la scène. C'est dans les failles et l'émotion que se révèle la personne.»

PHOTOS: R. ISAAC/REX/SIPA, S. BOTTERILL - T. WARGO/GETTY IMAGES/AFP

