

Dirigeants, restez motivés malgré les difficultés !

« Les opportunités se déguisent en risques. C'est pour ça que les gens ont tant de mal à les reconnaître ». (Woody Allen)

En cette période de crise économique et morale majeure, la nécessité pour les dirigeants et managers de rester motivés ne se discute pas : si le capitaine ne sait ni où il va ni pourquoi, il peut s'attendre à ce que les marins quittent le navire. Et aujourd'hui la crise nous a projetés en pleine mer, dans la tempête... La question est donc plutôt de savoir comment et pourquoi rester motivés.

« Ce qu'il nous faut maintenant, a dit le président Obama dans son discours d'investiture, c'est une nouvelle ère de responsabilités ». Et si la responsabilité des dirigeants, pour sortir de cette crise, était justement de saisir cette opportunité pour réinventer le futur et proposer un nouveau style de management !

Les modèles de management n'ont pas suivi la révolution Internet ni celle de la téléphonie mobile. On vit et on travaille autrement, mais on persiste à diriger comme au début du XXe siècle et bien sûr cela ne fonctionne pas très bien. Alors ? Alors, pour l'instant, on stagne, en attendant d'hypothétiques recettes.

Certes, il est facile, en temps de crise, de se replier sur soi et d'avancer sur un chemin de mort. Il est possible, à l'inverse, de s'ouvrir à un chemin de vie. Ce que je gagne n'enlève rien à autrui, et son succès est mon succès. Nous pouvons réussir, ensemble, pas les uns contre les autres ! Nous sommes tous dans le même bateau et il y a urgence.

Alors, comment rester motivé(e) ?

à cette question, nul autre que vous-même ne peut répondre. La motivation dépend de chacun, fait partie de son intimité. Néanmoins, on peut dire que la motivation est étroitement liée à la recherche du sens.

Le moment est peut-être venu de faire une introspection...

Pour diriger autrui, il faut d'abord se diriger soi-même. Et, partant du principe qu'une équipe ne peut évoluer au-delà de son comité de direction et le comité de direction, au-delà de son dirigeant, il est temps de se demander ce que vous faites, vous, pour grandir.

Quelques questions peuvent vous y aider : qui êtes-vous ? Quelles ont été les étapes fondamentales de votre évolution professionnelle ? Pourquoi ? Comment ? Et grâce à qui ? à qui devez-vous ce que vous êtes ?

Et après ? Si un grand périodique national, voire international, parlait de vous dans un an, dans cinq ans, que voudriez-vous qu'il dise ? Quelle est la première pierre que vous allez poser en ce sens... dès aujourd'hui ?

Avez-vous déjà réfléchi sérieusement à ces questions ? Si ce n'est pas le cas, il est temps. Créez-le, ce monde de demain ! Et si vous avez des moments de découragement, « ne renoncez pas, faites infuser davantage ».

La question du sens est effectivement fondamentale mais il est difficile d'y trouver réponse tout seul. Pour cela, un coach peut vous aider. Vous pouvez aussi faire fonctionner votre réseau ! Vous n'êtes pas seul ! Vous pouvez réfléchir avec votre entourage, vos pairs, vos

supérieurs hiérarchiques, vos collaborateurs, à l'intérieur, comme à l'extérieur de votre entreprise.

Interrogez, écoutez, mais écoutez vraiment, sans préparer vos réponses ni vos objections. C'est de l'ouverture que viendront les bonnes connexions, les idées bien venues. Est-il indispensable de trouver l'idée du siècle□? Non. Trouvez déjà celle qui donnera une raison de travailler, un espoir à vos collaborateurs.

Il ne s'agit plus d'appliquer des recettes, mais de les inventer

Il est manifeste que les cloisonnements ont vécu. Utilisez Internet pour développer, animer, faire vivre votre réseau. Et, à l'instar des commerciaux d'il y a 30 ans, « si vous ne pouvez entrer par la porte, passez par la fenêtre ». C'est cela la créativité, qui permet de trouver des solutions là où on ne les attendait pas forcément. Il n'y a pas un chemin, mais des chemins.

Nous nous dirigeons manifestement vers une société de travailleurs de plus en plus indépendants. Le travail à distance et le monde des services se développant, les relations, avec et dans l'entreprise, évoluent.

Prenons les devants : au lieu de considérer les salariés, par exemple, comme des exécutants, considérons-les comme des fournisseurs de service : le service qu'ils vendent, c'est leur force de travail. à l'inverse, demandons-leur de traiter l'entreprise comme leur cliente. Et mettons en place les logiques y afférant. Ainsi, l'évaluation des salariés par rapport à leurs missions et au projet d'entreprise plutôt que par rapport à leurs fonctions les incitera aux initiatives en adéquation avec la vision partagée de l'avenir de l'entreprise.

La mission du management aujourd'hui consiste à faire partager la vision, le projet de l'entreprise avec les salariés. Ce partage est incontournable pour l'implication de chacun et donc l'atteinte de bons résultats. Le manager doit passer du statut d'expert, centré sur la technique, à celui de responsable centré sur les processus-relations hiérarchiques, relations entre les équipes, relations transverses. On peut même aller plus loin et dire qu'il doit devenir un « porteur de sens » au sein de l'entreprise.

Sophie Chirat

Coach de dirigeants

<http://www.sophie-chirat.com/>

- Sophie Chirat
- 01.05.2009