

ORGANISATEUR

CONDUCTEUR

Très jaunes, les cadres de SQLI !

En janvier dernier, une dizaine de cadres de SQLI (conseil et ingénierie Internet) ont fait le test. Le résultat montre une équipe à dominante jaune, donc douée pour la communication : un atout pour une société de conseil !



■ Manager à la direction générale (bleu-rouge)



■ Consultant Internet (rouge-jaune)



■ Manager conseil e-business (jaune-rouge)



■ Responsable du pôle design (jaune-rouge)



■ Responsable de la communication (jaune-vert-bleu)



■ Responsable du recrutement (jaune-vert-rouge)



■ Manager d'agence (vert-jaune-bleu)

FACILITATEUR

bart, directeur associé du cabinet Management & Performance et responsable du département Success Insights France. Dans sa typologie des comportements, la méthode énonce en effet des principes de communication à respecter. Ainsi, on évitera de parler la main sur l'épaule à un

bleu qui exècre les contacts, de faire du rentre-dedans à un vert hypersensible ou de noyer un rouge sous les détails : il risquerait de ruer dans les brancards ! Les applications de cette méthode sont multiples : cohésion d'équipe, aide au recrutement, développement de son leadership, soutien à la vente et à la négociation...

Premier atout, donc, de Success Insights : c'est un formidable outil de cohésion d'équipe. «Ce test est un stimulant pour une équipe, confirme Bernard Demiaux, PDG de W3 Interactive (inté-

grateur e-business). Il incite les gens à se parler, à blaguer ensemble.» Chez Johnson & Johnson Medical, ce langage des couleurs est même devenu un élément de la culture interne. Depuis deux ans, une centaine de collaborateurs d'une des divisions commerciales participe régulièrement aux formations animées par le cabinet Management & Performance.

Tu n'aurais pas été un peu trop bleu avec ton client ?

«Cet outil facilite la vie en équipe, témoigne Myriam Doussineau, directrice de la division Advanced Wound Care (pansements). Chacun connaissant la couleur de l'autre, on sait comment l'aborder : on est ainsi plus respectueux les uns des autres...»

Un bon moyen d'aplanir les conflits. «Lorsque je ne suis pas à l'aise pour adresser une critique à un collaborateur, je me réfère parfois à sa couleur, explique Myriam Doussineau. Au lieu, par exemple, de lui reprocher sa réserve face à un client, je lui dis : "N'aurais-tu pas été un peu trop bleu ?" Ça passe beaucoup mieux...» Mais gare aux dérapages ! Le piège, c'est en effet de coller des étiquettes à ses collègues. «Au début, on a fait l'erreur de trop s'attacher aux couleurs», raconte Yahya El Mir, PDG de SQLI. Résultat, des petits conflits sont nés, partis d'une remarque qui fait tilt : «Ah, OK, j'avais oublié que t'étais un rouge. Pas moyen de discuter avec toi...» Le patron de SQLI a alors demandé au formateur de nuancer les profils. «Aujourd'hui, on préfère comparer les couleurs à des muscles : chaque collaborateur est donc invité à "se muscler" dans les quatre couleurs de la roue !»

Deuxième usage possible : Success Insights, comme d'autres tests comportementaux, peut aider à la décision au moment du recrutement. «Il permet au recruteur de visualiser rapidement un profil de comportement et d'attribuer le bon poste à la bonne personne», assure Marc Lévitte, responsable pédagogique de Management & Performance et auteur de «Vendeur-acheteur, à chacun son style» (Les Editions d'Organisation). Exemple, il conseille à une entreprise qui veut faire du chiffre de recruter plutôt des commerciaux ayant une dominante rouge – c'est-à-dire des challengers bourrés d'énergie pour décrocher des contrats. «Nous conseillons aussi cet outil aux entreprises qui veulent mettre sur pied une équipe, en fonction de leurs

MOTIVATEUR

PROMOTEUR