

Le commercial manquait de jaune : il a fait un coaching !

objectifs», poursuit Patrice Fabart. Ainsi, Michel Zylbermann a eu recours à Success Insights lorsqu'il était directeur de la formation chez Xerox, il y a trois ans. Son problème ? Dans son service (70 personnes), il manquait de profils d'«organisateurs», qui aiment préparer les formations dans le détail. «Pour rééquilibrer mon équipe, raconte-t-il, j'ai fait passer le test aux candidats que j'avais présélectionnés et j'ai recruté ceux qui avaient un profil bleu d'analyste.»

Avant d'entamer une démarche de coaching

Bernard Demiaux, chez W3 Interactive, a, lui aussi, eu recours au test pour embaucher une dizaine de collaborateurs, lors de la création de sa start-up, en 1999. «C'est un bon outil qui permet de visualiser rapidement les traits du comportement. Je l'utilise en complément de l'en-

Mode d'emploi de votre patron (version couleur)

Pour chaque grand type de comportement, associé à une couleur, le système Success Insights définit des principes de communication à respecter pour que le courant passe entre deux interlo-

cuteurs. Précieux quand il s'agit de vous et de votre supérieur ! Si ce dernier est un bleu, analytique et rigoureux, vous éviterez de lui arracher une décision par surprise. Et s'il est plutôt rouge, soucieux

avant tout d'efficacité, vous ne l'embarrasserez pas avec des détails. Suggestez donc à votre boss de se soumettre à ce test (disponible sur le site management.fr). Vous saurez ainsi comment l'aborder !

Si votre boss est plutôt... bleu

Les profils bleus sont de nature réservée. Doués pour l'analyse, ils ont un sens poussé du détail et sont très rigoureux. Face à un patron bleu, évitez de proposer des idées qui n'auraient pas été éprouvées. Laissez-lui en tout cas le temps de peser le pour et le contre !

Si votre boss est plutôt... vert

Les individus de type vert ont un sens profond de l'implication et du dévouement. De nature posée, ce sont d'excellents conseillers. Pour s'entendre avec un chef vert, intéressez-vous sincèrement à sa personne. Présentez-lui les faits avec clarté ; il hait l'ambiguïté et les conflits.

Si votre boss est plutôt... rouge

Ces personnes sont directes, débordent d'énergie et sont plus centrées sur l'action que sur le relationnel. Si votre chef est un rouge, montrez-lui que vous avez le sens du défi. Parlez-lui en allant droit au but, car les détails l'agacent, mais surtout ne décidez jamais à sa place !

Si votre boss est plutôt... jaune

Les personnes de type jaune adorent le contact humain : elles sont spontanées, démonstratives et très persuasives. Si votre boss est jaune, abordez-le de façon toujours joviale. Enthousiaste, il se laissera séduire par des idées novatrices qu'il peut accepter sur-le-champ.

retien pour confirmer mes intuitions.» Autre application, plus personnelle, de la méthode Success Insights : l'amélioration du management individuel. En effet, elle permet à un dirigeant de mieux cerner ses qualités et ses lacunes, et ainsi d'infléchir son comportement. Hélène Gouzi, coach au cabinet P. Prod, l'utilise systématiquement avant d'entamer un accompagnement. C'est ce qu'elle a fait avec un manager d'une PME qui n'avait pas assez d'autorité face à son équipe d'une cinquantaine de collaborateurs. Le test a confirmé son point faible : il manquait de rouge, ce qui est gênant pour un cadre dirigeant ayant de telles responsabilités. «Grâce à cet outil, j'ai tout de suite cerné son problème, témoigne Hélène Gouzi. Nous avons ensuite travaillé, en entretien et au cours de jeux de rôle filmés, sur des situations de management pour améliorer son leadership : déléguer, réagir face à un collaborateur qui n'a pas tenu les délais...»

Gérard, commercial dans une entreprise de services en restructuration, lui, n'avait plus la pêche. Son boss voyant son chiffre d'affaires piquer du nez lui propose de participer à une formation Success Insights. Résultat du test : le jaune était quasi absent de son profil, un signe caractéristique de repli sur soi. «A la suite de la forma-

tion, son manager lui a proposé quelques séances de coaching pour lui redonner confiance», rapporte Patrice Fabart.

Enfin, Success Insights peut être utilisé par des vendeurs pour améliorer leur capacité de négociation. C'est ce que propose l'école Négocia à la centaine de jeunes commerciaux en formation chez elle. «Cet outil leur permet de se connaître et de mieux aborder la clientèle», assure Christian Grard, professeur associé.

Jeu : deviner en moins de deux la couleur du client

Face à la caméra, ces futurs pros de la vente participent à des mises en situation. But du jeu : deviner la couleur du client qui se trouve devant eux et... s'y adapter rapidement avant qu'il ne décroche ! Ainsi, avec un client bleu, qui raffole de détails techniques, mieux vaut laisser son enthousiasme débordant de rouge au placard. Sinon, c'est le fiasco assuré !

Attention cependant à ne pas faire une lecture trop simpliste de la méthode Success Insights. «S'il n'est pas commenté par un expert ou par un collaborateur formé à son utilisation, prévient Hélène Gouzi, le test risque d'apparaître comme un gadget, car ses affirmations doivent être nuancées. ■

MARIE-JOSÉ GAVA



Michel Zylbermann, responsable du cabinet de conseil et de formation Erudia.

Attention si la culture interne est «monocouleur» !

En tant qu'utilisateur, je considère Success Insights comme l'un des meilleurs tests de comportement du marché. D'abord, en raison de sa fiabilité : sur 5000 tests que j'ai fait passer cette année en formation, moins de 3% des personnes ne se sont pas tout à fait reconnues dans leur profil. Par ailleurs, c'est un outil de cohésion d'équipe très ludique : le langage des couleurs est facilement mémorable ; au quotidien, il aide à rassembler les gens. Cependant,

j'estime que cette méthode ne convient pas à toutes les entreprises. Pour le savoir, je réalise un petit audit. Ainsi, j'évite de l'utiliser si la culture interne est très «monocouleur». En effet, cela risquerait d'entraîner un effet pervers : exclusion de la «tribu» les malheureux collaborateurs qui ne sont pas de la couleur dominante.