

Le Networking à la portée de tous ?

Par Monsieur Damien Colmant

Damien Colmant est Business Coach (www.extend-coaching.com).

La mission d'Extend Coaching est d'éveiller le potentiel d'individus et d'équipes afin d'atteindre des objectifs motivants.

Passionné par le networking, il anime un groupe de recommandations d'affaires BNI (Business Network International). Il est membre de BECI¹ et d'ICF (Fédération Internationale des Coachs). Il a été administrateur du cercle d'affaire 'Xème Cercle'. Vous pouvez le retrouver sur Viadeo, LinkedIn et Facebook.

Damien Colmant anime des formations sur le networking et la «réseau-lution».



Nous vivons aujourd'hui dans une ère de consommation de biens et de relations. L'importance d'avoir des relations a été comprise et exploitée depuis longtemps par certains groupes sociaux (les politiciens, les dirigeants d'entreprises, etc). Aujourd'hui, les ressources que représentent les réseaux sont accessibles par la majorité de la population. L'avènement de l'internet et la globalisation y sont pour beaucoup.

Cet article a pour but de rendre la démarche de networking enrichissante et constructive.

Le networking à la portée de tous

Le concept de réseau est nouveau pour beaucoup d'entre nous. Ce qui est intéressant, c'est que nous l'avons tous déjà mis en pratique à un moment ou un autre. Les réseaux font en effet partie de notre quotidien. Par exemple : vous venez d'emménager et vous demandez à votre voisin les coordonnées de son médecin, car votre fils est malade ; vous avez besoin de recruter un collaborateur et vous contactez une connaissance qui a dernièrement été satisfaite des services d'un bureau de sélection afin d'avoir ses coordonnées... Les exemples sont probablement nombreux.

Mais venons-en à la définition du networking. Qu'est-ce que c'est finalement ? C'est un mot pour lequel cent personnes vous donneront cent réponses différentes. Wikipedia le définit simplement comme un ensemble d'activités ayant pour but de multiplier les contacts sociaux ou professionnels. Au-delà de cette définition qui nous laisse sur notre faim, je vous propose de définir et d'aborder le networking sous ses différentes dimensions.

Le networking comme outil de «réseau-lution»

J'entends régulièrement dire que le networking ne sert à rien. Je ne peux qu'être d'accord avec les personnes qui me font cette remarque. Prenons l'internet comme analogie. Au début de l'internet, je passais beaucoup de temps à surfer sur la toile avec souvent au final la frustration due à une perte de temps. Internet ne me servait à rien à ce moment-là.

¹ Produit de la fusion de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bruxelles et de l'Union des Entreprises de Bruxelles (ndlr).

Cette frustration a bien heureusement disparu dès que j'ai commencé à utiliser l'internet pour faire des recherches ciblées. Les résultats obtenus étaient plus pertinents et m'étaient utiles. La même chose est valable pour le networking qui est, avant tout, un outil à notre disposition pour réaliser nos projets. Le networking n'a de sens que s'il sert vos projets, qu'ils soient d'ordre social ou professionnel.

L'attitude networking

Les trois ingrédients pour une bonne attitude networking sont : donner, demander et remercier. Tout comme une recette de cuisine, oublier un des ingrédients vous sera probablement fatal.

Donner : le networking fonctionne comme un boomerang. Le retour de celui-ci dépend fortement de l'impulsion du lancer. Dans les réseaux, on parlera de la philosophie «Qui donne reçoit». Il est impossible de profiter à long terme d'un réseau sans jamais y apporter quelque chose. La confiance que les autres vous portent s'effritera rapidement. La réalité est que les personnes qui bénéficient le plus d'aide d'autrui sont celles qui sont aussi les plus actives. Le conseil ici est de ne pas tarder. Semez le plus tôt possible afin de pouvoir récolter plus et mieux dans le futur.

Demander : la meilleure façon de donner aux autres l'opportunité de vous aider est d'exprimer clairement et respectueusement votre demande. Il y a de grandes chances que vous n'ayez pas une bonne perception du networking sur le long terme si vous n'exprimez pas vos demandes. Plus cette demande est spécifique, plus simple il sera de comprendre comment vous rendre service.

Remercier : si vous ne remerciez jamais les personnes qui vous aident, celles-ci se démotiveront rapidement. Il est important de remercier sincèrement, en indiquant clairement ce que vous avez apprécié.

Les blocages liés au networking

Au-delà des descriptions de ce qu'est réellement le networking, il y a ces blocages et croyances qui nous freinent ou nous empêchent de nous mettre en action. En voici quelques-unes avec à chaque fois quelques astuces pour les surmonter :

«J'ai peur de ne pas plaire» : il est impossible de plaire à tout le monde. Vu sous un autre angle, ne pas plaire à tout le monde veut dire que l'on plaît à certaines personnes. L'astuce ici est de vous focaliser sur les personnes à qui vous plaisez.

«On n'adresse pas la parole à des inconnus» : ceci nous vient probablement de notre éducation judéo-chrétienne. Il serait par contre dommage de ne pas profiter de faire de nouvelles rencontres lors d'évènements. L'astuce est par exemple de demander à un contact de vous introduire auprès de la personne qui vous intéresse.

«Demander, c'est mal» : comment feriez-vous pour vous rendre utile si une demande n'est jamais énoncée par votre interlocuteur ? Dites-vous qu'émettre une demande facilite la tâche de la personne avec laquelle vous conversez.

«Je n'ai pas le temps» : ceci est basé sur la croyance qu'il est absolument nécessaire d'avoir du temps pour faire du networking. Le networking ne demande pas nécessairement de temps supplémentaire mais un changement de comportement. Prenons

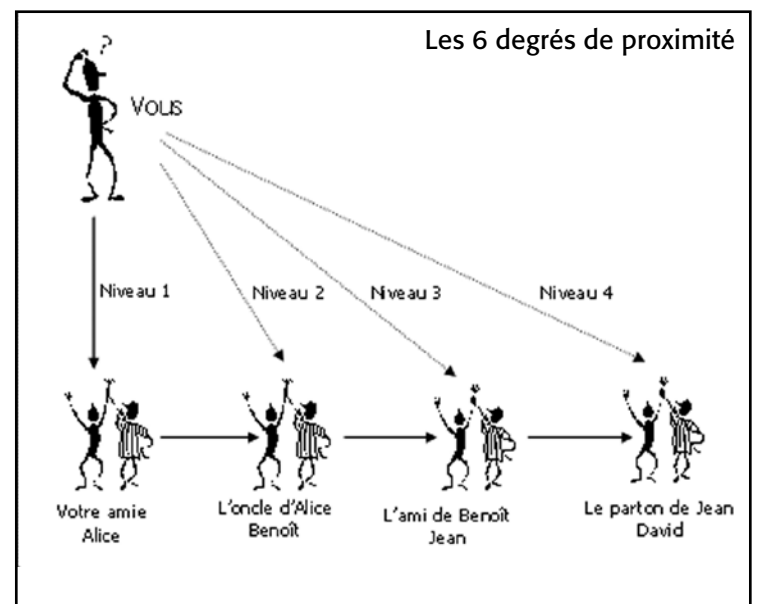
l'exemple d'une réunion de famille. C'est souvent l'occasion idéale pour élargir votre réseau de contacts et émettre une demande. Il y a probablement dans les personnes présentes une personne susceptible d'une relation mutuellement bénéfique.

Le monde est petit : la théorie des 6 degrés de proximité

Cela vous est-il déjà arrivé de rencontrer un compatriote lors de vacances à l'étranger ? Au fil de la conversation, vous découvrez que vous avez des contacts en commun. Et là vous vous êtes dit «Que le monde est petit !». Je parle d'expérience, car cela m'est arrivé lors d'une expatriation en Chine.

Milgram Stanley, un chercheur américain, a en 1967 mené une expérience intitulée «le monde est petit». Il a pour cela sélectionné au hasard des gens dans le Middle West des Etats-Unis. Ces personnes ont dû faire suivre un courrier à des inconnus situés dans le Massachussetts. Les seules informations connues sur le destinataire étaient son nom, sa profession ainsi que sa situation géographique approximative. Les instructions étaient de remettre le courrier à une personne qu'ils connaissaient par leur prénom et qui était d'après eux susceptible de connaître le destinataire. La personne qui a reçu le courrier a alors fait de même jusqu'au moment où celui-ci est arrivé à destination. Milgram Stanley fut étonné de remarquer qu'il fallait au maximum 6 intermédiaires pour que le courrier arrive à destination. Bien que cette constatation ne fut pas prouvée scientifiquement, d'autres expériences ont mené au même résultat. Ce phénomène est appelé «les 6 degrés de proximité». Le fait que le monde soit petit n'est donc pas une impression mais bien une réalité.

Les sites internet de networking professionnel Viadeo (www.viadeo.com) et LinkedIn (www.linkedin.com), sont des exemples de comment les niveaux de proximité fonctionnent en pratique. Ces sites vous permettent de visualiser combien de personnes



vous séparent d'un contact potentiel. Ainsi, on parlera d'un contact de niveau 1 (contact direct), de niveau 2 (un intermédiaire), de niveau 3 (deux intermédiaires),...

Essayez de propager un message à travers une chaîne d'individus par le bouche à oreille. Qu'est-ce que vous constatez ? Le message final est complètement déformé. Ce phénomène de distorsion se retrouve également en networking. Plus le contact potentiel est éloigné, moins cette personne comprendra l'intérêt d'entrer en relation avec vous. C'est pourquoi la chance de pouvoir entrer en contact avec quelqu'un de niveau 2 (un seul intermédiaire) est beaucoup plus grande qu'avec un niveau 5 par exemple (4 intermédiaires).

Qualité versus quantité

Le nombre de contacts est moins important que la qualité de la relation. Le niveau relationnel est ce qui va faire que quelqu'un va, par exemple vous recommander auprès de l'entreprise dans laquelle vous désirez postuler. Développer un réseau est avant tout construire et entretenir des relations sur le long terme.

Ce principe est la base du fonctionnement du groupe BNI (www.bni.com) que j'anime sur Bruxelles. L'objectif du groupe est d'échanger des recommandations d'affaires en nous représentant mutuellement chez nos clients respectifs. Ceci demande un niveau de confiance élevé entre membres du groupe et cela prend du temps. Ce n'est qu'au fil de rencontres hebdomadaires que nous apprenons à mieux nous connaître et à mettre en avant les compétences et qualités des autres membres. Qui se risquerait à recommander un inconnu ?

Arme à double tranchants

Les réseaux sont de ce fait aussi des armes à double tranchant. Demandez à vos contacts un avis sur un fournisseur potentiel permet de minimiser le risque que vous pourriez avoir avec celui-ci dans le futur. Un réseau aide en effet à mettre en évidence les manipulateurs et les informations erronées. C'est un filtre qui favorise donc la mise en place d'une relation de confiance entre individus qui se rencontrent.

L'aspect double tranchant est qu'il est donc difficile de cacher quelque chose dans un réseau. Comme maximum 6 intermédiaires nous séparent, vous risquez fort qu'un de vos contacts connaisse le client insatisfait par vos prestations ou qu'il ait entendu parler de vos soirées de guindaille du temps où vous étiez étudiant. Internet ne facilite pas les choses. Une recherche sur Google avec mon nom (Damien Colmant) donne 9.960 résultats... Ces résultats font référence à des traces existantes laissées sur la toile (sites, photos, blogs, réseaux sociaux, articles, etc...). Il faut donc faire attention au contenu des messages et contributions laissées sur internet. Les moteurs de recherche utilisent des serveurs qui gardent des copies de sites, même si le contenu de ces sites a été effacé ou changé. Il est par exemple possible de retrouver sur internet des articles du journal Le Soir bien qu'ils ne soient plus sur le site officiel. Il faut donc être conscient de «l'empreinte numérique» que vous laissez sur la toile et de construire votre présence en connaissance de cause.

Les types de réseaux

Les réseaux peuvent être classifiés suivant différents axes. La classification proposée ci-dessous n'est pas exhaustive mais donne déjà une dimension à la toile des réseaux.

Spécifique – Générique : certains réseaux sont très spécifiques dans leur raison d'être. BNI par exemple est dédié à l'accroissement du chiffre de vente de ses membres. Les réseaux génériques sont plutôt ceux qui organisent des rencontres, laissant aux participants le soin du sujet de conversation. L'AESM (Association Royale des Anciens et Anciennes Elèves du Collège Saint-Michel) en est un exemple.

Ouvert – Fermé : un réseau ayant des critères d'adhésion spécifiques, comme le Rotary Cercle ou le Cercle de Lorraine, est un réseau fermé. A l'opposé, nous retrouvons les réseaux ouverts comme Facebook ou les soirées de rencontres Afterwork. Il y a bien entendu toute une dimension intermédiaire de réseaux, ni complètement ouverts, ni complètement fermés. Les Alumnis² en sont un exemple.

Social – Professionnel : les réseaux sociaux proposent des rencontres sociales, comme les réunions de famille dominicales ou un club de sport. Les chambres de commerces sont quand à elles des réseaux professionnels, l'accent étant porté sur l'entreprise.

Offline – Online : Facebook, Viadeo et LinkedIn sont des exemples de réseaux Online, qui opèrent sur internet. Les réseaux fonctionnant à travers des rencontres physiques sont Offline, comme BNI par exemple.

Local – Global : la couverture géographique fait ici la différence. Facebook est par excellence un réseau global. Un club de sport offrira quand à lui un networking plus local.

Devant la diversité et la quantité de réseaux existants, il est parfois difficile de faire un choix. Un réseau est avant tout un ensemble d'individus fédérés par des intérêts communs. Les valeurs propres d'un réseau résultent de la personnalité de ses membres. De plus, les réseaux ont tous des objectifs ou des intérêts partagés. A vous de vérifier s'il y a adéquation avec votre propre identité et vos attentes. La meilleure façon de tester est de participer à des événements.

Une dynamique sur le long terme

Finalement, se construire un réseau est quelque chose de lent. Un agriculteur sème pour ne récolter que 6 à 9 mois plus tard. Entre-temps, il aura investi du temps à l'entretien de son champ. Tout comme l'agriculteur, il faut savoir patienter avant que vos efforts de networking ne donnent des résultats. La raison est qu'il faut respecter le rythme des gens, créer des liens, les entretenir ainsi qu'accepter de faire des erreurs.

Je serais ravi d'échanger avec vous sur ce sujet. Vous pouvez me retrouver sur Viadeo/LinkedIn/Facebook ou me contacter via dcolmant@extend-coaching.com.

² Pluriel du latin alumnus, signifiant «anciens élèves». Anciens élèves se dit également alumni / alumnae en anglais et en néerlandais (quoiqu'on utilise aussi le mot «oudleerlingen» (au pluriel); en espagnol, «les anciens élèves» se dit «los alumnos».