



PODCAST DU **ÊTRE D'ACCORD SUR LE FAIT DE NE PAS ÊTRE D'ACCORD**

22 avril 2009

SÉBASTIEN DURAND CONSEIL

2 impasse du tertre

31320 Castanet Tolosan

05.61.34.68.92.

06.11.28.35.95.

SD@SebastienDurandConseil.com

SITE LE STORYTELLING

www.leStorytelling.com

SITE CORPORATE

www.SebastienDurandConseil.com

Les historiettes du Podcast du storytelling ne sont pas destinées à un usage autre que dans un cadre privé. Pour toute autre utilisation, merci de prendre contact avec Sébastien Durand Conseil.

Bonjour et bienvenue sur ce nouveau Podcast du storytelling. Cette semaine, je vais vous parler de l'intérêt de ne pas être d'emblée d'accord... pour au final tomber d'accord.

Alfred Sloan a été le PDG de General Motors pendant plus de 30 ans, à partir des années 20, et c'est lui qui a fait de cette entreprise un géant de l'automobile, en donnant un coup de vieux à Ford qui avait jusqu'alors dominé le marché. Le personnage est fascinant bien qu'un peu controversé.

Peter Drucker, le gourou du management du siècle passé, raconte qu'un jour, Sloan a conclu une réunion de son comité de direction par ces mots : *«Messieurs»,* (évidemment à l'époque, il n'y avait pas de femmes dans les comités de direction), *«Messieurs, je constate que nous sommes tous d'accord sur la décision que je vous ai proposée».* Il fit une petite pause avant d'ajouter : *«Bien, je propose donc que nous passions pour le moment à un autre sujet. Nous y reviendrons à notre prochaine réunion... quand vous aurez eu le temps de réfléchir et de trouver des points de désaccord avec moi. Peut-être alors aurez-vous vraiment pris la mesure de ce que la décision implique réellement pour notre entreprise...».*

Alfred Sloan énonçait là deux vérités profondes du marketing. En surface, les dirigeants doivent se prémunir contre les bénis oui-oui qui les entourent et finissent par les rendre aveugles à leur environnement. Ça vaut aussi pour les stars et pour les hommes politiques. Mais plus profondément encore, les désaccords sont plus riches que les accords. Ils vous obligent à repenser votre point de vue, à vous demander si c'est bien le bon, et si après réflexion vous en êtes toujours persuadé, de trouver les arguments pour convaincre ceux qui ne le pensent pas. Autrement dit, le bien fondé de votre position n'en sera que renforcée.

Diriger une équipe où les collaborateurs sont plus ou moins fréquemment en désaccord n'est certes pas de tout repos pour les nerfs. Mais rien ne vaut cela pour stimuler l'imagination et être au final plus efficace. Et après tout, quel ennui qu'un monde où tout le monde serait d'accord avec tout le monde. Sauf si c'est pour être d'accord avec moi, évidemment !

A bientôt !