

Cinq techniques pour se faire remarquer de ses chefs (sans en faire trop)

Par Marie-Madeleine Sève

Bien faire son job, ça ne se voit pas toujours. Pour gagner en notoriété, et être reconnu à sa juste valeur, il faut le faire savoir. Conseils de Jean-Louis Muller, expert en management auprès de Cegos.

Le management est aujourd'hui en pilotage automatique dans beaucoup d'entreprises. Les outils dédiés comme les entretiens passent à la trappe. Conséquence: l'anonymisation est galopante. Pour sortir du lot, bâtir une trajectoire professionnelle ascendante ou avoir les coudées franches, il faut dès lors entrer dans une zone grise, entre normalité et marginalité, et travailler dans ces interstices en dosant ses moments d'impertinence et de transgression. Illustrations.

1. Challenger les pontes en douceur

"Oui chef, d'accord chef." Les patrons n'aiment guère les "béni oui-oui". Ils apprécient d'entendre un autre son de cloche, de se heurter à de la résistance, à condition que celle-ci ouvre des perspectives. Placez-vous dans une posture de métacommunication. En clair, avant d'exprimer votre opinion, dites ce que vous allez faire. "Je pense que je vais casser l'ambiance, mais je ne suis pas d'accord avec cela". Ou : "Ce que je vais te dire sur les projets que tu as en tête, ne va pas te plaire. M'autorises-tu à te l'exposer ?". Vous obtiendrez un oui, et une écoute.

Le plus. Mettez à distance vos émotions. Il faut éviter d'affronter la hiérarchie en assénant, "ce n'est pas possible, on n'y arrivera jamais".

2. User des silences (le sien et celui des autres)

Il s'agit de surprendre, de jouer le décalage avec la masse. En réunion, lors des débats animés, dans lesquels certains s'écharpent, restez de marbre, muet. Les participants vont finir par s'épuiser, et le patron vous ciblera: "Toi, tu ne n'es pas exprimé, que penses-tu de tout ça?". Tout le monde se taira, du coup votre parole aura un poids décuplé. A l'inverse, si personne ne pipe mot autour d'un sujet polémique, jetez-vous à l'eau et donnez vos arguments. "Je sais qu'on ne l'a jamais fait, mais si on le tentait quand même?". Là encore, votre parole pèsera.

Le plus. Si vous connaissez l'ordre du jour, peaufinez vos arguments à l'avance et vos formulations. Et acceptez le risque d'être durement critiqué.

3. Etre un agitateur d'idées

Vous avez repéré l'avancée d'un concurrent sur un produit? Des procédés inédits? Imaginez-en les transpositions dans votre entité, et les améliorations qu'elles pourraient y apporter. Et portez-vous volontaire pour [expérimenter vos idées](#). Dites: "Cela m'intéresse, et l'entreprise pourrait en retirer tel et tel avantage". Vous [passerez pour un audacieux](#), prêt à innover, à se remettre en question. Alors mettez-vous en veille sur vos sujets de prédilection et foncez.

Le plus. Activez la rumeur, afin de ne pas vous faire piquer vos idées par un manager vexé de ne pas les avoir eues. A la cantine, auprès des pairs de votre n+1, dans l'équipe, battez le tam-tam, l'information remontera.

4. Demander de l'aide à son boss

Vous avez fait une boulette, rencontré un problème technique dans l'atelier ou avez eu un souci personnel avec un client ? Parlez-en librement à un décideur (n+2 ou dirigeant) en lui demandant conseil. "J'ai un souci, j'ai pensé à telle et telle solution. Compte tenu de votre expérience, j'aimerais votre avis, qu'en pensez-vous ?". Il sera flatté. D'autant plus, que donner est l'une des motivations clés d'un leader. Et vous sortirez du lot, en montrant que vous avez du courage, alors que bien d'autres planquent leurs erreurs ou difficultés.

Le plus. Soyez vous-même l'apporteur des mauvaises nouvelles, car si elles viennent de l'extérieur, ce sera bien pire.

5. Recueillir en loucedé des satisfecits de ses clients

Il s'agit de leur suggérer habilement d'afficher leur satisfaction. Deux techniques sont efficaces. 1/ Leur envoyer un petit sondage par mail, "cela fait six mois que vous avez choisi notre outil. Pouvez-vous me dire si tout marche? Si les fonctions correspondent bien à vos besoins ? Je vous en remercie d'avance." Une fois la réponse positive reçue, posez-la en évidence sur votre bureau, afin qu'elle tombe sous les yeux du chef. 2/ Leur préciser, en distribuant les questionnaires qualité, après une prestation : "Sachez que mon entreprise est sensible aux observations écrites." Toute remarque sera lue en haut lieu, et les plus positives vous vaudront des points.

Le plus : amenez un client à témoigner dans la plaquette commerciale de l'entreprise. Vous forcerez l'admiration en interne.

Jean-Louis Muller est également l'auteur du blog [Le management dans tous ses états](#).