

# Réseaux internes : comment sortir de votre boîte ?

Chacun a intérêt à se créer un solide réseau interne – pour son bien et celui de l'organisation. Des techniques existent pour inciter les collaborateurs à sortir de leur coquille

Courir les cocktails, distribuer à tout-va des cartes de visite, éclater d'un rire mondain... Pour beaucoup, le networking – ou le « réseautage » en bon français – évoque encore des comportements superficiels, que l'on attribue volontiers aux purs commerciaux. Et pourtant, au sein d'une entreprise, tout le monde a intérêt à se créer un réseau – quand bien même sa fonction n'est orientée que vers l'interne. Et les communicateurs se doivent de donner le coup de pouce. C'est en tout cas l'avis de Jan Vermeiren, networking coach : fort de son expérience personnelle (il a plus de 1 000 contacts dans son réseau !), il se fait fort d'aider ses clients – organisations et individus – à créer un réseau via formations et suivi personnalisé.

## MOINS D'INDIVIDUALISME

Pourquoi être attentif plus qu'aujourd'hui à son réseau ? « Cette évolution est parallèle à celle des organisations elles-mêmes », lance Jan Vermeiren. « Les entreprises se concentrent de plus en plus sur leur activité principale, nouent des partenariats avec des spécialistes extérieurs – consultants, catering, informaticiens... Résultat : pour quelques jours, pour quelques mois, des personnes extérieures à l'entreprise y sont intégrées. Rapidement, elles doivent pouvoir contacter les bonnes personnes en interne, disposer de l'information nécessaire. Pour éviter de réinventer la roue, les collaborateurs fixes d'une entreprise doivent donc être incités à partager l'information, à intégrer rapidement d'autres personnes qui font partie du réseau de l'organisation. » Par ailleurs, le travail en équipe de projet gagne en importance à mesure que les hiérarchies s'effritent. Enfin, une autre raison est d'ordre socioculturelle et touche à l'individu. « Il semble qu'on soit arrivé au sommet de la culture de l'individualisme », estime Jan Vermeiren. « On remarque désormais une aspiration à des relations plus valorisantes. Aux États-Unis en Angleterre, les initiatives de networking se multiplient... » En outre, disposer d'un bon réseau permet d'augmenter la satisfaction au travail (voir « Networking interne, pourquoi ? »).

## DONNER D'ABORD

Si les raisons de créer un réseau sont aisées à saisir, la mise en pratique peut sembler plus difficile pour certains. Arriver à une réunion et commencer à nouer des relations n'est pas évident pour tout le monde ! Lors d'événements destinés au personnel, les collaborateurs se regroupent souvent dans leurs cercles bien connus – bye bye élargissement du réseau,

team building et autres ! « C'est vrai que la personnalité peut être un frein », reconnaît Jan Vermeiren. « Mais c'est pour cela qu'il y a des formations et des coachs... Le fait déjà d'être conscient de l'importance du réseau peut aider à dépasser ses barrières. De quoi parler à une réception ? Il faut essayer d'aborder un sujet commun, assez facile à trouver dans un contexte professionnel. Il ne faut pas non plus hésiter à décroquer et à faire des liens avec sa vie privée, un hobby, etc. » Mais toujours, il faut respecter le triangle d'or du réseautage : donner, demander, remercier. « Première chose à faire : donner, sans certitude de recevoir en retour. Secundo, et c'est encore plus difficile : oser demander, mais avec une attitude de respect. C'est alors que s'engage une dynamique : en vous aidant, la personne peut vous remercier pour ce que vous avez fait, et vous-même rendrez un autre service, etc. »

## DES OUTILS ORIGINAUX

Outre qu'ils peuvent favoriser cette prise de conscience, les services de communication internes peuvent jouer un rôle crucial dans la création des réseaux. Le journal d'entreprise, en mettant en valeur des collaborateurs, en expliquant ce qu'ils font, facilite les relations. Sur un intranet, il peut être utile de compléter la liste des noms et numéros de téléphone par ce que fait la personne, ses centres d'intérêt professionnels. Jan Vermeiren suggère aussi de fournir tous les collaborateurs en cartes de visites. « Un comptable a une fonction orientée vers l'interne, mais suit des formations. Il faut lui donner l'occasion d'y créer des contacts durables. »

Plus audacieux : le speed business dating. Dix personnes font face à dix autres et chaque personne a cinq minutes pour se présenter et répondre aux questions de l'autre. Toutes les cinq minutes, on tourne.

« Cette technique a été proposée à un grand groupe pharmaceutique, qui doit encore la mettre en œuvre. Cette société veut valoriser le leadership des femmes dans l'entreprise. Or celles-ci se plaignent justement de leur difficulté à créer un réseau. Avec le speed business dating, on créerait rapidement les bases d'un futur réseau ! »

Article paru sous la signature de Patrick Gillerot dans « Rédactuel », le magazine de l'Association Royale Belge de la Presse d'Entreprise.

- Da  
Vo
- Mo  
Vo
- Att  
Par
- Ré  
Vo
- De  
Aid
- Da  
Par  
leu
- An  
Un  
de

Depuis q  
gestion b  
naire rés  
banque  
dans un e

Le princip  
concepts  
mises en  
gestion c  
gestion d  
par le «  
des erreu

Ce qui re  
c'est non  
sion du t  
opportu  
avec des

Cette cor  
dans l'ani  
connaiss  
entre per  
lation ni l  
est éviden  
des autre  
autres se  
networkin

<sup>1</sup> De la société