



PHILIPPE BLOCH

*« Il est temps d'imaginer enfin
de vraies solutions de rupture »*





CERFRANCE SUD CHAMPAGNE Le 15 mars prochain, Philippe Bloch, conférencier, créateur de l'entreprise de communication et formation PBRH Conseil, entrepreneur (Mensuel « Service News), chroniqueur et animateur sur BFM TV et auteur d'ouvrages (« *Bienheureux les félés* », « *Ne me dites plus jamais bon courage !* », « *Tout va mal ... je vais bien* ») sera l'invité de l'assemblée générale de CERFRANCE Sud Champagne. Avant ce rendez-vous il a répondu à nos questions.

« *Il est temps d'imaginer enfin de vraies solutions de rupture* » »



Philippe Bloch : « *la clé du succès me semble être d'apprendre à déceler les opportunités plutôt qu'à s'inquiéter des menaces* »



Le titre de votre dernier ouvrage "Tout va mal... Je vais bien", se veut porteur d'un message optimiste qui sera sans doute au cœur de votre intervention. Ne traduit-il pas la nécessité du retour de la méthode d'Emile Coué né dans l'Aube?

Philippe Bloch : Bien plus que la fameuse « méthode Coué », dont je serais bien incapable de juger l'efficacité et dont je ne suis pas spécialement adepte, le titre de mon dernier livre est le reflet de ce qui me semble résumer parfaitement la France d'aujourd'hui. Un pays qui n'est pas amoureux de son présent, qui est angoissé par son avenir et se réfugie dans son passé. Mais aussi et surtout un pays étrange, voire une énigme pour nombre d'observateurs et une raison d'espérer. « Bonheur privé, malheur public », comme l'écrit

Michel Houellebecq. Le fameux French paradox qui fascine à travers le monde. On observe une sorte de jeu de rôle où l'opinion publique sublime la sphère de proximité – famille, travail, amis – et déprime la sphère collective, qui devient un exutoire de ses frustrations. Ne croyant plus aux lendemains qui chantent et n'accordant sa confiance

à personne ou presque (sauf à lui-même et son premier cercle, et encore), le Français est persuadé que demain sera pire qu'aujourd'hui et que la France est foutue, mais il reste convaincu que lui-même s'en sortira toujours. Survalorisation de la confiance en soi, au détriment de la confiance dans l'autre. Comment expliquer autrement que la France ne se soit pas déjà effondrée, prétendument peuplée de déprimés suicidaires ayant perdu toute envie de se battre ? Cela dit, Emile Coué avait sans doute raison de croire au pouvoir du mental. Car comme le rappelle habilement Jean Boissonnat, « *en économie, quand on craint le pire, on le fabrique. Et quand on compte sur le mieux, on y contribue.* »

Votre attitude positive place l'innovation comme levier essentiel pour donner de nouvelles perspectives aux entreprises. Face à un public composé en grande partie de chefs d'exploitations agricoles, qui sont actuellement plutôt déstabilisés, comment déclinez-vous ce message ?

Ph. Bloch : Le président de L'Oréal reconnaissait récemment que son entreprise avait plus évolué

depuis trois ans qu'au cours des trente dernières années. Un géant centenaire comme IBM voit lui aussi son activité se transformer à une vitesse inédite, sous l'influence conjuguée du Big Data, du Cloud Computing, de la mobilité et des réseaux sociaux. Poids lourd du monde industriel depuis 140 ans, General Electric se rêve désormais en Oracle ou Microsoft, et fait de l'analyse des données le levier de sa transformation digitale. Partout dans le monde apparaissent des startups qui s'appuient sur les NBPIC (Nanotechnologies, Biotechnologies, Impression 3D, Intelligence artificielle, Cognitivité) pour inventer de nouveaux business models. Tous les secteurs d'activité sont aujourd'hui susceptibles d'être « ubérisés » s'ils n'embrassent pas à leur tour cette révolution. Plus que jamais, il faut comprendre que c'est quand ça va bien qu'il faut changer. Nous vivons une période de transition aussi inédite qu'excitante, parce que d'une ampleur et d'une rapidité qui n'ont été jamais observées dans l'histoire du monde. Dans ce contexte, la révolution ne peut pas être uniquement technologique, elle doit aussi être celle de l'esprit. Le monde agricole est concerné au même titre que tous les secteurs



d'activité. La clé du succès, pour lui comme pour les autres, me semble être d'apprendre à déceler les opportunités plutôt qu'à s'inquiéter des menaces. Je suis de ceux qui pensent qu'il n'y a pas de fatalité. Ni ici, ni au-delà de nos frontières. Le catastrophisme ambiant nous oblige à tout repenser et à imaginer enfin de vraies solutions de rupture.

L'esprit client, est aussi une des armes anticrises que vous préconisez. Quelles sont les clés pour développer cet état d'esprit ?

Ph. Bloch : Le meilleur moyen de se différencier de vos concurrents et de construire une offre incomparable est de partir d'une analyse objective des frustrations de vos clients. Que ne supportent-ils plus tout au long du parcours qui leur est généralement proposé, par vous ou vos compétiteurs ? Quelles sont leurs VRAIES attentes ? Une fois déterminés ainsi les « Essentiels » de leur satisfaction, qu'il convient de faire respecter par 100% de vos collaborateurs dans 100% des situations face à 100% de vos clients, il faut s'interroger sur les moyens de rendre vos différences concrètes. J'appelle cela rendre tangible l'intan-

gible, par une multitude de détails permettant de créer le fameux « effet Waouh ». Un autre principe non négociable est la « simplicité », qui consiste à tout faire pour simplifier la vie de vos clients, dans un monde de plus en plus complexe. Une tâche beaucoup plus ardue qu'il n'y paraît, quand on sait que simplifier la vie de ses clients revient toujours à se compliquer sa vie à soi. La légende raconte que Jeff Bezos, fondateur d'Amazon, impose qu'il y ait toujours une chaise de plus que le nombre de participants dans toutes les salles de réunion de son entreprise. Une chaise qui doit rester vide en toutes circonstances. La chaise du client. Celui qui doit être présent à chaque instant dans l'esprit de tous ses collaborateurs. Celui dont l'intérêt doit toujours être pris en compte au moment de prendre n'importe quelle décision. Celui qui doit posséder le vrai pouvoir, fût-ce au détriment des ingénieurs. Celui qui nous observe et nous juge, même quand il n'est pas dans la pièce. Last but not least, ne jamais oublier que chaque client est unique et veut être traité comme tel. Il ne faut jamais oublier qu'il ne s'agit pas de vendre cent produits, mais cent fois le produit d'un client.

PROPOS RECUEILLIS PAR F. NOEL