

VOS QUESTIONS

« J'ai été survendue pour le projet sur lequel je travaille. »

ALICE, INGÉNIEUR DÉVELOPPEMENT
DANS UNE GRANDE SSI

« Je crains de commettre des impairs avec mes nouveaux collaborateurs chinois. »

BENOÎT, CHEF DE PROJET
DANS UNE MULTINATIONALE

LA RÉPONSE DU COACH

Évaluez vos compétences en toute honnêteté et parlez à vos responsables

Vos compétences sont-elles objectivement au niveau d'expertise attendu par le client ? Évaluez ce point en toute honnêteté, avec le recul nécessaire. C'est essentiel. Imaginez qu'il s'agisse de quelqu'un d'autre. Eventuellement, faites appel à une personne de confiance. Si véritablement vous avez été survendue, trois hypothèses se présentent. Soit il s'agit d'un simple malentendu entre le client et le commercial qui a vendu votre prestation sur l'objet de la demande. Il vous suffira alors sans doute de réévaluer votre plan de soutien. Soit vous êtes plutôt face à une vente « à l'arraché ». Dans ce cas, procédez à une mise au point d'abord avec votre commercial, puis avec le client. Soit, enfin, la situation a été mal évaluée par toutes les parties – client, commercial, et vous-même. Clarifiez-la alors avec votre commercial.

Soyez attentif aux signes de convention sociale

La plupart des interactions sociales sont dues aux distances sociales ou affectives entre les individus. Il faut savoir que les Chinois mettent une distance importante entre eux et un étranger dans leur première approche. Alors, ne passez pas trop vite aux manifestations de proximité ! Et veillez à ne pas entrer par erreur dans l'espace privé de l'autre. Parmi les signes associés aux distances, sachez, par exemple, que les Chinois, en Chine, tutoient rarement. Et qu'ils réservent l'usage du prénom à la sphère privée. Néanmoins, évitez de tomber dans les stéréotypes. Il est surtout important d'être attentif et respectueux des personnes qui vous entourent. Elles vous pardonneront d'autant plus facilement vos impairs. Sachez néanmoins que, chez les Chinois, la confiance et la méfiance sont basées sur les relations : dîner, prendre un verre sont essentiels pour améliorer le lien social...

Une fois le problème cerné, comment le résoudre ?

Il vous faut d'abord identifier les personnes responsables de votre mission. Vous êtes, certes, en charge de son exécution chez le client. Mais c'est votre société qui vous assure les moyens de la remplir. N'ayez pas peur, cherchez des solutions avec votre responsable : c'est son job ! Avant de le rencontrer, réfléchissez aux mesures qui pourraient vous aider (formation ou soutien technique personnalisé). Si, finalement, la mission se révèle impossible, dommageable et nuisible pour l'image de votre société, préparez-vous à en solliciter une autre. Et, si possible, demandez à vous faire remplacer par une personne ayant les compétences requises. ●



Annie Cattan,

directrice associée chez Pragmaty

Ancienne DSI de Schlumberger-Sema, coach certifiée HEC Paris, elle accompagne des projets de transformation en environnements complexes.