



ÉDITO

FONDAMENTALEMENT
OPTIMISTE

A vouons-le, les conférenciers font parfois piquer du nez. Raison de plus pour évoquer ceux qui décapent, qui sont drôles et bien ancrés dans la vie réelle. Des qualités que l'on peut reconnaître à Philippe Bloch, venu défendre, lors de la convention Promojardin/Prom'animal qui se tenait le mois dernier, un triptyque pour le moins ambitieux : « Optimisme, innovation et esprit client, meilleures armes anti-crise ». Auteur d'ouvrages managériaux à succès, animateur sur BFM Business, chroniqueur aux *Échos*, Philippe Bloch est également créateur d'entreprise : il a notamment cofondé en 1994 Columbus Café, enseigne française inspirée des espresso bars américains comme Starbucks, et dont il sera finalement débarqué dix ans plus tard.

À l'Espace Saint-Martin, dans le III^e arrondissement parisien, le conférencier tout-terrain est d'abord venu nous rappeler que l'on apprend toujours plus de ses échecs que de ses succès : « Il faut voir XXL, oser tenter, ne pas avoir peur d'entreprendre et d'embaucher des plus grands que soi », a-t-il martelé. « Surtout dans une période de mutation comme la nôtre, où les nouvelles technologies de communication changent la donne pour toutes les entreprises. »

Anecdote à l'appui, il a aussi su mettre le doigt sur l'importance du service client pour l'entreprise : « Savez-vous ce que Jeff Bezos, le P.-D.G. d'Amazon, demande à ses collaborateurs à chaque fois qu'ils se réunissent ? Eh bien, de toujours venir avec une chaise vide : celle du client ! » Son discours est clair : le client a toujours raison, l'entreprise doit tout faire pour lui simplifier la vie, le rassurer, l'individualiser. Notre intervenant débridé évoquait encore son agréable surprise face à la disponibilité et au sourire du personnel de bord d'un de ses derniers voyages aériens, effectué sur une compagnie low cost. « À l'inverse, ajoutait-il, on est plus facilement déçu quand on paie le prix fort sur une compagnie standard et que l'accueil n'est pas là. »

Bon, alors ne pas avoir peur, oser, être optimiste, voir grand... Pas si facile une fois dehors ! C'est vrai, mais le simple fait d'essayer de trouver une place pour ces comportements positifs dans son quotidien, dans ses relations aux autres, c'est déjà beaucoup.

Une petite histoire de service client pour finir, chacun son tour... Aujourd'hui, à l'hyper-marché, c'est une vendeuse qui pesait les fruits et légumes avec un grand sourire contagieux. À l'heure des caisses automatiques, c'était robot pour être vrai !

Éric Leforestier