

# ENTREPRENEUR, DIRIGEANT, MANAGER ET... TYPOLOGIES DE PERSONNALITE

Les entrepreneurs, dirigeants et managers sont chaque jour confrontés à un puzzle qui leur impose d'être à la fois créatif, sage, moteur, transmetteur, acheteur, vendeur, conciliant, intransigeant, ami, parent. Ils doivent savoir adapter leur discours en fonction des circonstances afin d'optimiser l'imbrication étroite entre le fonctionnement et le développement de leur entreprise ou de leur projet. En constante réflexion, un carnet toujours à la main, vérifiant tout ce qu'on leur dit, évitant la controverse, ayant une correspondance régulière, travaillant en collaboration, il doivent être performant et innovant, doivent savoir anticiper face à la concurrence, faire preuve d'improvisation et d'initiative, veiller à transmettre les bons codes à leurs collaborateurs et entretenir les bons réflexes.

Soucieux d'accomplir leur tâche et à l'affût des aides potentielles, ils se demandent souvent à quoi peuvent bien leur servir des outils de connaissance de soi a priori plus adaptés à des problématiques d'identité ou de relation de leurs collaborateurs plus qu'à leurs besoins propres, ceci souvent par manque de preuves d'applications concrètes sur les besoins opérationnels et par manque de prise de conscience du retour sur investissement existant sur l'effet de levier humain au profit du développement des l'organisations.

C'est oublier qu'ils ont d'autant plus de légitimité à mieux comprendre et moins se tromper de par leur position de leader et de porteurs de sens et que les fils rouges existent avec de multiples applications pour eux-mêmes (échanges, prises d'information, de décisions, organisation...), vis-à-vis de leurs collaborateurs (définition, validation et suivi d'objectifs, recrutement, motivation...) et vis-à-vis de leur environnement externe (stratégie, négociation, communication, ...).

---

Par François CHARLES\*

---

Se comprendre soi-même signifie mieux comprendre ses forces, mieux mettre en valeur ses atouts mais aussi maîtriser ses faiblesses, ses zones d'efforts et ses pertes d'énergie et être mieux équilibré dans ses réactions face à certaines situations inconfortables ou certaines personnes qui peuvent penser ou fonctionner autrement de fait de leurs origines et de leurs acquis et ainsi être génératrices de stress et d'échec.

Au-delà d'outils psychologiques qui peuvent faire peur, il s'agit surtout de profiter des modélisations réalisées sur les comportements, qui confirment souvent l'approche intuitive, afin de faciliter l'atteinte des objectifs souvent d'une façon différente qu'envisagée initialement et souvent avec un résultat bien supérieur.

Se former aux polarités et aux profils du MBTI, du TMS, de la Process Com ou de l'Ennéagramme, c'est comprendre et mieux accepter désormais avec une certaine prise de conscience et relativisation, comme une sorte de « vis ma vie », par exemple (liste non exhaustive !) : pourquoi l'Administration, les PME, les grands groupes, les banques, fonctionnent différemment de par leur identité, pourquoi il n'est pas aussi facile de leur vendre la même prestation de par leur population, pourquoi l'identité des auditeurs est différente de celle des publicitaires, pourquoi les consultants sont consultants, pourquoi certains décideurs ou acheteurs préfèrent par exemple prendre plus de temps pour réagir et s'adapter face à un élément nouveau et seront énervés par une certaine insistance, pourquoi certains collaborateurs se font remercier car ils ne suivent pas où au contraire vont plus vite que leur supérieur.

C'est savoir remplir un appel d'offre avec la forme et les mots qui conviennent à l'identité de la structure et de la personne qui le lira.

C'est prendre conscience que certains en font trop ou trop peu pour leur client avec les impacts liés en terme de chiffre d'affaires et de résultats.

C'est savoir gérer un conflit en essayant d'abord de se synchroniser avec la personne ou la structure adverse dans une négociation raisonnée.

C'est savoir que certains voient plus vite que les autres l'assemblage des informations en changeant également et trop souvent de direction de façon déroutante pour les autres.

C'est constater que certains prennent leurs décisions avec peut être trop de logique sans jamais aucun risques alors que d'autres devrait décider moins vite avec moins de convictions et consolider certaines données avant de se lancer ou trouver un partenaire ou un associé pour ne pas se tromper.

C'est savoir recruter une équipe équilibrée et reconnaître, au sein des organisations, qu'il existe des populations d'explorateurs, de conseillers, d'organiseurs, de contrôleurs et qu'il existe des personnes développant l'harmonie alors que d'autre cherchent à se faire reconnaître quand d'autres encore cherchent l'isolement, l'excitation ou le jeu.

C'est accepter le besoin psychologique légitime et nourricier d'informations du comptable, du gestionnaire et du banquier face à l'entrain et l'excitation du porteur de projet qui part souvent de la page blanche avec des impacts en terme de coûts, délais et performance.

Autant on redécouvre mieux son propre pays quand on va à l'étranger, autant il est souvent utile de découvrir d'autres référentiels afin de redécouvrir et repenser son univers quotidien et agir autrement pour simplement

mieux vivre son projet et son entreprise avec moins d'énergie sans perdre son identité mais en agissant en meilleure connaissance de cause.

---

\*coach en stratégie, management et développement personnel, formateur et professeur vacataire, ancien responsable stratégique et opérationnel dans l'administration et en entreprise, ancien audit & conseil, fondateur de NOVIAL [www.novial.fr](http://www.novial.fr), auteur des Fabliaux du Management et des booklets mémos, créateur du modèle SPM®