

« Cette promo me passe sous le nez... »

LA
CHRONIQUE
 d'Éléna Fourès



Certains possèdent cet art politique de passer le message approprié, de se positionner au bon moment grâce à leurs « relais » d'information, puis d'actionner les leviers d'influence internes pour que leur rêve devienne réalité. D'autres, au contraire, croient aux promotions apportées sur un plateau et sont déçus quand elles leur passent sous le nez.

Rêver passivement d'une promotion n'aboutit à rien. Il convient, au contraire, de faire explicitement connaître ses ambitions via un message clair. Puis, de procéder à un marketing de soi en interne pour se positionner, sans oublier le lobbying auprès des personnes clés, dont l'influence infléchit les choses sur l'échiquier de l'entreprise.

Self marketing

Quand une promotion vous « passe sous le nez », envisagez deux hypothèses : soit vous n'avez pas fait le nécessaire (pas du tout ou pas assez), soit vous vous êtes trompé(e) quant à vos chances initiales de prendre le poste convoité. Cette dernière hypothèse sous-entend que votre « cotation » sur la « bourse interne » de l'entreprise n'est pas assez bonne. Or, ayez conscience

que, comme une action en Bourse, chacun est « coté » dans l'entreprise. Si, au moment où la promotion se décide, vous subissez un revers ou avez un problème d'image (un conflit dans votre équipe, etc.), vos chances de promotion se réduisent brusquement. D'où la nécessité, à intervalles réguliers, de vérifier votre valeur de cotation, qui subit des fluctuations importantes.

Vous pensez toujours que vous positionner politiquement et actionner les leviers d'influence est inutile ? Vous continuez de croire que le principe de méritocratie suffit pour que la promotion

Rêver passivement d'une promotion n'aboutit à rien.

« tombe » ? Cela me rappelle une femme, directrice générale adjointe, qui s'estimait légitime pour prendre le poste du DG, parti à la retraite. Son entreprise a préféré « chasser » à l'extérieur. Outrée, elle est allée demander des explications à son président : « Pourquoi ne m'avez-vous pas choisie ? » La réponse est illico tombée : « Mais il fallait dire que le poste vous intéressait, Marie... »

La conclusion de tout cela ? Il faut recourir au « self marketing » pour devenir l'acteur actif de sa carrière !

Éléna Fourès, expert en leadership et multiculturalité, est fondatrice du cabinet Idem per Idem.
 elena.foures@idem-per-idem.com