

ENTREPRISES MAGAZINE, Tunisie

2018

SPÉCIAL TUNISIE - CÔTE D'IVOIRE

SPÉCIAL TUNISIE - CÔTE D'IVOIRE

ERICH ALAUZEN

« La Côte d'Ivoire représente pour nous un marché cible de choix pour nos activités de formation en communication comportementale »

Entretien avec Erich Alauzen, Directeur Fondateur de Stratégies Conseil Tunis.



Bonjour Erich. Pouvez-vous nous présenter brièvement Stratégies Conseil Tunis ?

J'ai fondé Stratégies Conseil Tunis en 1996, nous filons cette année notre vingtaine anniversaire. La pertinence et le vecteur commun de nos activités sont la communication que nous abordons par plusieurs angles : les relations publiques, les relations presse, la formation en communication comportementale, la rédaction et la traduction, la communication de crise ainsi que l'édition. Nous ouvrons notre bureau à Nantes en 2013. Nous sommes un effectif de neuf personnes, entre quatre salariés et cinq consultants permanents...

Le département Formation est une nouvelle activité de votre cabinet, non ?

Pas vraiment, car nous avions déjà obtenu un agrément par le ministère de la Formation professionnelle et de l'Emploi à Tunis à notre ouverture. Les relations presse ont bien sûr pris le dessus, mais nous continuons à assurer des séances de média coaching avec nos clients qui en avaient souvent besoin avant d'initier une conférence de presse. Puis, devant la demande pressante de nos clients, nous nous sommes inscrits au Département Formation en février 2016 et escomptions sa direction, M^{lle} Youssef

Bouazene. Nous baptisons notre Département « Formations Mieux Communiquer » pour bien faire comprendre à nos clients et prospects que la communication réunit le filer de nos activités. Le ministère de la Formation professionnelle et de l'Emploi nous demandait rapidement notre agrément et nous le recevions d'ailleurs pour son écoute et sa réactivité à notre égard.

Quels sont les programmes de votre département Formation ?

Notre vecteur commun est la communication comportementale, c'est-à-dire que nous traitons le savoir-être, très important en entreprise lorsqu'on est manager ou collaborateur. Le savoir-faire n'est pas la panacée du succès. Par exemple, dans un restaurant, vous pouvez avoir la meilleure cuisine du monde, le plus beau local et de la vaisselle en or... Mais si le serveur traite mal le client, ne salue pas et ne sait pas présenter les plats, ce restaurant a peu de chances de perdurer. Idem dans n'importe quelle entreprise, mais peut-être plus encore dans l'hôtellerie.

Vous formations s'adressent à tous les domaines d'activités... ?

Oui, nous avons deux types de formations : les formations généralistes qui s'attachent à perfectionner les managers et les collaborateurs de l'entreprise au mieux communiquer, que ce soit les managers avec leurs collaborateurs ou ces derniers avec les clients. Nous apprenons également aux communicants de l'entreprise à savoir mieux parler en public et avec les médias. Autre module très important qui remporte beaucoup de succès : la QRT ou Qualité de Réponse Téléphonique où nous sensibilisons managers et collaborateurs sur l'importance de bien répondre au téléphone, que ce soit pour informer, répondre à une réclamation, vendre, prendre un rendez-vous... Enfin, nous avons un module à la carte qui s'attache à perfectionner la qualité rédactionnelle, en orthographe et syntaxe mais aussi dans le style épistolaire, courriel ou mail. Nous animons ces formations avec les personnes des banques, des compagnies d'assurances, d'ONG...

Et pour l'hôtellerie, donc ?

Nous avons passé en revue tous les départements de l'hôtel (accueil, restaurant, bar, étages, room-service, spa, sécurité...) et nous nous attachons pour chaque département à déconstruire les moments-clés clientèles... Par exemple au restaurant, nous revoyons chronologiquement tous ces instants de partage avec le client : son arrivée, son installation à table, la prise de commande avec l'explicitation des plats, le service du vin, l'assistance durant le repas, la prise de congé... Pour nous, chaque moment d'échange avec le client doit être un sans-faute. Première impression et dernière impression sont toutes aussi importantes... A part la formation, nous proposons aussi des visites-mystère où nous pouvons également auditer la qualité de service d'un établissement et proposer tout un panel de solutions, visant à renforcer son excellence.

Qu'est-ce qui fait la différence des Formations « Mieux Communiquer » ?

Son côté concret, sans aucun doute, ses jeux de rôle qui reproduisent les situations vécues dans l'entreprise... Notre vécu professionnel rajoute également à notre expertise. Lorsque j'anime une session de formation à Tunis ou ailleurs, je suis moi-même habité par une véritable passion. Ce plaisir de communiquer mon expérience à d'autres personnes, souvent plus jeunes, me donne un « kïlo » irremplaçable comme nous disions en 2016 ! Dynamisme, écoute, empathie, adaptation, souplesse sont les qualités que doit toujours montrer un formateur... Dernier point : les documents post-formation sont également travaillés avec beaucoup de minutie... A chaque fin de session, nous remettons un livret de stage reprenant les grandes lignes de la formation, une attestation et un rapport d'appréciation du formateur.

Vous avez un bureau à Nantes en France, mais je crois aussi que la Côte d'Ivoire représente un nouveau marché cible qui a beaucoup d'importance pour vous ?

Absolument. Nous sommes en pourparlers avec plusieurs acteurs ivoiriens de la formation depuis plusieurs mois et nous apprécions déjà beaucoup le dynamisme et la volonté de réussir de nos contacts en Côte d'Ivoire. Nous espérons pouvoir concrétiser plusieurs collaborations d'ici fin octobre et partir animer des sessions de formation en inter-entreprises à Abidjan prochainement. La gentillesse des Ivoiriens, leur réactivité et leur empressement à se rapprocher de notre cabinet nous ont beaucoup touchés et notre Directrice de Formation intensifie ces contacts pour les voir fructifier.



A la lecture de leurs chiffres économiques toujours en pleine croissance et aussi en écoutant des amis tunisiens se félicitant de leurs partenariats avec les Ivoiriens... Depuis longtemps, je désire placer Stratégies Conseil Tunis sur une orbite africaine et j'espère que la Côte d'Ivoire me permettra de concrétiser ce souhait dans une volonté de collaboration Sud/Sud

STRATÉGIES
CONSEIL

Pourquoi avoir choisi la Côte d'Ivoire comme premier marché africain ?

A la lecture de leurs chiffres économiques toujours en pleine croissance et aussi en écoutant des amis tunisiens se félicitant de leurs partenariats avec les Ivoiriens... Depuis longtemps, je désire placer Stratégies Conseil Tunis sur une orbite africaine et j'espère que la Côte d'Ivoire me permettra de concrétiser ce souhait dans une volonté de collaboration Sud/Sud. Je vis en Afrique depuis 25 ans et je me sens complètement Africain, conscient de l'immense potentiel de ce continent. Le Maroc a pris beaucoup d'avance sur nous en Afrique et nous voulons, à notre échelle, apporter notre pierre à ce rayonnement des savoir-faire tunisiens en Afrique.

Le mot de la fin, Erich ?

Je dirais plutôt le mot du début (fin). Car l'aventure africaine continue pour mon cabinet et mon équipe un véritable défi que nous nous sentons prêts à relever, grâce à la réactivité de nos amis ivoiriens et au formidable effort que nous voulons faire pour construire ce pont gagnant/gagnant entre nos deux pays ! Ce qui ne veut pas dire que nous oublions la Tunisie où nous évoluons avec bonheur depuis plus de vingt ans, grâce à la confiance de nos partenaires tunisiens ! En tous les cas, bravo au magazine Entreprises pour avoir fait ce numéro spécial qui tend le main de l'un vers l'autre.

Interview conduite par Jamel JOUBA