

LES ATOUTS DE LA RÉUSSITE

**Sur la terre, il y a deux sortes de monde:
ceux qui programment
et ceux qui subissent les événements.
Si la carrière vous intéresse,
enrôlez-vous dans le premier peloton.**

PAR PIERRE LACERTE

Lorsqu'il débarque à Montréal en 1962, à l'âge de 18 ans, Humberto Santos se retrouve pour ainsi dire seul au monde. Issu d'une famille humble et sans grandes ressources, il vient de dire adieu à son Portugal natal et n'a dans ses valises que deux rêves: trouver une «job» pour manger et faire un jour traverser ses parents de ce côté-ci de l'Atlantique. Était-ce trop demander de la vie?

En ce qui concerne la réunification de la famille, disons tout de suite que son voeu a été exaucé puisque c'est bel et bien en sol du Nouveau Monde que son père fut inhumé et que sa mère vit toujours. Quant à la «job» de survivance, eh bien le moins que l'on puisse dire, c'est que les choses ne se sont pas déroulées comme il l'espérait. Eh non! Humberto Santos n'a pas su conserver sa «job» de commis à tout faire chez Eaton. Pour le rencontrer pendant les heures de travail, on est aujourd'hui forcé de se rendre au

siège social de la Banque Nationale, d'emprunter l'ascenseur jusqu'au quatrième, de prendre place dans un salon feutré et d'attendre qu'une dame courtoise nous conduise au somptueux bureau du premier vice-président exécutif, Affaires bancaires. Non, ne vous inquiétez plus, Humberto a de quoi manger!

Humberto Santos personnifie un *success story* tel que plusieurs aimeraient en vivre. Bien sûr, il a travaillé fort. Bien sûr, il a été tenace. Mais ce n'est pas suffisant pour réussir. Quelles sont donc les autres qualités qu'il faut posséder pour avoir le vent dans les voiles sur le plan professionnel et faire un véritable malheur dans sa carrière?

LA COURSE AUX DIPLÔMES

Si la société technologique balaye sans ménagement un tas de valeurs, certaines qualités, elles, ne seront jamais déracinées. L'expertise, la productivité et la compétence font partie des vertus qui continuent à figurer en tête de liste des ►

gages de la réussite. En plus de ne pas pouvoir compter ses heures, le gagnant qui ne veut pas se laisser dépasser par les changements qui surviennent n'a pas le choix de se perfectionner sans cesse. Peu importe le niveau professionnel que l'on occupe, la course aux séminaires, ateliers et cours de perfectionnement bat son plein. «Avant d'arriver là où je suis maintenant, confesse Humberto Santos, j'ai eu la vie dure. J'ai fait ma 10e, ma 11e, un baccalauréat en commerce et mon MBA en cours du soir. Ça m'a pris dix-huit ans.»

La formation continue est devenue d'autant plus essentielle que depuis la récession de 1982, bien des organisations ont coupé le nombre de paliers administratifs avec comme conséquence que les cadres restants doivent apprendre à gérer plusieurs types de problèmes à la fois. «D'ici deux, trois ou quatre ans», affirme Joseph Beaupré, associé au sein de la société de recrutement de cadres Caldwell Internationale, «les cadres intermédiaires seront appelés à monter plus rapidement et à accepter des responsabilités plus grandes. Ils devront prendre les bouchées doubles.» À la vitesse où vont les choses, il est devenu difficile de prévoir la hauteur de la vague qui s'en vient. Et pour parvenir à prendre des décisions rapides, on n'a d'autre choix que d'apprendre à *surfer* et à se maintenir sur la crête. Chaque cadre doit être capable de prendre du recul, de faire preuve de vision et de faire en sorte que ses idées se réalisent.

Sans une bonne intuition, il semble bien qu'il ne soit plus possible de réussir en affaires. D'ailleurs, une étude menée par le Cincinnati Small Business Development Center révèle que 60 % des dirigeants d'entreprises qui connaissent une forte croissance se fient davantage à l'intuition qu'à l'analyse rationnelle. Par contre, on constate que les dirigeants d'entreprises qui ont tendance à plafonner ne se fient à leur intuition que dans une proportion de 14 %.

L'intuition des gagnants, Pierre Pettigrew, jeune vice-président de Samson Bélair internatio-

nal, la possède certainement. Alors que l'on ne parlait ni du libre-échange, ni des négociations du GATT, il a vendu à Samson Bélair une idée gagnante: créer un département de marketing international pour venir en aide aux entreprises québécoises qui désirent s'internationaliser. «La chose la plus importante», constate-t-il sans vouloir être prétentieux, «c'est la compétence intel-

tration, des finances et de la gestion des ressources. «Des généralistes», soutient André Morrow, président de l'agence de communication Morrow, «ça fait des têtes bien moins embrouillées. Ce sont des gens qui ont plus de facilité à jeter un regard neuf sur les choses, à tirer une ligne directrice et à la communiquer au monde.»



***Pour gagner aujourd'hui,
Pierre Pettigrew, vice-président de
Samson Bélair International, estime
qu'il faut posséder la compétence
intellectuelle d'analyser,
de juger et d'évaluer la situation.***

lectuelle d'analyser, de juger et d'évaluer la situation.» Le succès de son idée lui a d'ailleurs valu d'être proclamé cadre de l'année lors du concours Prisme 1989 organisé par le Centre des dirigeants d'entreprise.

LA CHASSE AUX CERVEAUX

Le bras de fer qu'engagent les cadres se gagne avec des cerveaux musclés. On recherche à tous les échelons des gens plus créatifs et capables d'avoir une vue d'ensemble de l'entreprise, du marché, des consommateurs, de l'adminis-

Pas étonnant alors que les organisations insistent sur la curiosité intellectuelle, l'ouverture d'esprit et l'implication dans toutes sortes d'activités qui permettent de développer des habiletés de leadership, en même temps qu'une certaine visibilité. À cette enseigne, Pierre Pettigrew n'est pas en reste. Nommé, à 26 ans, directeur de la commission politique à l'Assemblée de l'Otan, à Bruxelles, il devient deux ans plus tard directeur du cabinet du chef de l'opposition officielle à l'Assemblée nationale du Québec. À 31 ans, il est conseiller de Pierre Elliott Trudeau sur des dossiers économiques. «J'ai toujours voulu sortir de mon milieu, voir beaucoup plus large et plus grand, connaître d'autres pays, d'autres continents.»

Quant à la visibilité, qu'il suffise de dire qu'à tous les matins, de cinq heures à huit heures, Pierre Pettigrew s'impose la discipline d'écrire des articles et des analyses, de préparer des entrevues et des conférences sur des sujets touchant le commerce international. «C'est important, dit-il, de donner une visibilité à nos travaux. Ça aide des

gens à se faire une opinion sur des phénomènes qui touchent notre société. En plus, cette visibilité rejaillit sur tout notre groupe. Mes confrères en retirent une grande satisfaction.»

LE LEADER BIEN-AIMÉ

Tous les experts s'entendent pour dire que la plus grande qualité que l'on puisse posséder pour réussir sa carrière, c'est le talent de communiquer. Humberto Santos approuve. «Si vous n'êtes pas capable de communiquer et d'entretenir de bonnes relations avec vos supérieurs, vos ►

pairs et vos subalternes, eh bien ce ne sera pas long que vous vous retrouverez seul. Il n'y a plus de place pour les solitaires.» Un ermite averti en vaut deux!

La communication est peut-être un don, mais Humberto Santos tient à préciser que c'est un don qui peut se développer. «Moi, quand j'étais jeune, je jouais de la guitare dans des soirées de danse, dans des hôpitaux et dans des maisons pour personnes âgées. Ça m'a aidé à mieux communiquer.» Mais comme tout le monde n'a pas eu la chance d'apprendre à gratter une guitare en public, le vice-président exécutif rappelle qu'il se donne des cours pour apprendre à parler, à s'exprimer et à communiquer.

Les gens étant de plus en plus scolarisés, la bonne vieille méthode forte a perdu des dents. Le salaire ne suffit plus à contenter les cadres qui exigent plus de convivialité de la part des organisations et qu'on leur laisse davantage d'occasions de faire preuve d'initiative. «De fait», souligne Jean Raymond, un autre associé chez Caldwell Internationale, «les entreprises tentent davantage de marier la chimie entre les gens et de porter plus d'attention à l'humain.»

Le tact et la diplomatie sont désormais des qualités qui ne peuvent plus se retrouver uniquement dans le bagage génétique des aspirants ambassadeurs! «De plus en plus», affirme François Gamonnet, président de Innovation Consultants, une firme de conseillers en développement de ressources humaines, «les cadres devront pouvoir identifier les besoins des employés, être en mesure de leur donner un support affectif et technique, de susciter l'intérêt, d'amener des groupes de gens à travailler en équipe, de créer un bon climat de travail et de générer la confiance.»

OBJECTIF MONDE

À une époque où la planète rapetisse comme une peau de chagrin et où la mondialisation des marchés est devenue une réalité, le problè-

me de la communication prend une autre dimension. «Il va falloir que nos gens apprennent d'autres langues. C'est crucial», insiste Humberto Santos qui parle lui-même cinq langues. Mieux! Pour réussir dans le contexte mondial d'aujourd'hui, il faut savoir ce qui intéresse ces gens d'une autre culture. Afin d'illustrer cette réalité, Pierre Pettigrew donne l'exemple d'un

tant.» Les gens qui seront sensibles à la diversité culturelle et dont la capacité d'adaptation permettra de bien fonctionner dans divers environnements auront une longueur d'avance sur les autres.

Jocelyne Boivin, honorée lors du Concours Prisme 1987 pour avoir développé avec succès le concept d'un nouveau type de confiture, a été



«Voyager, ça permet de regarder les problèmes sous d'autres angles. On a trop souvent tendance à vouloir réinventer la tranche de pain!»

– Jocelyne Boivin, vice-présidente marketing chez Culinar.

Québécois qui aurait été amené à faire un voyage d'affaires en France en 1989. «L'an dernier, tout le monde ne parlait que du bicentenaire de la Révolution française. Même le comptable qui accompagnait cet homme d'affaires aurait eu de sérieux problèmes s'il n'avait pas au moins su qu'il y avait eu la prise de la Bastille en 1789.»

Le fait d'avoir eu des expériences de travail sur d'autres continents pendant quelques années est également un actif appréciable. «Le simple fait, soutient Jean Raymond, de s'être frotté à une culture étrangère devient impor-

réemment promue vice-présidente marketing chez Culinar. Elle estime que pour gagner, il faut pouvoir se remettre en question. «Voyager, souligne-t-elle, en plus d'ouvrir les horizons, ça permet de regarder les problèmes sous d'autres angles. On peut tirer profit de ce qui se fait ailleurs. On a trop souvent tendance à vouloir réinventer la tranche de pain!»

Malheureusement, la qualité seule d'une idée ou d'une personne ne suffit pas pour qu'elle émerge tout naturellement. Qu'on le veuille ou non, pour mener sa carrière au zénith, il faut également savoir vendre sa salade. Jacques Tremblay, psychologue conseiller auprès de la firme Aide au développement des entreprises et des personnes et co-auteur d'un livre intitulé *L'art d'influencer sans remords*, est catégorique: «On n'a pas d'autre choix que d'apprendre à influencer la relation que l'on a avec les autres.» (Voir à ce sujet l'article «La manipulation positive», page 25.)

LES TENDANCES NATURELLES

Pour convaincre son entourage et faire passer son message, il faut d'abord être sûr de soi. Et pour avoir cette belle assurance, il est essentiel de bien se connaître. La plupart du temps, ceux qui réussissent ont une assez bonne opinion d'eux-mêmes. «Quand t'es bien dans ta peau», affirme Nicole Côté, présidente de Psycho Logic, une firme de Québec qui développe des stratégies de gestion des ressources humaines, «on dirait que toutes les portes s'ouvrent devant toi sans que t'aies besoin de bouger.» Humberto Santos tient tout de même à faire une mise en garde. «Il faut savoir ce qu'on veut, il faut avoir confiance en ►

soi, mais une certaine modestie, c'est bon. Spécialement en Amérique du Nord.»

Au fond, ce qui importe, ce n'est pas de se demander quelle image on veut dégarer, mais plutôt de savoir qui on est vraiment et se demander si on est cohérent avec soi-même. «Si on n'a pas de plaisir à faire ce que l'on fait, si on n'est pas bien en contact avec ce que l'on veut, met en garde Jocelyne Boivin, à un certain moment, on craque.» Il importe donc de découvrir ses valeurs les plus authentiques et de se décider à vivre en fonction de ses tendances naturelles.

Il ne s'agit donc pas d'essayer de se changer, mais bien plutôt d'exploiter au maximum ses talents naturels. «Si t'es un gros gars poilu très fort», lance Nicole Côté avec un brin d'humour,

«c'est sûr que ça va être dur de faire du petit point. Il faut savoir dans quoi on est bon et ce qui nous procure du plaisir. Quant aux défauts, aussi bien oublier ça... y'a pas d'avenir là-dedans!» Se découvrir, ça n'a rien à voir avec la révélation divine. C'est une écoute de tous les jours. À force de s'observer, on finit par identifier ce qui nous convient. Et si on ne parvient pas tout seul à remettre en place les morceaux



D'après Nicole Côté, présidente de Psycho Logic, la réussite c'est d'abord de savoir mettre à profit ses talents naturels.

du casse-tête, il reste toujours le psychologue. Sans compter, d'ailleurs, que de plus en plus d'entreprises mettent à la disposition de leurs employés toute une gamme de ressources destinées à leur venir en aide.

Une fois que l'on a dressé un bilan de sa vie actuelle, que l'on a mis de l'ordre dans sa tête, que l'on est parvenu à bien identifier les choses que l'on désire et qui nous motivent, il faut voir ce

que l'on est prêt à faire pour parvenir à ses fins. Si une bonne dose d'initiative est requise, Humberto Santos estime qu'il faut également de la patience. «Je trouve qu'aujourd'hui les jeunes sont trop pressés. Ils voudraient être président en arrivant. Ils devraient plutôt se concentrer sur ce qu'ils ont à faire aujourd'hui, accepter des changements de poste latéraux et une plus grande mobilité.»

Après tout, réussir sa carrière ne veut pas dire nécessairement devenir président de sa compagnie et inscrire uniquement des victoires professionnelles avec un grand V. Balzac a déjà écrit à propos de cette réussite-là que c'est «le mot du joueur, du grand capitaine, mot fataliste qui perd plus d'hommes qu'il n'en sauve».

La vraie réussite, c'est celle qui nous permet, chaque jour, de faire un petit pas de plus dans le champ aux limites infinies de l'épanouissement professionnel. C'est pourquoi, conclut Jocelyne Boivin, il est très important de se donner la chance de gagner de petites victoires tous les jours. Sinon, c'est difficile d'être stimulé. Ça ne sert à rien de vouloir entreprendre trop, trop rapidement. Les méga-projets, c'est écrasant. ▶

LES QUATRE VITAMINES DU SUCCÈS

Pour y aller à fond de train intellectuellement, il est nécessaire d'avoir la forme. Autant physique que mentale. Ça fait toute la différence entre la survie et le bien-être. Quand on a l'esprit encombré par toutes sortes de choses qui nous embêtent, notre capacité de concentration est moins bonne et nous n'arrivons plus à contrôler les événements. Par conséquent, il faut se réserver au moins une demi-heure ou une heure par jour pour ne penser qu'à soi, pour faire des exercices physiques ou de relaxation qui permettent de refaire le plein d'énergie. «C'est la seule façon de maintenir l'équilibre», jure Nicole Côté, présidente de Psycho Logic.

Deux autres vitamines s'appellent la persistance et la conviction que l'on réussira. Les gens qui percent se battent jusqu'à ce qu'ils trouvent la combinaison gagnante. La prédisposition mentale que l'on a à l'égard d'un acte ou d'un défi à relever est déterminante. Il faut de l'assurance et être positif. Pierre Dorais, président de Perform, une firme de formation des ressources humaines, estime qu'il faut se stimuler et se renforcer constamment. «Pourquoi ne pas fréquenter des gens positifs ou qui ont du succès. Personnellement, j'aime lire les biographies ou les portraits que l'on présente des chefs d'entreprises dans les magazines. Je suis également gros consommateur

de cassettes, que ce soient celles d'IBM, d'American Express, de Tom Peters, etc.» Ceci dit, le président de Perform précise qu'il ne fait pas cela pour devenir un Rockefeller. «J'ai accepté mes limites et je m'amuse à l'intérieur de ça.»

Une quatrième vitamine que l'on doit retrouver à la tonne, c'est la passion. Quand on est bien en contact avec ce que l'on veut, quand on se respecte et que l'on a vraiment du plaisir à faire ce que l'on fait, on ne craque pas sous le poids des heures passées au bureau. On ne voit même pas le temps filer. Le feu sacré vous dévore-t-il? Le burn-out n'a qu'à se rhabiller. Pas de saint danger qu'il vous grignote les neurones!

LES HUIT FONCEZ-Y BIEN

En cette fin de XXe siècle, tout le monde sait que les recettes miracles sont des histoires. Pour être un gagnant dans sa vie professionnelle, la potion magique cède le pas aux huit commandements. Étudiez-les, assimilez-les et foncez!

1 Apprenez à vous connaître

Avant de se lancer tous azimuts dans la course au succès, il faut d'abord s'assurer que la direction que l'on s'appête à prendre n'est pas en contradiction flagrante avec ce qu'on est vraiment. Quelqu'un qui ne respecte pas ses tendances naturelles accumulera les frustrations et les échecs. Découvrez où sont vos forces.

2 Soyez convaincu de votre réussite

Afin de gagner son pari, il faut se convaincre soi-même de ses capacités et prendre l'initiative. Modifiez graduellement vos habitudes de vie jusqu'à ce que vous atteigniez vos objectifs. Soyez positif et sûr

de vous. Par ailleurs, fréquentez des gens positifs et trouvez des modèles qui vous inspirent. Veillez à maîtriser votre stress.

3 Fixez-vous des objectifs réalistes

Quand on veut éviter les grandes déceptions ou encore de se buter contre un mur infranchissable, il ne faut pas brûler les étapes. N'ambitionnez pas de devenir président-directeur général en partant. S'il est bon de préparer ses flûtes pour l'avenir, il est essentiel de se concentrer sur ce que l'on a à faire aujourd'hui. Assurez-vous de vous accorder plusieurs petites victoires en cours de route.

4 Soyez un décideur éclairé

Dans le contexte actuel, pour être un gagnant, il faut avoir des qualités de visionnaire. Il est essentiel de prendre du recul, de se remettre en question, d'analyser et de gérer plusieurs situations à la fois. Cela fait, on ne peut se permettre d'hésiter.

Les décisions doivent se prendre rapidement. Apprenez à gérer votre temps.

5 Développez vos talents de communicateur

Il n'est plus possible d'être refermé sur soi-même. Le travail d'équipe étant primordial, il faut développer des qualités de rassembleur et d'animateur. Cherchez à créer un bon climat autour de vous, à valoriser les gens de votre entourage et à leur donner le support affectif dont ils ont besoin pour atteindre les objectifs communs.

6 Vendez vos idées

Pour arriver à ses fins, une grande force de persuasion n'est pas un luxe. Le charisme est primordial. Pour développer les attitudes qui convainquent, encore faut-il connaître son entourage. Soyez éloquent, apprenez à utiliser votre voix et votre gestuelle et mettez-vous en valeur. Habillez-vous de façon à donner confiance. Un peu d'humour n'a jamais tué personne.



Une graine du Musée royal de l'Ontario, Toronto

B.C.

INC.

1231 rue University
Montréal, Québec
H3B 2K2
514 283-1001
Fax 514 283-1029

NOTE DE SERVICE

DESTINATAIRE : M. Jean Gagnon

Jean,

Enfin, nous avons réalisé toutes les photocopies nécessaires des documents que nous devons distribuer au cours de notre conférence. Cependant, j'estime que ces documents exerceraient une plus grande force d'impact s'ils étaient en couleurs.

Comme les autres compagnies participantes distribueront des copies en noir et blanc, ce serait pour nous l'occasion parfaite de nous distinguer d'entre tous.

J'ai lu récemment que Canon vient de mettre au point un copieur couleur pour les entreprises. Ne serait-il pas opportun d'envisager l'achat d'un tel copieur dès son lancement sur le marché? Ainsi, non seulement aurons-nous la possibilité de nous distinguer de la concurrence, mais nous serions en mesure de prouver à notre clientèle que notre compagnie s'oriente résolument vers l'avenir.

Qu'en penses-tu?

Philippe

Philippe Beauregard

PB/ri

Montréal, Saint-John
et Toronto

A.D.

7 Perfectionnez-vous

Un changement n'attend plus l'autre. La concurrence non plus ne vous attendra pas. Quand on ne veut pas se laisser dépasser, il est impérieux de se mettre à jour. Les grandes compagnies encouragent la formation continue. En plus de permettre d'acquérir de nouvelles connaissances, les séminaires donnent entre autres l'occasion de rencontrer des gens qui ont les mêmes motivations.

8 Maintenez-vous en forme

S'il faut travailler d'arrache-pied pour être un gagnant, il faut aussi trouver un équilibre acceptable. Le performant sait doser sa vie professionnelle, familiale et sociale. Pour parvenir à se concentrer sur ce que l'on fait et s'assurer que l'on prend les meilleures décisions, il faut savoir se ménager du temps pour penser à soi. De la détente, du sport, un régime alimentaire équilibré et des habitudes de vie raisonnables, tout cela est capital.

LA MANIPULATION POSITIVE OU L'EFFET DE HALO

Si vivre c'est convaincre, comme le dit parfois le président Mitterand, réussir sa carrière, c'est souvent influencer son entourage. Vous aurez beau avoir la meilleure idée au monde, si vous n'êtes pas capable de la faire partager à vos patrons, à vos collègues ou à vos employés, elle ne vaut pas plus cher qu'une carte de membre du Parti communiste roumain!

Alors, comment influencer les autres sans les manipuler? Sachez d'abord que les humains que nous sommes sont généralement plus influencés par l'image et par la façon dont le message est communiqué que par le message lui-même. De fait, des études ont démontré que lors d'un échange, les mots ne comptent que pour 7 %, la voix, pour 38 % et l'attitude physique, pour 55 %. Quand on sait que dans le meilleur des cas, les gens ne retiennent qu'environ 10 % de nos propos, il ne fait aucun doute qu'une dose massive

de conviction est essentielle à qui tient à faire passer son message.

LES 30 SECONDES DU SUCCÈS

La parole étant moitié celui qui parle, moitié celui qui écoute (c'est Montaigne qui le dit!), le gagnant qui veut que ses propos aient un impact doit d'abord chercher à cerner son auditoire. C'est pourquoi il faut choisir des mots qui sont compris par tous, qui nous rapprochent d'eux, qui maintiennent leur attention et dont ils se souviendront.

Pour convaincre, les mots, c'est beau, mais le regard, la voix, la gestuelle, l'attitude et l'apparence ont davantage de poids. C'est dans les trente premières secondes d'une rencontre que les jeux se font. Dans ce court laps de temps, on oubliera facilement ce que vous dites, mais on retiendra l'impression que vous dégagez. ►

Le lancement du copieur laser couleur 200 de Canon établit une nouvelle norme d'excellence en matière de reproductibilité de qualité pour les entreprises. Cette norme s'appliquera à toutes les entreprises, grandes et petites, parce que celles-ci peuvent désormais aisément justifier l'achat d'un CLC 200 en raison de son prix abordable.

À l'aide du système de traitement numérique de l'image, le CLC 200 reproduit des couleurs d'une telle précision qu'il est pratiquement impossible de distinguer les copies de l'original. De plus, l'autosélection des couleurs distingue les originaux en noir et blanc des originaux en couleurs, et permet de les copier en même temps, assurant ainsi un traitement plus rapide des rapports constitués de plusieurs pages.

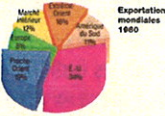
Fonctions d'édition d'image numérique

Les fonctions d'édition d'image numérique de pointe permettent de modifier les originaux afin de créer des documents personnalisés. Il suffit désormais de changer la position d'une image de gauche à droite, ou de haut en bas. On peut copier seulement les parties désirées d'un original ou en supprimer une section non requise. On peut aussi éliminer des images multiples d'un seul original et régler séparément l'intensité de chaque couleur pour obtenir l'effet désiré.

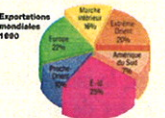
La technologie numérique permet en outre de modifier la taille et la forme de l'image tout en conservant sa parfaite netteté. En une seule étape, on peut réduire une image de 50 % ou l'agrandir jusqu'à 400 %, par tranches de 1 %. Et grâce à la fonction zoom, on peut étirer les images à la verticale ou à l'horizontale.

Un projecteur de film offert en option offre des possibilités quasi illimitées de créer son propre matériel de présentation. Les copies peuvent être tirées d'une grande variété de supports, y compris les diapositives et négatifs de 35 mm et les films et transparents de 8 po x 10 po.

Chez Canon, nous savons que l'utilisation de la couleur constitue la manière la plus efficace de donner une forte puissance d'impact aux communications d'affaires. Les recherches indiquent que dans ce domaine, l'avenir est à l'enseignement de la couleur. Le CLC 200 est sans contredit le copieur de choix des entreprises qui ont une vision intuitive et innovatrice de l'avenir.



Région	Pourcentage
Amérique du Nord	38%
Europe	25%
Asie	20%
Océanie	10%
Amérique latine	7%



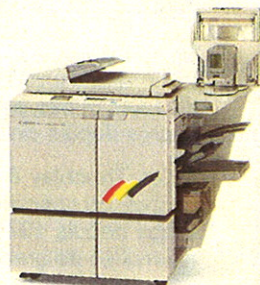
Région	Pourcentage
Amérique du Nord	38%
Europe	25%
Asie	20%
Océanie	10%
Amérique latine	7%



Le nouveau copieur laser couleur 200 de Canon est si avancé qu'il transforme l'évolution technologique en révolution. En effet, le CLC 200 changera la manière dont on traite les communications d'affaires.

Grâce à la technologie numérique et l'impression au laser auxquelles il fait appel, le CLC 200 reproduit les couleurs avec une telle fidélité qu'il est fort difficile de distinguer les copies de l'original. Ce copieur étonnamment abordable peut également reproduire et modifier les images de toutes les façons imaginables, le tout sur papier ordinaire.

Il faut le voir pour le croire. Alors, venez vite voir ce que ce copieur de pointe abordable peut faire pour votre entreprise. Demandez une démonstration au dépositaire Canon de votre localité ou obtenez plus de précisions en composant le 1-800-387-1241.



C.L.C.

Canon  **MD 200**
COPIEUR COULEUR À LASER

Comme on n'a jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression... on a tout intérêt à ne pas rater sa rentrée. À moins de se retrouver sur la scène du stade olympique, c'est par le regard que se fait le premier contact. S'il est fuyant ou distrait, la communication risque fort de ne pas s'établir et, du même coup, on peut dire adieu à la conviction.

Mais au-delà des premières impressions, le regard a son importance jusque dans les réunions de bureau. Regarder tout le monde, par exemple, permet d'intéresser chacun, de leur montrer qu'ils comptent à nos yeux, de maintenir le contact et d'observer leurs réactions. Plus on dispose d'informations sur chacun, plus on a de chances de savoir influencer. La place que l'on occupe autour d'une table de réunion a aussi son importance. Dans le cas où il y a risque d'affrontement, par exemple, Jacques Tremblay, co-auteur de *L'Art d'influencer sans remords*, explique que pour faire diminuer la tension, il est préférable de s'asseoir tout près de la personne

en question plutôt que de lui faire face. L'humour contribue également à dissiper la tension et à améliorer la productivité.

La voix aussi a son importance. Une voix stridente ou hésitante anéantit notre crédibilité de la même façon qu'une personne qui parle sans énergie ou charisme ne parviendra pas à conclure autant d'affaires. Afin d'éviter de tels malheurs, des gens comme Hélène Tirole, présidente de Parlec Communication, une firme qui offre des séminaires sur les techniques de communication, proposent des stages pour une présentation orale plus efficace. Le ton, le débit, la gestuelle et autres techniques aidant à faire passer le message sont au programme.

À compétences égales, les traits de personnalité jouent un rôle important. Francine Pharand, vice-présidente de la firme de conseil en recherche de cadre Claude Vézina, parle de l'effet de halo. «Quand on voit une personne bien mise et avec une belle apparence, dit-elle, on est porté à conclure qu'elle est bien sur toute la ligne.

L'allure et la façon dont on occupe l'espace ont une grande importance. C'est ce qui fait que l'on dégage une impression d'autorité, de pouvoir, d'influence et quoi encore.» Francine Pharand fait état d'une étude américaine réalisée auprès de finissants d'université qui constatait que parmi les étudiants ayant les mêmes antécédents, ceux qui sont plus grands se sont souvent vu offrir un salaire de 5 % à 8 % plus élevé. Morale de cette histoire: si vous êtes petit, gesticulez!

L'ÉTOFFE DU CHAMPION

On ne s'étonnera plus alors du résultat d'un autre sondage qui révèle que 90 % des employeurs interrogés croient que l'apparence et l'habillement ont une incidence appréciable sur les perspectives d'avenir d'un individu. Qu'on le veuille ou non, c'est à partir des vêtements que l'on porte que les gens jugent notre compte en banque, le degré de notre réussite et nos fréquentations. «Si vous n'avez pas l'image pour passer votre carte d'affaires», souligne Ginette Salvas, directrice de l'Académie de mode et couleurs du Québec, «vous êtes cuit!»

Au départ, il faut surtout éviter de surprendre. La meilleure façon de rassurer, c'est encore d'être le portrait fidèle de son client. Des conseils, ce n'est pas ce qui manque pour ceux qui voudraient vraiment tirer profit de leur apparence. Aux introvertis en quête d'un peu de panache, Ginette Salvas suggère d'y aller de quelques touches vives. Aux dirigeants d'entreprise qui prévoient un meeting plutôt difficile avec le personnel, elle suggère une cravate à petits motifs pour donner plus d'impact aux propos. Quant aux mal fringués, aussi bien savoir tout de suite que si un reproche doit être fait à quelqu'un, c'est toujours celui qui est mal habillé qui écope le premier!

Bien sûr, les gens qui oeuvrent dans ce domaine prodiguent leurs conseils individuellement. Si vous avez honte d'aller consulter, il reste toujours les écrits. Si vous voulez connaître la couleur la mieux appropriée pour un imperméable, si vous désirez savoir si les chemises à col contrastant sont bien vues dans les entreprises conservatrices ou auprès des gens de l'autre sexe, la bible s'appelle peut-être *New Dress for success*, de John T. Molloy, qui a également prévu une version pour la gent féminine.

Tous ces conseils peuvent certainement donner un bon coup de pouce à ceux qui veulent cueillir le succès. Mais attention! La crédibilité, ça ne peut pas se forger de toute pièce. C'est une fois que l'on a identifié nos valeurs les plus authentiques, notre façon d'être et de travailler que l'on peut commencer à exploiter ses talents de persuasion. L'image que l'on se donne doit coller avec ce que nous sommes vraiment. Si votre démarche n'est qu'un simple vernis, dites-vous une chose: *la commedia è finita!* □

Avis de nominations



M. Gilles Tremblay a le plaisir de confirmer les nominations suivantes : MM. Marc Levasseur, LL.L., M.B.A., conseiller principal, Gabriel Caloca, directeur de la recherche, et Gilles Shink, C.R.I., associé.

Diplômé en droit en 1972 et titulaire d'un M.B.A. depuis 1981, M. Levasseur a acquis une vaste expérience en gestion d'entreprise et en consultation, dans les secteurs tant public que privé.

M. Caloca possède plus de 25 ans d'expérience en recherche et sélection de personnel, dont 14 à titre d'associé dans différents cabinets de conseillers en information et recherche.

M. Shink est diplômé en relations industrielles. Il compte près de 20 années d'expérience en gestion des ressources humaines dans les secteurs public, parapublic et privé. Il est spécialisé en recherche de cadres depuis cinq ans.

Gilles Tremblay & Associés est un cabinet-conseil en recherche de cadres, de spécialistes et de membres de conseils d'administration. Établi depuis 1975, Gilles Tremblay & Associés sert une clientèle diversifiée de grandes et moyennes entreprises.

GILLES TREMBLAY & ASSOCIÉS