



Conseil communiqués par **Laurent Renard**,
auteur du « Guide des clubs, cercles et réseaux d'influence ».
*nb : Laurent Renard a été l'invité d'une conférence organisée par l'ESC RENNES ALUMNI, en mai 2009
à la Maison de la Bretagne (75015).*

Cercles, clubs services, think thank... ils sont conçus pour échanger sur un centre d'intérêt commun. Mais se rendre des services entre membres n'est pas leur vocation première. Et pourtant c'est bien ce qui s'y passe quotidiennement. A condition d'y mettre les formes. Enquête sur la club attitude ...

Comment réussir son intégration ?

Il y a plusieurs phases à respecter pour bien s'intégrer dans un réseau d'influence et s'y tisser un réseau de contacts prêts à vous rendre service.

Clé n° 1 : Sachez observer...

Dans tous ces clubs d'influence, il existe des dirigeants identifiés, des leaders d'opinion et ces derniers ne sont pas toujours identifiables immédiatement. Soyez à l'écoute et prenez le temps de situer les uns et les autres. « Ce n'est qu'après avoir détecté les pouvoirs et prérogatives des uns et des autres que vous pourrez prendre des initiatives au sein du club » recommande Laurent Renard.

Clé n°2 : ... et observer une certaine réserve

Qui dit observation dit aussi discrétion. Par exemple, distribuer ses cartes de visite à la cantonade dès les premières rencontres est très mal perçu. Personne ne vous le dira, mais vous risquez d'être discrètement mis à l'écart des échanges.

Clé n°3 : S'investir avec sérieux mais sans ostentation

C'est le moment de faire vos preuves en proposant votre contribution à la vie du club : préparer un dîner, participer à l'organisation d'une conférence... Pour autant, ce n'est pas la course aux responsabilités ! Il ne faudrait pas empiéter sur les plates-bandes d'un membre et risquer de le froisser.

Clé n°4 : Prendre une responsabilité au sein du club

Si vous le souhaitez, vous pouvez proposer votre candidature à un poste au sein du club.

Comment s'y prendre ?

Dans ces clubs, cercles et réseaux d'influence, les membres n'ont pas vocation à se rendre service les uns les autres. Et pourtant ils le font tous à leur façon. Alors comment s'y prendre ?

« Inversez la problématique, rendez vous-même service spontanément ! »

Il s'agit d'entretenir des relations d'échange mutuel. N'hésitez pas à transmettre des informations ou des bons plans aux membres, ceux avec lesquels vous avez des affinités, vous partagez le goût du même sport ou avez souvent les mêmes points de vue.

« Un membre se plaignait régulièrement du coût de ses communications mobiles » se souvient **Laurent Renard**. « Je connaissais un site Internet qui permet de transférer ses appels au prix d'une communication locale, je n'avais plus qu'à lui envoyer un mail. »

C'est exactement un type de « don profitable », explique-t-il. Vous donnez sans vous appauvrir une réduction sur des abonnements, des articles, des outils logiciels... que vous pouvez transmettre à plusieurs personnes, plusieurs fois. Avec le web, c'est tellement facile !

Faites connaître vos attentes

Sans insister, profitez des moments appropriés pour parler de vous. Par exemple, à l'occasion du rituel, « Comment ça va », étayez votre réponse :

« Je n'arrête pas ! Je cherche actuellement un client dans l'informatique et c'est épuisant. »

Mais n'en dites pas plus. Votre interlocuteur a compris vos attentes et saura désormais détecter les opportunités intéressantes pour vous.

Autre exemple, demandez conseil. Vous avez un rendez-vous avec un prospect exerçant dans un secteur bien connu de votre contact. Demandez-lui simplement son avis pour préparer ce rendez-vous ou un conseil éclairé sur votre argumentation.

Comment choisir le bon réseau ?

« Il y a autant de bons clubs que d'attentes différentes ! »

Les réseaux d'influences sont multiples : clubs services, cercles économiques, réseaux d'anciens de grandes écoles, réseaux de dirigeants... Tous ont leur propre protocole de recrutement et nombreux sont ceux qui pratiquent une sélection à l'entrée.

Pour trouver celui qui vous convient le mieux :

- **Faites le point sur vos motivations** : vous recherchez un réseau de dirigeants d'entreprises ? Vous êtes passionné de finances ou d'art contemporain ? Vous aimez rendre service ?
- **Recherchez les réseaux correspondant à vos attentes et évaluez leur degré d'ouverture**. Si vous correspondez à leurs critères de recrutement (âge, profil professionnel), il y a de fortes chances pour que votre candidature soit bien reçue.
- En cas de cooptation ou de parrainage, **rapprochez-vous des membres que vous connaissez** et qui pourraient vous introduire. « Sans cette recommandation, rappelle Laurent Renard, rares sont les cercles qui prendront en compte votre demande. Enfin, attendez-vous à ce que le réseau fasse son enquête ! Les candidats sont dans la plupart des cas audités avant toute entrée. »



Pour en savoir plus :

Laurent Renard, « Le guide des clubs, cercles et réseaux d'influence »

Comment fonctionnent les clubs et réseaux d'influence ?

Comment choisir celui qui correspondra le mieux à vos attentes ?

Quand l'intégrer et de quelle façon ?

Découvrez 300 clubs décrits et évalués selon des critères précis : puissance du réseau, sélectivité, qualité du lien entre les membres, conditions d'accès...