

Et s'il fallait networker avant même d'en avoir besoin ?

Pour pouvoir tirer au maximum parti de votre réseau, il faut donner afin d'espérer recevoir. C'est la leçon à retenir de la rencontre entre Hervé Bloch, l'une des figures du networking français, avec Grégory Herbé, CEO de MyJob.Company.

Temps de lecture : minute

22 mai 2017

Article initialement publié en mai 2017

Dès 2004, l'intuitif Hervé Bloch met à profit la puissance et la finesse des réseaux sociaux encore naissants, avant même qu'on parle d'inbound marketing : " en 2004, j'étais associé dans une startup internet et on avait peu de budget. Pourtant je gérais les RP, la communication, le marketing et le commercial. En parallèle, j'ai été l'un des tout premiers en France sur les réseaux Viadeo (à l'époque Viaduc) puis LinkedIn et j'ai commencé à développer une communauté", raconte l'homme d'affaires.



"C'était à la genèse, il y avait peu d'infiltrés dans ces réseaux, il s'agissait donc de véritables cercles de décision. J'ai pu créer une communauté plutôt efficiente, d'abord composée de gens que je connaissais vraiment. J'ai ensuite continué à développer mon réseau par capillarité.

J'ai fonctionné intuitivement comme ça : entendre des sujets qui ne sont pas forcément les miens, les rediriger vers des prestataires ou autres pour qui ces informations sont de l'or. Ainsi eux-mêmes me renverront les bons ascenseurs au bon moment, en fait c'est l'alchimie des temps modernes, je transforme du plomb en or.

Si par exemple aujourd'hui j'entends parler d'une opportunité en Espagne, je n'ai pas du tout d'activité en Espagne en revanche j'ai un copain qui fait exactement ce que je fais en Espagne. Donc je vais lui transmettre l'info. À l'inverse, quand il rencontre quelqu'un qui veut se développer en France, il me l'envoie. "

Donner pour recevoir

On n'a pas d'argent mais on a les bons contacts pourrait résumer le début de carrière d'Hervé Bloch et sa prise de conscience de la valeur d'un réseau bien construit : " Il y a eu une étape importante dans la construction de mon réseau : j'étais directeur commercial d'une entreprise en France et j'ai été nommé en Suisse...sauf que je n'avais jamais mis les pieds en Suisse.

À l'époque, j'avais déjà 1500 personnes dans mes différents réseaux pro, donc je décide de leur envoyer un mot pour leur annoncer ma promotion. Je ne m'arrête pas en si bon chemin et j'en profite pour leur demander un contact qualifié.

J'ai donc proposé de gagner un ballotin de chocolat Camille Bloch pour tout contact qualifié transmis par email. Et j'ai envoyé comme ça ce mail à tout mon réseau de l'époque. J'ai eu une vingtaine de retours de contacts d'excellente qualité.

C'est là que j'ai vraiment réalisé que ces 20 contacts, je les avais aidé auparavant. Je leur avais ouvert une porte, donné accès à une autre personne de mon réseau... Et ces gens étaient très contents de me renvoyer l'ascenseur ! C'est ainsi que je me suis créé un portefeuille de clients très rapidement, juste en envoyant cet email.

Ensuite, j'ai continué ce travail de réseautage en organisant des évènements tous les 3 mois, avec les gens du web suisse. Paradoxalement, c'était le petit Français qui fédérait l'écosystème numérique de la Suisse francophone !

Le réseau, c'est toujours ce qui m'a boosté. Et à partir de ce moment-là, j'ai vraiment pris conscience que ma philosophie de vie " donner pour recevoir " était aussi la meilleure philo pour développer mon réseau et donc mon business. "

Aide et ton réseau t'aidera

Pour Hervé Bloch, le réseau est aussi une question d'anticipation et de générosité. Il faut donner gratuitement, sans avoir de besoin précis en tête pour s'assurer d'un réseau de qualité : " imaginons que mon ami Martin me demande " pourrais-tu me présenter Louis ? ". Dans ce cas, je fais de la mise en relation et c'est déjà intéressant.

Mais ce qui est encore plus intéressant, c'est de mettre Martin et Louis en relation avant même

que Martin ne me le demande. En anticipant ses besoins " hé Louis, tu sais que Martin pourrait être vachement intéressant pour toi, je vais te le présenter ". Là, je me montre à l'écoute des autres.

Cette anticipation des besoins des autres est un des leviers fondamentaux du réseau. Il faut être généreux. Pour moi c'est cette générosité du don qui détermine si on a un bon réseau, ou non. Quelqu'un qui ne fait que " prendre " va appauvrir et fatiguer son réseau. Si je n'avais pas rendu des services, je n'aurai eu qu'un retour d'email et donc un seul contact en Suisse !

De la même manière, une personne qui n'active son réseau que quand elle cherche un emploi, c'est une erreur ! Quand tu cherches du boulot tu es aux abois, et en fait - il faut se le dire- tu n'intéresses personne. Alors que, si tu as rendu service quand tu étais en position de décideur ou de prescripteur, tu as créé un " stock " de renvoi d'ascenseur. "

Plus il y a de virtuel, plus il y a besoin de physique

Aujourd'hui Hervé Bloch fait de l'événementiel et le réseau est au cœur de son activité. S'il continue à accorder une importance à son réseau virtuel, ce sont surtout les échanges " physiques " qui lui importent : " le réseau est si puissant que j'ai décidé d'en faire mon métier par la création d'événements. Finalement, l'évènementiel c'est convaincre des prestataires de payer pour participer à un événement et de l'autre côté des annonceurs pour être invités.



Ce métier implique une connaissance accrue des gens qui font du digital et de leur métier... et on en revient toujours au réseau car c'est mon network qui me permet de faire des rencontres. Et ces rencontres doivent à un moment donné être réelles, physiques.

Nous sommes des humains et avons besoin de voir, sentir, humer, toucher les gens. C'est d'ailleurs à partir de ce constat que j'ai travaillé sur des évènements permettant de remettre l'humain au cœur des démarches business.

Les gens ont besoin de se regarder, de manger ensemble, de boire ensemble, de faire la fête ensemble. Car il ne faut pas se tromper, multiplier les contacts virtuels ne permet pas forcément d'être perspicace en physique : c'est une conviction, plus il y a de virtuel, plus il y a besoin de physique !

Quand j'ai conçu les BigBoss, il y avait deux évènements par an, une fois l'été et une fois l'hiver et assez vite, j'ai senti que ce n'était pas assez, il y avait une demande. J'organise donc un dîner tous les mois, ainsi que d'autres évènements plus intimistes tous les 6 mois.

Ces rencontres physiques sont également primordiales lors des évènements durant lesquels je délègue l'opérationnel à mes équipes pour pouvoir passer du temps avec les gens. Tout le reste de l'année j'ai des échanges virtuels - emails, téléphone, LinkedIn- là je suis face à eux, on peut se sentir, se renifler, la relation est toute autre. "

On peut connaître une fois 1000 personnes...

Hervé Bloch insiste beaucoup sur l'aspect qualitatif du réseau, le fait de connaître réellement les gens pour savoir quel service leur apporter : " les gens qui pensent avoir du réseau car ils ont 5000, 10 000, 15 000 personnes se trompent. Le réseau, il faut en faire quelque chose, le transformer.

Il est certain que si tu es connu de 5 personnes, tu n'iras pas très loin... mais si tu es connu de 10 000 personnes mais comme ne faisant rien de spécial...ça s'appelle l'accumulation. Et c'est trompeur car sur Twitter, on peut vite accumuler. À mon avis, LinkedIn est différent car il y a une action consentie d'acceptation mutuelle, c'est beaucoup plus qualitatif.

Car le réseau doit être bilatéral pour être efficace. C'est pour cela que je travaille beaucoup sur la qualité de ce que j'apporte à mon réseau : quelle expertise je peux offrir en service ? Quelle influence ? Quelle crédibilité ?

Je note que, depuis que j'ai créé les Big Boss mon réseau a finalement peu gagné en quantité mais il a gagné en influence. Les gens se sont dit " ah ouais, Bloch il a fait les Big Boss, au début on croyait que c'était une vaste blague et finalement ça dure depuis 4 ans, au début il y avait 150 personnes maintenant il y en a 500, au début il organisait ça avec 2 stagiaires maintenant il a 10 collaborateurs ".

Je travaille également beaucoup sur les contenus publiés sur mon site et mes différents réseaux. L'objectif est de créer une habitude en arrivant dans la timeline des gens chaque jour. Attention néanmoins à trouver la frontière entre être présent et être saoulant : le contenu, la qualité, dire quelque chose qui a un véritable intérêt pour les autres, faire de la curation. J'ai créé une communauté qui a une teinte donc je sais ce qui les intéresse. "

