



Réseauter professionnellement de bon matin

Randy Gigon

Mardi. 6 h 30. Ça grouille au Centre de Loisirs des Franches-Montagnes. Le parc se remplit. Des voitures griffées de noms et de logos se garent. «Le Franc-Montagnard» pétarade de concert avec les entrepreneurs. Direction: la réunion du BNI Jura, BNI comme Business Network International (Réseau d'Affaires International, en français).

Au restaurant du Centre de Loisirs, il y a déjà du monde. Qui avec un badge BNI, qui sans. Parmi les membres: Julien Erard, cadre dans le garage familial éponyme à Saignelégier. Au BNI, le jeune homme étudie les candidatures des futurs adhérents, il fait partie du comité ad hoc du chapter. «Chapter»? Comme «chapitre» ou, plus trivialement, section.

Le Jura se défend bien. Depuis la création du groupe en avril dernier, il compte 49 membres «à forte connotation ajoulote et de la vallée de Delémont» précisera plus tard Claude Laville, président de BNI Jura. C'est la raison qui a poussé les entrepreneurs à délocaliser leur séance à Saignelégier. D'ordinaire, ils se réunissent de bon matin à Courtemelon. Tous les mardis... à 6 h 30.

Pourquoi diable se lever si tôt? La réponse est dans le nom de l'association. «Network», cela signifie «Réseau» dans la langue de Bill Gates. Et Business... pas besoin d'explications. Les décideurs jurassiens sont là pour tisser leur toile commerciale, s'échanger cartes de visite et contacts. En définitive, ils sont là pour faire fructifier leur affaire, respectivement les affaires de l'entreprise dans laquelle ils ont des

responsabilités. Le credo de BNI: «Qui donne, reçoit!»

Vrai, ça? Julien Erard a déjà donné. Il a changé ses habitudes de consommation (mazout, lentilles de contact et bientôt réseau internet). Il a aussi fait profiter les autres membres de son «sac à dos», une image pour illustrer le réseau de contacts qu'il apporte avec lui et peut recommander à ses homologues.

Faire la part des choses

En retour, le jeune Franc-Montagnard n'a pas – encore – vendu 15 Renault. Mais des offres sont en cours et des affaires ont quand même été réalisées (pneus, pare-brise, etc.). Le secteur de l'automobile est particulier, témoigne-t-il, chacun ayant ses habitudes sans parler de l'avantage de la proximité. Dans la même idée, Julien Erard ne se voit pas prendre un peintre «certifié BNI», alors qu'il compte des professionnels parmi ses clients. «Il faut savoir faire la part des choses» relève-t-il avec sagesse.

Après croissants, cafés et poignées de mains à tire-larigot, il est déjà 7 heures. L'heure de monter à l'étage pour la séance. Claude Laville reprend les bases pour la vingtaine d'invités taignons. Le président rappelle cette règle: il ne peut pas y avoir deux représentants d'un même corps de métier au sein du groupe. La loi du marché n'est pas celle de BNI: pas de concurrence. «Ça évite les états d'âme!» explique-t-il.

20 secondes et une demande

Puis interviennent les présenta-

tions. Le temps imparti: 20 secondes, pas plus! Les décideurs défilent. Ils disent en deux mots ce qu'ils font et finissent, invariablement, leur *speech* par des demandes au parterre d'entrepreneurs. Elles commencent presque toutes par: «Je recherche un contact privilégié avec...».

Séance décentralisée oblige, on recherchait beaucoup de décideurs francs-montagnards, mardi aux aurores. Sans être exhaustif: Dominique Guenat de Valgine, le président du ski-club des Breuleux, le responsable intendance du Home La Courvine, le directeur du Centre de Loisirs André Willemin (il était dans la salle!), le gérant du magasin Volg de Montfaucon, un responsable de la Clinique Le Noirmont, Matthieu Roy, etc.

Les recommandations ont alors pu fonctionner à plein régime, le réseau se tisser. «Etre membre de BNI, c'est comme avoir 10 commerciaux sept jours sur sept» avait imaginé Claude Laville, en début de séance. En juillet, dans le Jura, le leader mondial de la recommandation a permis de réaliser un chiffre d'affaires de 170000 francs. Dans le monde, en 2017, ce montant s'est établi à 14,3 milliards de dollars pour plus de 236000 membres. On comprend mieux pourquoi certains se lèvent tôt.

Le Franc-Montagnard

Le Franc-Montagnard
2350 Saignelégier
032/ 951 16 55
www.franc-mont.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 2'180
Erscheinungsweise: 3x wöchentlich



Seite: 3
Fläche: 39'826 mm²

Auftrag: 1088611
Themen-Nr.: 260.001

Referenz: 70858818
Ausschnitt Seite: 2/2



Business Network International (BNI), section Jura, était en séance décentralisée à Saignelégier, avant-hier, pour recruter des décideurs des Franches-Montagnes. Dès 6 h 30, le réseautage professionnel s'est mis en marche. Debout en blanc: Philippe Cattin de l'entreprise Swiss Solartech aux Breuleux.

photo r