

Se former au *business development* : pourquoi et comment ?

Dans un contexte économique tendu et très concurrentiel, un nombre croissant d'associés s'interrogent sur la nécessité de se former au *business development*, avec pour but de développer leur clientèle et leur chiffre d'affaires. Parce qu'apprendre « sur le tas » est en général long et difficile, il est conseillé de suivre une formation qui mette l'accent sur les méthodes de travail et les compétences comportementales en matière de *business development*. Bien menées et adaptées aux réels besoins des avocats, ces formations leur permettent d'améliorer leur efficacité dans ce domaine de façon visible. Une préparation de ces formations sera la meilleure façon d'en retirer le maximum de bénéfices.

Les objectifs d'une formation au *business development*

Le *business development* (qu'on peut traduire en français par « développement de clientèle ») n'est pas à proprement parler un ensemble de compétences que l'on peut acquérir en se formant, mais plutôt une activité qui fait partie intégrante des missions d'un associé et même, dans certains cas, d'avocats *of counsel* ou collaborateurs senior. On peut décomposer cette activité en plusieurs sous-activités pour lesquelles certaines compétences sont nécessaires. Il peut s'agir de compétences méthodologiques (par exemple, « comment présenter son offre de services ? ») ou comportementales (par exemple, « comment être à l'aise dans un cocktail ? »). Plus généralement, il s'agit d'apprendre une méthode de travail générale qui s'intégrera progressivement dans le quotidien de l'avocat et qu'il perfectionnera pour l'adapter à sa pratique.

Pour éviter de perdre du temps et aller à l'essentiel, il est recommandé de procéder à un autodiagnostic ou de faire faire un diagnostic individuel pour chaque avocat. Car les faiblesses ou les manques peuvent différer d'un associé à un autre. À partir de ce diagnostic pourront être formulés les objectifs de la formation ainsi que les thèmes qu'elle abordera.

Les thèmes les plus souvent abordés sont (liste non exhaustive) :

- comment créer et développer un réseau de contacts ?
- comment structurer une offre ?
- comment « *pitcher* » ? Avec quels outils ?
- comment fidéliser un client ?
- comment développer sa notoriété personnelle *via* la presse, les réseaux sociaux, etc. ?

Les modalités de la formation

Une fois les objectifs et les thèmes identifiés, il faut :

- choisir un prestataire (de préférence expérimenté aussi bien en formation/pédagogie qu'en *business development* dans le domaine des prestations intellectuelles) ;
- définir avec lui le temps nécessaire (la durée et la périodicité) pour couvrir tous les thèmes ainsi que l'ordre dans lequel ils seront traités ;
- voir s'il est possible et souhaitable de faire des sessions collectives ou plutôt individuelles.

Il est recommandé d'identifier des cas ou des situations réelles qui pourraient permettre une application immédiate des méthodes apprises dans le cadre de la formation. De préférence, veiller à ce que la formation ne soit pas uniquement théorique, mais aussi pratique (avec des jeux de rôle, par exemple) afin que l'apprentissage soit plus rapide.

Idéalement, chaque session de formation se clôturerait par un plan d'action individuel qui identifie clairement ce que l'avocat aura à faire dans les semaines ou mois qui suivent la formation.

Un suivi à distance ou pendant des séances de travail peuvent être envisagés afin d'encourager la mise en application de ce qui aura été appris et la mise en œuvre du plan d'action individuel. L'expérience montre qu'il est difficile de changer ses habitudes et que les nouvelles méthodes de travail ou les nouveaux comportements ne s'intègrent que sur la durée. Pour cette raison, des « piqûres de rappel », par un intervenant extérieur par exemple, sont toujours les bienvenues car elles permettent de rentrer dans une discipline et une régularité qui sont les facteurs-clés de succès en matière de *business development*.

Anne Girard