

Ancien Gillette

Quand il a été embauché — arrivant après vingt ans chez P&G —, ils lui ont fait suivre un stage d'une semaine au siège, pour lui faire parcourir tous les processus de l'entreprise et lui transmettre toutes les informations utiles à son rôle.

Il est passé par le service clients, le crédit, la logistique, la gestion du personnel, le bureau du directeur général, bouclant la boucle avec le directeur commercial général.

Ce qu'il m'a raconté ensuite, c'est qu'au-delà d'être une entreprise éléphantinesque restée immobile pendant quelques décennies, Gillette portait aussi un potentiel énorme — un potentiel qui demandait à être développé — et il n'a pas perdu de temps pour y apporter sa part.

Mais il y avait une attention particulière envers les personnes : là où il avait l'habitude d'opérer avec des employés, des subordonnés et des supérieurs comme sur une échelle hiérarchique, ici il trouvait la figure de l'agent commercial. Et ce n'était pas seulement le langage qu'il fallait ajuster — toute l'attitude aussi : ne jamais commander ni ordonner, mais exposer calmement un point de vue et, là où l'entreprise l'autorisait, communiquer les procédures.

C'était un homme d'entreprise, et s'adapter lui venait facilement. Mais il a fait plus que cela : il a décidé d'investir sur l'agent le plus jeune de sa zone, faisant de moi son meilleur élève.

Quelques semaines après qu'il se fut installé comme mon chef de zone, je me suis retrouvé dans une salle de conférence d'hôtel à Catane, face à ce qui ressemblait à un second entretien d'embauche, me mesurant à quelqu'un doté d'une expérience, d'une culture d'entreprise et d'une formation bien plus grandes — parce que P&G ne se contentait pas de former et de fabriquer des managers, elle en faisait toujours des hommes gagnants, et c'est là l'étincelle qui a maintenu mon attention brûlante depuis.

Je me souviens qu'il a ouvert une feuille de papier et tracé une croix de Saint-Patrick. J'ai cru qu'il voulait jouer à la bataille navale — au lieu de quoi il a écrit : ZONE DE FORCE, ZONE DE FAIBLESSE, ZONE D'AMÉLIORATION, ZONE DE...

J'entrais chez P&G avec un mandat d'agent commercial portant la signature Gillette — presque un avant-goût du destin — et c'était la première fois que je travaillais pour une autre entreprise, toujours payé par ma mère.

L'épreuve n'a pas duré longtemps : deux ans seulement, assez pour dire que j'avais appris quelque chose, mais aussi que j'y avais mis quelque chose de moi.

Ferdinando

Ferdinando Frega — gillettenarrative.com