Martin Clark MBA

Réseautage

Au centre des organisations

2021



Réseautage Inc. Édition

Science du réseautage

Table des matières

LES REMERCIEMENTS DE L'AUTEURXI
'AUTEUR ET SES MOTIVATIONSXV
'auteurXV
es motivations de l'auteurXVI
L'équipe de conception, d'écriture et de relectureXVIII
LE RÉSEAUTAGE EST BIEN PLUS QU'UN 5 À 7XXI
POURQUOI CE LIVRE EST-IL ORIGINAL ET NOVATEUR?XXV
Public cibleXXIX
PertinenceXXX
AvantagesXXXI
NTRODUCTION1
Chapitre 1 - LE RÉSEAUTAGE7
Qu'est-ce que le réseautage ?8
es niveaux des activités de réseautage10
Niveau 1 : Une activité de réseautage de courtoisie ou d'opportunité11
Niveau 2 : Une activité de réseautage d'échange12
Niveau 3 : Une activité de réseautage d'entraide ou de codéveloppement13
Niveau 4 : Une activité de réseautage de coopération15
Niveau 5 : Une activité de réseautage de collaboration
es habiletés nécessaires pour les activités de réseautage17

Les activités de réseautage	20
Qu'est-ce qu'un réseauteur ?	22
Les composantes clés du réseautage	23
La confiance et le réseautage	23
Les concepts liés à la confiance et au réseautage	27
Les principes de base de la confiance et du réseautage	29
L'apprentissage par le réseautage	30
L'écoute et le réseautage	34
Le silence et le réseautage	36
Les avantages de coopérer et le réseautage	40
Les émotions et le réseautage	42
Chapitre 2 - L'ORGANISATION ET LE RÉSEAUTAGE	47
L'évolution des organisations impose le réseautage	47
La personne, élément de base du réseautage	49
L'intérêt des activités de réseautage	50
Les avantages d'une activité de réseautage	51
Le vrai but d'une activité de réseautage	53
La structure des activités de réseautage	54
L'approche « interactionniste »	54
L'ère de la spécialisation des organisations	56
Le rôle de la hiérarchie dans les organisations	58
Les relations sociales des organisations	59
L'ingénierie sociale et les réseaux entre les organisations	62
Chapitre 3 - LES DIFFÉRENTS TYPES DE RÉSEAUX ET LE RÉSEA I	JTAGE69
Un réseau peut-il améliorer la performance des organisations ?	69
Exemples familiers de réseaux : du simple au complexe	71
Les différents types de réseaux	73

Le réseau interne	74
Le réseau externe	
Le réseau horizontal	
Le réseau vertical	
Le réseau transversal	88
Chapitre 4 - LES RÉSEAUX DE PARTAGE D'AFFAIRES ET LE RÉSEAU'	TAGE 93
Qu'est-ce que la méthode des réseaux de partage d'affaires ?	93
Les objectifs des réseaux de partage d'affaires	97
Les niveaux de discussion et le fonctionnement des réseaux de partage d'	affaires .99
L'individu et le réseau de partage d'affaires	102
Les conditions d'un réseau de partage d'affaires performant	
Chapitre 5 - PRÉPARATION ET IMPLICATION POUR UN RÉSEAL	J
DE PARTAGE D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE	111
L'étape préalable à la participation	111
Les étapes pour la participation	112
La structure de préparation d'une activité de réseautage	
La politique d'accueil	
La planification de l'agenda	
Les conditions pour le bon déroulement d'une activité de réseautage :	
La méthode de prise de la parole	
La méthode d'écoute	
La méthode de prise de notes	
L'implication de la génération Internet	
Entre les rencontres d'une activité de réseautage ?	
Le déroulement d'un forum de discussions	
La mise en place et l'utilisation des forums de discussions	
La préparation des forums de discussions	121

Chapitre 6 - LA PARTICIPATION À UN RÉSEAU DE PARTAGE D'AF	FAIRES
ET LE RÉSEAUTAGE	123
Stratégie de prospection	123
a démarche de prospection	125
Le rôle et les devoirs du réseauteur et des partenaires pendant le RPA $^{\circ}$	126
Supervision d'un RPA [©]	127
Zimplication des partenaires	129
e comité d'éthique	130
Le code d'éthique	133
Assurer la réussite des partenaires	135
a préparation en ligne	136
e rôle du réseauteur durant le Réseau de Partage d'Affaires (RAP ®)	137
Le rôle et les devoirs du <i>réseauteur</i> et des partenaires après l'activité	
du Réseau de Partage d'Affaires (RPA $^{\circ}$)	139
Chapitre 7 - RECHERCHES ET OUTILS POUR UN RÉSEAU DE PAR T	ΓAGE
Chapitre 7 - RECHERCHES ET OUTILS POUR UN RESEAU DE PART D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE	
	143
D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE	143
Les recherches	143 143
D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE Les recherches Méthodologie utilisée pour ces recherches	143 143 144 145
D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE Les recherches Méthodologie utilisée pour ces recherches Pertinence de la revue de la littérature	143 143 144 145 146
D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE Les recherches Méthodologie utilisée pour ces recherches Pertinence de la revue de la littérature Aspects empiriques de ces recherches	143 144 145 146 149
D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE Les recherches Méthodologie utilisée pour ces recherches Pertinence de la revue de la littérature Aspects empiriques de ces recherches Les risques et les opportunités de ces recherches	143 143 144 145 146 149
D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE Les recherches Méthodologie utilisée pour ces recherches Pertinence de la revue de la littérature Aspects empiriques de ces recherches Les risques et les opportunités de ces recherches Les opportunités de ces recherches	143 143 145 146 149 150
D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE Les recherches Méthodologie utilisée pour ces recherches Pertinence de la revue de la littérature Aspects empiriques de ces recherches Les risques et les opportunités de ces recherches Les opportunités de ces recherches Des outils de réseautage	143 144 145 146 149 150 153
D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE Les recherches Méthodologie utilisée pour ces recherches Pertinence de la revue de la littérature Aspects empiriques de ces recherches Les risques et les opportunités de ces recherches Les opportunités de ces recherches Des outils de réseautage Les guides	143 144 145 146 150 153 154
D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE Les recherches Méthodologie utilisée pour ces recherches Pertinence de la revue de la littérature Aspects empiriques de ces recherches Les risques et les opportunités de ces recherches Les opportunités de ces recherches Des outils de réseautage Les guides Les portfolios ou cahiers de participation	143 144 145 146 150 153 154 155
D'AFFAIRES ET LE RÉSEAUTAGE Les recherches Méthodologie utilisée pour ces recherches Pertinence de la revue de la littérature Aspects empiriques de ces recherches Les risques et les opportunités de ces recherches Les opportunités de ces recherches Des outils de réseautage Les guides Les portfolios ou cahiers de participation Les outils du partenaire	143 144 145 146 150 153 154 155 157

Chapitre 8 - PROJETS DE RÉSEAUTAGE RÉUSSIS167
La planification du projet168
Méthodes pour la mise en action d'un Réseau de Partage d'Affaires (RPA ©)168
L'utilité d'un RPA [©]
L'objectif du réseau d'entreprise et des Réseaux de Partage d'Affaires (RPA $^{\circ}$)173
La gestion du projet
Identifier les défis et besoins de formation communs
Formation des partenaires au Réseau de Partage d'Affaires (RPA ®)177
Évaluation de l'impact des résultats des interventions
La réalisation du projet179
Les échéanciers et les réalisations
Déroulement d'une séance de formation et de coaching dans un RPA $^{\circ}$ 184
Résultats des partenaires aux formations et au coaching189
Intelligence émotionnelle
Organisation apprenante
Gestionnaire aguerri
Gestionnaire à coach
Savoir déléguer192
Mobiliser votre équipe193
Communication démystifiée194
Vendre un projet à la direction195
Optimiser le travail d'équipe196
Gestion du temps et des priorités
Assumer des nouvelles responsabilités
Gérer des employés difficiles197
Formation de formateurs
Développer les qualités de leaders
Gestion Projet
Gestion avec rigueur200

Climat de travail partagé	200
Prise de décisions éclairées	201
Bon superviseur	201
Désamorcer les conflits au travail	201
Chapitre 9 - LES TYPES DE PERSONNALITÉ ET LE RÉSEAUTAGE	205
La personne synergique	205
La personne synergique et le test de fonctionnement personnel	210
L'équipe synergique	217
Des projets en équipe	221
Le gestionnaire de projet stratégique	
Développer des comités et des équipes de gestionnaires de	
projets stratégiques (GPS [©])	225
L'organisation synergique (le réseau synergique interne)	227
Le Tableau de Bord Organisationnel (TBO ©)	234
L'évaluation et les résultats	236
Objectifs du réseautage : efficience, efficacité et productivité	237
Chapitre 10 - L'AVÈNEMENT DU RÉSEAUTAGE NUMÉRIQUE	259
La pandémie mondiale et le numérique	259
La pandémie et le réseautage	261
La prospection numérique	261
Facebook	262
Instagram	262
Twitter	263
LinkedIn	263
Les applications et les publicités	264
Adobe Creative Cloud	264
Canva	265

D'une plateforme à l'autre	265
Réseautage inc. en format numérique	265
Le changement d'approche	265
Un nouveau site pour un aller encore plus loin	266
Pour tous les niveaux de réseautage	267
Le réseautage de courtoisie	268
Le réseautage d'échange	268
Le réseautage d'entraide	269
Le réseautage de coopération	269
Le réseautage de collaboration	270
Les outils de la plateforme web de Réseautage inc	270
Les Tests de Fonctionnement	270
Les Tableaux de Bord	271
Le Gestionnaire de Projets Stratégiques (GPS [©])	271
Les services de la plateforme web	271
Les programmes de séminaires de Réseautage inc	271
Les rencontres d'opportunités d'affaires	272
L'Académie de Réseautage inc.	272
En développement continu	273
CONCLUSION	275
BIBLIOCRADIUE	270