

S o m m a i r e

<i>Remerciements</i>	1
<i>Préambule</i>	3
<i>Introduction</i>	5

Partie 1

Un décor de western

1. Une poudrière où tout le monde fume	11
La désorganisation organisée comme facteur de survie	12
Une structure de fonctionnement à géométrie variable	16
Une gestion des décisions erratique	20
Et surtout... la cohabitation perverse des bons et des brutes	24
2. Chronique d'un lynchage annoncé	29
Est-il « normal » d'avoir besoin d'un consultant ?	29
Consultant et consulting	30
L'arrivée du consultant : rien n'est simple	33
Le début de la mission : tout se complique	36
La recherche de solutions : rien ne va plus	41
La fin de la mission : sauve qui peut !	43

Partie 2

Un casting explosif

3. Le bon et la brute	49
D'où viennent-ils ?	50
Où les trouve-t-on ?	53

Qu'attendent-ils ?	55
Pourquoi restent-ils ?	57
Qu'en est-il du chef d'entreprise ?	58
Et les autres ?	62
4. Le consultant	65
D'où venez-vous ?	66
Que vendez-vous vraiment ?	68
Quel consultant êtes-vous ?	73
Quid du coaching et du management de transition ?	79

Partie 3

Un scénario tourné vers l'action

5. Le contrat : obtenir son étoile de shérif	85
Reconnaître le terrain à l'avance	86
Objectif n° 1 : prendre tout de suite l'initiative	87
Esquisser rapidement le contour de la situation	91
Identifier et valider les opportunités de mission	98
Effectuer – en temps réel – une proposition sur mesure	99
6. Pénétrer dans le saloon	105
Négocier les conditions de votre arrivée	106
Quand la musique s'arrête...	107
Être prêt à gérer les missions impossibles	110
Avoir les « moyens de les faire parler »	113
Puiser dans le magasin de munitions pour « traiter » chaque cas	116
7. Comment se faire respecter... vite	127
Faire sortir le client de l'immobilisme	128
Attaquer une situation bloquée ou un conflit larvé	129
Le plan d'action	131
Éteindre le premier foyer d'incendie à la dynamite	132
Recruter des acteurs courageux et les faire monter au front	135
8. « Réconcilier » les bons et les brutes	141
Identifier les bons et les brutes dès leur entrée en scène	142

Rééquilibrer les forces en présence à la pointe du fusil	144
Inciter les figurants à choisir un camp pour éviter les balles perdues	153
Poster des vigies sur la mezzanine : l'arme ultime	157

*Partie 4***Objectif : viser le happy end**

9. Pour une poignée de dollars	165
Montrer au client qu'on n'a pas été dupe : repasser la bande-annonce	165
Traiter le rapport final comme une grenade dégoupillée	170
Choisir le timing et les circonstances de son départ	173
Rendre son étoile de shérif et quitter la ville élégamment	176
10. Pour quelques dollars de plus	181
Capitaliser sur un comportement irréprochable	182
Obtenir une N+ 1 ^{ème} mission chez le même client ?	187
Se faire introduire dans le réseau du client	194
Obtenir des témoignages élogieux tant qu'il est encore temps	195
Faire témoigner son client dans des conférences et séminaires	198

*Partie 5***Le danger comme mode de vie**

11. Les difficultés	203
Positionnement client/consultant : risque de duel au sommet	204
Le déséquilibre entre le contrat théorique et la mission réalisée	207
Tendre vers la rémunération « juste » d'une prestation « ambiguë »	208
Le suivi de la mise en place des recommandations	212
Les contradictions qui font le charme du métier	214

12. Les pièges	219
Les pathologies du consultant	219
La neutralité impossible vis-à-vis des complicités, des affinités et des clans	222
Les risques du métier	223
La confusion des rôles entre consultant et salarié	227
<i>Les douze points clés du livre</i>	231
<i>Suggestions pour se lancer dans le métier</i>	233
<i>Conclusion</i>	235
<i>Bibliographie</i>	239