

Vois-tu un homme qui se croit sage ?

Il y a plus d'espoir pour un insensé que pour lui. (Prov. 26:12) Une histoire proverbiale de Ted Hildebrandt et Chatgpt

Maxwell Grant entra au siège de Larson & Co. avec l'assurance d'un homme qui ne s'était jamais trompé – du moins, pas à son propre avis. C'était le genre de consultant qui avait réponse à tout et qui se moquait des suggestions qui contredisaient ses diapositives PowerPoint impeccables. Pour lui, chaque problème avait une réponse simple, et cette réponse était généralement celle qu'il avait déjà décidée.

Larson & Co., une entreprise familiale de logistique qui avait traversé trois récessions, était confrontée à un nouveau défi : la disruption numérique. Ses concurrents adoptaient des chaînes d'approvisionnement pilotées par l'IA, et ses clients commençaient à exiger une livraison le jour même. Maxwell a été recruté pour piloter la transformation technologique de l'entreprise.

Dès son arrivée, Maxwell a balayé les inquiétudes des employés. Lorsque la responsable des opérations d'entrepôt, Maria Chen, lui a expliqué que leurs itinéraires de livraison en zone rurale ne pouvaient pas supporter le type d'automatisation qu'il proposait, il l'a repoussée d'un geste de la main. « Vous vous accrochez au passé », a-t-il dit en tapotant sur sa tablette. « Faites confiance au processus. »

Il n'a pas sollicité de retours. Il n'a pas ajusté son modèle lorsque les faits allaient à l'encontre de ses propositions. Il estimait que les 40 années d'expérience de l'entreprise étaient dénuées de pertinence face à son brillant parcours universitaire.

Le nouveau système a été lancé en huit semaines. Sur le papier, c'était parfait. En pratique, ce fut un désastre.

Les chauffeurs ne parvenaient pas à suivre les instructions d'acheminement complexes de l'IA, surtout en zone rurale. Le système d'inventaire automatisé étiquetait mal les stocks en raison de formats d'étiquetage incompatibles, ce qui entraînait des pertes de livraisons et des retards de commandes. Les clients de longue date, irrités, ont commencé à appeler, frustrés. Un à un, ils sont partis.

Le conseil d'administration, alarmé par la chute des revenus, convoqua une réunion d'urgence. Maxwell, toujours aussi sûr de lui, fit une présentation éblouissante, imputant l'échec au « manque d'adhésion » du personnel. « Le système est solide », insista-t-il. « Le problème, ce sont les employés luddites. » Sa solution fut de licencier

Maria et d'autres personnes qu'il considérait comme traînardes. « Il faut casser des œufs pour faire une omelette », répondit-il .

Maria, assise tranquillement au fond, se leva enfin. « Puis-je parler ? » demanda-t-elle. La salle marqua un silence. Le président acquiesça.

« Maxwell n'a jamais demandé aux gens sur le terrain ce dont ils avaient besoin », dit-elle calmement. « Nous n'étions pas contre le changement ; nous voulions simplement une solution concrète. La sagesse ne réside pas seulement dans la connaissance des astuces technologiques, mais aussi dans la capacité à mettre en œuvre concrètement la vision et à former nos employés, comme nous l'avons déjà fait dans notre entreprise. »

Le silence régna dans la salle. Puis le président s'adressa à Maxwell : « Nous vous avons engagé pour votre expertise. Mais vous êtes venu ici pour enseigner, pas pour apprendre. Un proverbe s'applique ici, je crois : voyez-vous un homme qui se croit sage ? Il y a plus d'espoir pour un imbécile que pour lui . »

Le conseil d'administration a mis fin au contrat de Maxwell le jour même. Maria a été nommée responsable par intérim du projet de transformation. Elle a constitué une équipe composée de magasiniers, de personnel informatique et de conducteurs de ligne. Ils ont piloté des changements progressifs, écouté et évalué les retours, puis ont étendu ce qui fonctionnait et éliminé ce qui ne fonctionnait pas.

En six mois, Larson & Co. a commencé à se redresser. Leurs clients sont revenus et leur efficacité s'est améliorée.

Maxwell, quant à lui, est passé à une autre entreprise, armé d'un autre diaporama éblouissant comme s'il n'avait rien appris de son échec chez Larson & Co.

Et pour les employés de Larson, la leçon était claire : lorsque vous recrutez des consultants externes, il suffit d'écouter le vieux proverbe : « Voyez-vous un homme qui se croit sage ? Il y a plus d'espoir pour un insensé que pour lui » (Proverbes 26:12).