



## LA COACH QUI APPREND AUX JEUNES À TÉLÉPHONER

Depuis dix-sept ans, la Canadienne Mary-Jane Copps, fondatrice de The Phone Lady, forme aux bonnes pratiques de la communication par téléphone. Très réfractaires au combiné, les millennials comptent aujourd'hui parmi ses plus gros clients.

Par Isabelle Lesniak  
Illustration: Zeloot

titre d'origine  
**MARY-JANE  
COPPS,  
LA CANADIENNE  
QUI APPREND  
AUX JEUNES  
À TÉLÉPHONER**

**D**epuis dix-sept ans, la Canadienne Mary-Jane Copps sous son délicieux nom de code professionnel: The Phone Lady. Dix-sept ans que, depuis Halifax (Nouvelle-Écosse), cette affable Canadienne forme les générations à l'art de téléphoner. Par le biais d'un coaching personnalisé d'une heure ou d'interventions collectives plus génériques d'une demi-heure, elle dispense ses conseils pour bien démarrer une conversation avec un interlocuteur qu'on ne connaît pas, capter son attention sans lui donner l'impression d'empiéter sur son calendrier, exprimer simplement et clairement les raisons d'un coup de fil et, in fine, établir les bases d'une relation commerciale fructueuse. L'ex-«réceptionniste, journaliste, manageuse et entrepreneuse» s'enorgueillit de connaître intimement les petits trucs de la communication par téléphone pour avoir utilisé cet outil durant toute sa carrière. Aujourd'hui, elle va jusqu'à former 800 personnes lors de webinars mensuels organisés pour une grosse entreprise de la côte ouest des États-Unis.

«Je n'enseigne rien de trop compliqué. Il ne s'agit pas de maths ou de physique, seulement de bon sens. Mais il faut bien avouer que la capacité de passer un simple appel fait de plus en plus défaut à nos contemporains, et notamment aux jeunes générations, très réfractaires au téléphone», expose la sexagénaire à la coupe courte toute blanche. On la cueille au saut du lit, prête à affronter une longue journée de travail et à jongler entre les fuseaux horaires depuis son

bureau très cosy où trône une toile fort à propos: un tableau à la Andy Warhol où les quatre portraits de Marilyn ou Mao ont été remplacés par des combinés aux couleurs acidulées.

Si la phobie du téléphone n'est pas un phénomène nouveau – elle remonterait même au premier appel qu'Alexander Graham Bell passa à son assistant Thomas Watson le 10 mars 1876! – elle s'est considérablement aggravée dans les dernières décennies, notamment chez les millennials. Qu'ils sont nombreux, parmi ses clients, ces vingtenaires qui ont grandi avec un smartphone dans la poche mais ne décrochent jamais en cas d'appel et utilisent leur fidèle compagnon pour toute autre chose que la conversation: navigation sur Internet, SMS, chat, messages WhatsApp, à l'extrême rigueur messages vocaux (voir encadré)! «Beaucoup de baby-boomers qui maîtrisaient le téléphone ont pris leur retraite. Ils ont été remplacés par des salariés plus jeunes qui n'y recourent jamais, même pour commander une pizza. Les employeurs se rendent compte qu'il leur manque certains soft skills qu'ils considéraient comme acquis. Ils font appel à moi pour corriger le tir!»

Les sessions démarrent parfois par des exercices faciles pour ne pas effrayer le client: une liste d'appels à effectuer auprès des membres de sa famille pendant le week-end, la prise d'un rendez-vous chez le médecin ou le dentiste. Les appels pour démarcher des clients ou des prospects potentiels attendront que l'élève soit pleinement en confiance. La formatrice l'assure: trois heures suffisent pour vaincre l'anxiété des plus réticents, et les blocages les plus élémentaires peuvent souvent être résolus en 30 minutes.

**UN MODÈLE B TO B FLORISSANT**  
Mary-Jane Copps sait monétiser le «bon sens». La professionnelle prend 135 euros pour une heure individuelle de formation et 600 euros l'heure pour un webinar collectif. À ce prix-là, elle prend le temps de réécouter les conversations qu'elle a enregistrées avec ses élèves pour envoyer à chacun un rapport écrit sur ses points forts et ses faiblesses. Mary-Jane est chère, mais elle peut se le permettre. Ses services sont reconnus et vantés par une large partie des médias anglo-saxons, de Bloomberg au *Wall Street Journal* en passant par la BBC et Fox News. Elle a notamment bénéficié d'une belle couverture de la presse après la publication de son livre *The Phone Book* en 2015.

Depuis 2006, son modèle B to B n'a jamais flanché tant la demande est forte. The Phone Lady a travaillé pour 700 clients sur les marchés anglo-saxons et formé 15 000 personnes, dont certaines équipes commerciales de Microsoft. Rien que ce mardi-là, elle enchaîne des sessions avec deux employés d'une compagnie d'assurances qui n'arrivent pas à atteindre le quota d'appels imposé par leur hiérarchie, une formation pour le personnel d'une société de l'Alabama qui a failli perdre un client parce qu'aucun salarié n'avait daigné décrocher son

téléphone pour en finir avec une série d'e-mails demeurés sans réponse, un accompagnement personnalisé avec un vendeur qui se plaint de ne pas parvenir à joindre les cadres décisionnaires. Elle finit son interminable journée par un point de situation avec une entreprise de médicaments pour chiens qu'elle accompagne à distance quatre fois par an.

«Toute formation commence par l'identification du malaise individuel, explique Mary-Jane. Avant de proposer des solutions, il faut se demander pourquoi telle personne est si mal à l'aise au téléphone. Certaines redoutent d'être confrontées à des questions difficiles auxquelles elles ne peuvent répondre immédiatement. D'autres expriment leur incapacité à parler et réfléchir en même temps. Quelques-unes sont gênées par leur accent ou leur façon de s'exprimer. Il faut fournir des lignes de dialogue adaptées à chaque scénario.»

**L'IMPACT DES CONFINEMENTS**  
On aurait pu croire que la visioconférence, généralisée depuis la pandémie de Covid, porterait un coup sévère aux affaires de la dame du téléphone. C'est le contraire qui s'est produit. «Pendant les confinements, j'ai reçu tant d'appels à l'aide d'organisations minées par la fatigue de la visioconférence, raconte Mary-Jane Copps. Parler face à une caméra est bien plus épuisant qu'au téléphone. Et les structures de plus de 100 salariés, celles avec qui je collabore le plus, se sont retrouvées saturées par les messages envoyés sur une multiplicité de canaux sans aucune cohérence globale. Une même question peut être simultanément adressée à un collaborateur par e-mail, Slack, SMS et réapparaître dans une réunion sur Zoom. On comprend que les gens soient fatigués ou même exaspérés par cette mauvaise communication alors qu'il suffirait d'un coup de fil, impromptu ou planifié, pour clarifier les choses!»

Par intérêt autant que par goût, Mary-Jane se dit persuadée de la supériorité du bon vieux combiné pour établir une communication efficace, sans distraction visuelle. «Lors d'une visio, votre attention peut se porter sur l'arrière-plan, les vêtements ou les expressions faciales de vos interlocuteurs, alors que le téléphone permet une concentration maximale.» On en serait presque embarrassé d'avoir organisé notre rencontre par Zoom... ●

Plus d'infos sur [lesechos.fr/weekend](http://lesechos.fr/weekend)



### LES FRANÇAIS ET LEUR TÉLÉPHONE

95% des 15-29 ans possèdent un smartphone (Insee, janvier 2022).

Les 15-24 ans passent **3 heures 41** par jour en moyenne sur leur smartphone,

les 25-64 ans y consacrent **2 heures 12** (Médiamétrie, novembre 2021).

**6** détenteurs d'un téléphone sur **10** filtrent ou refusent

les appels sur leur fixe ou leur mobile, les 30-55 ans étant les plus enclins à ne pas répondre et les plus de 75 ans les plus disposés à prendre les appels (Insee, janvier 2022).

**28%** des adolescents disent répondre «tout le temps» aux messages envoyés par SMS ou chat, «de jour comme de nuit». En revanche, **39%** des ados reconnaissent

avoir déjà ignoré un appel de leurs parents et **31%** filtrer régulièrement leurs messages (sondage BVA pour Wiko auprès des 12-17 ans, septembre 2018).