



**Conseil
pédagogique
interdisciplinaire
du Québec**

***Efficaces et efficients une affaire de
mobilisation!***

***René Desharnais
16 Novembre 2018***



Quelques préalables...

Votre style d'influence

et

Une équation utile



STOP!

**TASSEZ-
VOUS**

IMPLICATION

ANTIPATHIE

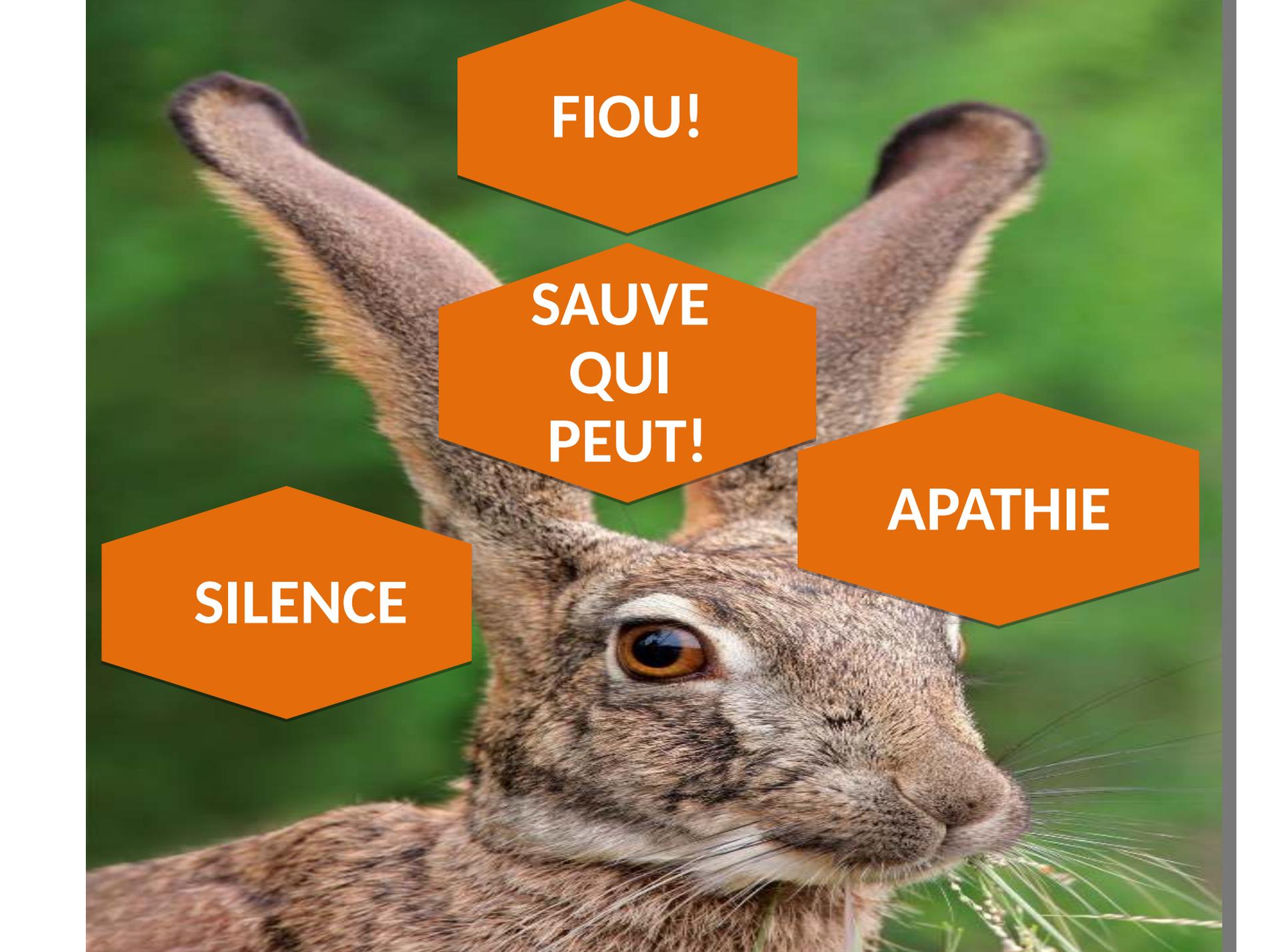
A white dolphin is swimming in clear blue water. The dolphin is positioned in the center of the frame, facing right. It has a sleek, curved body and a small dorsal fin. The water is a vibrant blue with some ripples on the surface.

BON!

**CHERCHONS UNE SOLUTION
GAGNANTE POUR TOUS**

ÉLÉGANCE

EMPATHIE



FIOU!

**SAUVE
QUI
PEUT!**

APATHIE

SILENCE

A black bear is shown in a vineyard, eating a bunch of dark grapes. The bear's face is the central focus, with its eyes looking slightly to the right. The background is filled with green grapevines and leaves, creating a natural, outdoor setting. The bear's fur is dark and appears thick. The overall scene is bright and sunny, with natural light filtering through the leaves.

AHHH!

**ON SE
FERA PAS
DE MAL...**

BIENVEILLANCE

SYMPATHIE



Résultats

Personnes





Je choisis d'être un...quand:



- Ma patience est à « boutte ! »
- J'ai pas envie d'influencer vraiment...

- Je ne veux pas inquiéter personne
- J'ai peur de perdre la relation ou mon mandat, mon poste etc.



- J'évalue que l'autre personne est limitée ou brimée (sauveur)
- Je sens que ce n'est pas le bon moment...

- C'est mon premier réflexe!
- Y'a presque toujours une solution...



Les impacts négatifs



- Ça encourage la compétition
- Risque de démobilisation
- Probabilité de se faire des ennemis ...

- Ça ne règle rien...
- Risque de conflits qui durent...



- N'est pas pris au sérieux
- Possibilité d'être perçu « têteux »

- S'investit corps et âme
- Risque de déséquilibre ... « usant » de toujours chercher le meilleur...



Ma frustration se traduit par:



- L'**impulsivité** pour maintenir mon pouvoir...

- Le **retrait** pour maintenir une sécurité relative...



- L'**affirmation** pour maintenir le défi gagnant/gagnant!



Les forces



- « Ça déménage! »
- Action/ dénonciation

- « Ça ne nuit pas... au moins! »
- Survie / conscience du danger



- « Ça conforte! »
- Alliances / bonnes relations

- « Ça fait grandir! »
- Rassembleur / CRÉDIBILITÉ



Pf : f [Pr + Profil + Volonté + Soutien]

La performance serait fonction de :

Pr : Une **perception** adéquate du rôle attendu

Profil : La **correspondance** au profil requis en termes de connaissances, d'habiletés et d'attitudes

Volonté : L'**adhésion** et la **motivation** à jouer le rôle tel qu'attendu

Soutien : L'appui du supérieur immédiat et de la gestion au facilitant l'exercice de son rôle de **développement** de la personne, ainsi que la mise en place des **conditions** aidantes.

Source : Pierre Lefebvre

Choisir d'être un leader!





Mobiliser : un défi!

Au cœur de la mobilisation...

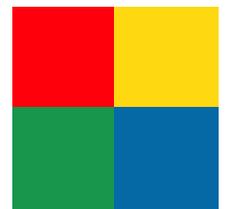
L'estime
de soi



Activité

- ❖ Partagez avec les gens de votre table une expérience où quelqu'un dans votre vie professionnelle, a eu un impact positif sur votre estime de vous-même...
- ❖ Quels ont été les impacts **positifs** et **négatifs** sur vous et sur votre mobilisation?

Au cœur de tout



Réseau DOF

Les cinq sources d'estime de soi

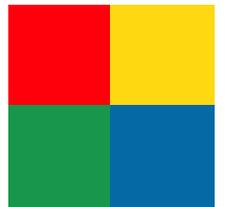
I n t é g r i t é

A c c o m p l i s s e m e n t

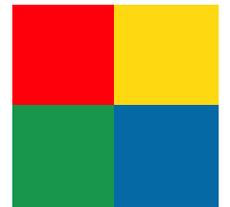
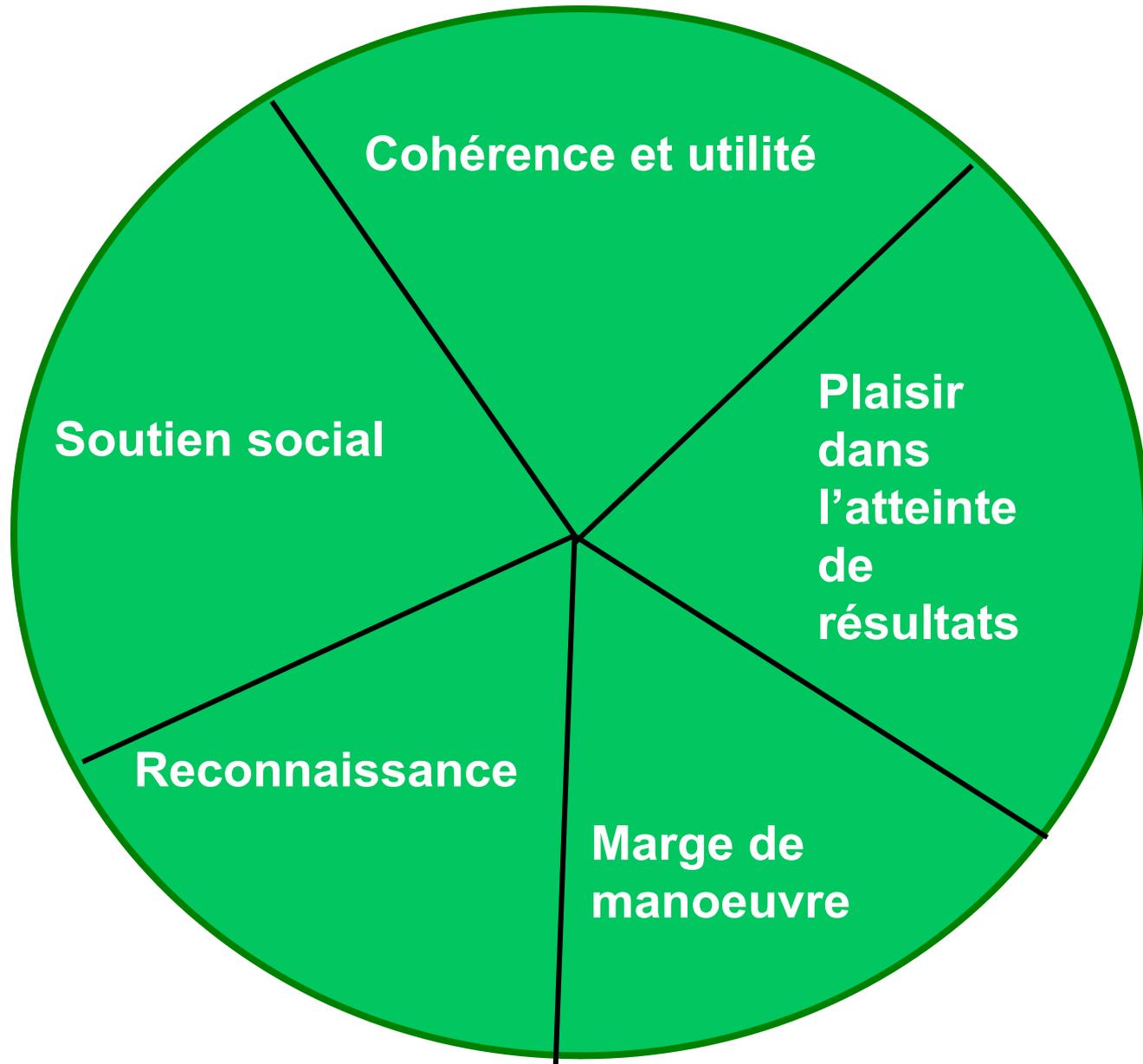
I n f l u e n c e

V a l o r i s a t i o n

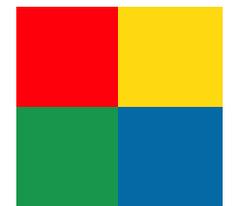
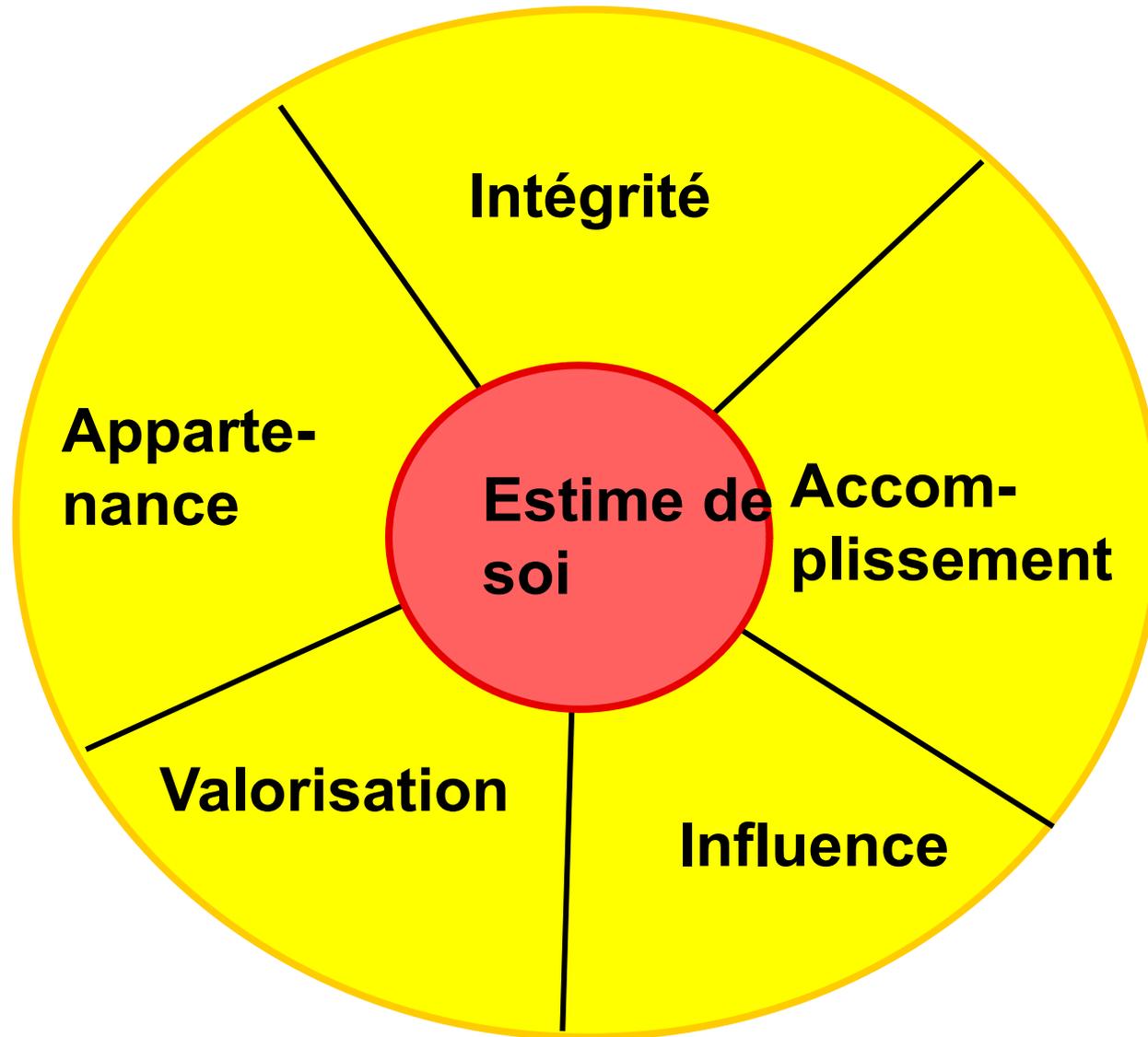
A p p a r t e n a n c e



Les besoins de l'employé ou de l'élève



Les sources de l'estime de soi



**1er besoin :
l'intégrité**



Les cinq leviers de la mobilisation

2e besoin : l'accomplissement



Les cinq leviers de la mobilisation

3e besoin : l'influence



Les cinq leviers de la mobilisation

Définition de la crédibilité

- ① Valeur totalement subjective
- ① Accordée par les autres
- ① À partir de leurs critères
- ① En fonction de leur perception

Crédibilité - Caractéristiques

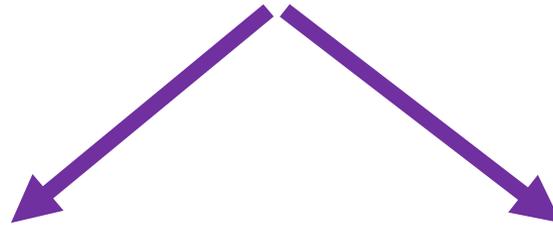
- ① Subjective
- ① Fluctuante
- ① Culturelle
- ① Circonstantielle

Principaux facteurs de crédibilité

- ① La compétence
- ① L'expertise relationnelle
- ① Les antécédents
professionnels

Une question d'attitude

Crédibilité



Culpabilisation

Responsabilisation

Cinq pièges à éviter

- ① Mentir
- ① Nier la subjectivité de la crédibilité
- ① Banaliser une situation
- ① Faire preuve d'incohérence indécente
- ① S'associer à des personnes ou organismes peu crédibles

Continuum d'influence

Intransigeance ← → **Prostitution**

**Zone de confort et
d'adaptation**

Deux manières de gérer sa crédibilité :

- ① Choisir de correspondre aux critères et rendre visible cette correspondance
- ① Faire changer les critères

Deux conséquences possibles à l'intransigeance :

- ① S'éjecter (se choisir)
- ① Prendre le risque de se faire éjecter

4e besoin : la valorisation



Les cinq leviers de la mobilisation

5e besoin : l'appartenance



Les cinq leviers de la mobilisation

L'appartenance à l'organisation



Engagement

La passion
Je défends, je milite,
je m'implique



Adhésion

La conviction
Je me rallie, je soutiens, **j'explique**



Loyauté

L'éthique
Je m'adapte, **j'applique**

Activité : mon appartenance

Quel est votre niveau d'appartenance actuellement?

1. Bras
2. Tête
3. Cœur
4. Bras + tête
5. Bras + cœur
6. Tête + cœur
7. Bras + tête + cœur

20 SECONDES DE COURAGE!



Soyez courageux!

Feed-back et demande de changement de comportement

1. Identifier son intention avant de donner le feed-back (suite)

➤ Des exemples d'intentions nobles :

- a) pour améliorer la relation
- b) pour améliorer le climat
- c) pour améliorer notre crédibilité et bénéficier de ses avantages
- d) pour le responsabiliser
- e) etc.

Feed-back et demande de changement de comportement

2. Ajuster le feed-back à la qualité de la relation; le feed-back ne peut pas être plus grand que la relation avec le récepteur.
3. Avoir identifié ses sentiments à exprimer, pour être en mesure d'éviter les charges émotionnelles.
4. S'appuyer sur des choix corporatifs lorsque c'est possible; par exemple, le comportement observé ne correspond pas à la valeur de collaboration, de respect ou de civilité.
5. Être disposé à recevoir les explications du récepteur.

Les six étapes du feed-back

1. **L'intention** : rechercher la noblesse
2. **Les faits** : précis et observables
3. **Les effets** : conséquences objectives
4. **Les sentiments** : du rationnel au relationnel
5. **La demande de changement***: précise avec indice de mesure
6. **Le positif***: pour circonscrire l'élément à améliorer

* Optionnel ou au besoin