

L'intention : moteur de nos actions, trop souvent négligé.

05.01.2021, David Fiorucci

Sommes-nous conscients de l'impact de nos actions, de nos décisions, de nos questions, de notre attitude ? Je suis d'avis que non. Trop souvent, nous agissons, guidés par nos émotions, sans prendre le recul nécessaire parfois, pour mieux se comprendre et comprendre les réactions que nous déclenchons chez les autres. Nous parlons d'intelligence émotionnelle. (voir l'article : Leadership et intelligence émotionnelle : une clé pour devenir un Leader inspirant !)

Je souhaite vous faire part d'une approche simple que j'utilise systématiquement au début de mes interventions. En effet, je souhaite stimuler 4 éléments de plus en plus importants :

1. prise de conscience de soi
2. connaissance de l'autre, gestion de la relation
3. agilité
4. orientation client

Définition (wikipédia) :

L'intention (du lat. « intentio » : tension, action de tendre; application de la pensée, attention; effort vers un but) est une action de la volonté par laquelle un individu ou un groupe d'individus fixent le but d'une activité ou encore la motivation qui conduit à intervenir.

Autrement dit, c'est une disposition d'esprit, un mouvement intérieur par lequel une personne se propose, plus ou moins consciemment et plus ou moins fermement, d'atteindre ou d'essayer d'atteindre un but déterminé.

Comment faire prendre conscience à vos interlocuteurs que l'intention est un moteur important de l'action ?

Voici mon approche : le questionnement !

Au début d'une intervention (formation, conférence, workshop), la première étape est très souvent la présentation du formateur, votre présentation. Comment faites-vous ceci ? Dans la plupart des cas, la personne se présente et parle d'elle. Parfois, pour faire bien, elle prend un objet en lien à sa personne et explique le lien qu'elle a à l'objet...

Rien de plus classique et surtout de plus égocentrique et rébarbatif. C'est dans cette phase de présentation que nous passons à côté d'une ressource cachée, vos interlocuteurs.

Ma solution : laissez vos interlocuteurs vous poser des questions. Que veulent-ils savoir de vous ?

Laissez-leur un moment pour y réfléchir et demandez-leur également de réfléchir à l'intention qui se cache derrière la question qu'ils veulent vous poser.

Puis laissez-les poser les questions et demandez-leur de mentionner l'intention. Vous verrez, cette séquence didactique met en évidence une multitude de ressources.

LP3 SA

Rue Général Dufour 18, 2502 Biel/Bienne

+41 78 818 40 18

www.lp3leadership.com

david.fiorucci@lp3leadership.com

CHE-347.044.325

Prise de conscience :

Tout d'abord, cela va faire prendre conscience à la personne du pourquoi elle pose cette question. Trop souvent, nous posons des questions et/ou avons une attitude en lien à une intention cachée. Il est important d'en prendre conscience.

Par exemple, vous aurez un participant qui a beaucoup d'expérience dans le domaine que vous traitez et qui va essayer de vous défier avec la question qu'il vous pose. Suivant la réponse que vous allez lui donner, cela va lui donner confiance ou confirmer sa méfiance.

Connaissance de l'autre et gestion de la relation :

Deuxièmement, la question et l'intention de l'interlocuteur vont vous donner des informations sur la personne. Ceci peut vous aider à gérer votre relation à cette personne ou à comprendre les tensions qui pourraient naître entre différentes personnes.

Ceci permet également de faire réfléchir et parler tous vos interlocuteurs, les plus timides aussi.

Agilité :

Troisièmement, cette façon de faire vous oblige à rester agile et vous fera découvrir de nouvelles facettes de votre personnalité. Ce n'est pas toujours facile. Parfois même que ceci vous mettra mal à l'aise (cela m'est arrivé également), mais ce n'est pas grave, ceci vous rend d'autant plus humain, authentique et crée une toute autre relation au public. Avec l'expérience, vous pourrez répondre sans hésitation à toutes les questions. Parfois, vous pourrez également garder la question pour plus tard, car l'un des points de votre intervention donnera justement la réponse à la question posée.

Orientation client :

Finalement, cette façon de faire est un hymne à l'orientation client. En effet, c'est ce que le client, l'interlocuteur, veut savoir qui est important, pas ce que vous pensez qui est important. Combien de fois, quand un formateur ou un conférencier se présente, vous vous dites : « .. que cela suffit, qu'il en a assez dit, que cela ne vous intéresse pas et ainsi de suite... »

Ceci est malheureux et surtout une chance loupée de faire de cette séquence didactique de la présentation, un réel atout de la formation.

Même après de nombreuses années, je suis toujours fasciné par les questions que certaines personnes peuvent poser. Cela m'ouvre de nouveaux horizons et rend ce métier tellement intéressant.

Il ne faut pas en abuser non plus.

Ainsi, peut-être que l'un ou l'autre d'entre vous, lecteurs, vous dites que l'on peut faire ceci avec un petit groupe d'interlocuteurs, mais qu'il n'est pas possible de le faire avec de grands groupes.

En effet, pour de grands groupes, j'utilise deux variantes. D'un côté pour des groupes de taille moyenne entre 16 et 40 personnes, je laisse plusieurs personnes réfléchir ensemble à une ou deux questions qu'ils veulent me poser et ainsi je peux gérer le nombre de questions. Pour des groupes plus grands (conférences avec plus de 40 personnes), je conviens avec l'organisateur, qu'il ou elle posera des questions au début. Bien évidemment, je ne veux pas savoir par avance quelles seront les questions. L'organisateur devra également mentionner l'intention qui se cache derrière chaque question.

La question (le questionnement) est un outil absolument passionnant qui regorge de potentiel. Il suffit de l'utiliser de façon consciente.

Je vous souhaite pleins de questions stimulantes.

LP3 SA

Rue Général Dufour 18, 2502 Biel/Bienne

+41 78 818 40 18

www.lp3leadership.com

david.fiorucci@lp3leadership.com

CHE-347.044.325