



Motiver par le BÂTON et la CAROTTE

La motivation n'est pas le résultat de l'application d'une formule secrète. Elle n'est qu'une simple stratégie mentale que tout le monde peut apprendre facilement et utiliser au besoin. Certaines personnes sont très motivées lorsqu'elles fuient des situations déplaisantes. D'autres sont attirées par le plaisir, les récompenses ou la reconnaissance.

L'idéal serait d'être aussi motivé à payer des factures et à compléter un rapport d'impôts que de manger un délicieux dessert.



Plusieurs se motivent quand les problèmes surgissent, que ceux-ci soient perçus ou réels. Par exemple, le matin, au lit, un individu cherche à se donner des prétextes pour dormir un peu plus longtemps. Il se dit qu'il s'habillera plus rapidement, qu'il va sauter le déjeuner et prendre sa douche en soirée. Au début, tout

va bien. Il jouit de la chaleur de son lit jusqu'au moment où il commence à penser aux clients qui attendent avec impatience ou à son patron en colère qui menace de le congédier. Ces pensées lui arrivent sous forme d'images très grandes, de couleurs vives. Il entend la voix du patron qui le réprimande et il sent un serrement au niveau de la poitrine. Il se lève rapidement et se rend au travail en un rien de temps. C'est la motivation du type « s'éloigner de », une stratégie qui permet d'éviter les malaises.

La stratégie de type « aller vers » sert à motiver les personnes qui aiment se donner ou recevoir des récompenses. Un jour, j'avais décidé de décoder les stratégies de succès d'une étudiante qui avait la réputation de toujours se lever rapidement, de bonne humeur et motivée à faire ses travaux. Je voulais savoir ce qui se passait dans sa tête à son réveil. Elle me dit que la première chose qui lui venait à l'esprit le matin était la représentation mentale de la récompense qu'elle voulait se donner en fin de journée une fois ses travaux terminés. J'ai vérifié comment elle se représentait cette récompense. Les images étaient grandes, en couleurs, brillantes. Les sons étaient réconfortants et les odeurs et sensations physiques étaient agréables. Elle a en

tête une image qui l'attire, qui la motive. C'est que nous suivons toujours nos pensées qui sont le résultat de nos perceptions sensorielles (images, sons, touchers, odeurs et goûts). Plus elles sont réalistes et dynamiques, plus elles sont attirantes.

Emond Harnden

Avocats et notaires

| | |
|------------------|-----------------|
| Jennifer Birrell | Paul Marshall |
| André Champagne | Carole Piette |
| Jock Climie | Kecia Podetz |
| Colleen Dunlop | Lynne Poirier |
| Jacques A. Emond | George Rontiris |
| Trisha Gain | Vicky Satta |
| Sylvie Guilbert | J.D. Sharp |
| Lynn H. Harnden | Andrew Tremayne |
| Sébastien Huard | Steven Williams |
| David Law | |

Perspective patronale en droit de l'emploi et relations de travail

707, rue Bank
Ottawa (Ontario) K1S 3V1

(613) 563-7660
Télec. : (613) 563-8001
www.emond-harnden.com

Même si la stratégie « aller vers » est plus agréable que l'autre, l'utilisation des deux stratégies facilitent le changement. Celui qui veut arrêter de fumer peut choisir de « s'éloigner » de la maladie et « d'aller vers » la santé. Pour maigrir, « s'éloigner » de la lourdeur, de l'essoufflement, du diabète et « aller vers » la souplesse, l'énergie, la santé.

Il est essentiel pour les gestionnaires de développer la capacité de reconnaître le style de motivation de leurs employés. D'une part, certains adorent les récompenses, les voyages, les bonis. Ils se donnent corps et âme à une tâche quand ils travaillent à commission. D'autres employés réagissent aux mises à pied possibles. Ils sont motivés lorsqu'ils sont menacés ou engueulés. Les promesses de bonis ne fonctionnent pas.



Toutefois, la prudence est de mise. Il ne faut pas exagérer et les menacer tout le temps parce que ce sont souvent des personnes qui excellent dans la résolution de problèmes. Elles sont expertes à éviter et à s'éloigner des problèmes. Elles les prévoient facilement et les solutionnent. Le gestionnaire a intérêt à reconnaître la valeur de ces employés.

Bien motiver son équipe, c'est comprendre que certains membres ont besoin d'éviter l'inconfort et que d'autres recherchent la récompense. ■

Louis Tanguay est maître-praticien certifié en programmation neuro-linguistique. Il a fondé le Centre de PNL de Sudbury. Il a publié la vidéo *Entrez dans la zone* en collaboration avec le Centre FORA de Sudbury. (www.louistanguay.com)

