

STIMULER LA MOTIVATION
DES CLIENTS EN SITUATION
D'ALPHABÉTISATION ET DE
RECHERCHE D'EMPLOI

SITUATION ACTUELLE



- De nombreux adultes abandonnent un programme au cours des trois premières semaines (CESBA), et compromettent ainsi du temps et des ressources organisationnelles précieuses.
- Les chômeurs chroniques adultes confrontés à de multiples obstacles comme un faible niveau d'alphabétisation, de mauvais résultats scolaires, la pauvreté, et d'autres problèmes sociaux représentent le plus grand défi pour les prestataires de services d'emploi.
- Souvent, la raison invoquée pour justifier un échec est que la personne *n'était tout simplement pas motivée*.

LES QUATRE MYTHES SUR LA MOTIVATION

- Le motivation n'est pas influencée par la façon dont nous fonctionnons.
- La motivation est dichotomique.
- Motiver les adultes peut être une action spontanée.
- Motiver les adultes est une action facultative.

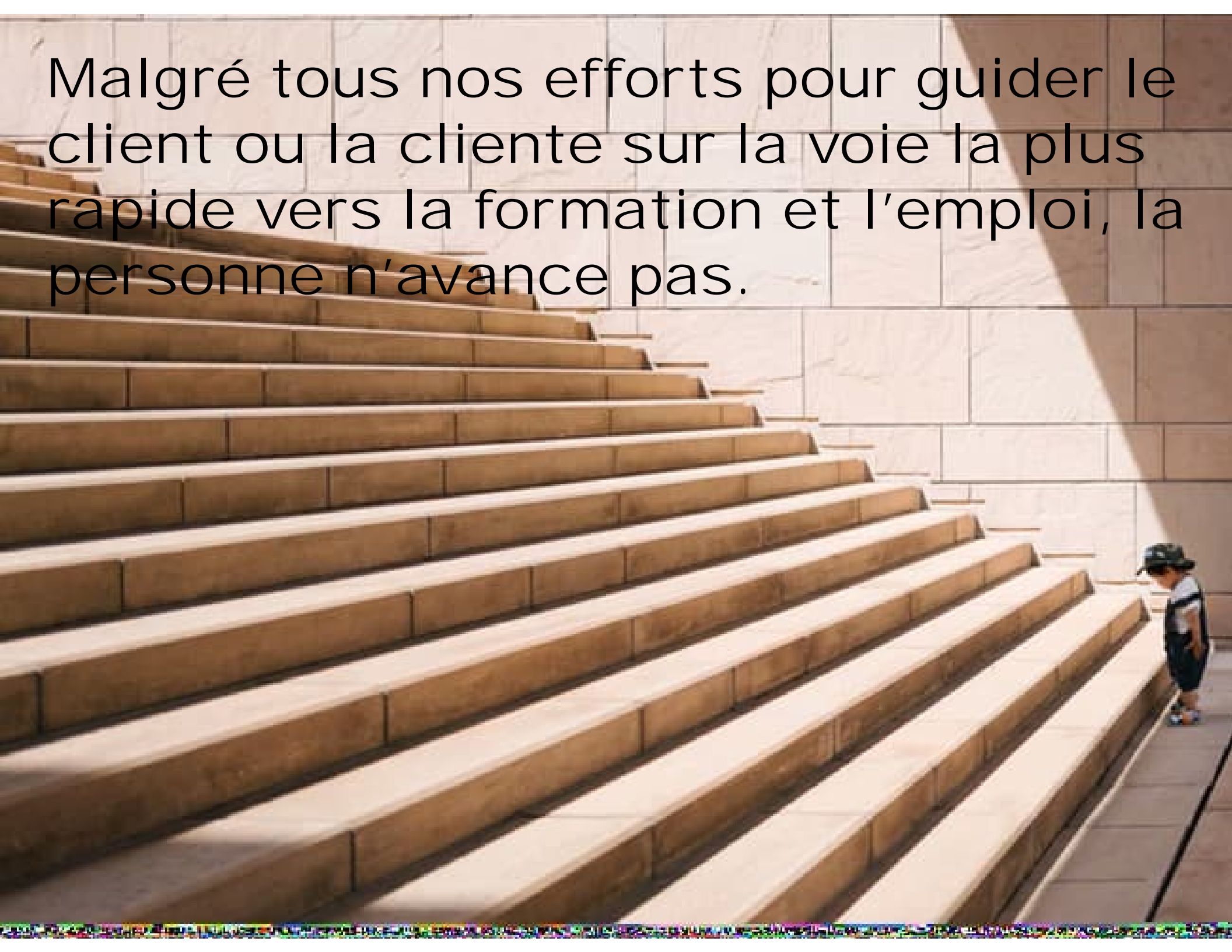
MYTHE N° 1

Le motivation n'est pas influencée par la façon dont nous fonctionnons.

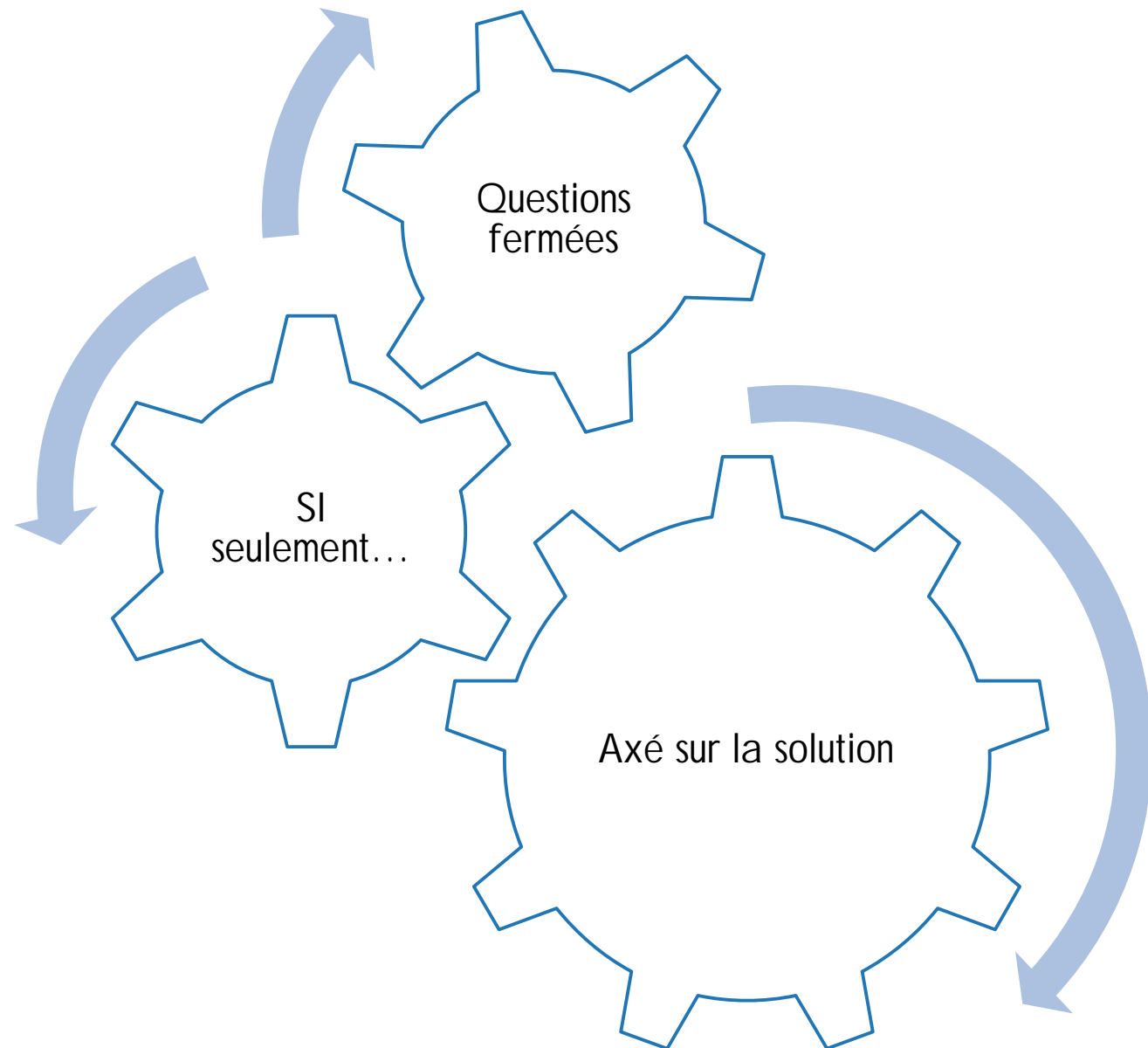
RÉFLEXE DE REDRESSEMENT

*Un profond désir d'aider
les personnes qui
souffrent ou sont en
détresse; de résoudre les
problèmes des clients.*

Malgré tous nos efforts pour guider le client ou la cliente sur la voie la plus rapide vers la formation et l'emploi, la personne n'avance pas.



UN « COACHING » SUGGESTIF ABOUTIT À...




**TROP SOUVENT NOS TECHNIQUES
COMPORTEMENTALES DÉPENDENT
DE LA VOLONTÉ DES AUTRES À
METTRE EN ŒUVRE NOS
SUGGESTIONS**





La persuasion vise à influencer les attitudes et les comportements d'une personne. Elle entraîne souvent une réaction défensive qui permet à une personne de protéger son égo d'une menace.

Cela cause de la résistance.



**ET SI NOUS REPENSONS
L'APPRENTISSAGE ET L'EMPLOI
COMME UN CHANGEMENT?**



Maintien

Changement

Ambivalence


« Souvent les gens n'agissent pas, non pas parce qu'ils ne comprennent pas le côté négatif de leur situation, mais parce qu'ils ont au moins deux sentiments à son égard. »

Miller et Rollnick, 2002

REPENSER MODIFIE LA FAÇON DONT LES PROFESSIONNELS ABORDENT LES OBSTACLES

Les personnes confrontées à des obstacles multiples persistants (PPMB)

- I. Obstacles situationnels
- II. Obstacles institutionnels
- III. Obstacles personnels

The image shows two footprints in sand on a light brown background. The top footprint is a simple, shallow impression. The bottom footprint is a more complex, deeper impression with distinct toe marks, suggesting a progression or a different stage of the same action. The text is centered between the two footprints.

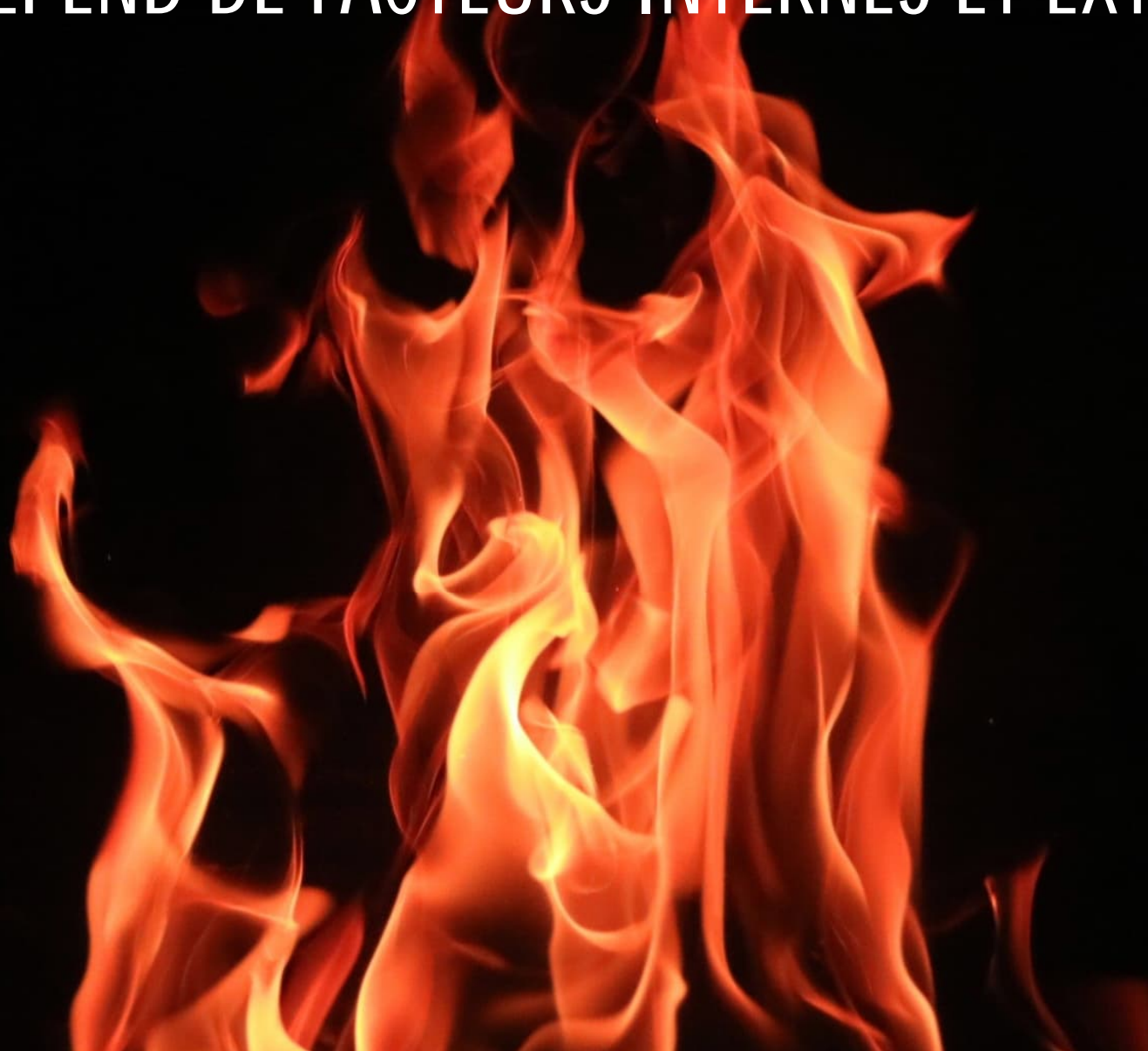
**Change is a process,
not an event.**

Mythe n°2

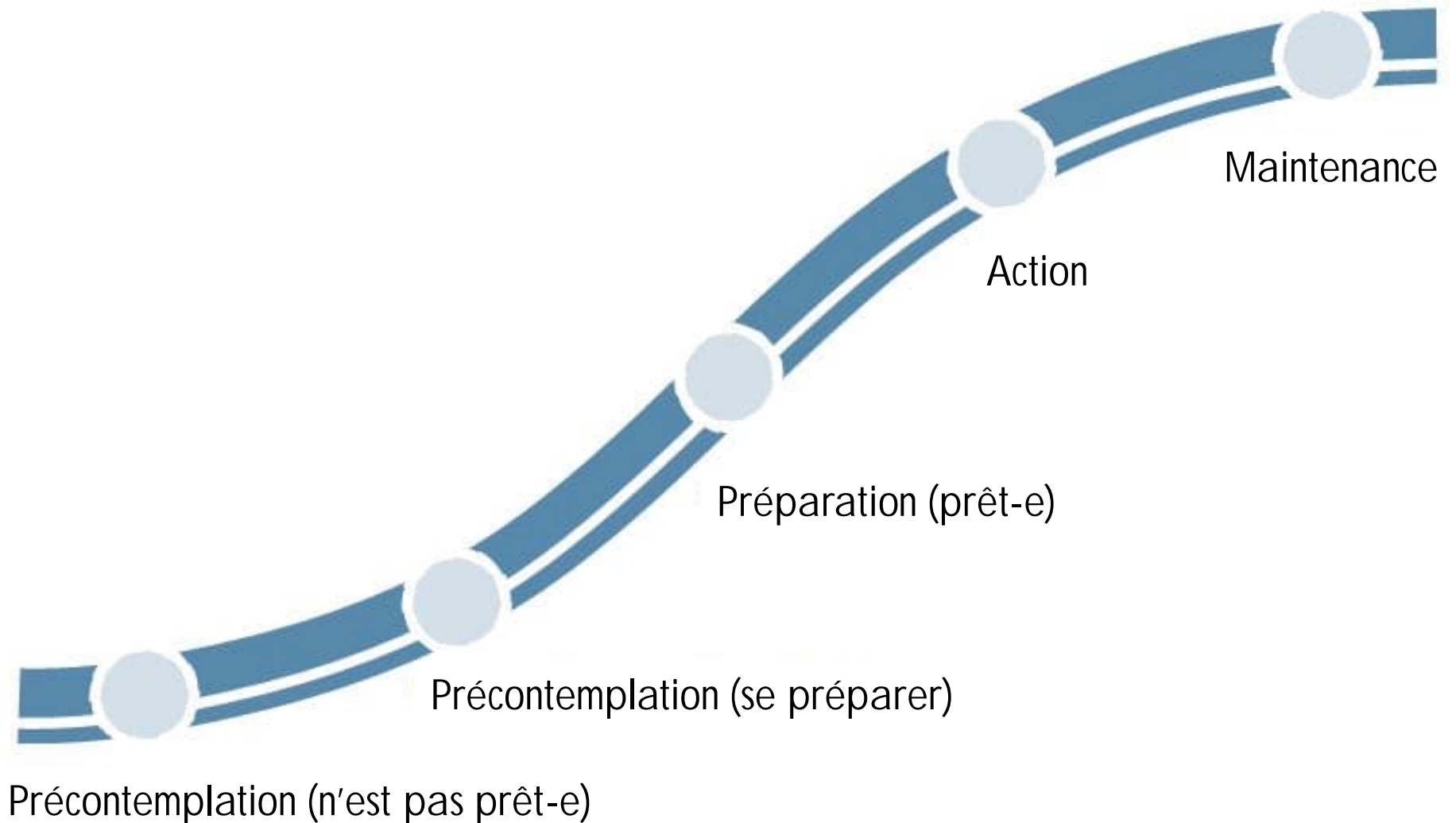
La motivation est dichotomique



ON A TOUS UNE FLAMME DONT L'INTENSITÉ DÉPEND DE FACTEURS INTERNES ET EXTERNES.



Les étapes du changement



L'entretien motivationnel (EM) est plus qu'une conversation...

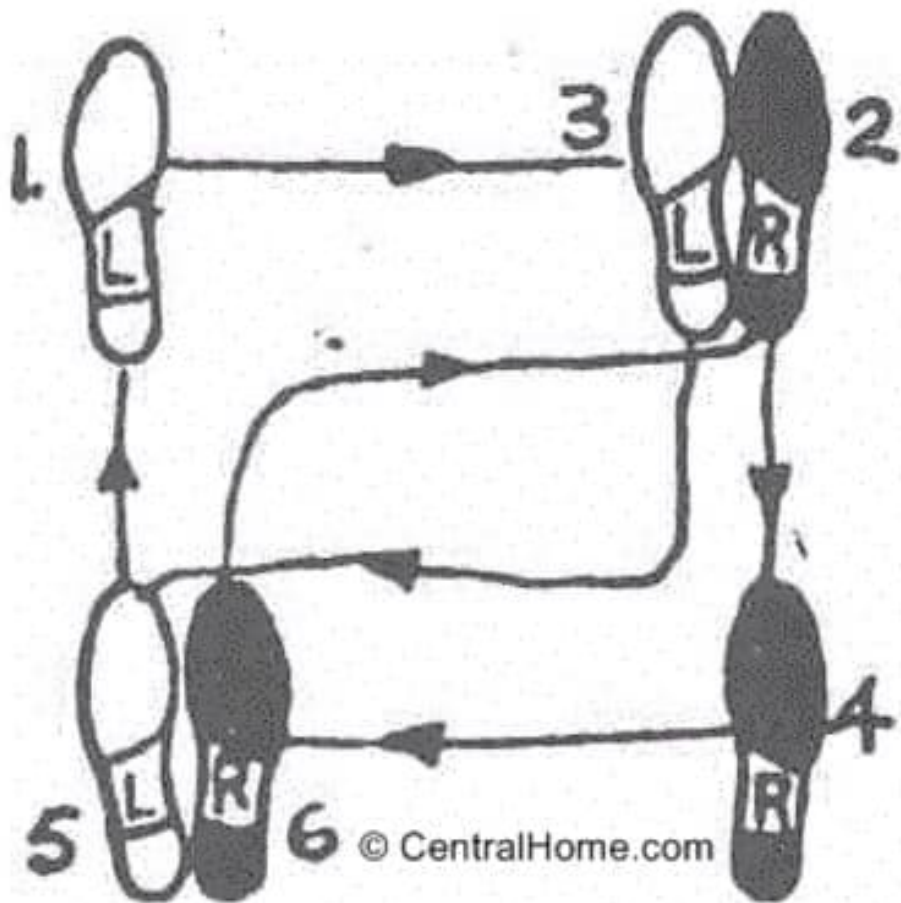
L'EM comporte un élément relationnel :

Les coachs développent **une approche axée sur la personne** : une relation basée sur le relationnel et l'empathie qui permet au client ou à la cliente de partager ses points de vue et de faire partie du processus de prise de décision.

Compassion



Partenariat



ACCEPTATION



Affirmation

**Valeur
absolue**

Autonomie

**Précision
empathique**



"Dites m'en plus à ce sujet."

ÉVOCAATION

L'entretien motivationnel (EM) est plus qu'une conversation...

L'EM comporte un élément technique :

Les coachs utilisent des compétences techniques pour bien observer le langage du client ou de la cliente en ce qui a trait au changement : **reconnaître, répondre et susciter**

DISCOURS-CHANGEMENT

Reconnaître le discours-changement

RESPOND TO CHANGE TALK

SOUHAIT

“vouloir, souhaiter, préférer”

Question ouverte

Dites m’en plus...

CAPACITÉ

“pouvoir, être capable”

AFFIRMER

Affirmer les valeurs, le comportement

RAISONS

Le “pourquoi”

RÉFLÉCHIR

Réfléchir au souhait, à la raison, à la nécessité

NÉCESSITÉ

Devoir, avoir à

RÉSUMER

Répéter les points de changement

EXEMPLES

Quelles sont les trois ou quatre choses les plus importantes dans votre vie ?

Vers quoi aimeriez-vous vous diriger dans la vie?

Quand vous pensez à votre vie, qu'est ce qui vous ferait plaisir?

Si vous pouviez oublier le passé et accomplir certaines choses que vous aimeriez faire, quelles seraient ces choses?

Qu'est-ce qui ferait de notre travail ensemble une réussite?

Parlez-moi de ce qui va bien dans votre vie?



MYTHE N° 3



Stimuler la motivation
peut être une action
spontanée



Pour pouvoir changer, les gens doivent d'abord voir que le changement est possible.

L'espoir l'emporte sur la peur. La peur l'emporte sur l'espoir.

Tout effort de changement repose sur l'espoir.

Nous aidons les clients à créer de l'espoir, non pas *en cherchant les problèmes ou les faiblesses*, mais plutôt **en cherchant et en reconnaissant les forces et les ressources** qui sont en eux.



MYTHE N°4

Motiver les clients
est une action
facultative

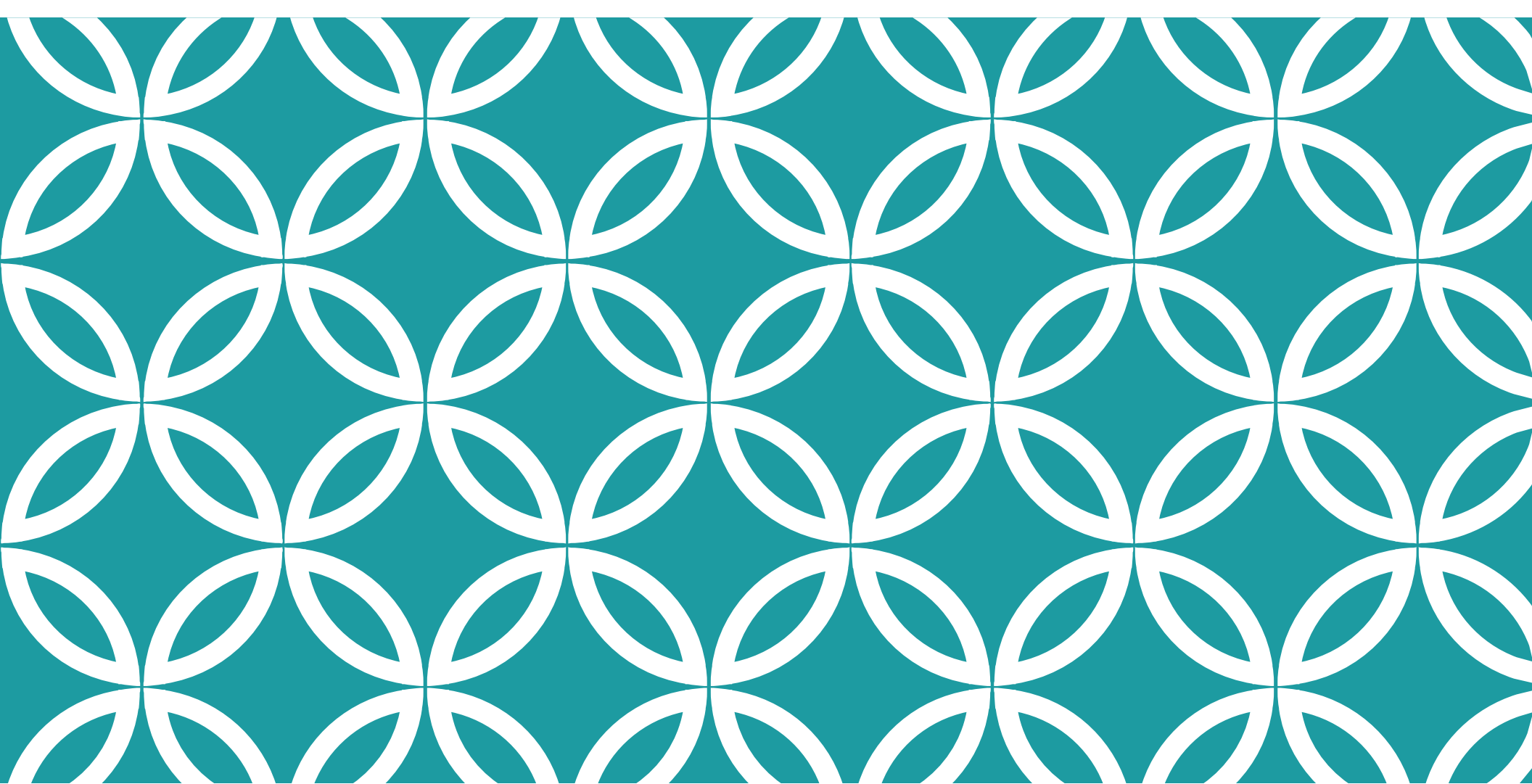
AFFIRMATIONS

Pour changer leurs comportements, les gens doivent voir que c'est possible.

Nous cultivons les possibilités.

Nous recherchons les forces et les ressources des personnes.





MERCI

Préparé et présenté par Lisa Ambaye
[optimizetrainingco.com](https://www.optimize trainingco.com)

