

The Huffington Post, 22 juin 2015

Par Jason Wesbecher, Chief Marketing Officer de Mattersight, USA

## **Pourquoi il est temps de changer d'atmosphère au travail...**

Dans le tout dernier film de Pixar, Vice-Versa (« Inside Out ») on entre dans la tête d'une petite fille de 11 ans, Riley, pour y rencontrer les 5 personnages figurant ses émotions : la joie, la peur, la colère, le dégoût et la tristesse. Ces personnages contrôlent tout, de ses décisions à ses actions ou souvenirs ;

Ayant vu le film, il est facile de se représenter ces mêmes personnages tapis en chacun de nous et influençant notre relation au monde. Vu le rôle inévitable que jouent nos émotions dans notre quotidien pourquoi a-t-on le sentiment que nous devons cacher qui nous sommes vraiment au travail ?

Ces dernières années les salariés ont réclamé du changement. Les individus veulent être reconnus pour leur travail, pour la valeur qu'ils apportent à leur société et pour ce qu'ils sont vraiment. Ils peuvent apporter plus que des compétences à ce débat ; les contributions au développement culturel et professionnel ont aussi de l'importance et celles-ci exigent un certain niveau d'intelligence émotionnelle. Et comme le marché du travail reprend de la vigueur, des émotions comme la frustration, la colère et l'ennui deviennent de plus en plus intolérables aux yeux des salariés qui peuvent trouver facilement un nouvel emploi, avec à la clé la certitude de l'accomplissement, de la sécurité et du bonheur.

Entrer en contact.

Bien que ces demandes soit récentes au travail, le désir d'être vu, entendu et compris fait partie de la nature humaine. Le défi étant que ce ne sont plus seulement les humains qui voient, entendent et comprennent. Regardez à droite de votre écran. Le Huffington Post sait ce que vous aimez lire et propose des suggestions de lecture, rien qu'à vous. Pandora sait quel type de musique vous écoutez et vous la propose dans votre playlist. Les détaillants vous envoient des emails avec des promotions personnalisées. On ne compte même plus les exemples.

La plupart des gens en sont arrivés à s'habituer à cette vie sans effort alors tout manquement à cela est devenu de plus en plus remarqué, inconfortable puis intolérable.

Dans le but de faire du lieu de travail un domaine plus accueillant, nous devons être conscients de la manière dont fonctionnent les individus. Pourquoi telle personne est-elle frustrée ? Qu'est ce qui fait la fierté de telle autre personne ? Et comment pouvons-nous individualiser notre communication pour satisfaire chacun ?

Dans les années 70, le Dr Taibi Kahler a développé le modèle Process Communication qui identifie six perceptions correspondant aux types de personnalité : les Emotions, les Opinions, les Pensées, les Actions, les Réactions et l'Imagination. Chacun des types communique différemment et aura des

réponses émotionnelles différentes selon les situations. Comprendre ces types de personnalité et leur style de communication peut avoir un impact énorme sur l'amélioration du bien-être émotionnel au travail.

Voici les trois étapes à accomplir pour que les émotions soient acceptées dans l'environnement professionnel :

### 1. Passez l'inventaire de personnalité

Pour communiquer avec succès avec vos collègues, il est important de comprendre les types de personnalité, leurs styles de communication et ce qui les fait réagir. Ecoutez simplement le langage utilisé par les autres et observez leur façon de communiquer. Les gens se sentent plus compris émotionnellement quand ils sont traités en tant qu'individus, quand cela touche leurs propres besoins.

### 2. Partagez vos préférences

Après avoir observé vos collègues et réfléchi à votre type de personnalité et style de communication faire en sorte de prioriser et de partager vos préférences avec les uns et les autres. Posséder cette conscience de soi peut faire une énorme différence pour une communication efficace. Discutez de situations communes et partagez la manière dont vous les appréhenderiez. Rectifiez les situations dans lesquelles des problèmes de communication ont surgi. Ces discussions honnêtes fournissent des exemples tangibles auxquels les gens peuvent se référer dans des situations similaires

### 3. Entrez en action

Une fois que les préférences de personnalité ont été établies identifiez les étapes-clés dans lesquelles vous pourrez utiliser un langage pour entrer en contact et motiver les gens. Si on vous demande de partager des informations importantes, évaluez votre public pas seulement pour le contenu mais sur la façon de partager au mieux avec lui. Par exemple un de mes collègues préférera obtenir des données claires et des faits présentés de préférence sous forme de listes ou organisés en séquences. A l'inverse un autre de mes collègues voudra connaître la raison d'une décision et mesurera l'impact que cela aura sur son équipe. Connaître ces différences aide à adapter mon discours à la fois pour que le travail soit fait et pour satisfaire émotionnellement mon équipe.

Comme tous les films Pixar, Vice-Versa amusera les plus jeunes, tout en résonnant aux adultes. Notre leçon : il est temps de faire corps avec nos émotions – pas de les effacer 40 heures par semaine.

Traduit de l'anglais par Céline Pelletier