

Synchronisation : S'accorder, accompagner, entraîner

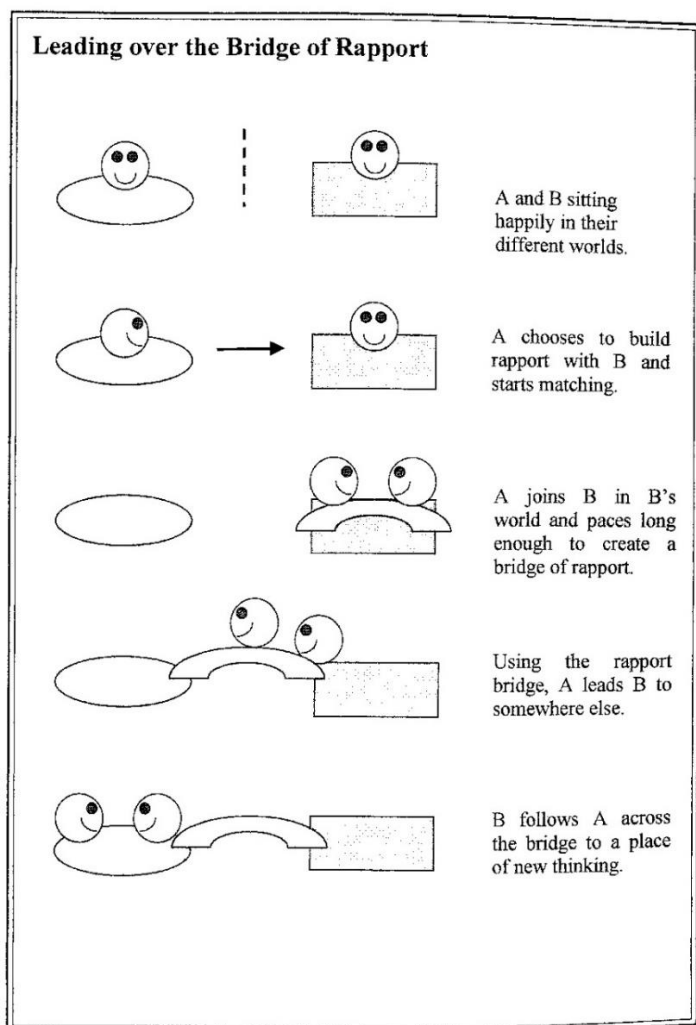
Lorsque nous cherchons à exercer une influence sur quelqu'un, nous essayons souvent de le faire à partir de notre propre point de vue : nous affirmons notre opinion, nos règles, notre vision du monde et nous attendons de l'autre qu'il soit d'accord. Ceci fonctionne dans les situations où nos deux visions du monde sont identiques ou se recoupent. Nous risquons donc de prendre pour habitude de suivre cette méthode, car elle se révèle fructueuse dans un certain nombre de nos interactions et de nos relations.

Or, lorsque quelqu'un a une vision différente et n'est pas d'accord avec nos règles ou avec notre avis, nous devons employer des stratégies différentes si nous voulons avoir une chance de l'influencer, en particulier si l'un ou l'autre d'entre nous – voire les deux – est en proie à des émotions ou est engagé dans un conflit en puissance.

Nous utilisons un modèle simple pour expliquer comment exercer une influence sur quelqu'un dans ces circonstances sans renoncer à l'idée qu'un résultat gagnant-gagnant est la meilleure issue possible et que nous allons essayer d'y parvenir.

Appelé « *Match-Pace-Lead* » (en anglais, ce qui pourrait se traduire par « s'accorder, accompagner, entraîner »), ce modèle décrit le processus de base, dont voici la représentation graphique :

Realisation at Stenhouse



NLP Practitioner Training
Module 1

40

Nouer de bonnes relations pour montrer la voie à suivre

A et B sont heureux chacun dans leur monde.

A choisit de briser la glace avec B et commence à bien s'entendre avec lui.

A rejoint B dans le monde de B, qu'il parcourt suffisamment longtemps pour nouer de bonnes relations avec B.

En se servant de ce lien, A montre à B comment sortir de son monde.

B suit A et s'aventure dans un nouveau mode de pensée.

Formation à la pratique de la PNL
Module 1

S'accorder

La première étape est la plus importante. Elle fait appel à la capacité d'adapter son langage corporel, sa voix et son langage en fonction de la personne à influencer. Par exemple :

Vous occupez une fonction de service au client. Un client s'approche de vous et il est mécontent d'un aspect du service. Pour vous adapter à lui, commencez par :

- observer ses émotions et le langage corporel qui les accompagne pour adopter un langage corporel similaire ;
- écouter le rythme, le volume et la hauteur de sa voix pour employer une hauteur et un rythme similaires dans votre réponse ;
- très bien écouter ce qu'il dit puis éventuellement résumer ses propres mots pour montrer que vous l'avez vraiment compris ; poser des questions ouvertes pour mieux comprendre le problème de son point de vue et faire preuve de suffisamment d'empathie.

Tous ces actes sont des actes d'adaptation : ils permettent de nouer de bonnes relations avec l'autre personne en lui faisant percevoir que vous la comprenez. Ils créent en elle un état émotionnel plus productif, qui lui permettra peut-être ensuite d'écouter votre point de vue.

Accompagner

L'étape suivante consiste à rester avec l'autre personne suffisamment longtemps pour que cette bonne entente se consolide : vos premières réactions n'y parviendront pas forcément, surtout si la personne est en proie à de fortes émotions, mais vous finirez par remarquer une différence en elle qui vous indiquera qu'elle est sans doute prête à écouter un autre avis.

Entraîner

Enfin, vous pourrez l'« entraîner » vers votre opinion, point de vue ou avis : vous pouvez dire, par exemple : « Malheureusement, je ne peux pas faire ce que vous demandez, mais je peux vous proposer... Pour vous, les avantages seraient... ».

Ainsi, la bonne entente se poursuit car vous montrez clairement que vous pensez à ses besoins mais qu'il vous est impossible de faire quelque chose qui est contraire aux règles.

Et si... ?

... vous appliquez ce modèle aux scénarios les plus habituels que vous rencontrez ? Vous pourriez ainsi préparer de manière anticipée la façon dont vous pouvez exercer votre influence.

Vous obtiendriez un ensemble de règles, d'avis et de phrases que vous pourriez utiliser en toute cohérence pour « entraîner » l'autre – il serait ensuite bon de trouver comment « vous adapter » et « accompagner » vos clients avant de les « entraîner ». En théorie, quelques phrases suffisent si la personne n'est pas en colère ou frustrée, par exemple :

« Laissez-moi vérifier que j'ai bien compris. Vous êtes venu l'an dernier, votre fille avait trois ans, vous n'avez pas eu à payer et vous pensiez que vous ne payeriez pas non plus cette année parce qu'elle n'a que quatre ans, n'est-ce pas ? Je peux comprendre que, si vous n'avez pas vu cette information sur le site web ou ailleurs dans notre publicité, vous n'étiez pas au courant et vous avez été surpris. Nous avons vraiment fait beaucoup d'efforts pour avertir le public et je suis désolé que vous n'ayez pas reçu cette information.

Je suppose qu'elle s'est bien amusée, l'an dernier ? Oui, nous avons eu énormément d'enfants de trois et quatre ans qui ont adoré leur visite ici. Ils ont représenté une proportion considérable de nos visiteurs au cours de notre première année, ce que nous n'avions pas prévu. C'est pourquoi nous nous sommes adaptés pour mieux accueillir encore cette tranche d'âge et nous avons dû rendre leur entrée payante.

Peut-être avez-vous prévu de revenir plusieurs fois cette année ? Si c'est le cas, notre abonnement est vraiment intéressant. Si vous n'en voulez pas, je le comprends tout à fait. Je dois juste vous faire payer les deux entrées aujourd'hui. »