

L'ACCREDITATION A NOTRE PORTE OPPORTUNITÉ OU RÉSISTANCE?

Réflexions au pied levé ☺
sous l'angle de la Process Communication
Management

Pr Agnès Jacquerye, Ph. D.

Certifiée en Process Communication Management

ULB – ESP - Centre de recherche en Economie de la Santé,

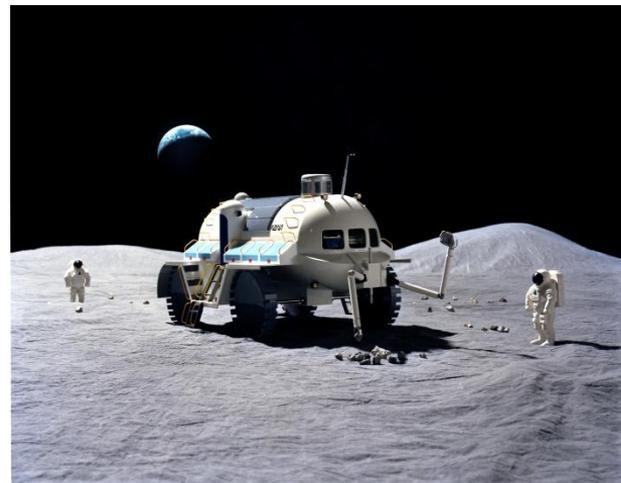
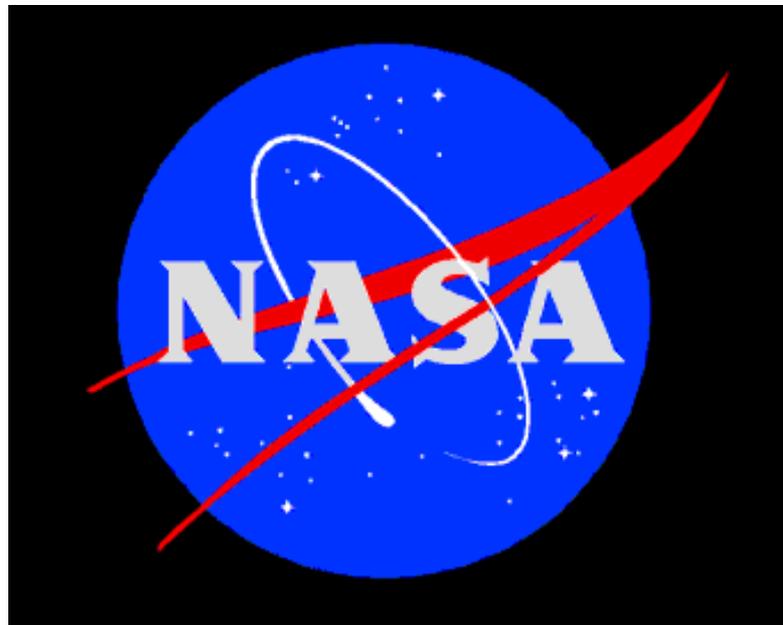
Gestion des Institutions de Soins et Sciences Infirmières

GRI QUASAR

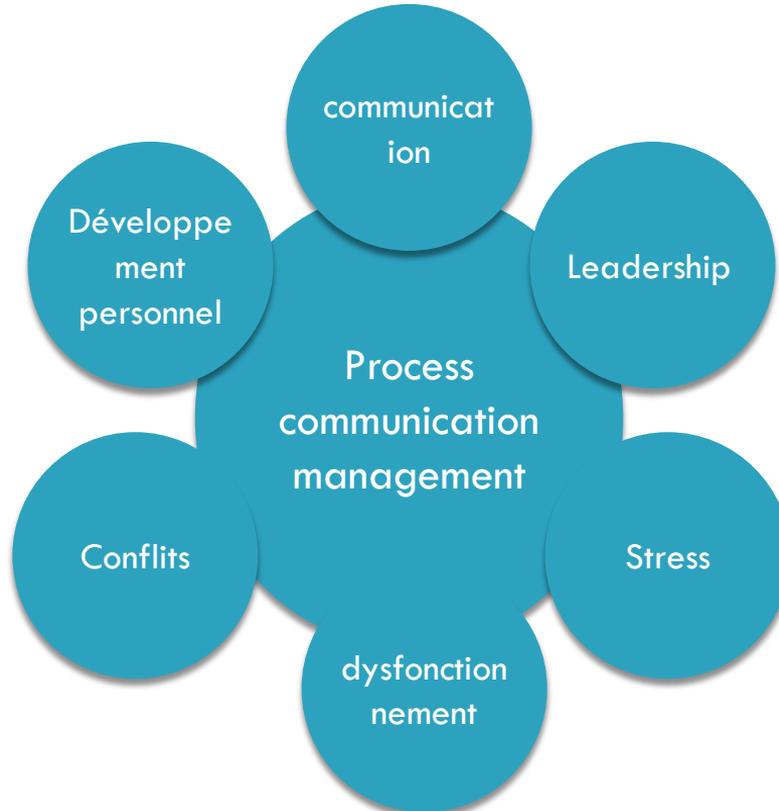
10 OCTOBRE 2014 – CIPIQS – CHL LUXEMBOURG

Le Process Communication Model

- ❑ Outil de compréhension des différentes parties de personnalité présentes à des degrés variables chez une personne
- ❑ Elle apporte une carte rapidement lisible des caractéristiques clé d'un type de personnalité:
 - ❑ ses points forts
 - ❑ ses motivations`
 - ❑ les modes de communication qui conviennent ou pas
 - ❑ les environnements dans lesquels il est à l'aise ou pas
 - ❑ les types de personnalité avec lesquels il interagira facilement ou difficilement
 - ❑ les mécanismes déclencheurs du stress négatif
 - ❑ les stratégies individuelles pour éviter les situations de mécommunication
- ❑ Et pour retrouver la disponibilité intellectuelle et émotionnelle compromise par les stress négatifs



Process Com



PLAN

1. Comment souhaitez-vous être abordé?
2. Découvrons les types « purs » de personnalité
3. L'accréditation : non, si
4. L'accréditation: oui: si
5. Conclusion
6. Phrase fédératrice
7. Références



**Comment souhaitez-vous être abordé
la première fois?**



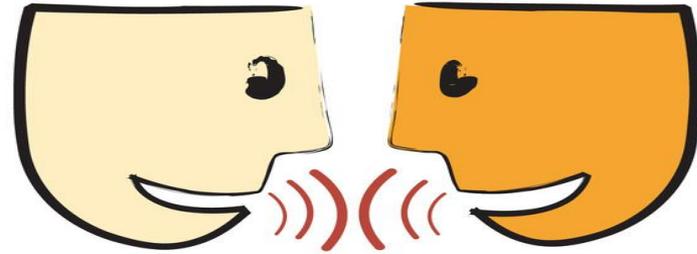
Comment souhaitez-vous être abordé lors d'une première rencontre?

- 1) Dites-moi votre nom!
- 2) Comment vous appelez-vous?
- 3) J'aimerais connaître votre nom
- 4) Moi, c'est Agnès, Toi c'est qui?

- **La façon** dont nous disons les choses est plus importante que **ce que** nous disons



**Amène déjà des
incompréhensions et
déjà du ... stress**



Le travail de Taibi Kahler

Chaque homme, chaque femme
est constitué d'un ensemble d'épices

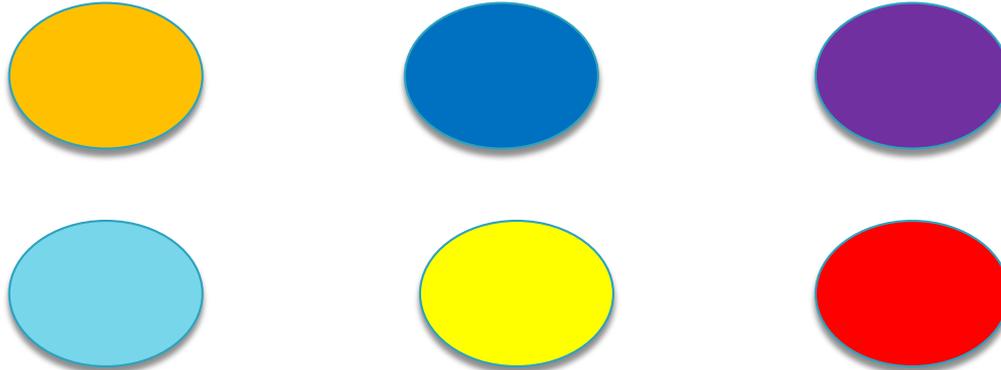


Le travail de Taibi Khaler

**Séparation des épices pour identifier chacune d'elle
et recherche de ses caractéristiques**



Repérage de 6 types d'épices pures



Chaque épice a ses caractéristiques

□ **La façon** dont nous disons les choses est plus importante que **ce que** nous disons

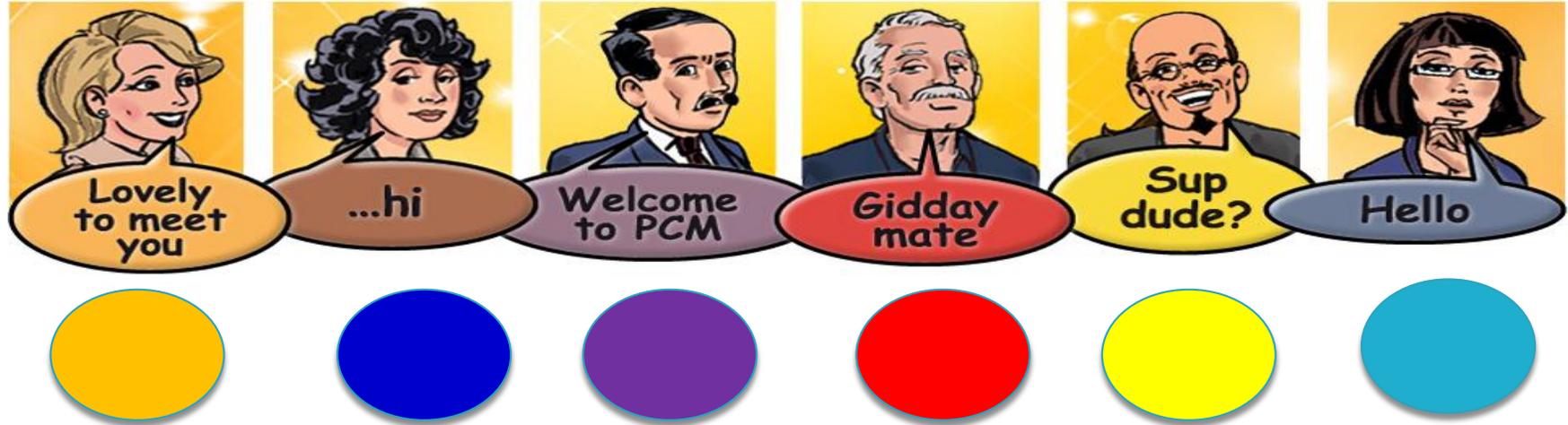
□ Les êtres malgré leur grande complexité peuvent se classer parmi 6 types de personnalité qui s'expriment avec un langage différent

6 LANGAGES - 6 PROCESSUS

6 PORTES D'ENTREE POUR COMMUNIQUER

60 % PROBLEMES DE COMMUNICATION

Modélisation de 6 Types « purs » de personnalités



Les 6 types « purs » de personnalité

Les présentations (masculin ou féminin) :

- ❑ L'empathique (chaleureux)
- ❑ Le travaillomane
- ❑ Le persévérant
- ❑ Le rêveur
- ❑ Le rebelle
- ❑ Le promoteur

Chaque type « pur » de personnalité a des caractéristiques

CARTE D'IDENTITÉ PROCESS COMMUNICATION

- ✓ *Points forts du caractère*
- ✓ *Porte d'entrée en communication*
- ✓ *Besoins psychologiques*
- ✓ *Initiative*
- ✓ *Signes de stress*

Type de Personnalité

- ❑ Un des six. Inné ou acquis dans les premiers mois de la vie. Ne semble pas changer au cours de la vie.
- ❑ Aucun n'est plus ou moins OK, intelligent, sain ou meilleur que les autres.

..... un immeuble de 6 étages

Nous avons des caractéristiques de tous les types de personnalité comme un **immeuble** de six étages

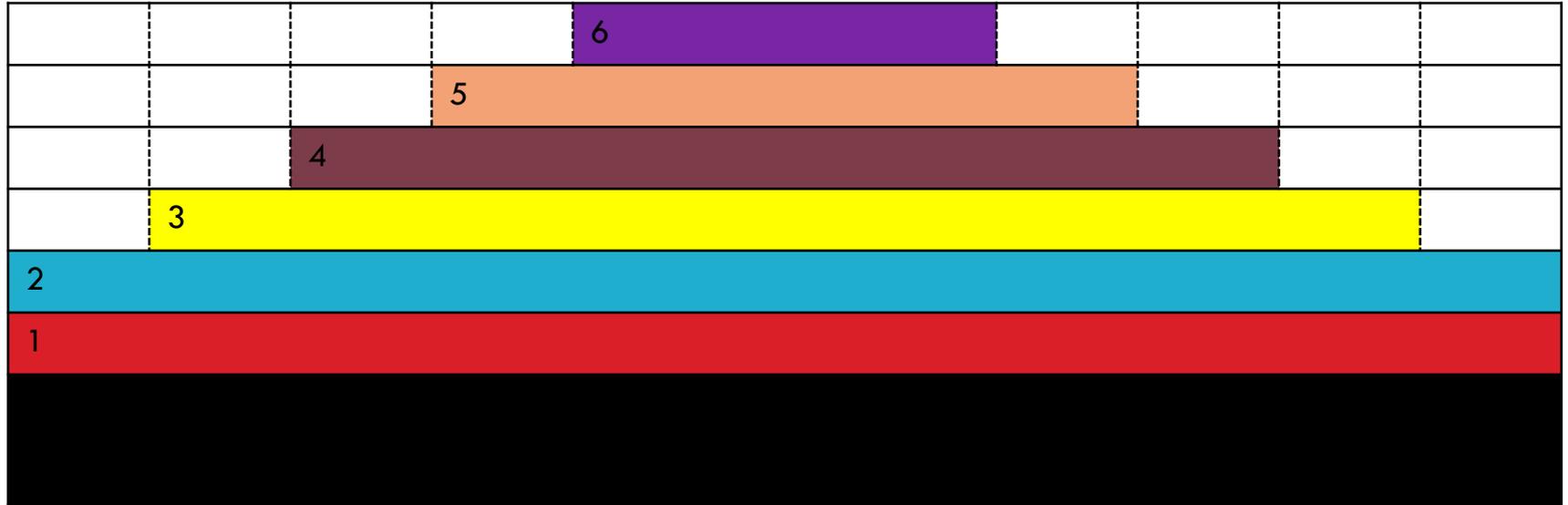
6
5
4
3
2 :
1

❑ Il existe 720 immeubles différents

A chacun sa dose d'épices à chaque étage



A chacun son immeuble et sa dose d'épices aux étages



Une majorité de personnes logent au premier et au deuxième étage et vont adopter les caractéristiques de ces types de personnalité en majeure partie dans leur vie

A chacun son immeuble

La personnalité d'un individu est composée d'un **mélange subtil et unique de 6 types de personnalités.**

En fonction de ce mélange, apparaissent :

- ✓ des caractéristiques comportementales,
- ✓ des modes de lecture préférentielle de la réalité,
- ✓ des motivations,
- ✓ des façons de communiquer
- ✓ des comportements sous stress prévisibles et observables

Les premiers étages



- Les premiers étages déterminent nos motivations psychologiques de façon positive ou négative.
- Il en résulte des comportements d'échec personnels et professionnels prévisibles.

A chacun son immeuble

**Au plus on monte
dans les étages de l'immeuble**

si la quantité d'épices diminue à chaque étage,
j'aurai moins d'énergie et dès lors

**..... j'ai les capacités de communiquer qui
diminue au niveau des étages supérieurs**

Quelles doses d'épices dans mon immeuble

Et comment je reçois la communication?

Dites-moi votre nom

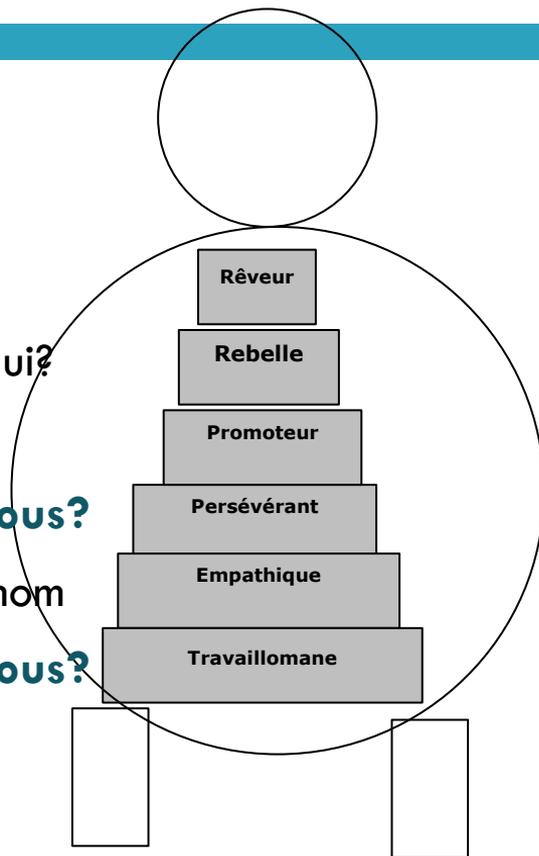
Moi, c'est Agnès, Toi c'est qui?

Dites-moi votre nom

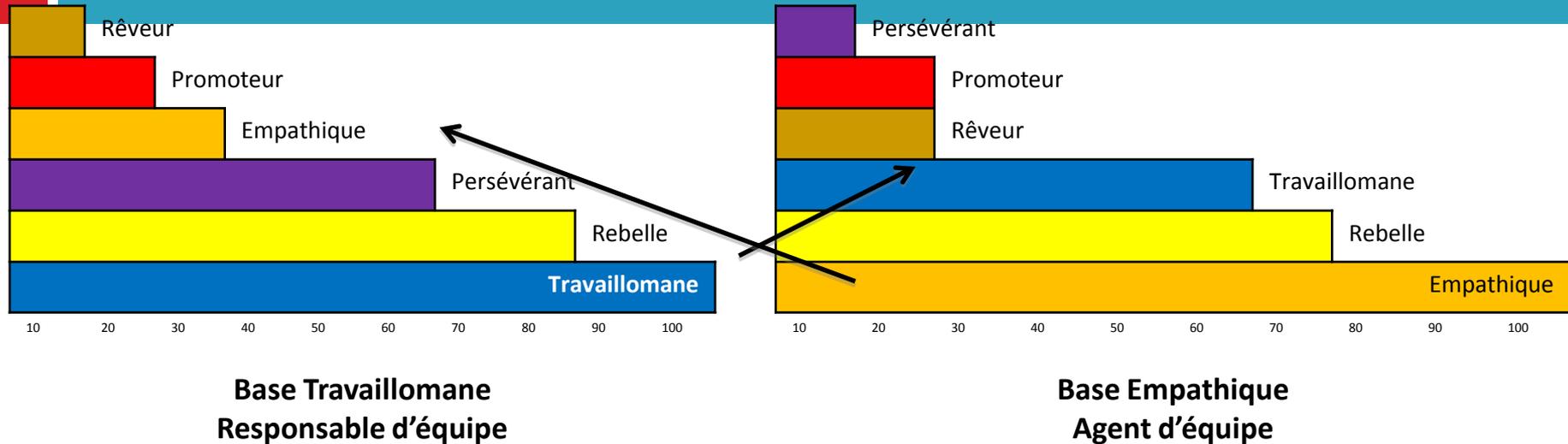
Comment vous appelez-vous?

J'aimerais connaître votre nom

Comment vous appelez-vous?



Mon Quotient Communication: les deux immeubles?



Kahler, Taibi. Le grand livre de la Process Thérapie. Eyrolles, Paris, 2008, page 467 fig 2

Type de personnalité

- Une majorité de personnes logent au premier et au deuxième étage
- Notre ascenseur peut monter dans tous les étages jusqu'au dernier
- Si nous voulons mieux communiquer, intérêt de s'exercer à aller à chaque étage

**Découvrons les types « purs » de
personnalité**

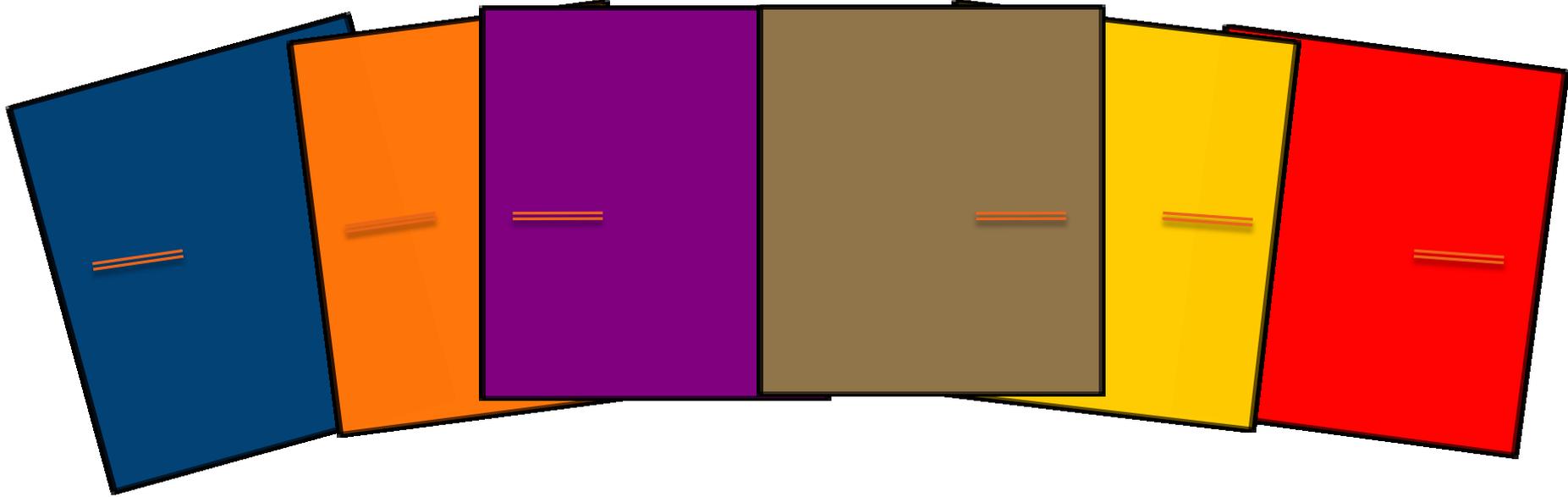


Pendant l'exposé

Si vous en avez envie.....de détecter

- ❑ vos point forts
- ❑ vos portes d'entrée en communication
- ❑ vos signes de stress

Chacun : une porte d'entrée



Les portes d'entrée



L'empathique



L'empathique



Points forts du caractère :

- Compatissante, sensible, chaleureuse

Traits de caractère : Capacité

- à être nourricière,
- à donner aux autres,
- à se montrer attentive aux besoins des autres.
- sait créer l'harmonie et la recherche de l'harmonie.

Portes d'entrée en communication : ***EMOTIONS***

- Évalue d'abord les gens en fonction de ce qu'elle « ressent ».
- Importance du feeling.

L'empathique



Besoins psychologiques :

- Epreuve le besoin d'être reconnue en tant que personne.
- Aime entendre : « je tiens à toi, tu es importante pour moi ».
- Désire une acceptation inconditionnelle : « être aimée pour ce que je suis, moi ».
- Aime le contact avec les autres.

Initiative :

Auto starter : exemples

L'empathique



Lien entre « la petite voix intérieure » et « les besoins psychologiques »



« Je dois être aimable »



Besoin d'être reconnu en tant que personne

L'empathique

Sous STRESS

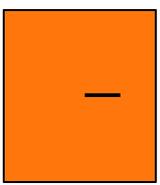


« *Je fais tout ce que je peux pour vous faire plaisir .* »_ Sous stress léger (1^{er} degré)

« *Je suis un idiot, je n'ai rien compris .* »_ Sous stress plus intense (2^{ème} degré)

« *C'est trop dur, je suis à bout, je n'en peux plus .* »
Sous stress grave (3^{ème} degré)

La porte d'entrée à la communication



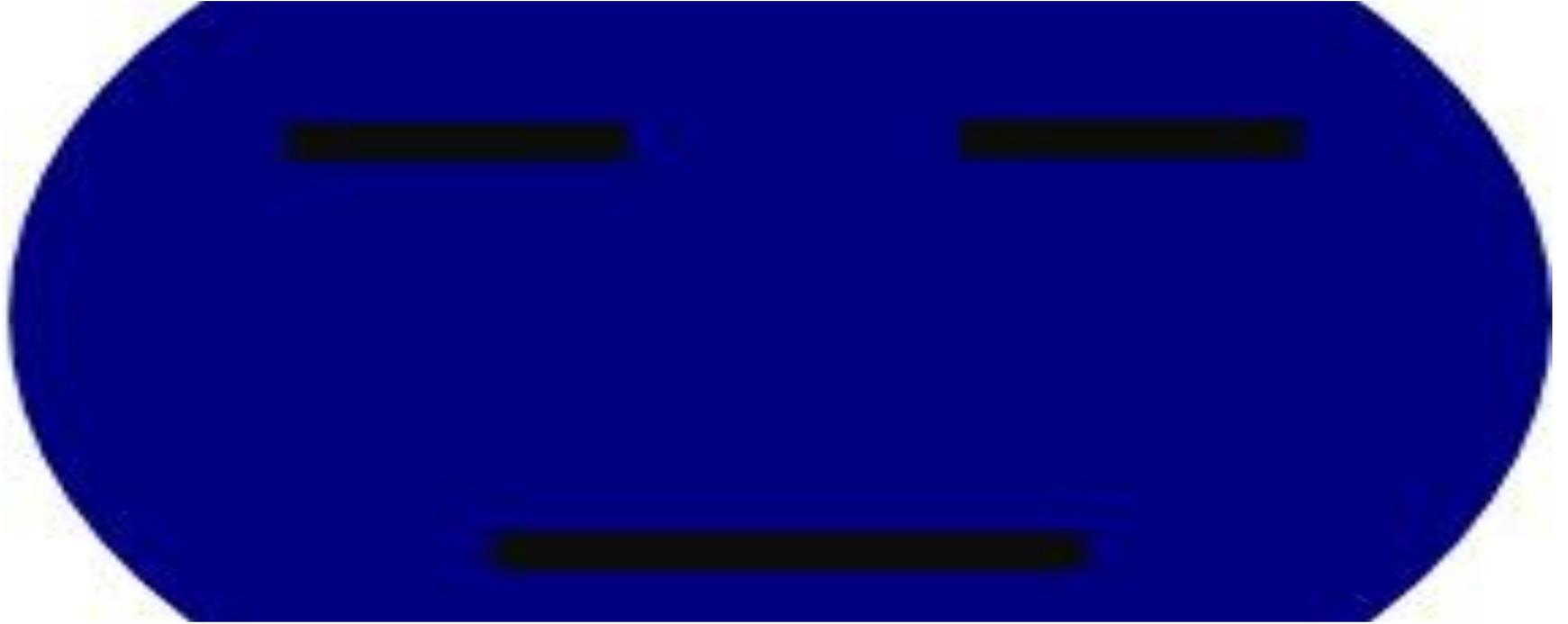
- Mode de communication chaleureux et bienveillant
- Illustration

Responsable : « je comprends votre situation, si vous avez besoin d'aide, je suis à votre disposition pour en parler »

Agent : « Cela me rassure et je vais m'y mettre »

→ **Le secret du succès** est de donner, « d'aimer », d'apprécier, de considérer les sentiments des autres comme importants et d'offrir une compassion inconditionnelle à autrui.

Le travailomane



Le travailomane



Points forts du caractère :

- Logique, responsable et organisé.

Traits de caractère :

- Capacité à penser logiquement.
- Privilégie la pensée.
- Utilise sa capacité d'analyse et de synthèse pour traiter les faits et les idées.

Portes d'entrée en communication : PENSEES

- Pense d'abord. Identifie et catégorise les choses et les gens.



Le travaillomane

Besoins psychologiques :

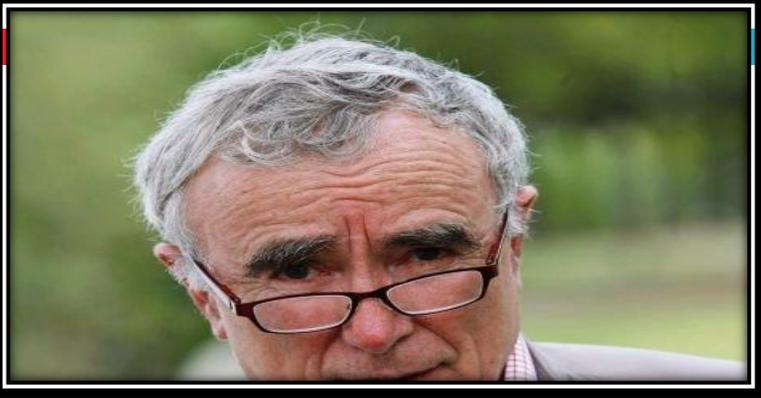
- A besoin d'être reconnu par ses capacités de réflexion et le travail qu'il accomplit : « Beau travail », « Excellente idée », « Un travail rondement mené ».
- A besoin de structurer son temps.
- Veut connaître les dates limites.
- A besoin d'informations.

Initiative :

- Auto starter : exemples

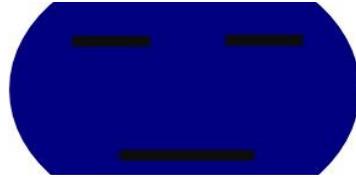


Le travaillomane



Lien entre « la petite voix intérieure » et « les besoins psychologiques »

Travillomane



« Je dois être compétent et parfait »



Besoin d'être reconnu pour son travail bien fait

Besoin de structuration du temps

Le travaillomane sous STRESS



« Je vais faire le moi-même, c'est plus sûr! »

« Montrez-moi où vous en êtes . »

« Faites-le comme cela . »

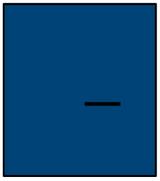
« Vous êtes stupide ou quoi ? »

« Décidément, tous des incapables . »

« Ah, si je n'étais pas là ! »

« Ici, il n'y a personne sur qui je puisse compter . »

La porte d'entrée à la communication



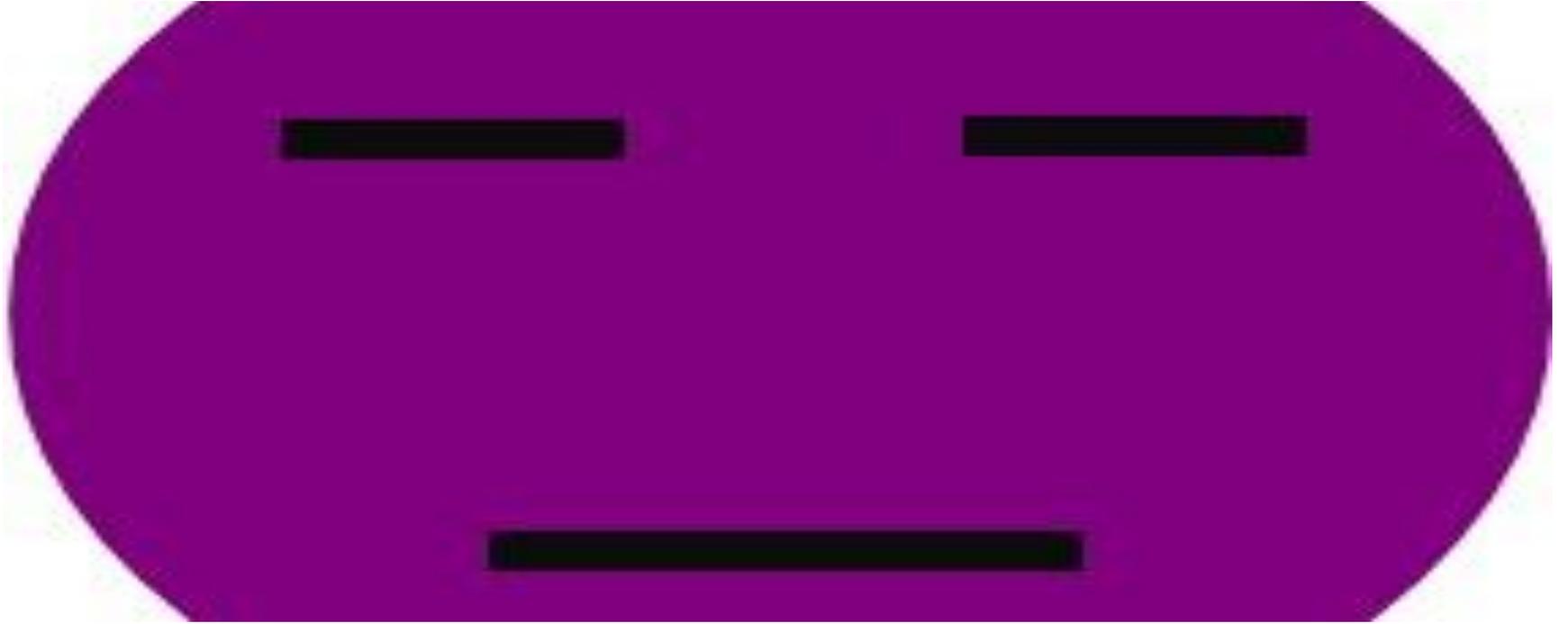
- Mode de communication basée sur des faits (organisé et dans le temps)
- Illustration

Responsable : « le quartier opératoire a besoin d'être réorganisé sous certains angles, je vous délègue la mission de faire un audit... »

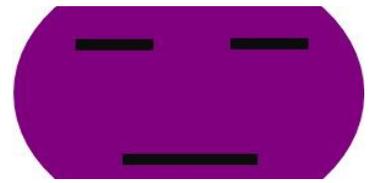
Travailleuse : « Qui est prévenu au quartier opératoire, jusqu'où va ma mission, pour quand, qu'attendez vous de ce travail? »

→ **Le secret du succès** est de travailler intensément, de penser clairement, d'être logique et de structurer son temps.

Le persévérant



Le persévérant



Points forts du caractère :

- Dévoué, observateur, consciencieux, loyal, respectueux des règles.

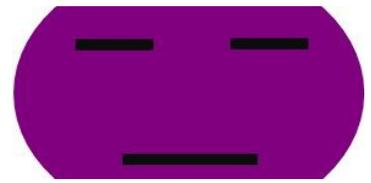
Traits de caractère :

- Capacité à donner des opinions, des convictions, des jugements.
Peut être dur dans l'expression.

Portes d'entrée en communication : OPINIONS

- Juge d'abord.
- Évalue les gens et les choses à partir de ses opinions.

Le persévérant



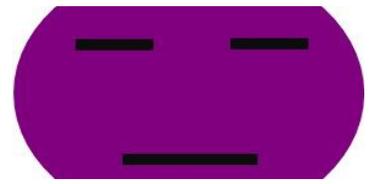
Besoins psychologiques :

- A besoin d'être reconnu pour ses opinions ou ses croyances :
 - « J'admire votre engagement »,
 - « Votre opinion a beaucoup de valeur pour moi »,
 - « Que croyez-vous que nous devrions faire ? ».
- Recherche également à être reconnu pour son implication et son travail accompli :
 - « J'apprécie votre travail », « Vos suggestions sont vraiment à prendre en considération ».
- A besoin d'informations.

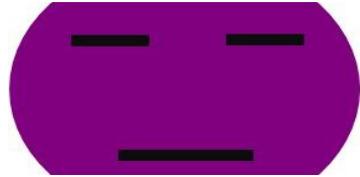
Initiative :

- Vient de l'extérieur.

Le persévérant



Lien entre « la petite voix intérieure » et « les besoins psychologiques »

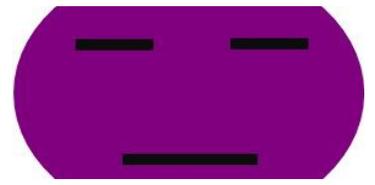


« Je dois être digne de confiance »



Besoin d'être reconnu pour son travail
Besoin d'être reconnu pour ses opinions

Le persévérant sous STRESS

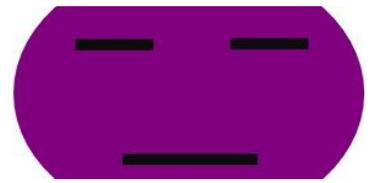


« Votre conclusion manque de consistance . » Il relève ce qui ne va pas chez les autres

« Vous avez tort . »

« Ce n'est finalement pas une si mauvaise idée . »

Le persévérant sous STRESS



« Prouvez-moi ce que vous affirmez . »

« L'entreprise ne compte donc pas pour vous, c'est bien ça ? »

« Je vous ai demandé 100 fois d'être plus exigeant, je parle français non ? »

« Ils sont tous ligués contre moi ! »

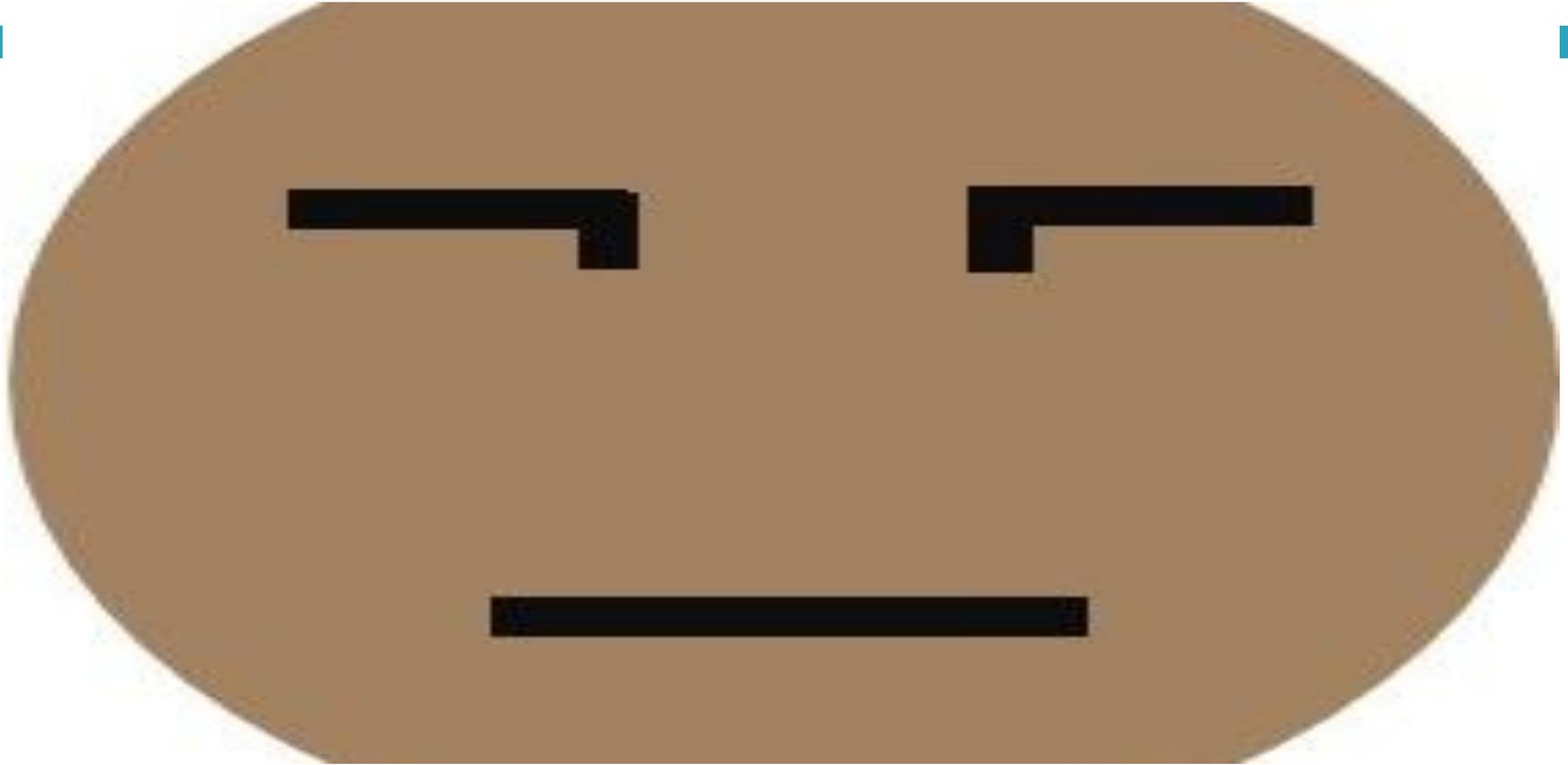
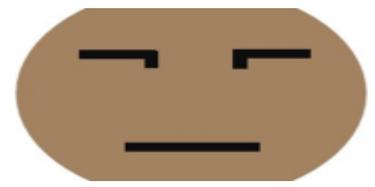
La porte d'entrée à la communication

- Mode de communication basée sur des faits (analyse de la situation vers des solutions rationnelles)
- Illustration
- **Le coordinateur Q/S** : « je sais que c'est important pour vous que notre institution puisse se positionner auprès des autres hôpitaux concernant l'accréditation, ici votre avis est vraiment indispensable et je crois que cela vaut la peine de prendre une heure pour en discuter, êtes vous d'accord que je prenne un rv avec vous auprès de votre secrétaire?

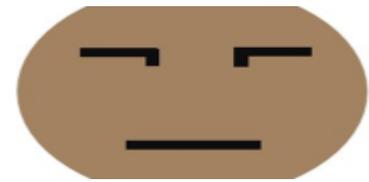
Responsable : certainement.....

→ **Le secret du succès** est d'agir avec sa conscience, de suivre les règles et de se conformer à des standards justes.

Le rêveur



Le rêveur



Points forts du caractère :

- Imaginatif, réfléchi, calme.

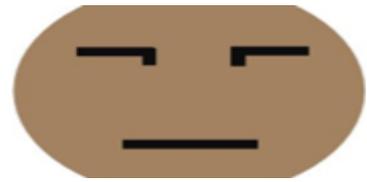
Traits de caractère :

- Capacité à l'introspection.
- Est efficace quand les tâches lui ont clairement été indiquées.
- Généralement très doué pour une activité nécessitant une grande habileté manuelle.

Portes d'entrée en communication : MEDITATIONS

- Imagination riche.
- Ce sont les autres ou les événements qui le poussent à agir.

Le rêveur



Besoins psychologiques :

- Besoin de calme, de solitude, d'intimité, d'un lieu à soi.

Initiative :

- Vient de l'extérieur



Le rêveur



Lien entre « la petite voix intérieure » et « les besoins psychologiques »



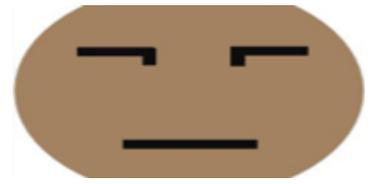
« Je dois être voulu »



Besoin de solitude

Le rêveur

Sous STRESS



« *Les gens font trop de bruit, je baisse le rideau .* »

« *Je me sens loin de tout ça .* »

« *Je suis mal à l'aise, je ne sais pas comment faire .* »

« *Je n'ai pas assez de temps .* »

« *Je suis tout seul .* »

« *Plus personne ne m'adresse la parole .* »

« *Je ne sais plus quoi faire .* »

La porte d'entrée à la communication

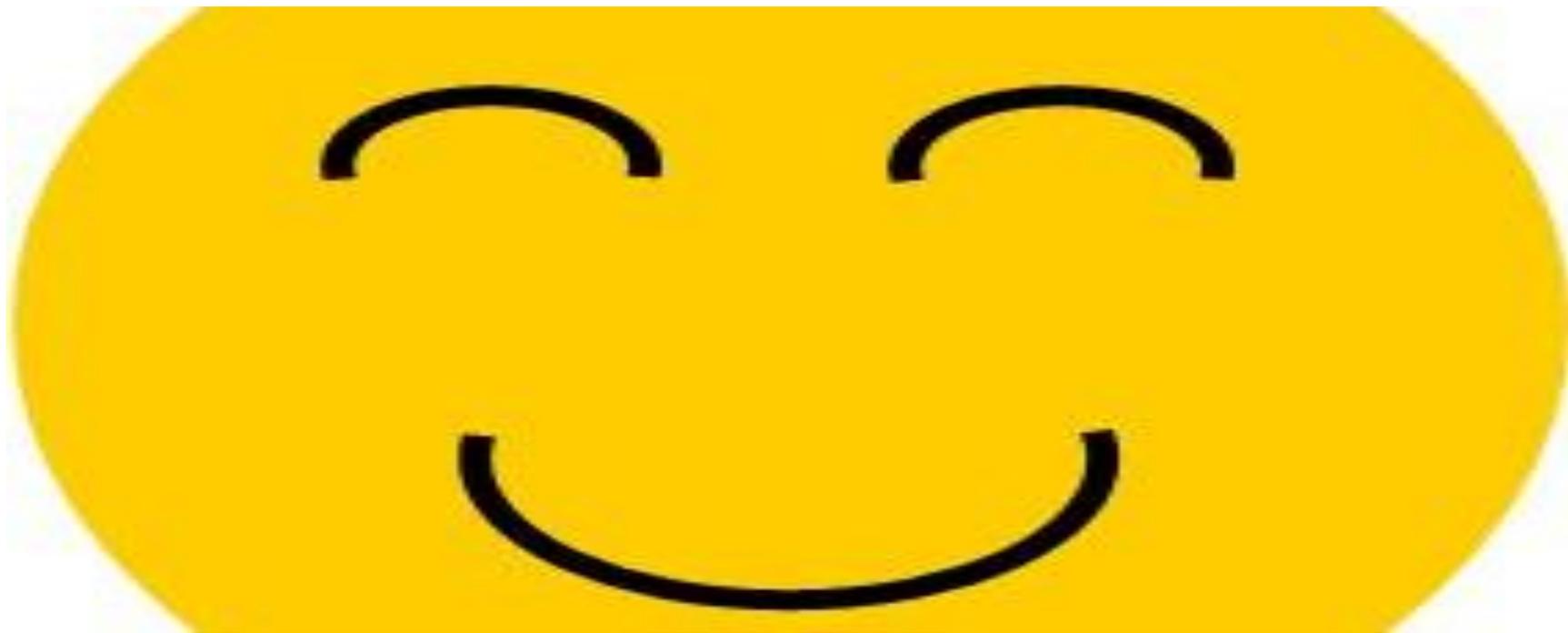
- Mode de communication clair et directif
- Illustration

Le responsable : « Apportez-moi pour demain 10H tous les relevés des prise de température des frigos depuis une semaine »

Agent : oui, Monsieur

→ **Le secret du succès** est d'être réfléchi, de ne pas s'exciter pour rien. C'est important de prendre un moment seul tous les jours pour faire de l'introspection et prendre du recul.

Le rebelle



Le rebelle



Point forts du caractère :

- Spontané, créatif, ludique.

Traits de caractère :

- Capacité à s'amuser et à profiter du présent.

Portes d'entrée en communication : REACTIONS

- Tout ou rien : réagit en adorant ou en détestant les personnes, les choses ou les situations.

Le rebelle



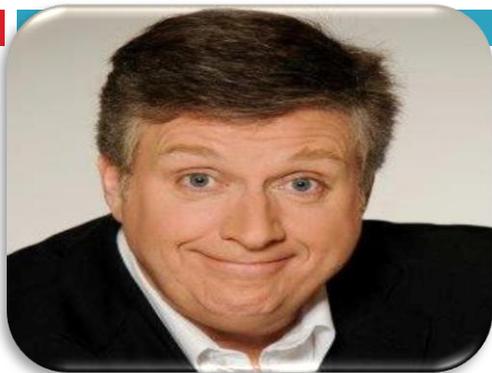
Besoins psychologiques :

- Besoin de beaucoup de contacts avec les gens.
- Besoin de s'amuser.

Initiative :

- Vient de l'extérieur

Le rebelle



Lien entre « la petite voix intérieure » et « les besoins psychologiques »



« Je dois être acceptable »



Besoin de contacts

Le rebelle

Sous STRESS



« Je n’y arrive pas . »

« C’est trop dur, je n’y comprends rien ! »

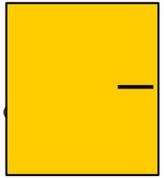
« J’sais pas comment faire ! »

« Quoi, votre rapport? C’est pas de ma faute s’il n’est pas terminé . »

« J’en ai marre, vous en avez toujours après moi ! »

« Vous ne perdez rien pour attendre, vous allez me le payer . »

La porte d'entrée à la communication



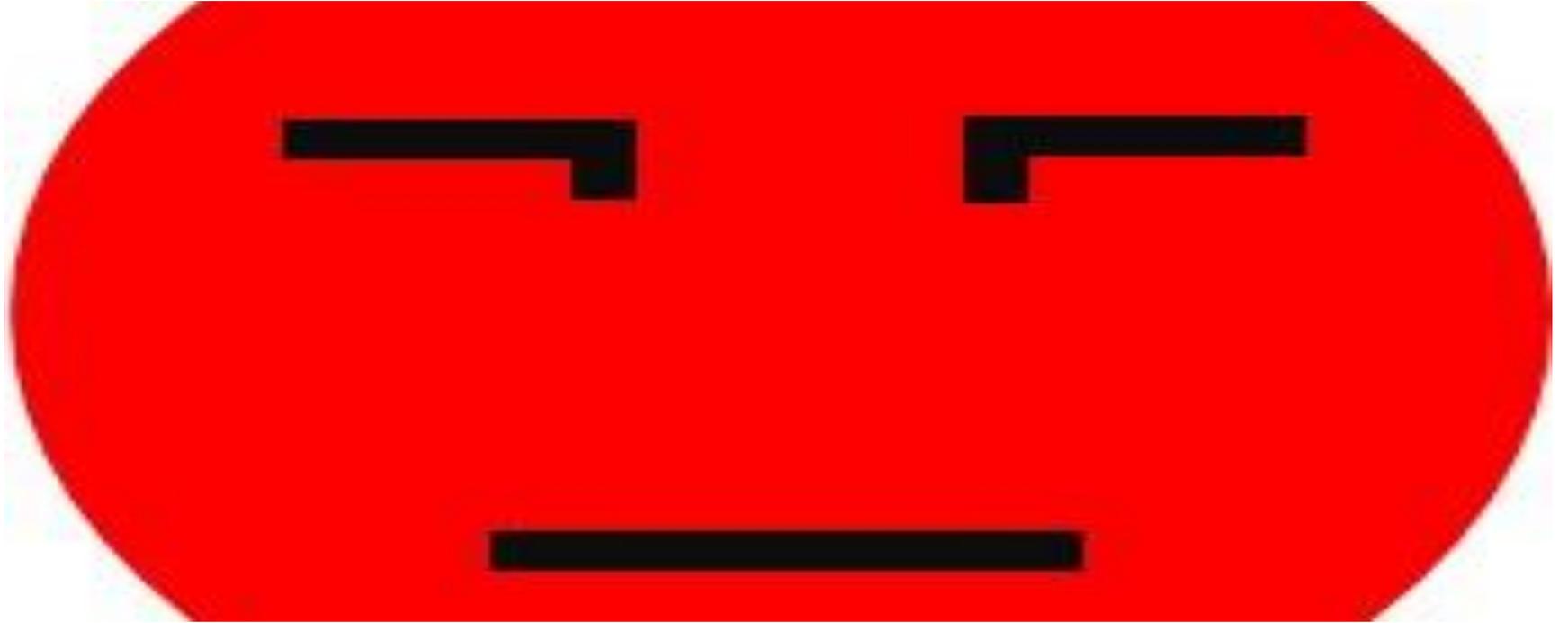
- Mode de communication énergique et réactif (ludique et avec humour)
- Illustration

Responsable : pour dédramatiser la prochaine visite des experts visiteurs à cette équipe, ce serait super si vous racontiez avec humour comment vous avez vécu votre première visite....

Agent : Vous en êtes sûr? Je peux y aller à fond?

→ **Le secret du succès** est de rester soi-même, de faire son truc, de prendre du plaisir et d'être créatif.

Le promoteur



Le promoteur



Points forts du caractère :

- Adaptable, persuasif, charmeur.

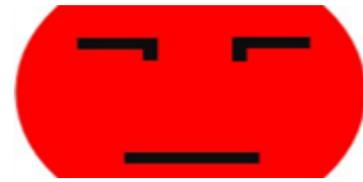
Traits de caractère :

- Capacité à être ferme et direct.
- Orienté vers l'action.

Portes d'entrée en communication : ACTIONS

- Commence par agir, puis s'adapte en fonction du résultat et de l'action.

Le promoteur



Initiative :

- Vient de l'extérieur

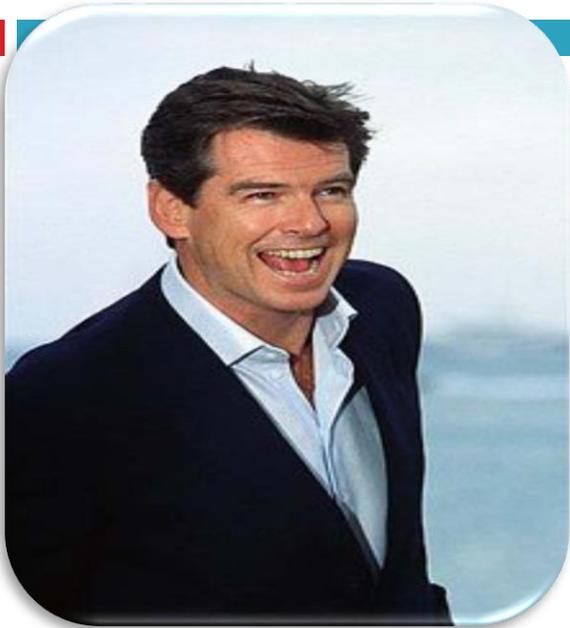
Besoins psychologiques :

- Besoin d'excitation, de défis, de challenges.
- Aime les sensations fortes et en peu de temps.
- Besoin de prestige.

Le promoteur



Le promoteur



Lien entre « la petite voix intérieure » et « les besoins psychologiques »



« Je dois être vivant »



Besoin d'excitation



Le promoteur sous STRESS

« Ici c'est chacun pour soi ! »

« C'est pas mon problème ! »

« Débrouille-toi tout seul ! »

« Si t'es pas été augmenté cette année, c'est à cause de Pierre ... »

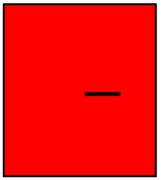
« Tu sais à qui tu parles, là ? »

« T'es vraiment nul ! »

« Votre boîte, je ne lui donne pas six mois avant de se casser la g... »

« Tous des ringards, là-dedans ! »

La porte d'entrée à la communication



- ❑ Mode de communication puissant et impératif
- ❑ Illustration

Direction : « Notre hôpital doit être le premier hôpital accrédité dans notre région . Je suis convaincu que nous y arriverons dans un temps record»

Cadre : « je parie avec vous que ce sera notre hôpital concurrent qui sera le premier »

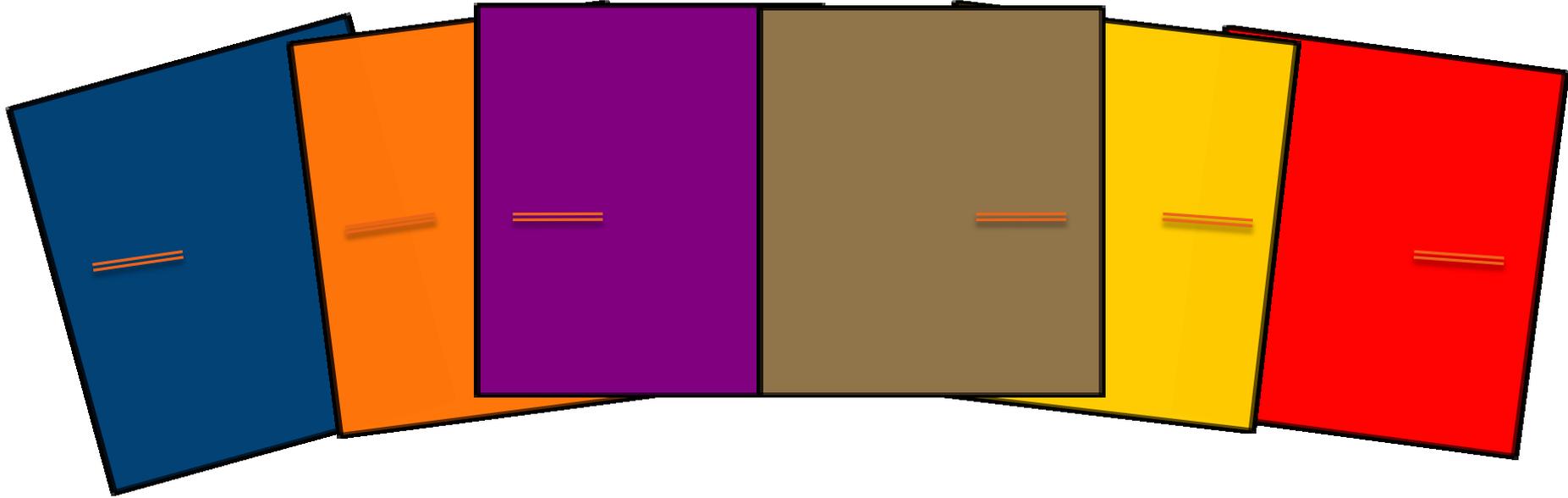
→ **Le secret du succès** est de faire des choses excitantes, de charmer, d'être persuasif et de chercher à être le premier.

L'ACCREDITATION A NOTRE PORTE

Résistance?



L'accréditation à nos portes



OPPORTUNITÉ?

Leur vision du monde

Type de personnalité	Perception (la paire de lunettes)
Empathique	Exprime ses sentiments
Travailleuse	Pose des questions, demande de l'information
Persévérant	Pose des questions, demande de l'information, donne son opinion
Rêveur	Au soignant de prendre l'initiative
Rebelle	Répond de façon enthousiaste et expressive
Promoteur	Répond de façon directe et expressive

Accréditation non si =

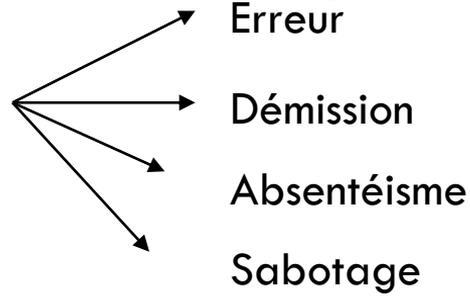
- ❑ Langue de bois
- ❑ Non information
- ❑ Charge de travail et travail mal organisé
- ❑ Ne répond pas à mes besoins
- ❑ Absence de Créativité, solidarité, rires
- ❑ Absence de Défi, innovation
- ❑ Absence de valeurs
- ❑ Normes rigides au lieu de références
- ❑ Administration versus légèreté
- ❑ Absence de Processus rationalisé

Si l'accréditation amène un

- ❑ Manque de transparence
- ❑ Manque de confiance
- ❑ Manque de reconnaissance
- ❑ Manque de valeurs
- ❑ Manque de structure et d'organisation
- ❑ Manque d'humour
- ❑ Manque de défi

SI LES BESOINS SONT NON SATISFAITS

Apparition d'un cortège de problèmes



Alors stress négatif

Mécanismes de survie

- ❑ Victime : se plaint
- ❑ Sauveur : mêle tout
- ❑ Persécuteur : blame-shame, rigide*
- ❑ Victime: anesthésié
- ❑ Saboteur *
- ❑ Manipulateur*



Somatisation



Accréditation oui si =

- bien-être
- responsabilité, structure, organisation
- Qualité des soins, efficacité, performance
- Procédures, règles : simplification et transparence
- Créativité, solidarité, rires
- Défi, innovation

Accréditation oui si =

- Je suis reconnu en tant que personne
- Je suis reconnu pour mon travail bien fait
- Je suis reconnu pour mon travail bien fait et pour mes opinions
- Je reçois des directives claires
- J'ai des contacts avec les autres et mes idées sont accueillies
- Je suis reconnu pour accomplir des missions impossibles
-

L'accréditation oui si

Types de personnalité		Perception : portes d'entrée	Basez les échanges sur
	L'empathique	Émotions	Chaleur humaine
	Le travailomane	Pensées / interrogations	Logique
	Le persévérant	Opinions	Valeur
	Le rêveur	Imagination	Inviter à l'action
	Le rebelle	Réactions	Jeu / plaisanterie
	Le promoteur	Actions	Action

L'accréditation : comment parler aux 6 types de personnalités en même temps

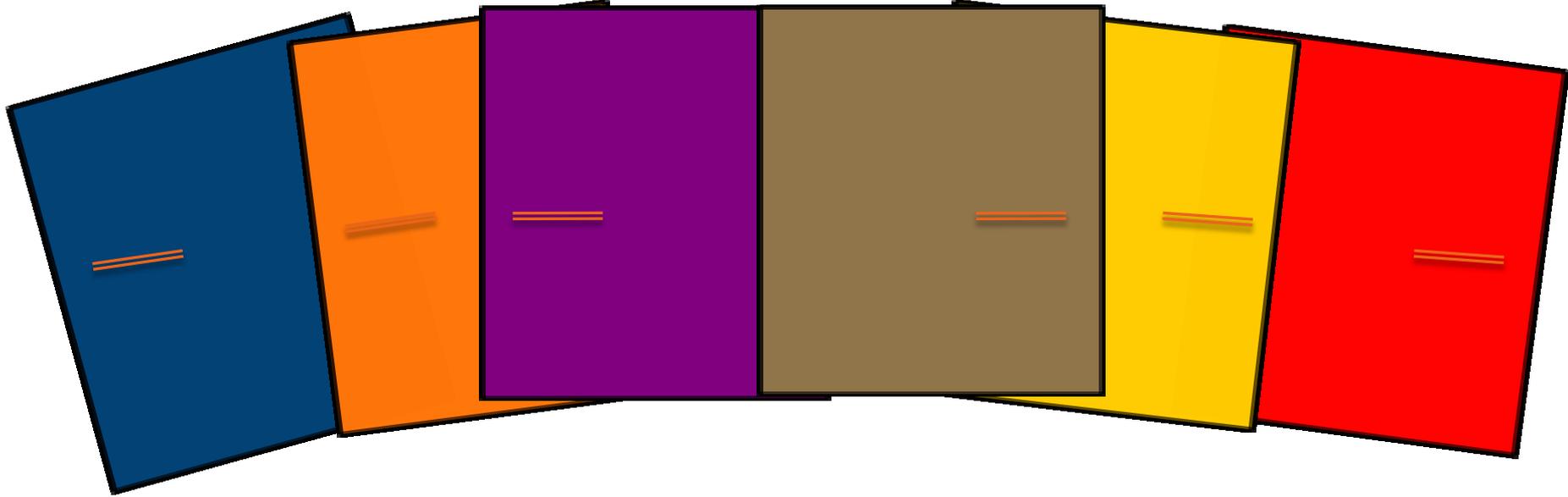
- ❑ **L'accréditation est devant notre porte**
- ❑ **Je suis convaincue que nous sommes une équipe solidaire où nous nous apprécions mutuellement.**
- ❑ **L'accréditation nous permettra de rendre notre institution mieux structurée et mieux organisée en nous basant sur des expériences scientifiques**
- ❑ **Le patient a une place principale pour nous, raison pour laquelle nous sommes ici, comment être plus professionnels et améliorer la qualité des soins**
- ❑ **Se préparer à l'accréditation nous prendra un an**
- ❑ **J'ai apporté une civière et du Maalox si c'est indigeste pour vous**
- ❑ **Je vous promets que notre hôpital sera le first sur le marché dans 4 ans vous pourrez déjà agir dès demain dans votre service**

Si nous rendons l'accréditation humaine

- « heureux » avec l'accréditation?



Merci pour votre attention



Cette présentation est basée sur deux exposés

- Jacquerye, A. Quelques clés pour mieux communiquer avec les patients. Semaine de la communication. CHR Haute Senne, 17 juin 2013
- Jacquerye, A. , Laurent,V. et Uyttendaele, D. Face au stress comment mieux communiquer? Semaine de la communication CHR Haute Senne, 02 juin 2014

Références bibliographiques

- ❑ **Becquereau, C.** Process Com pour les managers. Manager sans stress et booster ses équipes. Eyrolles, Paris, 2011
- ❑ **Collignon G.**, Comment leur dire ... La process Communication. Interéditions, Paris, 2010
- ❑ **Collignon G., Legrand P.;** Coacher avec la Process communication, Interéditions, Paris, 2010
- ❑ <http://format.pf/dstress.html> : la gestion du stress
- ❑ **Kahler, T.**, Le grand livre de la Process Thérapie. Eyrolles, Paris, 2008
- ❑ **Kahler, T.**, Manager en personne. Interéditions, Paris, 1989
- ❑ **Jacquerye, A., Schumacher, I. et Provot, J-P,** Process Communication Management, le manuel du formateur, Bruxelles, 1990
- ❑ **Vermeulen, I.**, Les dangers de la Communication en entreprise
- ❑ www.idem-commercial.com
- ❑ <http://www.processcommunication.be/fr/images/General%20Brochures/plaquette%20PCM%20FRench-KCB.pdf>