

Définir un objectif





Le thème des objectifs est l'un de ceux les plus traités dans les domaines concernant la communication, l'évolution personnelle et le coaching. En effet, pour le coach et son client, la définition d'un objectif est le point de départ du processus d'accompagnement. On définit l'objectif, ou en tous cas on en pose les bases, lors du premier entretien.

Les critères de l'objectif

S pécifique
M esurable
A tteignable
R éaliste
T emporel
E cologique/ intègre

Il doit être :

- ♦ Ecrit, formulé positivement
- ♦ Pour sécuriser pensez à faire exprimer une échappatoire, c'est le plan B au cas où.

Deux types principaux d'objectifs

Les objectifs généraux

Exemples :

- ♦ Equilibrer les différents domaines de ma vie : personnelle / professionnelle / sociale...
- ♦ Clarifier ce que j'attends de ma vie pour les années à venir
- ♦ Être n°1 dans le domaine XY.

Les objectifs spécifiques

Exemples :

- ♦ Faire du vélo, 1 heure, 3 fois par semaine.
- ♦ Avoir 20 nouveaux clients d'ici le 1er janvier.

Les 2 types ont leur place en coaching.

- ✓ L'objectif général, même s'il ne dépend pas uniquement de nous, donne la direction et l'élan.
- ✓ L'objectif spécifique est un objectif de performance.
Il peut se suffire à lui-même ou faire partie d'un projet plus large.

Lorsqu'une personne se donne un objectif global, demandez-lui de l'assortir d'objectifs spécifiques, qui vont devenir en fait des sous-objectifs par rapport à l'objectif général.

Pour définir un objectif spécifique

Il existe différentes grilles de clarification d'objectifs, qui se ressemblent. En voici une :

1. L'objectif lui-même

Vérifiez qu'il est clair, spécifique et atteignable.

Il dépend de la personne et il est énoncé positivement.

La clarification de l'objectif répond à la question : " Qu'est-ce que je veux, exactement ?".

2. Le résultat visé

C'est le niveau des bénéfices attendus.

Il répond à la question : "Qu'est-ce que ça me donnera ? Pour quelles raisons est-ce que je veux ça ?"

Ce niveau est important, car c'est là que se trouve l'énergie de la motivation.

Plus l'objectif débouche sur des avantages/bénéfices intéressants, plus votre client est porté à se mettre en marche.

Exemple d'objectif : apprendre l'anglais

Exemple de résultat visé : lire des livres en anglais sur le coaching. Pouvoir parler avec les gens quand je voyage aux Etats-Unis.

Exemple d'objectif : doubler vos revenus mensuels

Exemple de résultat visé : tranquillité d'esprit, sécurité pour l'avenir.

3. L'intégrité

Est-ce que cet objectif respecte l'intégrité de la personne et de celles qui sont impliquées ?

Dans ce contexte, la notion d'intégrité correspond à celle d'écologie en PNL.

La question à poser comme point de départ à un échange : "Y a-t-il des inconvénients pour toi à atteindre cet objectif ?" ainsi que : "Y a-t-il un inconvénient pour les autres personnes impliquées ?".

4. Les critères d'évaluation

Ils sont parfois évidents lorsque l'objectif concerne une performance précise. Dans ce cas, ils sont déjà présents dans la définition de celui-ci.

Lorsque c'est un objectif plus global, prévoyez des critères d'évaluation spécifiques.

Critère partiel : "A quoi est-ce que tu sauras que tu es dans la bonne direction ?"

Critère final : "A quoi est-ce que tu sauras que tu as atteint ton objectif?"

...auxquels s'ajoutent :

La vérification que cet objectif est bien celui de votre client

Est-ce que c'est bien son objectif ou celui de ses parents, son patron, son conjoint, ses voisins.... (Pourquoi dire une chose aussi évidente ? Parce que de nombreuses personnes ne voient pas les choses évidentes).

La butée de temps

« Quand auras tu atteints ton objectif ? A quelle date ? ».

L'anticipation des chances de réussite

« Sur une échelle de 1 à 10, à combien évalues-tu tes chances d'atteindre cet objectif ? ».

Si la personne est à moins de 9, réévaluer l'objectif avec elle, ou lui demander de quoi elle a besoin pour monter à 9 (ou 10 !).

Plusieurs points importants

- ♦ Un objectif est écrit. Tant qu'il ne l'est pas, ce n'est pas un objectif. C'est un souhait, une idée, une intention...
- ♦ La personne est plus importante que ses objectifs. Le Qui est plus important que le Quoi et le Comment.

La plupart du temps, je ne prends pas pour argent comptant les objectifs de mes clients. Il arrivera souvent qu'une personne vienne vous voir avec un ou plusieurs objectifs très clairs et que pourtant elle reparte de l'entretien avec des objectifs différents. Pourquoi ? Parce qu'entre-temps, vous l'aurez aidée à clarifier ce qu'elle veut réellement.

Une question qui est souvent fructueuse : "Si tu étais certain d'obtenir ce que tu veux dans ce domaine, s'il t'était impossible d'échouer; qu'est-ce que tu voudrais vraiment ?".

Votre client vient d'abord avec une demande, et c'est à travers le dialogue que vous allez faire émerger son objectif réel.

- ♦ Si vous n'avez pas d'objectifs, vous risquez de rester un figurant dans la vie de ceux qui en ont (Aïe !).
- ♦ Pas plus de 3 objectifs en même temps. C'est l'histoire classique de courir plusieurs lièvres à la fois...
- ♦ A chaque fois que possible, transformez l'objectif en projet "**Wahoo !!!**".
- ♦ Le travail de visualisation ou la prescription de rituels, comme le fait de re-écrire chaque jour les objectifs, est aidant pour certaines personnes (plus là dessus lors de votre session).

Une citation...

"Il n'y a point de vent favorable à celui qui ne sait pas où il va" - Sénèque

Crée en 2004, l'ICA est la 1ère école de formation
au coaching professionnel fondée en Alsace.
**En 14 ans d'expérience, 220 coachs ont été formés à l'ICA
et 70% exercent leur propre activité en indépendant**

