

PNL

PROGRAMMATION NEURO LINGUISTIQUE

Les meilleures techniques pratiques de psychologie, de communication et de manipulation pour entrer dans la tête des gens, les influencer et les convaincre



ROBERT MERCIER

PNL

Programmation Neurolinguistique

**Les meilleures techniques pratiques
de psychologie, de communication
et de manipulation pour entrer
dans la tête des gens, les influencer
et les convaincre**

Robert Mercier

*Copyright 2021 de Robert Mercier.
Tous droits réservés.*

Sommaire

Introduction

1. Les présupposés de la PNL
2. Les 6 besoins humains par Anthony Robbins
3. Les Systèmes de Représentation VAK
4. Rapport, Calque et Coaching
5. Pattern et Interruption d'un schéma
6. Le Langage du corps
7. Métamodèle et mécanismes métalinguistiques
8. Modèle de Milton
9. Comment gérer les objections
10. Les sous-modalités
11. Les ancrages grâce aux sous-modalités
12. Les Croyances
13. Les Métaprogrammes
14. Les 4 étapes du processus d'apprentissage.
15. Les 7 étapes du changement

Conclusion

Avant de nous dire au revoir, essayez de répondre à cette question :
Cela pourrait aussi vous plaire...

Introduction

Les gens me demandent : « Vous ne travaillez jamais avec des personnes aveugles et sourdes ? » Et je réponds : « Tous les jours... tous les jours » - Richard Bandler

La PNL n'est pas quelque chose qu'il faut se contenter de connaître, c'est plutôt quelque chose que l'on utilise et que l'on met en pratique dans sa vie quotidienne.

Et encore plus important, c'est d'appliquer la PNL sur soi avant même de l'enseigner aux autres : la cohérence et la consolidation personnelle sont les premiers objectifs à renforcer.

Pour ce faire, et pour faire de la PNL une habitude et une compétence maîtrisée, la méthode la plus simple est de la mettre en pratique afin qu'elle devienne **NATURELLE**.

Ceci est l'objectif du livre que vous êtes sur le point de lire, vous guider étape par étape dans la compréhension et dans l'application des thèmes abordés, afin que **la PNL fasse partie de vous**.

Afin que cette technique devienne « **naturelle** » et « **facile à appliquer** », vous devez faire en sorte qu'elle fasse partie de vous et le meilleur moyen que de la pratiquer tous les jours, de votre vie, dans les choses que vous faites et que vous faites déjà bien.

Grâce à ce livre, vous apprendrez les thèmes de la PNL qui permettent l'application la plus pratique et qui **donneront des résultats**, des stratégies très puissantes pour développer le potentiel humain. Et vous le ferez de manière pratique, amusante, intense et dynamique.

Immédiatement, vous constaterez des améliorations considérables dans votre communication, dans la gestion de vos humeurs et, bien entendu, dans vos compétences et capacités professionnelles et personnelles.

Je vous rappelle que dans ce livre, vous ne trouverez pas de secrets qui changeront votre vie par magie, mais des idées, des techniques, des exercices à faire, qui, réalisés correctement avec la bonne attitude, répétés constamment et une fois appropriés, amélioreront vos relations avec les autres et vos performances dans votre vie privée et professionnelle.

P.S. : Avant de commencer la lecture, [cliquez ici pour télécharger un livre gratuit intitulé "Les 7 secrets de la communication persuasive"](#).

Un petit guide pratique qui vous donnera les connaissances nécessaires pour améliorer vos compétences en matière de communication, parfaitement complémentaire au livre que vous allez lire.

Il est temps de commencer ce voyage à la découverte de la Programmation Neurolinguistique. Bonne lecture !

1. Les présupposés de la PNL

« Rappelez-vous, ceci est votre propre corps, votre propre cerveau. Vous n'êtes pas la victime de l'univers, vous êtes l'univers. » - Richard Bandler

Dans ce chapitre, vous trouverez l'historique de la PNL et vous disposerez des premiers éléments pour commencer à en comprendre l'utilité. La partie essentielle portera sur les « présupposés » de la PNL et leur évolution avec Anthony Robbins, en vue de poser les bases d'un apprentissage optimal de cette discipline.

“PNL” est un acronyme, c'est-à-dire un sigle composé par les initiales d'une suite de mots, par lesquelles on désigne la « **Programmation Neurolinguistique** », une science née aux États-Unis au tout début des années 70, grâce aux recherches de Richard Bandler, diplômé en mathématiques, et aux compétences linguistiques de John Grinder, jeune assistant universitaire.

Les deux hommes commencèrent à étudier le travail de certains des plus célèbres thérapeutes de l'époque, en analysant leur efficacité communicative du point de vue du langage et en examinant ce qu'on appelle la pragmatique de la communication, c'est-à-dire la manière dont les mots sont capables d'influencer le comportement. Bandler et Grinder ont particulièrement fondé leur travail sur les œuvres de quatre grands du siècle dernier : Fritz Perls, auteur de la célèbre « *Gestalt Thérapie* » ; Virginia Satir, thérapeute familiale ; Milton Erickson, hypnothérapeute de renommée mondiale ; dans la lignée des études de Gregory Bateson, anthropologue anglais de la communication et de la théorie des systèmes.

Comment ces professionnels ont-ils pu obtenir des résultats si excellents, qu'ils semblaient être des « magiciens » aux yeux des spectateurs incrédules de leur travail ? Ce n'est pas un hasard si un des premiers projets des

créateurs de la PNL s'intitulait « *La structure de la magie* », dont nous rapportons l'extrait suivant :

“À l'époque moderne, la cape du magicien est la plupart du temps sur le dos de ces professionnels de la psychothérapie dynamique, dont l'expertise est largement supérieure à celle des autres thérapeutes et dont le travail nous paraît si stupéfiant, qu'il suscite en nous une forte émotion, de l'incrédulité et une confusion totale.”

De plus, il est bon de reconnaître aussi la contribution de deux personnes spéciales au monde de la PNL : Anthony Robbins, qui a eu l'intuition d'étendre ces outils au coaching et au développement du potentiel humain ; et Robert Dilts, dont les recherches ont donné lieu à la plus importante étude sur le Leadership qui ait été menée dans l'histoire de la pensée occidentale.

La signification de la PNL

Pour résumer la PNL en une phrase, nous pouvons dire qu'il s'agit de l'étude de la manière (*Programmation*) dont le cerveau des personnes (*Neuro*) est influencé par leur propre langage et celui des autres (*Linguistique*).

C'est une discipline née de la volonté de comprendre le comportement humain, en rendant reproductibles les résultats les plus extraordinaires obtenus par les personnes ayant le plus de réussite. Bandler et Grinder ont rapidement découvert que la baguette magique de toute excellence subjective était le langage dans lequel elle s'exprimait.

La croyance sur laquelle les inventeurs de la PNL ont fondé leurs recherches était qu'après avoir analysé les modalités qui permettaient à n'importe quelle personne d'obtenir ces résultats, il était possible de systématiser les connaissances acquises afin de les transmettre ensuite à d'autres personnes, pour qu'elles puissent obtenir des résultats similaires.

Un tel processus sera plus tard appelé *modélisation* et, comme annoncé, il se développera également en dehors du contexte thérapeutique des origines,

en incluant l'étude de sujets plus qualifiés à produire des résultats dans tous les domaines.

Leur magie – à l'instar d'autres activités humaines complexes, telles que peindre, composer de la musique ou envoyer un homme sur la lune – a une structure, et peut donc être apprise par n'importe qui.

Maintenant que vous avez une définition assez précise de la PNL, examinons les présupposés principaux de cette discipline. Voici les présupposés les plus importants dont la notation est mise en place pour faciliter la lecture, il n'y a pas de classement d'importance concernant ces présupposés car ils sont tous plus ou moins égaux :

1. Il est impossible de ne pas communiquer.

Notre communication ne se limite pas seulement à ce que nous disons verbalement, mais elle est également soumise à des facteurs comme le volume, le ton de voix, les gestes, les expressions du visage, la posture, le langage corporel, etc. Nous sommes toujours en train de communiquer, même lorsque nous ne le voulons pas. Même lorsque nous ne disons rien, nous communiquons.

La communication se fait tout le temps dans le sens où même un refus de communiquer est une forme de communication. Nous ne pouvons ignorer que nos paroles ou nos messages non verbaux aient une influence sur les autres. Lorsque nous en sommes conscients, il convient d'utiliser et de modeler notre communication suivant notre interlocuteur.

2. La carte n'est pas le territoire.

Beaucoup sont convaincus que leur propre carte du monde interne respecte la façon dont le monde est réellement. Cependant, il ne s'agit que d'interprétations subjectives. Celle que vous appelez "réalité", c'est-à-dire votre carte du monde, n'est qu'une version déformée du territoire. Votre réalité subjective est le résultat des expériences que vous avez vécues tout au long de votre vie : il est évident que chacun aura une carte différente. Nous réagissons à notre propre perception de la réalité et non à la réalité elle-même.

Ce présupposé est important pour deux raisons. Premièrement, nous devons être conscients que notre carte du monde ne correspond pas nécessairement à celle des autres. Nous devons souligner l'importance de l'écoute, la capacité à « lire entre les lignes » et à ne pas se concentrer seulement des mots de notre interlocuteur, mais sur les significations qui se cachent derrière, car ces significations nous montrent sa « carte du monde ». De plus, nous pouvons changer les choses en changeant tout simplement notre façon de les voir.

Prenons un exemple.

Supposons qu'une personne décide d'apprendre le mandarin. Cette personne n'a jamais pris aucun cours auparavant, et ne parle qu'une seule langue - sa langue maternelle -, elle ne possède donc aucun avantage pratique mais elle pense que toute personne peut apprendre tout ce qu'elle veut. Il y a à l'intérieur de sa réalité, une croyance qui suppose "je suis capable d'apprendre n'importe quelle langue, en pratiquant régulièrement et en faisant des erreurs". Cette personne fait face à de nombreuses difficultés au début, et c'est bien normal car cela fait partie du processus d'apprentissage que nous verrons plus loin. Néanmoins, au bout de quelques mois, elle est capable d'échanger avec une personne native sur des sujets simples.

Maintenant étudions le cas d'une autre personne, qui possède les mêmes caractéristiques que la personne ci-dessus, mais qui, à l'inverse, pense "qu'il faut être naturellement doué en langues pour être capable d'apprendre le chinois". Cette personne a de nombreuses difficultés pour apprendre, encore plus que l'autre personne et, au bout de quelques semaines, elle abandonne tout simplement d'étudier.

L'exemple se termine ainsi car les deux personnes ont réagi suivant leur propre réalité - ou carte du monde, et non en fonction de la véritable réalité qui postule qu'un apprentissage régulier amène à des résultats certains.

Bien évidemment, nous devons respecter notre réalité, car c'est ce qui est réel pour nous. En revanche, cela ne veut pas dire que nous devons absolument être d'accord avec toutes les déformations qu'elle contient.

Prenez simplement le temps de rechercher d'où proviennent ces réalités ou ces perceptions.

Nous ne progressons pas en sous-estimant nos capacités ou en nous attribuant de fausses étiquettes.

Nous progressons beaucoup plus en comprenant notre propre réalité, puis en prenant les mesures nécessaires pour exploiter de nouvelles hypothèses domaines de possibilités.

3. Le sens de ce que nous communiquons ne réside pas dans l'intention, mais plutôt dans le résultat.

S'il arrive de se demander pourquoi nous ne sommes pas compris lorsque nous nous exprimons, nous pouvons répondre à cette question en examinant un peu plus ce concept.

Le moyen de juger de l'efficacité de notre communication ne réside pas en ce que nous voulons dire, mais en ce que comprennent les autres. Nous sommes responsables de la clarté de notre communication. Lorsque vous communiquez, vous êtes 100% responsable de la bonne réception du message que vous voulez transmettre à ceux qui vous écoutent. N'oublions pas que les gens réagissent à ce qu'ils croient que vous dites. Au cas où ce message ne serait pas compris par ceux qui vous écoutent, la responsabilité de cette incompréhension vous incombe à vous seul et ce qui a été compris représente le sens de votre communication.

4. Chacun fait de son mieux

Personne n'est mauvais par essence quand bien même il faudrait plusieurs exemples pour vous convaincre. C'est-à-dire que tout le monde a une intention positive en regard de son système de croyance ou de sa vision du monde. Cette présupposition ne veut pas dire qu'il faut tout accepter mais que nous pouvons réussir à comprendre dans un premier temps, pour mieux communiquer dans un deuxième temps.

5. Il n'y a aucun échec, juste du feedback

Celui-ci est un des principes fondamentaux de la PNL. Il décrit que toute conséquence résulte de chaque pensée, chaque sentiment et chaque comportement. Si vous obtenez des résultats qui ne vous satisfont pas, ce n'est pas un échec en soi. C'est simplement un feedback qui vous suggère d'ajuster ce que vous êtes en train de faire.

6. Nous avons des comportements mais nous ne sommes pas nos comportements

Si vous ne connaissez qu'une seule façon d'agir, vous ne pouvez pas agir autrement. Une personne effectue le choix qu'elle perçoit être le meilleur à un moment donné. En PNL, il faut absolument et clairement dissocier l'identité d'une personne de ses comportements. Ceci est plus acceptable lorsqu'il s'agit de discuter du comportement afin que la personne ne se sente pas jugée. On ne change pas la nature de quelqu'un mais il est possible de proposer de meilleur choix quant au comportement. Par exemple : dans votre jeunesse, vous avez sûrement agi ou vous vous êtes comporté de façon inappropriée, simplement car vous n'aviez pas ou peu d'autres choix. Maintenant que vous êtes plus mature et avez acquis de l'expérience, vous savez comment adapter votre comportement à certaines situations. Si vous ne connaissez qu'une seule façon d'agir, vous ne pouvez pas agir autrement.

7. Reproduire ou planifier l'excellence mène au succès (peu importe sa définition)

Le succès est reproductible. Et contrairement à la croyance populaire, il n'est pas dû au hasard, enfin pas pour sa majorité.

Exemple : Si vous souhaitez vous orienter vers un objectif et que vous avez un modèle de personne qui a atteint cet objectif alors vous pourrez modéliser les stratégies de cette personne qui a réussi à partir de là où vous êtes vers là où vous voulez aller. Vous allez donc probablement imiter les

mêmes actions et vous initiez les mêmes circonstances pour votre propre succès.

8. Le corps et l'esprit font partie d'un même système

Ce système est comparable à la cybernétique. Ce qui se passe dans l'esprit a des répercussions sur le corps, et inversement. Si nous observons les variations du langage non verbal, nous pouvons en déduire que des modifications s'opèrent au niveau de la pensée.

9. Le langage est une représentation secondaire de l'expérience

Lorsque nous racontons notre vécu avec des mots, ces mots ne sont jamais aussi riches que la représentation mentale que nous en avons. Si le langage superficiel (le langage des mots) permet de communiquer sur son vécu et ses représentations mentales (structure profonde), l'objectif en PNL est de retrouver, grâce à cette expression (langage - représentation secondaire), le vécu primaire, c'est-à-dire la représentation mentale de ce vécu. Et d'ailleurs comme nous pensons en image et qu'une image vaut mille mots, et afin de souligner ce présupposé, nous nous abstenons volontairement de proposer un exemple pour ce présupposé.

10. Il est possible de réaliser n'importe quelle tâche dès l'instant qu'elle est fractionnée en petites unités.

Ce présupposé rejoint notre exemple des deux personnes apprenant le mandarin. Un autre exemple concret est celui de l'écriture d'un livre. De nombreuses personnes rêvent un jour d'écrire un livre. Pourtant, la plupart d'entre elles ne franchiront aucune des étapes nécessaires pour accomplir cette tâche. Souvent car elles ne voient que le produit fini, ce qui semble être une tâche insurmontable. En conséquence, elles ne font même pas les premiers pas pour y arriver. Pourtant vous êtes et nous sommes conscients qu'un livre ne s'écrit pas en un jour, mais que de nombreux auteurs existent, et qu'il est donc bien possible d'écrire un livre...

Voyons les choses sous un autre angle en utilisant ce dernier principe. Si vous vouliez écrire un livre, vous pourriez d'abord réfléchir à votre raison

de le faire.

Par exemple, que voulez-vous expliquer ou faire vivre à vos lecteurs ?

Quels messages voulez-vous faire passer ?

Sur quels sujets ?

Quel est le niveau de compréhension actuel de vos lecteurs ?

Comment les faire passer de là où ils sont à là où ils veulent aller ?

Il en est de même pour tout objectif, comme devenir un golfeur expérimenté, apprendre une langue étrangère, courir un marathon etc. Ce présupposé est utile lorsque vous avez l'impression que vos problèmes sont devenus trop importants pour que vous puissiez les gérer.

Ces présuppositions contiennent les bases de ce que vous devez maîtriser pour devenir compétent en PNL. Cependant, il ne suffit pas de connaître ces concepts, vous devez également savoir comment les vivre. Vous devez ressentir et vivre les présupposés de la PNL au plus profond de votre être. Quel que soit le chemin que vous choisirez de suivre après cette formation, ces principes sont la clé de votre réussite. Ils sont essentiels pour atteindre une plus grande réussite personnelle et professionnelle.

Ces présuppositions contiennent les bases de ce que vous devez maîtriser pour devenir compétent en PNL. La PNL peut améliorer plusieurs aspects de votre vie de plusieurs façons. Dans la prochaine partie, nous verrons comment vous pouvez l'utiliser pour faire ressortir le meilleur de vous-même. Explorons maintenant ses 4 principes fondamentaux.

D'autres axes importants de la PNL

1. Lorsqu'un événement se produit dans notre vie, nous recevons des stimuli par le biais d'un processus intérieur que nous définissons comme la « pensée » (qui comprend la physiologie, les modèles de langage et les structures de croyance), ce qui génère des significations. À partir de ces significations, des émotions sont générées ; à partir de ces émotions naissent des comportements et à partir de ces comportements sont générés des

résultats. Tous les comportements humains sont guidés par la recherche de satisfaire un ou plusieurs des six besoins humains que nous étudierons dans le prochain chapitre.

2. Les gens sont uniques et possèdent des capacités particulières pour interpréter le monde à l'aide de leurs cinq sens. Comme nous ne pouvons pas mesurer ces cinq sens, nous devons apprendre à les contrôler.
3. Les gens sont responsables de leurs propres expériences : personne ne peut leur faire ressentir une certaine chose. Le fait est que nous expérimentons ce que nous faisons. Si une personne nous dit « je me sens triste », elle est effectivement en train de devenir triste. En d'autres termes, les gens utilisent leur corps (respiration, muscles faciaux, voix, langage et croyances) d'une manière qui provoque de la tristesse en eux à ce moment-là. Par conséquent, ceci peut être changé en un instant si la personne a une raison valable de le faire et des alternatives parmi lesquelles choisir (c'est-à-dire de nouvelles « carte du monde »).
4. En comprenant et en utilisant consciemment les outils du conditionnement neurologique, nous pouvons donner à une personne la capacité d'éliminer rapidement les comportements qui ne sont pas bons pour elle. Par ailleurs, cette prise de conscience l'aidera à créer des habitudes de pensée, de sentiment et de comportement qui favoriseront son renforcement continu et sa capacité à contribuer à la société de manière significative.
5. En définitive, les individus ont toujours le pouvoir de choisir ce qu'ils pensent, croient et entendent, indépendamment des conditions passées. Chaque changement survient en un instant. À partir du moment où nous changeons ce que les choses signifient pour nous, nous créons une transformation durable de notre expérience.

6. La signification conduit aux émotions et les émotions conduisent à l'action. Chaque action est une « cause » qui produira un « effet » verbal et non verbal. Les actions continues conduisent à des effets continus. Des effets continus créent une direction dans nos vies, qui conduisent finalement à la destination (notre destin personnel). En changeant la façon dont nous traitons les informations (par exemple, la façon dont nous évaluons et créons des significations), nous changeons la source de nos expériences plutôt que d'essayer de changer le comportement, qui n'est que la surface du problème. Essayer de changer des comportements sans s'orienter vers le processus par lequel nous créons les significations dans nos vies, revient tout simplement à agir sur l'effet au lieu d'intervenir sur la cause.
7. Renforcer la création de significations est le meilleur moyen de transformer les expériences de quelqu'un de la douleur vers le plaisir. Il est important de se rappeler que nous pouvons trouver un sens valorisant dans n'importe quelle situation. La douleur est le résultat d'une signification moins performante que nous avons construite en nous-mêmes. C'est le résultat de la valorisation de l'illusion de la perte, par opposition à la recherche d'un niveau de signification plus élevé, qui nous renforce davantage.
8. À l'intérieur de soi, chacun dispose des ressources nécessaires pour changer, mais ces ressources peuvent avoir besoin d'être réorientées ou insérées dans un nouveau contexte, afin qu'elles donnent du pouvoir et de la satisfaction à une personne.
9. Pour atteindre la satisfaction personnelle, de nombreux individus essaient d'utiliser et de maîtriser différents moyens (par exemple l'argent, les relations, le statut social, la spiritualité, etc.). Mais ce sont ces moyens qui nous procurent du plaisir. C'est le sens que nous attribuons à l'utilisation de ces moyens qui nous donne de la sécurité, de l'importance, de la variété, de la connexion, de la croissance et de la participation et qui, par conséquent, détermine notre niveau de satisfaction. Nous pouvons nous sentir satisfaits

sur le moment, mais il y a un prix à payer à long terme. La qualité de notre vie dépend de la qualité des émotions que nous éprouvons, ainsi que des « véhicules » que nous choisissons.

- 10.** Il y a certaines émotions auxquelles on attribue plus de valeur qu'à d'autres, indépendamment du contexte culturel où nous nous trouvons. Ces « vertus de pouvoir » (confiance, compassion, détermination, courage) servent d'antidote aux états de faiblesse qui amènent les êtres humains à gâcher leur véritable potentiel de croissance, de participation et d'épanouissement. Développer vos propres muscles émotionnels et vous influencer vous-même dans ces états « vertueux » peut transformer la qualité de votre vie. Tout ce que nous voyons, pensons, entendons, évaluons et vivons est filtré par les émotions que nous éprouvons à ce moment-là.
11. Souvent, les personnes adoptent des comportements qui violent leurs vraies valeurs afin de faire ce qui est nécessaire pour satisfaire leurs besoins.
12. Il y a un nombre limité de problèmes et il y a de nombreuses solutions pour chacun d'entre eux.
- 13.** La plus grande force de la personnalité humaine est le besoin d'être cohérent avec son identité. Si nous « changeons » notre identité, alors nous créons un changement durable à long terme.
14. La douleur en soi n'est pas un renforcement à long terme : en revanche, le plaisir l'est.
15. Nous devons associer le plaisir à ce qui est bon et utile pour nous. Ce modèle utilise la douleur pour initier le changement, et le plaisir pour le faire durer dans le temps.

16. Nous avons tous les mêmes besoins, mais nous avons différentes "carte du monde" qui déterminent la manière dont nous tenterons de satisfaire ces besoins. De plus, nous utilisons constamment des états différents à l'intérieur de notre "carte du monde", qui déterminent notre réalisation.

Les principes fondamentaux pour aborder la PNL et ses présupposés:

Restez flexible :

Ces principes ont pour but de faire ressortir votre véritable potentiel, non pas à vous conditionner selon un autre système de pensée rigide. Nous pensons qu'il faut, à chaque moment, adapter sa méthode pour répondre à tout ce qui peut se produire.

Le processus de changement étant propre à chaque individu, nous ne pouvons pas suivre une formule toute faite. Nous devons adapter notre approche afin qu'elle corresponde à nos besoins et attentes personnels.

Il est essentiel de développer une curiosité insatiable pour votre propre existence. Ceci vous permettra de vous voir comme un être humain unique, avec ses propres émotions, sentiments et problèmes. Cela renforcera également votre capacité à mettre en œuvre des solutions, ainsi qu'à analyser toute situation avec un certain recul.

Lorsque les personnes se fixent des objectifs rigides, cela produit souvent une ligne de conduite qui mène au désastre. La vie n'est pas linéaire. Les défis surgissent chaque jour et vous devez être prêt à vous adapter si nécessaire. Les enfants sont un excellent exemple de flexibilité. Un enfant peut s'accrocher à une idée pendant longtemps.

Par exemple :

Vouloir obtenir un jouet spécial pour son anniversaire. Il fera tout pour que ce rêve devienne réalité. N'est-ce pas ? Concentré sur son objectif, l'enfant n'envisage même pas la possibilité que son souhait ne se réalise pas. Il sera capable de négocier, de marchander, de supplier, ou de pleurer pour avoir ce qu'il désire. Il va ainsi déployer un panel de comportements beaucoup plus

vaste que celui d'un adulte qui aura toujours peur d'être gêné. Avouons-le, la plupart d'entre nous, adultes, avons perdu cette souplesse.

Pendant votre lecture et lorsque vous appliquerez les conseils de ce livre, pensez à agir comme un enfant, expérimentez, voyez ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, et ajustez.

Dans notre monde actuel, la personne la plus flexible arrivera toujours en tête. Si vous êtes capable d'envisager un point de vue intéressant que les autres ne veulent ou ne peuvent pas considérer, alors vous vous différencierez naturellement des autres. Vous aurez l'occasion d'utiliser ce concept tout au long de votre vie.

Amusez-vous avec le langage :

Une grande partie de la PNL est basée sur l'étude du langage, qu'il soit verbal ou corporel (non verbal) : d'abord sur son analyse, puis sur la découverte d'un lien entre le langage et l'expérience, puis sur l'étude de son utilisation pour induire des changements positifs.

Les mots que nous employons révèlent bien plus que ce que nous pensons. Le langage ne se limite pas à la description d'une expérience, mais détermine également le type d'expérience et de schéma que nous construisons.

D'une certaine manière, il définit les limites de ce qui est possible. Quand quelqu'un vous parle de quelque chose, il ne décrit pas seulement cette chose, il vous parle aussi de son monde intérieur.

Par exemple, quelqu'un peut décrire un de ses plats préférés en disant que cela leur rappelle la cuisine de leur grand-mère ou qu'ils aiment le fait que le plat se cuisine rapidement ou qu'ils aiment l'odeur qui sort du four.

Un cuisinier professionnel, quant à lui, vous parlera des différentes textures ou subtilités du plat, comme l'arôme, la cuisson, l'origine du produit, sa douceur, son aigreur ou son acidité. Cela s'explique par le fait que le

langage du cuisinier est plus riche et plus spécifique et qu'il contient beaucoup plus d'informations que celui d'une personne ordinaire.

Plus vous ajoutez d'informations à votre monde intérieur, plus vous aurez de possibilités qui viendront à vous.

Si vous classez tous les individus comme étant "bons" ou "mauvais", cela vous laisse très peu d'options pour communiquer ou pour répondre à la personne en face de vous.

Si vous dites "chacun peut être bon dans certains domaines et mauvais dans d'autres", cela ajoute d'autres niveaux à votre vision. Et si vous élargissez encore plus votre principe, en déterminant que chaque personne est capable de tout en fonction des circonstances, alors vous pouvez mieux comprendre la manière dont les gens se comportent.

Votre meilleure carte du monde (votre propre réalité) est celle qui aura le plus d'impact sur votre capacité à atteindre le succès. Les rencontres, les circonstances et les expériences qui vous ont influencé sont visibles dans tout ce que vous faites.

N'oubliez pas que vous exposez tout ce qui vous constitue. Le fait est que vous pouvez utiliser votre passé, votre présent et votre avenir pour ouvrir votre monde de manière surprenante et ce, à chaque moment. Si vous voulez avoir plus de choix dans votre vie, alors vous devez trouver des moyens d'élargir votre perspective.

Voici un exercice conçu pour révéler certains aspects de votre carte intérieure afin d'ensuite mieux comprendre vos interlocuteurs. Ce type d'exercice spécifique vous aidera vous et vos pairs à obtenir de meilleurs résultats.

Exercice de la boussole (ou carte) intérieure :

Qui êtes-vous ? Comment vous définissez-vous ?

Quelles sont les qualités qui vous définissent ?

Quelle est votre histoire ?

Est-ce que votre pensée a été influencée par votre passé ?

En sachant cela, de quelle façon pourriez-vous tourner votre histoire personnelle à votre avantage ?

Quelles sortes de schémas, pattern, cycles ou circonstances attirez-vous constamment ?

Quel est le type de personnes qui vous entourent généralement ?

Quelle impulsion intérieure vous amènent à lire cet ouvrage ?

Maintenant que vous êtes prêts à entrer plus en profondeur dans les concepts de la PNL, étudions les 6 besoins humains essentiels qui guident la plupart de nos comportements et comment pouvons-nous les reconnaître.

2. Les 6 besoins humains par Anthony Robbins

Anthony Robbins (ou Tony Robbins) comme cité précédemment a étendu les principes de la PNL au développement du potentiel humain. C'est un coach américain, un auteur de bestsellers et également une figure mondialement reconnue dans le domaine du développement personnel et professionnel. Il est notamment très connu pour son célèbre séminaire d'une semaine dédié à la transformation personnelle. Tony Robbins est également le coach personnel de plusieurs célébrités américaines telles que l'ancien président des États-Unis Bill Clinton ou encore Oprah Winfrey.

Fort de toute son expérience, il a rassemblé 6 besoins humains fondamentaux, qui façonnent la plupart de nos comportements au quotidien. Ces besoins sont universels. Chaque être humain cherche à combler ces 6 besoins fondamentaux d'une manière quasi survivaliste qu'ils soient physiques, psychiques, ou spirituels.

D'ailleurs, Anthony Robbins classe ces 6 besoins en 2 sous-catégories. Il y a tout d'abord 4 besoins primaires qui définissent notre personnalité et qui sont : la certitude, l'incertitude, l'importance et l'amour (ou la connexion). Ensuite, viennent les 2 besoins dits spirituels qui sont les suivants : évoluer et contribuer.

A la différence de la Pyramide de Maslow, ces besoins ne sont pas classés par ordre de nécessité. Chaque besoin est indépendant de l'autre et en même temps connecté aux autres. Anthony Robbins identifie simplement les comportements et les perceptions relatifs à ces besoins.

Comme nous cherchons constamment à satisfaire ces besoins de façon consciente ou inconsciente, prenons le temps de comprendre comment chacun d'entre eux peut se manifester dans notre vie quotidienne.

→ **La certitude : Nous avons tous besoin de sécurité & de confort**

Si la certitude est notre besoin fondamental alors nous avons besoin de nous sentir sûrs de l'avenir. Lorsque nous recevons une reconnaissance positive, nous voulons être certain de son authenticité. Pour vivre une vie pleine de certitude, notre vie doit rester la même et rien ne doit changer. Évidemment ce sont des attentes impossibles. Ainsi, nous contrôlons artificiellement notre environnement en évitant de nous mettre dans de nouvelles situations ou de rencontrer de nouvelles personnes.

Nous voulons tous avoir un toit au-dessus de nos têtes et savoir quand arrivera notre prochain repas. Et nous voulons tous éviter la douleur et être confiants dans nos relations.

Cela vient des certitudes que nous avons sur nous-mêmes, sur le monde qui nous entoure, et des certitudes que nous avons sur nos certitudes.

Le besoin de certitude peut se manifester différemment d'une personne à l'autre. Malheureusement, si tout était sûr et certain, nous nous ennuerions.

Est-ce votre besoin fondamental ? : Vous êtes digne de confiance et vous faites toujours ce que vous dites que vous ferez. Vous aimez planifier, agir selon un programme et vous êtes très organisé. Vous hésitez à prendre des risques et à vivre de nouvelles expériences. Vous pouvez tomber dans des comportements addictifs ou obsessionnels.

Comment satisfaire ce besoin ? : En trouvant des activités qui vous plaisent et qui vous poussent légèrement hors de votre zone de confort.

Étudions donc maintenant le paradoxe de ce besoin de certitude qui est : l'incertitude.

→ **Incertain / variété :**

Si l'incertitude est notre besoin fondamental alors l'inconnu et le changement sont nécessaires. Pour nous sentir vivants, nous avons besoin

de variété, de nouveauté et de défis dans nos vies. Cette variété nous stimule physiquement et émotionnellement. C'est jusqu'à présent, ce qui nous a permis d'évoluer, de découvrir de nouvelles terres et de continuer à progresser.

Cependant, l'incertitude peut être poussée à l'extrême. Il peut nous arriver de changer fréquemment de travail, de relations et de projets juste pour le plaisir de la variété. Toutefois, le point positif est que nous n'aurons pas peur de prendre des risques, d'affronter de nouvelles situations ou de rencontrer de nouvelles personnes.

Pour certains, il suffira d'aller voir des films d'horreur au cinéma, pour d'autres il s'agira de partir à l'aventure avec un sac à dos comme un Indiana Jones des temps modernes. Et pour d'autres encore, le simple fait d'engager la conversation avec un inconnu suffira à combler ce besoin.

Est-ce votre besoin essentiel ? : Vous êtes généralement extraverti et aimez rencontrer de nouvelles personnes. Vous êtes toujours prêt à faire quelque chose de nouveau et avez de nombreux centres d'intérêt. Vous pouvez manquer de concentration et de planification, et éloigner les gens de vous dans vos relations.

Comment satisfaire le besoin d'incertitude ? : Nourrissez régulièrement votre esprit avec une variété de nouvelles informations. Changez votre programme d'exercices, mangez de nouveaux aliments et suivez des cours avec de nouvelles personnes. Apprenez à susciter la passion dans votre vie et vos relations.

→ **Importance : se sentir unique, important, spécial ou utile**

Si l'incertitude est notre besoin fondamental alors la reconnaissance fait partie de la satisfaction de ce besoin. Cela peut signifier le désir d'être vu, entendu, écouté ou remarqué. La reconnaissance nous donne un sentiment de validation qui nous rend spécial, unique et valorisé.

Notre cerveau rationnel est programmé pour donner un sens à ce qui nous arrive. Nous sommes des êtres créateurs de sens. Au-delà du sens que nous donnons, il y a une volonté de se sentir important, de compter pour quelque chose ou pour quelqu'un : "J'ai ma place".

Nous avons tous besoin de savoir que nous avons une place dans ce monde et que nous servons un but. C'est souvent dans le monde professionnel que le besoin de sens et d'importance ne sont pas comblés. Anthony Robbins a démontré que majoritairement, la gent masculine cherche plus naturellement à se sentir importante que la gent féminine.

Certaines personnes ne perçoivent pas de manière positive le fait d'avoir besoin de se sentir significatifs à tel point qu'ils finissent par prendre des mesures insensées, telle que se retirer des interactions sociales, alors que d'autres s'entourent de personnes qu'ils considèrent comme moins qualifiées ou moins accomplies pour contraster avec leurs propres réalisations.

Évidemment, aucune de ces deux actions ne sont saines.

Est-ce votre besoin fondamental : Vous êtes motivé par la réussite et vous aimez vous fixer des objectifs et les atteindre. Vous êtes engagé pour une cause ou plusieurs. Les autres vous disent que vous vous démarquez. Vous pouvez être excessivement compétitif, perfectionniste ou dramatique.

Comment satisfaire ce besoin ? : Canalisez votre nature compétitive en apprenant un nouveau sport ou une nouvelle compétence ou en faisant du bénévolat. Travaillez sur vos compétences humaines pour devenir un leader plus complet. Engagez-vous à maîtriser totalement votre profession.

→ **Connexion / Amour :**

Si la connexion/l'amour est notre besoin fondamental alors nous recherchons constamment une relation avec quelqu'un ou quelque chose. Nous comprenons l'importance de l'amour. Cela peut conduire à des relations incroyablement épanouissantes, mais cela peut aussi amener à

renoncer à soi-même afin de prendre soin des autres ou de maintenir un engagement.

L'être humain est un être social et selon le psychiatre et psychanalyste René Spitz : « Les relations sociales sont fondamentales pour le bon développement moral d'une personne ». Et oui, il ne suffit pas de s'alimenter et de bien dormir pour survivre. Spitz a démontré, grâce à des expériences réalisées en orphelinat, que les interactions sociales sont primordiales à notre développement.

Une étude de Harvard, réalisée sur plus de 70 ans, a également démontré que notre bonheur était intimement lié à la qualité de nos relations.

Tony Robbins le répète aussi régulièrement : la qualité de notre vie est entièrement dépendante de la qualité de nos relations. Nous avons tous besoin de nous sentir aimé et d'avoir des liens avec d'autres êtres humains.

Est-ce un besoin fondamental ? : La loyauté et la générosité envers ceux que vous aimez sont vos principales valeurs. Vous donnez facilement et les autres vous trouvent digne de confiance. Vous avez des liens sociaux forts, mais vous pouvez parfois perdre votre sens de l'autonomie et avoir du mal à dire "non".

Comment satisfaire ce besoin : Soyez prêt à être vulnérable et à créer des amitiés plus profondes et plus significatives. Communiquez vos besoins à votre partenaire pour améliorer votre intimité. Atteignez une plus grande spiritualité par la méditation ou le contact avec la nature.

→ **L'évolution (ou la croissance)**

Si la croissance est notre besoin fondamental alors nous nous efforçons d'être toujours meilleur et d'apprendre davantage. Nous sommes très bons dans notre travail et nous faisons d'énormes efforts, mais si nous sommes trop perfectionnistes, nous pourrions négliger le repos dont nous avons besoin, même si nous sommes en général capables d'équilibrer les deux.

Nous avons constamment besoin de grandir, d'évoluer et d'apprendre sur notre environnement et sur nous-mêmes. À chaque instant, notre cerveau

apprend de nouvelles choses de manière consciente ou inconsciente. C'est une question de survie pour lui. Sans ce besoin, nous n'aurions pas survécu jusqu'à aujourd'hui. L'évolution est fondamentale dans notre développement et elle contribue à notre épanouissement.

Est-ce votre besoin fondamental ? : Vous repoussez toujours les limites, qu'il s'agisse des vôtres ou de celles que vous fixent les autres et la société. Vous êtes très indépendant et n'êtes pas attaché aux choses matérielles. Vous pouvez avoir du mal à vous lier aux autres et passer trop vite à autre chose.

Comment satisfaire ce besoin ? : Développez encore plus votre état d'esprit de croissance en vous mettant au défi non seulement d'apprendre, mais aussi de maîtriser réellement une compétence difficile. N'oubliez pas la croissance émotionnelle et spirituelle : examinez vos croyances limitatives, apprenez à contrôler vos émotions et lancez-vous dans la méditation ou l'amorçage.

→ **La contribution : le sens du service, la volonté d'aider, de donner et de soutenir les autres.**

Si la contribution est notre besoin fondamental, nous avons le sens du service et il est important pour nous de donner : de nous-mêmes, de notre temps, du matériel... Nous sommes certainement quelqu'un qui aime offrir des cadeaux. Si nous aimons contribuer, nous faisons probablement une grande différence dans notre communauté.

L'une des clés de la vie et du bonheur est de donner, de contribuer. D'ailleurs, la plupart des textes bibliques y font référence depuis des milliers d'années : "Donnez et vous recevrez".

De nombreuses études ont démontré que le don de soi apporte une satisfaction bien plus importante que la possession. Bien sûr, il est possible de contribuer en donnant de son temps, de son argent ou tout simplement, de ses compétences. Cela peut être quelque chose d'aussi simple que

d'acheter un repas pour une personne sans-abri ou de réserver un pourcentage de ses revenus à une œuvre de charité.

La contribution permet de faire plusieurs choses : dans un premier temps, cela fait ressentir un sentiment d'accomplissement. Deuxièmement, lorsque nous donnons, notre esprit réalise que nous avons assez de ressources pour contribuer et nous éprouvons donc un sentiment d'abondance. Et finalement, en créant ce sentiment d'abondance en nous et notre esprit, nous générons automatiquement l'abondance autour de nous.

Est-ce votre besoin fondamental ? : Vous êtes une personne extrêmement empathique et compatissante. Vous aimez donner et partager ce que vous avez. Vous voulez laisser un héritage. Pourtant, vous pouvez vous épuiser facilement ou vous laisser abuser par les autres.

Comment répondre à ce besoin de contribution ? : La meilleure façon de répondre à ce besoin est de donner en retour. Ne vous contentez pas de rejoindre un groupe de bénévoles, créez le vôtre. Plus la cause vous tient à cœur, plus vous vous sentirez épanoui.

Pour conclure, le classement de ces besoins fondamentaux est différent selon les individus. La façon dont ils sont hiérarchisés selon chacun met en lumière les raisons pour lesquelles nous sommes ce que nous sommes en tant que personne.

Les quatre premiers besoins de la liste ci-dessus forment notre personnalité, tandis que les deux derniers (évolution et contribution) définissent nos besoins spirituels. Les différentes façons avec lesquelles nous choisissons de satisfaire ces six besoins humains sont illimitées : nous cherchons à nous épanouir dans nos relations, nos carrières, nos intérêts personnels, etc.

Comme vous allez utiliser certains des outils mentionnés précédemment pour améliorer ou transformer un ou plusieurs aspects de votre vie, nous vous proposons de décoder ensemble de façon exhaustive les différentes étapes du processus de notre apprentissage. Lorsque vous aurez pris

conscience de ce système, vous aurez le même état d'esprit que la personne de notre premier exemple concernant son apprentissage du mandarin et serez plus motivé pour vos prochains enseignements.

3. Les Systèmes de Représentation VAK

Dans ce chapitre, nous verrons comment les systèmes de représentation nous permettent de mieux comprendre les autres et de communiquer plus efficacement.

Nous traiterons des « accès oculaires », c'est-à-dire comprendre, grâce aux mouvements des yeux, si notre interlocuteur est en train de dire la vérité ou de mentir.

Attention, avec le terme « langage » nous ne nous référons pas seulement à la partie verbale des structures linguistiques, aux mots, mais à tout signal qui passe d'un sujet à l'autre dans le contexte de la communication. En effet, chaque fois que vous communiquez un message, de nombreuses variables entrent en jeu dans la transmission de sens : ce qui est dit, les tons utilisés, les gestes... Ce sont tous des facteurs qui contribuent à la manifestation du degré de cohérence, ainsi qu'à la concordance entre ce que vous dites et ce que vous transmettez.

En effet, la communication va au-delà du sens des mots exprimés et il n'est pas rare de se retrouver dans la situation de transmettre un contenu opposé à ce que l'on est en train de dire. Cela se produit la plupart du temps lorsque votre interlocuteur ressent, même sans le savoir, une incohérence entre les différents niveaux de communication.

Un autre présupposé de la PNL est que nous absorbons les informations par le biais de nos cinq sens, notre système de représentation. Nous voyons, sentons, goûtons, touchons et entendons tout ce qui se passe autour de nous. Nous utilisons aussi ce que l'on appelle le langage sensoriel. Comme mentionné précédemment, le langage ne décrit pas seulement ce qui se passe dans le monde extérieur, mais également ce qui se passe à l'intérieur de nous-même.

Nous entendons par système de représentation, la façon dont le cerveau traite les informations. Vos sens sont des voies d'accès qui permettent aux informations du monde extérieur de former vos pensées. En résumé, les cinq sens peuvent se regrouper en trois catégories essentielles, à savoir les systèmes

de représentation. Selon cette théorie, le processus de transposition, d'élaboration et de production de messages est fortement influencé par l'un des cinq sens qui, en fonction de facteurs biologiques et génétiques, prévaut sur les autres. En fonction du sens qui domine, toute personne pense, parle et agit d'une certaine manière.

Vue = V (visuel)

Ouïe = A (auditif)

Toucher, Odorat, Goût = K (kinesthésique, de « Kinesthetic ») ou (K.O.G.)

La carte que vous créez et modifiez constamment grâce aux informations qui vous parviennent par les cinq sens, est également appelée « Représentation Interne » et affecte le langage avec lequel vous décrivez le monde dans lequel vous vivez.

Si vous pouvez comprendre à quel système de représentation votre interlocuteur appartient, vous serez en mesure d'adapter votre mode de communication au sien, et atteindre ainsi un degré de compréhension et d'implication plus important.

Pour identifier le système de représentation de votre interlocuteur, prêter d'abord attention à son langage verbal. S'il utilise des mots liés au sens de la vue (« *situer la situation* », « *je vois bien ce que tu veux dire* ») il est alors lié au système visuel. L'utilisation des termes liés à la sphère auditive (« *ça sonne bien* », « *je suis à l'écoute* ») indique l'appartenance au système auditif. Ceux qui utilisent davantage de mots liés aux sensations (« *je saisis l'idée* », « *comprendre profondément* ») rentrent dans le système kinesthésique.

Qu'est-ce que ces phrases ont en commun ? En fait, elles décrivent des situations en utilisant les cinq sens de la perception comme outils de référence. Ces outils permettent ainsi de traduire avec précision ce qui se passe dans la tête d'une personne. Une personne qui répond « je vois parfaitement ce que tu veux dire » se représente véritablement l'idée que vous avez formulée.

Une autre personne qui dira d'une idée « qu'elle sonne bien » sera plutôt sensible à l'ouïe, car elle écoute réellement dans sa tête une représentation auditive de l'idée. Que dire d'une personne qui décrit un problème comme étant « lourd », qui la « tire vers le bas » et qui l'empêche de « caresser l'espoir

» d'une solution ? De toute évidence, cette personne est centrée sur les facultés kinesthésiques, c'est-à-dire sur son sens du toucher.

Les personnes visuelles ont tendance à utiliser un ton de voix élevé et un rythme rapide, car les images défilent rapidement dans leur cerveau. Pour les personnes auditives, en revanche, le ton de leur voix est un moyen de donner du soutien, du rythme et de la musicalité aux mots. Ils ont une gestuelle de « chef d'orchestre », moins marquée que celles des personnes visuelles. La posture indique aussi leur propension à l'écoute. Les kinesthésiques, quant à eux, parlent avec un ton de voix bas et un rythme lent, et ils ont une respiration profonde parce que, tout en parlant, ils vivent leurs sensations.

Négliger ces différents schémas sensoriels entraîne des difficultés récurrentes lors d'échanges avec les autres. Par exemple, une personne dira « je sens que je me heurte à une barrière et qu'il m'est impossible de la franchir ». Un communicateur inefficace répondra « oui, je vois ce que vous voulez dire, en ce moment, tout vous semble flou et vous n'avez pas pu trouver de solution claire ». Les gens ont tendance à utiliser leur système de représentation préféré lorsqu'ils interagissent avec les autres.

Si une personne utilise un vocabulaire centré sur le toucher, examinez comment vous pourriez vous harmoniser avec ce style de communication. Vous pourriez répondre « ainsi, vous avez cet obstacle devant vous et vous ne cessez de vous y cogner. Et si vous trouviez un moyen de passer par-dessus cette barrière, les choses seraient beaucoup plus légères. Pensez-vous que j'ai compris ? » En parlant aux autres avec leur propre langage sensoriel, vous renforcez votre aptitude à affecter la personne avec laquelle vous parlez.

Évidemment, chaque personne utilisera une combinaison des trois systèmes : le système d'appartenance est le système prédominant, celui qui caractérise le plus souvent la communication. Un même individu peut en effet utiliser des systèmes différents dans des situations différentes : c'est justement pour cette raison que réussir à trouver le système prédominant est la première étape pour être en phase avec notre interlocuteur. La seconde étape consiste à réussir à modeler notre message, à travers la communication verbale et non verbale, de telle façon qu'il soit en phase avec le sens prédominant de l'interlocuteur.

Vous trouverez ci-dessous une liste de mots qui ont une origine sensorielle. Elle n'est en aucun cas exhaustive, mais elle vous donne un réel aperçu pour

vous permettre de détecter vos préférences sensorielles et celles des autres. Si vous trouvez qu'une personne fait appel à un sens en particulier, cela apporte de bonnes indications sur sa façon de penser.

Si vous aimeriez savoir quel est le sens que vous utilisez le plus, étudiez vos discussions et la façon dont vous parlez, avec un certain recul, pendant 24h. Ou enregistrez-vous.

Sinon demandez l'aide d'un ami objectif, qui ne sera pas influencé par son propre "sens dominant".

VISUEL	AUDITIF	KINESTHÉSIQUE
Je vois	J'entends	Je sens
C'est clair	D'accord	Bien dans ma peau
J'imagine que...	ça me parle	Choc
Visiblement	Dire	Le bon sens
Objectif	Bien entendu	ça prend forme
Montrer	Je m'entends très bien	Les pieds sur terre
C'est net	avec...	Contact
C'est flou	N'écoutez que...	ça me touche
Vert de rage	ça ne me dit rien	ça me dégoûte
Je garde un oeil sur...	C'est inouï	J'ai du chagrin
Je vais illustrer mes propos	ça sonne bien	Elle a du flair
ça crève les yeux	La question que je me pose	Il est casse pied
	Il fait la sourde oreille	Solide comme un roc
	être sur la même longueur d'onde	

Pour vous donnez encore une piste, si je vous demande de penser à un poussin, qu'est-ce qui vous vient à l'esprit en premier ?

Voyons maintenant comment le fait de connaître votre sens dominant peut vous aider quotidiennement à transformer vos expériences vécues.

Le calibrage

En PNL, lorsque nous parlons de « calibrage » nous faisons référence au processus qui consiste à « *apprendre à lire les réactions inconscientes et non verbales d'une autre personne pendant une interaction, en associant les signaux d'accès visibles à une réaction intérieure spécifique.* » (Robert Dilts)

Il s'agit donc d'une analyse attentive des différents langages de votre interlocuteur, afin que vous puissiez adapter votre communication aux informations progressivement acquises. Vous devez avoir une attitude "d'écoute active" qui va au-delà du contenu verbal, en devinant comment, à certaines manifestations non verbales, sont souvent associés un état d'esprit, une pensée, une réaction.

Le calibrage consiste aussi à vérifier la cohérence, ou les éventuels décalages entre les trois niveaux de communication. Il est vraiment important, dans les systèmes de communication plus efficaces, d'aller au-delà des mots qui sont dits, en tenant compte des détails que votre interlocuteur exprime aussi sans le savoir.

Lorsque vous élaborez les informations, vous le faites de manière différente, selon que vos pensées sont formées par des images, des sons ou des sensations. C'est-à-dire, qu'en fonction de ce qui se passe en vous, vous bougez vos yeux dans des directions différentes.

En observant la direction dans laquelle les yeux d'une personne bougent lorsque vous lui posez une question ou que vous lui suggérez de se souvenir d'une expérience, vous remarquerez certains mouvements directionnels qui semblent être liés à son processus de pensée et vous pourrez vous appuyer sur cette information pour avoir des indications sur la manière d'organiser l'information et, par conséquent, sur la façon dont elle agira.

Cela est également valable lorsque nous nous imaginons, nous nous rappelons ou nous nous parlons à nous-même

Ces mouvements sont appelés « signaux d'accès oculaire » dont voici quelques généralités :

- Si le regard est tourné vers le haut, l'œil envoie une impulsion au cerveau qui part à la recherche d'images.
- Si le regard se déplace vers la droite ou vers la gauche, le cerveau accède au système auditif à la recherche de sons ou de mots.

- Si le regard se dirige vers le bas, mon interlocuteur est en train d'éprouver des sensations, ou il est « en train de se parler » à lui-même, il se dit quelque chose, il se pose des questions (dialogue intérieur)
- Le regard vers l'avant indique un processus de visualisation en cours.

4. Rapport, Calque et Coaching

« *L'empathie signifie voir avec les yeux d'un autre, écouter avec les oreilles d'un autre et ressentir avec le cœur d'un autre.* » - Alfred Adler

Une fois que vous avez compris en profondeur, vous pouvez utiliser le système VAK pour vous mettre en phase avec une personne, pour ensuite « la calquer et la guider ». Dans ce chapitre, vous apprendrez en pratique comment créer une « *relation* » avec votre interlocuteur, en calquant sa communication à travers des mots et des gestes, afin de le guider vers l'action désirée.

La magie du rapport

L'objectif de la communication est de créer une relation (souvent appelée *rapport*, également par les formateurs italiens), c'est-à-dire un climat de confiance et d'influence réciproque, une relation caractérisée par l'harmonie, la synchronisation et l'affinité. Dans une situation de rapport, la communication semble s'effectuer de façon naturelle : les corps et les mots semblent suivre la même musique. Le rapport est essentiel et nécessaire pour établir la confiance entre les interlocuteurs, qui peuvent se sentir libres d'être eux-mêmes.

Le rapport est une profonde sensation de connexion humaine. C'est une relation de synchronisation, de confiance mutuelle et de bonne entente. Les relations sont souvent un processus inconscient. La plupart de ces connexions psychologiques et émotionnelles sont spontanées et aléatoires.

Pour construire une atmosphère de rapport efficace, la PNL a développé certaines techniques, parmi lesquelles le calque (*pacing* en anglais).

Par exemple, imaginez que vous regardiez un groupe de personnes marcher ensemble dans la rue. Vous remarquerez alors que celles qui sont

véritablement en accord marchent au même rythme. Si vous vous approchiez d'elles, vous découvririez qu'elles parlent également à la même vitesse et sur le même ton. Ceci se produit intuitivement, inconsciemment, sous la surface de la conscience.

Dans ce contexte, calquer signifie aller à la rencontre de l'autre personne au point où elle se trouve, en reflétant ce qu'elle sait ou qu'elle suppose vrai, et en s'accordant à certaines parties de l'expérience qu'elle est en train de vivre. Les gens aiment les personnes qui leur ressemblent parce qu'elles se sentent bien avec elles. En effet, essayez de penser à vos meilleurs amis, comment les avez-vous choisis ? Nous les choisissons tous, plus ou moins consciemment, en fonction des caractéristiques communes et c'est sur cette hypothèse que le calque revêt une importance fondamentale.

Développer des relations avec les autres permet de les rendre réceptifs à votre influence et à vos suggestions. Si vous rencontrez quelqu'un et que cette personne pense que vous n'avez rien en commun alors il vous sera très difficile d'avoir un impact significatif sur lui.

En d'autres termes, vous êtes en train de calquer une autre personne lorsque vous êtes en accord ou en harmonie, ou bien lorsque vous avez des ressemblances avec elle. En mettant l'accent sur les traits communs, le calque est une technique extrêmement efficace pour établir un *rapport* avec quasiment tout le monde. Grâce à lui en effet, vous serez en mesure de créer une connexion empathique avec les autres, en instaurant des sentiments de confiance et en les faisant se sentir compris et à l'aise.

Une façon de créer une relation est d'accorder votre attention la plus totale à votre interlocuteur. Cela semble simple, mais beaucoup oublient que c'est fondamental afin de devenir un communicateur efficace. Apprenez à ne pas vous laisser distraire dans une conversation sérieuse. Assurez-vous d'accorder toute votre attention à votre interlocuteur. Tout le monde autour de vous le remarquera et cela renforcera votre impact lors de vos interventions.

Le point positif est qu'il y a de nombreuses façons d'initier un rapport et chacune d'entre elles ajoute une nouvelle dimension à la connexion établie entre vous et les autres. Parlons tout d'abord du rapport auditif, qui consiste

à ajuster votre ouïe pour vous connecter totalement à l'autre grâce au son. Dans la société actuelle, n'importe quelle activité dans n'importe quel domaine implique le besoin, à un moment ou à un autre, de rentrer en communication avec nos pairs.

Aujourd'hui, les technologies telles qu'internet et les smartphones nous permettent d'échanger avec des personnes du monde entier. Il se pourrait même que vous réalisiez vos meilleures connexions par téléphone ou grâce aux logiciels de visioconférence comme Skype ou Zoom. Pour établir ce rapport auditif, à distance, il est encore plus important de se concentrer sur les mots prononcés. Si vous prêtez vraiment attention, vous pourrez déduire bien plus d'informations que celles que vous entendez.

D'ailleurs, vous l'avez probablement constaté à maintes reprises, nous sommes en mesure de « voir » le sourire d'un interlocuteur au téléphone, parfois aussi de dire s'il est assis, debout ou en train de se déplacer. Nous pouvons même noter son humeur, et ceci sans aucune information visuelle. Ne vous est-il jamais arrivé de parler à quelqu'un et de savoir immédiatement que quelque chose n'allait pas ?

Vous ne devez pas oublier qu'en retour, vos interlocuteurs ont le même sens intuitif concernant votre voix et ce qui transparait. Vous voulez transmettre un message authentique et clair. Pour y parvenir, vous devez rapidement établir une connexion solide avec votre interlocuteur. Une des méthodes est d'harmoniser votre voix à la sienne, c'est-à-dire d'adopter le même rythme, le même ton et le même style de discours.

Voyons cela plus en détail.

Comment effectuer le calque

Avant de rentrer dans les détails pratiques, il est nécessaire d'apporter une précision. Le terme français « calque » ne décrit pas de manière assez complète la richesse de la signification du terme anglais *pacing* . En effet, ce dernier inclut un sens de « synchronisation » plus important entre deux sujets, de niveau presque rythmique et musical, tandis que dans la traduction « calque », l'impression qui en dérive est presque « d'une copie », où la personne qui calque perd sa propre autonomie pour effectuer une reproduction mécanique et impersonnelle, pas du tout fonctionnelle.

“La similitude appelle la similitude”. L’être humain recherche et est attiré par la similarité. Souvent, le fait d’avoir un point en commun peut ouvrir les portes d’un rapport profond et efficace. Dans une pièce avec des centaines de personnes différentes, il est beaucoup plus probable que deux professionnels qui font le même travail ou qui s’habillent de façon semblable, s’assoient l’un à côté de l’autre et entrent en relation. Parallèlement, ceux qui parlent la même langue seront statistiquement plus enclins à dialoguer, à la différence de personnes provenant de pays différents, comme il est également vrai que des personnes en symbiose ont tendance à prendre la même posture contrairement aux sujets qui sont en désaccord et prennent des positions diamétralement opposées.

Chaque individu choisit les personnes qui font partie de son existence en fonction de leur similarité avec sa façon de faire ou de penser, avec sa façon de voir les choses au niveau superficiel et profond, au nom d’un partage de croyances ou de valeurs dont on prend plaisir à parler lors de l’interaction. Le calque est donc une action entreprise, consciemment ou inconsciemment, pour mettre en valeur ce qui existe de similaire entre deux ou plusieurs sujets qui communiquent.

Comment mettre en place un calque efficace ? Il existe de nombreuses façons de « calquer » une personne, au moins autant que les signaux conscients et inconscients que celle-ci envoie au cours d’une communication.

“Vous pouvez calquer son humeur, son langage corporel et ses habitudes de conversation (qui contiennent la vitesse à laquelle on parle, le ton employé et le volume, les mots, les phrases et les images qu’une personne utilise) ; vous pouvez calquer ses croyances et ses opinions, et même ses habitudes respiratoires. » - Robert Dilts

Calque verbal

Bien que la composante verbale ait un impact mineur par rapport à la composante non verbale, cette dernière a également une influence considérable et peut être copiée pour établir un rapport. Pour ce faire, on

peut copier les expressions que la personne utilise plus fréquemment, ou répéter les derniers mots prononcés par la personne sous forme de question.

Les gens vous permettent aussi d'établir une connexion avec eux grâce au vocabulaire descriptif qu'ils utilisent. Alors qu'il existe des dizaines de milliers de mots dans la langue française, la plupart d'entre nous n'en utilisons couramment qu'un faible pourcentage. Nous avons tendance à nous concentrer sur les mots auxquels nous prêtons une véritable signification, des mots qui correspondent à notre perception de la réalité.

Important : les mots doivent être les mêmes. C'est justement l'utilisation de ces mêmes mots qui vous permet de vous rapprocher de la même représentation interne de votre interlocuteur. Dans le calque verbal, il est donc essentiel d'identifier également le système de représentation prédominant chez l'autre.

Par exemple, que pouvez-vous observer dans le dialogue suivant ?

A. écoute, on ne peut pas continuer comme ça ! Si seulement tu m'écoutais de temps en temps...

B. Ecoute, il faut être clair : je ne vois pas d'avenir entre nous !

A. J'ai déjà entendu ça !!

B. Si seulement tu t'étais concentré sur ce que tu veux, tu verrais que je veux la même chose...

Si pour une quelconque raison on ne veut pas calquer en utilisant les mêmes mots, il suffirait qu'au moins un des deux sujets fassent un pas vers l'autre, en utilisant le même système de représentation. Par exemple, B (le visuel) aurait pu changer ses mots pour mieux les adapter à A (l'auditif).

Évidemment, le calque ne résout pas automatiquement tous les désaccords : il permet tout de même de se rapprocher d'un terrain d'entente en éliminant les éléments de contraste et en valorisant ce qu'il y a de semblable entre les deux sujets qui communiquent.

Grâce à cette méthode, l'interlocuteur aura vraiment l'impression que vous comprenez ce qui est important à ses yeux, que vous êtes à l'écoute de ses

besoins et de ses désirs les plus profonds. Une fois de plus, cela ajoute une dimension supplémentaire dans le rapport.

Calque paraverbal

Le ton de voix est un des facteurs plus importants auxquels nous réagissons parce qu'il est étroitement lié à notre état émotionnel. En écoutant le ton de voix et le rythme d'une personne, il est possible de s'adapter à sa musicalité linguistique. Il n'y a rien de plus dérangent pour une personne qui parle très rapidement que de dialoguer avec quelqu'un qui parle très lentement (et vice-versa).

Comme le dit Robert Dilts plus haut, un autre moyen, plus subtil mais non moins efficace, est de vous synchroniser avec le rythme respiratoire d'une personne. Si elle soupire, attendez quelques instants et soupirez à votre tour. Prenez garde, utilisez ces techniques pour créer un rapport naturel. Si la personne soupçonne que vous la mimez, vous en diminuerez l'effet.

Calque non verbal, appelé également *mirroring*

Dans le cas où votre interlocuteur a une certaine posture, vous pouvez subtilement prendre la même pose au bout de plusieurs secondes. C'est ce qu'on appelle « l'effet miroir » (ou *mirroring*). Il consiste à refléter le même langage non verbal de l'interlocuteur, comme si ce dernier se retrouvait face à un miroir (en anglais *mirror*). Nous pouvons créer une forte connexion en calquant des éléments tels que la posture, la gestuelle, les expressions faciales, l'inclinaison de la tête. Cela rajoute la dimension supplémentaire de « rapport visuel ».

Lorsque vous utilisez correctement l'effet miroir, les gens se sentent naturellement plus à l'aise. Vous leur transmettez le message suivant : « je suis comme vous », et vous offrez ainsi à votre interlocuteur un sentiment de sécurité. Quelqu'un qui se sent en confiance baisse plus facilement sa garde. Cela contourne également les barrières de résistance, vous permettant ainsi de l'influencer profondément (et éthiquement). Ceci est un réel facteur de réussite. Chaque personne est singulière, motivée par ses propres intérêts, passions, désirs et imperfections. Le fait de lui donner la possibilité de révéler cette singularité facilite grandement l'interaction.

Par exemple, si votre interlocuteur a les bras croisés, vous pourriez vous aussi les croiser ; ou bien si lorsqu'il est assis, il a le dos incliné vers l'arrière, vous pourriez ajuster votre corps entier, ou seulement une partie, et vous incliner vers l'arrière.

Il faut dire que chacun met déjà en œuvre le calque sans le savoir, en s'accordant avec les personnes de son entourage. Donc, vous appliquez déjà la PNL, seulement, vous ne vous en rendez pas compte. Maintenant que vous en êtes conscient, utilisez-la à votre avantage, afin de créer une harmonie et une complicité avec le plus grand nombre de personnes possible. Commencez à vous entraîner, en vous concentrant sur le fait de calquer un seul élément par semaine. Par exemple, pendant la première semaine vous pourriez vous limiter à remarquer et à calquer le son de la voix. La semaine suivante, la vitesse de parole et la posture dans la semaine qui suit et ainsi de suite...

Il est bon de rappeler de faire également en sorte que le calque paraisse le plus naturel possible. Pour ce faire, ne changez pas instantanément votre comportement lorsque celui de votre interlocuteur varie. Faites-le de manière naturelle, progressive et discrète en attendant quelques instants avant de le calquer. Il est important de ne pas exagérer ou de singer les personnes de façon ostensible. Évitez également de copier les erreurs de prononciation, les accents locaux et les tics nerveux.

Calquer les modèles de notre interlocuteur ne nous permet pas seulement de créer une symbiose ou de lui communiquer notre similitude... Calquer l'interlocuteur de façon minutieuse nous permet littéralement d'entrer dans son monde, en captant les nuances et en parvenant à deviner beaucoup plus de ce que nous avons l'habitude de considérer comme possible.

Pour prendre conscience de vos capacités intuitives, essayez de faire ce simple exercice à deux. Mettez-vous l'un en face de l'autre, en position debout ou assise, et décidez qui des deux fera le calque de l'autre. Le calque doit être effectué de façon approfondie : une façon simple de procéder est de passer en revue toutes les parties du corps de l'autre personne (de la tête aux pieds ou vice-versa) et d'affiner progressivement les parties de son

propre corps pour refléter les caractéristiques plus subtiles. Il est également important de faire correspondre la respiration, tant en rythme qu'en profondeur, à d'éventuels autres mouvements du corps et expressions du visage.

Une fois dans la peau de l'autre et après y être resté pendant deux minutes, vous pouvez essayer de deviner quelles sont les sensations, les pensées et les émotions de l'autre personne. Une indication est de laisser circuler les pensées et les intuitions, sans essayer de trouver nécessairement une logique complète et sans les développer rationnellement, mais en les laissant circuler librement.

Il est également important de calquer les intérêts et les valeurs de l'autre. Il est nécessaire de montrer une attention sincère envers les intérêts de la personne en face de nous, en stimulant l'autre personne à nous en parler grâce à nos questions. Nous imaginons vouloir comprendre les détails et les nuances, en interagissant activement pour comprendre toujours davantage ce que peuvent vouloir dire ces intérêts. Nous nous engageons à comprendre ce qui est important pour l'autre : quels principes forment la base de sa vie, de ses relations et de ses croyances plus profondes ?

Un autre exercice à faire si vous n'avez pas de partenaire avec qui vous exercez. Rendez-vous seul dans un lieu public (place de village, supermarché ou centre commercial).

Examiner les groupes de 2 personnes ou plus.

Noter leur langage corporel : est-ce qu'elles se parlent face à face, côte à côte, est-ce qu'elles se penchent en avant ou en arrière ? Comment sont leurs épaules, en avant, en arrière, crispées ?

Noter les différences et les similitudes, sont-elles en décalage ou en synchronisation ?

Est-ce qu'elles parlent au même rythme, est-ce qu'elles respirent en même temps ?

Prenez note de tout schéma de comportement que vous aurez remarqué.

Comment mettre en pratique vos conclusions ?

Que pourriez-vous faire cette semaine qui aurait un impact positif ?

Que se passe-t-il après le calque ?

Après avoir créé une atmosphère de confiance grâce à la technique du calque, il est temps de « guider » votre interlocuteur dans la direction que vous souhaitez (nouvelles façons de penser, points de vue différents, en considérant aussi d'autres cartes mentales et pas seulement la vôtre). La phase de coaching est d'autant plus efficace si vous avez réussi à instaurer une relation de confiance et de compréhension lors de la phase précédente.

En quoi consiste le « coaching » ?

“Calquer c’est faire quelque chose de similaire à ce que fait l’autre personne ; guider c’est faire quelque chose de différent de ce qu’elle fait.” - Jerry Richardson

Au cours de cette étape, je devrais prendre les rênes de l’interaction et la diriger de façon consciente, en aidant l’interlocuteur à se rapprocher de votre point de vue. Grâce à l’état de la relation dans laquelle vous vous trouvez en ce moment, il est possible de lui présenter des perspectives qu’il n’aurait probablement pas accueillies avec la même réceptivité et d’ouverture d’esprit.

Pour aider les gens, en fait, il faut tout d’abord entrer dans leur monde, celui que l’on a jusqu’à présent appelé « calque ». Une fois entré dans ce monde, lorsque nous sommes en « résonance » avec l’autre personne et lorsque nous partageons sa vision en copiant son état, à ce moment-là, il est possible de guider l’interlocuteur vers des chemins différents.

En fin de compte, calquer et guider signifient enrichir votre interlocuteur, en lui donnant l’occasion d’évaluer des perspectives et des scénarios qui sortent de sa façon habituelle d’agir et de penser.

5. Pattern et Interruption d'un schéma

Dans la communication, il existe des éléments qui détruisent la relation et d'autres qui, au contraire, la stimulent. Dans ce chapitre, nous verrons la différence entre les « mots OUI » et les « mots NON ». Vous aurez l'occasion de découvrir la signification et l'importance du « pattern ». Enfin, vous comprendrez ce qu'est l'interruption d'un schéma et comment vous pouvez l'appliquer à votre communication.

Mots OUI et Mots NON

Il existe des expressions qui favorisent la création de rapports et d'harmonie, et des expressions qui nuisent à l'efficacité de la communication entre deux ou plusieurs locuteurs. Par exemple, les conjonctions adversatives, en linguistique, mettent en relation des mots et des phrases en les opposant, et sont *grosso modo* les suivantes : mais ; cependant ; en revanche ; plutôt ; pourtant ; d'autre part ; sauf que ; malgré, etc.

Elles sont fréquemment utilisées, consciemment ou non, créant une très forte opposition entre les personnes, et nient ce qui a été précédemment énoncé par l'interlocuteur.

Par exemple, essayez d'écouter le dialogue suivant entre deux personnes. Que remarquez-vous en particulier ?

A. à la fin, tout le film tourne autour de l'amour du personnage pour la fille brune.

B. Mais non... Il est amoureux de la blonde, il se suicide après qu'elle l'ait quitté !

A. Mais alors tu n'as rien compris... C'est un amour obsessionnel, même s'il est superficiel !

B. Mais je voulais dire ça, mais c'est avec le départ de la blonde qu'il s'effondre !

A. Ok, mais ce qui le met en crise c'est toujours l'indifférence de la brune...

B. Oui, mais...

Les mots "NON" interrompent le flux de la communication : ils représentent un constant « *ctrl+alt+canc* » appliqué à la communication dans le monde réel, un retour continu à la case départ.

Personne n'aime qu'on lui dise NON, donc, pourquoi continuer à le répéter ? Dans une conversation, il vaut mieux éviter toutes les conjonctions adversatives et les négations. Dès que vous vous trouvez plongés dans une conversation avec quelqu'un, faites attention aux expressions qui sont utilisées par vos interlocuteurs (y compris vos propres mots). La prise de conscience est le premier pas vers le changement.

Vous trouverez ci-dessous, certains exemples d'expressions linguistiques qui facilitent le dialogue et d'autres qui, en revanche, le bloquent :

Expressions qui bloquent le dialogue :

Non

Problème

Il/Elle n'a pas compris

Il faut que tu le fasses

Ce n'est pas vrai

Malheureusement

Jamais

Coûts

Je t'ai dit que

C'est comme ça !

C'est la loi !

Expressions qui ouvrent le dialogue :

Oui

Je ne me suis pas expliqué

Il est également vrai que

Opportunité

Ce serait mieux si

Parfois

Quelques fois

Je te disais

Il y a des règles

Investissement

Interruption du schéma

Presque toutes les personnes suivent des habitudes, des routines, et, en fin de compte un modèle organisé ou rationnel de pensée et de comportement, qui en PNL appelle un « pattern ». Lorsque ce schéma récurrent est brusquement brisé, cela crée un sentiment de forte confusion.

La technique de l'interruption de schéma tire parti de cette règle en brisant une habitude ou un état émotionnel profondément ancré chez une personne, dans le but de la faire évoluer vers un état plus positif et valorisant (si elle est utilisée de manière éthique...). L'origine de cette technique est attribuée à Milton Erickson, le père de l'Hypnose thérapeutique

Parfois, un schéma de comportement peut être si profond et si fermement conditionné dans le système d'une personne, qu'il crée une résistance et une obstruction surprenantes au processus de changement. Au lieu d'affronter cette résistance de front, vous pouvez utiliser une interruption du schéma pour « briser les jambes » de la résistance et la faire vaciller pendant une

période de temps appropriée, afin que vous puissiez guider le changement de votre interlocuteur avec efficacité.

Prenons un exemple. Imaginez que vous vous rendiez au travail en voiture le matin. Si vous êtes comme moi, vous empruntez toujours le même itinéraire entre votre domicile et votre bureau. Nous sommes comme des singes : complètement influencés pour répéter les tâches de la même manière chaque fois.

L'aspect positif est que cela est économique du point de vue de notre cerveau. Il n'a pas à réfléchir ou à se soucier de trouver le chemin. Vous êtes en pilote automatique, vous disparaîsez dans vos pensées et, inconsciemment, votre cerveau s'occupe de tout pour vous.

Et ainsi, vous êtes en train de conduire le long de la route, rêvant les yeux ouverts du soleil et des vagues, et vous claquez des doigts pour appeler le serveur qui vous amène immédiatement un...

BOOM !

Juste devant vous, un arbre géant tombe sur la route, bloquant complètement votre chemin. Vous ressentez un coup de frein et votre voiture s'arrête brutalement pendant que les pneus tentent de s'accrocher à la route. Et pendant quelques minutes, vous n'avez absolument aucune idée de ce qui s'est passé ou de ce que vous êtes en train de faire.

Maintenant, votre inconscient ne sait pas comment réagir. Il est temporairement désorienté. Il attend des consignes de votre cerveau conscient ou (attention) de **quelqu'un qui est conscient**.

Les interruptions du pattern sont vraiment utiles car elles secouent les pensées et les actions habituelles d'une personne et elles ouvrent la possibilité que quelque chose de nouveau se produise. Il s'agit d'une partie importante du processus de changement. De toute évidence, il est plus facile d'influencer et de réorienter un schéma instable qu'un schéma rigide, qui se répète depuis des années.

Lorsqu'un schéma est complètement interrompu, la personne se retrouve sans étape suivante dans son processus de pensée ou de comportement et est évidemment ouverte à toute étape suivante offerte par la situation.

En d'autres termes, la personne dont le schéma est interrompu devient fortement influençable.

L'interruption en pratique

Notre inconscient excelle dans l'exécution automatique des schémas ou des programmes. Cela libère nos ressources conscientes, afin de nous permettre de réfléchir à d'autres questions pendant que nous réalisons certaines activités inconsciemment.

Parfois, cela peut poser problème lorsque vous essayez de changer vos propres schémas habituels de pensée, d'émotion ou de comportement, ou ceux de quelqu'un d'autre. Vous voulez changer, mais votre inconscient continue de faire la même chose encore et encore.

Donc que pouvez-vous faire ?

Voici le principe essentiel qui vous permet d'apporter des changements à votre comportement :

L'inconscient n'est pas efficace pour prendre des décisions. Cette capacité appartient à l'esprit conscient.

Et c'est là que réside le pouvoir d'interrompre un schéma.

Pour forcer l'inconscient à passer en «mode attente de décision », vous devez littéralement le perturber. Vous devez interrompre le flux habituel de la façon dont se déroulent les choses et l'obliger à se demander « *et maintenant ?* ».

Et c'est au moment de l'interruption du schéma que vous pouvez introduire des changements dans la programmation de l'inconscient. Lorsque l'inconscient vous demande « *Que veux-tu que je fasse maintenant ?* », à ce moment-là, il y a de la place pour insérer de nouvelles consignes.

Par exemple, lorsqu'une personne pleure et qu'elle se trouve visiblement dans un état mental triste et négatif, cela peut signifier deux choses : 1) il s'agit d'un état cathartique, où la personne souffre mais prend conscience de quelque chose ; 2) il peut s'agir d'une simple scène de pleurs, un ensemble de plaintes constamment répétées chaque fois qu'un problème se présente.

Le premier cas est positif, tandis que la scène de pleurs en elle-même est inutile, elle représente seulement un état d'affaiblissement. La personne se retrouve enfermée et bloquée dans un certain schéma de pensée et de comportement, dont elle n'arrive pas (ou ne veut pas) sortir. Et c'est dans des cas comme celui-ci que la technique de l'interruption de schéma se révèle utile et efficace.

En particulier, les deux façons les plus efficaces pour créer une interruption de schéma sont :

- Exploiter la physiologie : amener la personne à faire quelque chose, à bouger son corps, à changer de posture ou de position. L'émotion est une énergie en mouvement ; lorsque nous bougeons notre corps, nos émotions changent inévitablement.
- Détourner l'attention : posez une question qui détourne l'attention de la personne vers autre chose, en lui demandant quelque chose à laquelle la personne ne s'attend absolument pas. Quand il se passe quelque chose d'imprévisible et de spontané, le cerveau traverse un moment de confusion, grâce auquel vous pourrez guider les émotions de la personne dans la direction souhaitée.

Deux exercices à explorer

Exercice 1 – Interrompre votre schéma

Choisissez un comportement que vous désirez changer, et que vous exécutez automatiquement en temps normal, sans réfléchir. Observez comment ce schéma est exécuté, quel est son cheminement.

Créez une interruption qui n'a rien à voir avec le comportement. Si vous vous rongez les ongles, l'interruption du schéma pourrait consister à sauter de haut en bas ou à frotter le nez intensément. Si vous mangez à chaque fois que vous regardez la télé, l'interruption du schéma pourrait être de penser à une bouse de vache chaque fois que vous ouvrez votre réfrigérateur.

Trouvez une interruption qui vous fera sursauter comme si un arbre tombait juste devant votre voiture.

Lorsque vous remarquez le pattern en cours d'exécution, utilisez constamment votre interruption et observez ce qu'il advient du schéma.

Exercice 2 – Interrompre le schéma de quelqu'un d'autre

Observez quelqu'un qui a un schéma habituel avec lequel vous aimeriez vous exercer.

Créez une interruption de schéma spécifique. Par exemple, si votre mère ou votre femme mange du beurre tous les matins, sans y penser, utilisez du colorant alimentaire bleu pour changer la couleur du beurre. Si votre enfant est curieux de jouer avec les prises électriques, gardez des ballons à portée de main ; faites-les exploser à chaque fois qu'il s'approche d'une prise et observez ce qui arrive à son schéma.

6. Le Langage du corps

Il est essentiel de comprendre les bases du langage corporel afin d'analyser et de comprendre votre interlocuteur. Dans ce chapitre, vous découvrirez comment reconnaître les signaux subliminaux, c'est-à-dire ceux du refus, du rejet de tension et de la satisfaction. De plus, vous apprendrez à étudier et à reconnaître les significations des micro-expressions faciales en vous appuyant sur les recherches de Paul Eckman.

Le langage du corps

Le corps parle et dit tout un tas de choses, mais souvent, nous ne savons pas l'interpréter. Souvent, nous ne sommes même pas conscients des messages que nous émettons à travers notre corps, notre posture, nos gestes. Mais, inconsciemment, nous sommes habitués à reconnaître les signaux des autres et à nous comporter en conséquence. Cette capacité est le fruit de milliers d'années d'évolution dans l'histoire de l'humanité.

Pourquoi parler de langage corporel dans le contexte de la PNL ? Parce que la Programmation Neurolinguistique est une discipline qui inclut différentes techniques, lesquelles, nous aident à prendre davantage conscience de nos comportements, de façon à améliorer notre vie et nos relations. De plus, se connaître soi-même nous aide à mieux connaître les autres, de comprendre leur façon d'agir et de communiquer de façon efficace. Une grande partie de la communication est interprétée à travers le langage paraverbal et non-verbal, utile pour comprendre ce que notre interlocuteur veut dire, surtout lorsque le langage verbal n'est pas clair. Pour cette raison, il devient important d'apprendre à gérer le langage corporel, afin que notre message arrive de manière plus fonctionnelle et efficace, ainsi que d'interpréter ce que notre interlocuteur nous communique à travers ses expressions, les mouvements de ses yeux, la posture qu'il adopte, et à travers tous ces gestes qui, souvent involontaires, deviennent plus significatifs que les mots.

La Proxémie

Cette discipline traite des messages que notre corps transmet, en nous situant dans l'espace qui nous entoure par rapport aux choses et aux personnes. Edward Hall, l'anthropologue qui a inventé le terme "proxémie", la définit comme « *l'étude de la manière dont l'homme structure inconsciemment les micros-espaces – les distances entre les hommes pendant qu'ils effectuent leurs opérations quotidiennes, l'organisation de l'espace dans sa propre maison et dans d'autres bâtiments, et enfin la structure de ses villes.* »

La façon dont vous occupez l'espace qui vous entoure révèle beaucoup de choses sur votre statut, votre personnalité et votre état d'esprit.

Edward Hall a décrit 4 types de distance interpersonnelle :

DISTANCE INTIME (de 0 à 45 cm) : elle implique un haut degré d'implication car toutes les perceptions sensorielles sont accentuées. À cette distance, la voix devient un murmure et sert surtout à faire naître des émotions et des sentiments chez l'interlocuteur.

DISTANCE PERSONNELLE (de 45 à 120 cm) : elle représente notre « bulle » personnelle qui ne peut être rompue que par une personne intime telles un proche, tandis qu'elle n'est pas franchie par des inconnus.

DISTANCE SOCIALE (de 120 à 360 cm) : c'est la distance utilisée au travail, où l'on traite des affaires sociales et des réunions occasionnelles, où se déroulent des rencontres formelles ou de brèves conversations.

DISTANCE PUBLIQUE (plus de 3,5 m) : celle où la voix est forte et le contenu est formel. Il y a assez d'espace pour pouvoir réagir instinctivement et efficacement à une menace extérieure.

Ces préférences sont fortement influencées par le contexte, l'éducation, les habitudes et les traits de personnalités. Les introvertis auront tendance à être légèrement plus distants que les extravertis ; les enfants ont des distances plus réduites ; les personnes qui vivent dans de grands espaces auront tendance à avoir une plus grande distance avec leurs interlocuteurs, tandis que ceux qui vivent dans les villes et les grandes métropoles auront tendance à réduire les distances.

Les populations d'Europe du Nord et d'Amérique du Nord gardent de plus grandes distances que la population latine. En France aussi, il peut y avoir des différences significatives entre le nord et le sud.

Comment pouvons-nous donc comprendre quelle est la bonne distance à avoir lorsque nous interagissons avec d'autres personnes ?

La PNL est aussi utile dans ce cas, grâce à la capacité de savoir « refléter » l'interlocuteur. Les distances ont tendance à se réduire spontanément lorsque nous sommes avec quelqu'un qui présente des traits de personnalité, un statut social ou une situation économique similaires aux nôtres.

Plus les distances se réduisent et plus nous nous dirigeons vers une communication « empathique ». En revanche, lorsque nous dépassons la distance optimale, en envahissant l'espace de l'interlocuteur, nous entrons dans un anti-rapport, peut-être même avant d'avoir commencé à parler.

Si nous avons “franchi” le seuil, notre interlocuteur fera un ou plusieurs des gestes suivants :

Il détournera le regard

Il placera des barrières entre nous (un journal, un sac, ses bras)

Il reculera

Il orientera son corps dans une autre direction

Il fera un geste de fermeture

D'ailleurs, essayez de penser à ce qui se passe lorsque vous vous trouvez dans un ascenseur rempli de gens. Comment les gens se comportent-ils habituellement ? Dans ces circonstances, la plupart des personnes sont très gênés et essaient de surmonter ce sentiment en se réfugiant dans un coin, dos au mur, en concentrant leur attention (et leur regard) sur la plaque qui indique la capacité maximale en termes de personnes et de poids, ou en fixant les boutons de l'ascenseur avec les lumières des différents étages qui s'allument séquentiellement.

Cela arrive un peu à tout le monde parce que notre distance intime est « envahie ». À chaque fois que quelqu'un que nous ne « percevons » pas comme intime envahi notre espace plus personnel, nous nous sentons mal à l'aise et nous avons tendance à nous en éloigner.

La personnalité influence aussi les distances.

Les personnes qui gardent des distances plus « importantes » que la moyenne ont tendance à peu regarder dans les yeux, à peu toucher les autres et à ne pas apprécier les accolades des autres. Inversement, celles qui gardent des distances plus réduites auront tendance à établir un contact visuel prolongé et à toucher souvent l'interlocuteur pendant la conversation.

Essayez d'observer et de comprendre les préférences de votre interlocuteur, et respectez les distances. Je vous rappelle que notre objectif est d'avoir de meilleures relations et des résultats plus satisfaisants. Et respecter les préférences de votre interlocuteur est une étape essentielle afin d'atteindre cet objectif.

Décrypter les gestes des mains et les mouvements de la tête

En général, les mains sont une partie gestuelle très forte de notre corps. Souvent, les gens ne veulent pas durs ou agressifs en public, mais si vous dirigez votre regard vers leurs mains, vous pourrez observer qu'ils serrent le poing, qu'ils font le signe de « stop » avec la paume de leur main tournée vers le bas, ou qu'ils gesticulent passionnément pendant qu'ils discutent au téléphone. Dans ces circonstances, il n'est pas nécessaire d'être un expert de langage corporel pour comprendre l'atmosphère de l'interaction ou de l'appel.

Les mains peuvent être immobiles ou en mouvement ; cachées ou bien visibles ; les poings fermés ou ouverts. Lorsque nous sommes à l'aise, les mouvements de nos mains ont tendance à être plus marqués et plus fréquents, en revanche lorsque nous sommes sous tension, ils auront tendance à diminuer.

Les personnes qui mettent leurs mains dans les poches postérieures de leur pantalon tentent de cacher leur attitude dominante. Il s'agit d'un signal d'agressivité caché.

Si les mains sont derrière le dos, sous la table ou cachées de quelque manière que ce soit, cela signifie que la personne ne dévoile pas complètement. Dans le contexte de la séduction, surtout si c'est une femme qui a les mains derrière le dos, cela pourrait communiquer une disponibilité ou de l'intérêt à l'égard de l'interlocuteur.

Tourner sa paume vers le bas peut être considéré comme un geste autoritaire : vous donnez un ordre. Garder ses pouces en l'air est un signe de domination, de supériorité et, parfois, d'agressivité. Ce n'est pas pour rien que dans la Rome Antique, le pouce levé de l'empereur déterminait sa volonté de gracier ou non les gladiateurs. Si garder ses mains complètement dans la poche peut être un signe de timidité, il suffit de sortir le pouce de sa poche pour inverser complètement le message.

Si les mains ouvertes et la paume vers le haut sont le principal signal de disponibilité, à l'inverse, les poings fermés nous révèlent que la personne est prête à attaquer verbalement. Si la personne serre le poing et regarde autour d'elle, cela signifie que l'agressivité est dirigée vers le sujet de la conversation ou vers vous-même. À l'inverse, si elle serre le poing et vous regarde droit dans les yeux, l'agressivité dépasse le sujet de la conversation et devient « personnelle ».

Lorsque nous nous frottons les mains rapidement et vigoureusement, cela signifie que nous sommes contents et satisfaits. À l'inverse, lorsque nous ressentons de la culpabilité, nos muscles ont tendance à inhiber le geste en le ralentissant. Le geste « rapide » est presque totalement inconscient, mais lorsque le geste ralentit, cela signifie qu'il y a un filtre mental ou un éventuel conflit intérieur.

La position et les mouvements de la tête jouent également un rôle important dans le langage corporel.

Tandis que la tête droite communique le fait d'être sûr de soi, en donnant parfois un air sérieux et autoritaire, la tête inclinée communique une attitude amicale et réceptive.

Lorsque quelqu'un incline la tête pendant que vous êtes en train de lui parler, cela signifie qu'il est en train d'écouter vos mots. En revanche, si l'autre personne incline la tête pendant que nous lui posons des questions,

cela signifie qu'elle est en train d'étudier la réponse à nous donner. Incliner la tête est donc un geste particulièrement important pour signaler aux autres que nous les écoutons vraiment.

Se gratter les oreilles est un geste qui peut indiquer un manque de confiance en soi ou d'assurance. Si notre interlocuteur, pendant qu'il nous écoute, se "gratte" souvent derrière l'oreille, cela peut signifier qu'il ne croit pas un seul mot de ce que nous sommes en train de lui dire.

Maintenant, prenons en considération comment notre nez entre en jeu dans le langage corporel. Le fait que quelqu'un se touche le nez pendant une conversation peut être un signal qu'il est probablement en train de nous cacher quelque chose. Dans ce cas, il aura tendance à se gratter le nez à plusieurs reprises tout en répondant à des questions sur un sujet précis (sur lequel il ment probablement). Le nez est très riche en terminaisons nerveuses et chaque fois que nous mentons, nous créons une « dissonance cognitive » qui déclenche différentes impulsions neurologiques qui sont transmises directement au nez.

Si une personne dilate les narines comme un cheval nerveux, elle est probablement en colère, exaspérée ou embarrassée par quelque chose. Plisser le nez indique, en revanche, que le sujet est dégoûté par une certaine situation. Plus les rides qui se forment sous les yeux à cause du nez plissé sont marquées, plus le sentiment de dégoût que l'individu ressent est important.

Les micro-signaux

Maintenant, examinons en détail trois catégories de micro-signaux :

- REFUS
- TENSION
- APPRÉCIATION

La première catégorie est celle du refus et de la fermeture.

Les micro-signaux suivants transmettent le refus vers la personne ou l'objet de la conversation. Ils se manifestent à travers les comportements suivants :

- Éloignement, c'est-à-dire lorsque la personne se décale vers l'arrière ou recule simplement son buste ou sa tête si elle est assise.
- Le froncement de sourcil
- Les bras et les jambes croisés : dans le cas des jambes, le fait qu'elles soient croisées n'indique pas nécessairement une fermeture, il faut également faire attention au côté vers lesquelles elles sont tournées. En ce qui concerne les bras, pour certains, cela peut représenter une position habituelle et confortable, même si ce n'est pas une posture naturelle.

Passons maintenant à la seconde catégorie, la tension, qui peut être le préambule d'un état aussi bien positif que négatif. Voici une liste des signaux typiques de cette catégorie :

- Balancer une jambe (ou les deux)
- Bailler
- Tapoter des mains sur les jambes
- Tripoter rapidement ses cheveux, stylos, boucles d'oreilles, etc...
- Se gratter les bras et les mains
- Déglutir
- Souffler
- Se racler la gorge
- Transpirer de manière visible
- Rougir
- Se ronger les ongles
- Pleurer/rire hystériquement
- Soupirer
- Présenter des tics nerveux
- Bégayer

La troisième catégorie est celle de l'appréciation. Il s'agit de signaux du plaisir, présents dans chaque type de relation personnelle et professionnelle. Ils montrent aussi une grande attention ou un grand intérêt envers un sujet.

- Rapprochements, et signaux d'ouverture à l'écoute attentive; caresser les bras, les mains, les jambes et les épaules ; et expressions du

visage.

- Caresser ses cheveux et les mettre derrière l'oreille, les mettre en avant ; ajuster sa cravate.
- Pupilles dilatées, inclinaison et présentation du cou à 45°, se mordre les lèvres, en particulier la lèvre inférieure ; toucher/caresser sensuellement des objets comme les verres, les bouteilles, les stylos ; « toucher » les vêtements de l'autre pour chercher un contact physique.

Tous ces signaux peuvent être identifiés non seulement dans une relation amoureuse d'un couple, mais aussi pendant un rendez-vous ou un entretien d'embauche.

En connaissant les micro-signaux du corps, on peut faire semblant ou simuler un état d'esprit, mais il n'est pas facile de le faire pendant longtemps. On ne peut pas garder un état d'esprit que l'on ne ressent pas vraiment. D'une manière ou d'une autre, l'incohérence s'échappe à travers les autres signaux contraires à notre intention. Bien que nous puissions devenir plus conscients de notre communication non verbale, notre corps parlera toujours pour lui-même, sans que nous en ayons le contrôle total.

Comment interpréter le langage du corps des autres ?

Avant de porter des jugements trop rapides, rappelez-vous les trois règles essentielles suivantes pour une interprétation correcte du langage corporel.

1. Ne vous fiez jamais à un seul élément

Si, pendant une conversation, votre interlocuteur se gratte la nuque, cela n'est pas nécessairement un signal de tension ou de refus : probablement, il ressentait de l'irritation à ce moment-là ! Se fier seulement aux bras croisés est aussi une grave erreur. Beaucoup de personnes considèrent qu'il s'agit d'une posture "confortable", et elle est souvent adoptée lorsque la température descend et que nous avons froid.

Ce que vous devez chercher, c'est la **cohérence** avec les signaux que la personne est en train de vous donner, sur trois niveaux (verbal, paraverbal, non verbal). Souvenez-vous de contextualiser la situation et d'évaluer aussi

les éléments extérieurs, tels que l'environnement. Les gestes sont toujours évalués dans leur ensemble, sinon, nous porterions un jugement trop limité.

2. Identifiez au moins 3 INDICES de la MÊME FAMILLE

Par exemple, imaginez un professeur qui recule, se couvre la bouche, baisse le ton de voix tout en vous félicitant pour votre excellente note obtenue à un examen. Votre subconscient est en mesure de percevoir l'incohérence en une seconde.

Pour donner un exemple opposé, la cohérence entre le corps et le message se manifeste par un professeur qui s'avance, hoche la tête, souris, avec un ton de voix confiant tout en vous félicitant, bien qu'il ait les bras croisés. Comme nous l'avons dit précédemment, souvenez-vous qu'un seul élément n'est pas suffisant pour formuler une opinion.

3. Evitez les absolus

La plus grande erreur que vous pouvez commettre, même si vous disposez de plusieurs éléments, c'est d'être sûr et certain de vos impressions. Essayez d'observer un maximum d'indices et, utilisez ensuite les instruments que vous connaissez pour amener la personne à « s'ouvrir », afin d'entamer la communication.

La compréhension du langage corporel vous permet de comprendre comment entrer en relation avec la personne, elle ne sert pas à identifier les personnes fermées ou non. Les gens vous donneront des indices, c'est vous qui devrez comprendre comment les analyser et, surtout, comment les utiliser à votre avantage pour établir une communication efficace.

7. Métamodèle et mécanismes métalinguistiques

Le métamodèle et les mécanismes métalinguistiques sont deux piliers fondamentaux de la PNL, utiles pour mieux se comprendre et mieux comprendre les autres, et pour éviter tout malentendu dans la communication. Dans ce chapitre, vous apprendrez quels sont les mécanismes (généralisations, omissions, distorsions) que nous appliquons lorsque nous parlons et vous comprendrez comment les utiliser au mieux.

LE MÉTAMODÈLE

Le métamodèle est un grand « clarificateur » de la communication. Il contient des schémas identifiés pour la première fois par Bandler et Grinder sur la base du modèle de Virginia Satir, une thérapeute familiale reconnue. Satir avait une méthode particulière pour recueillir des informations, en utilisant le vocabulaire pour clarifier le langage, afin de relier les mots utilisés par les gens à expériences.

Pour comprendre le métamodèle, nous devons tout d'abord observer de quelle façon les pensées se transforment en mots. Nos pensées contiennent beaucoup plus de significations que le langage ne pourrait jamais en exprimer. Malgré cette limite, le langage existe à un niveau plus profond de notre neurologie et peut, si nécessaire, exprimer une caractéristique importante qui se cache derrière ce que nous disons. Ce langage, auquel on accède à un niveau plus profond, est appelé « structure profonde ».

Cependant, dans la vie de tous les jours, notre langage n'atteint pas ce niveau de profondeur. En fait, nous le résumons en une « structure superficielle ».

Le métamodèle correspond donc à l'image de quelque chose qui est complètement subjectif et personnel. Chacun de nous construit un schéma de la réalité qui l'entoure, qui diffère non seulement de la réalité elle-même, mais aussi de celle de chaque personne.

Le métamodèle peut aider à clarifier aussi bien notre langage que notre pensée, et nous pouvons utiliser cet instrument afin d'atteindre une compréhension plus précise du langage des autres. Il examine "la structure profonde" du langage, en interrogeant la « structure superficielle » (notre communication normale).

Il arrive que dans notre communication il y ait un grand nombre de messages ou de mots implicites qui, la plupart du temps, servent à éviter des répétitions inutiles, mais qui, à d'autres moments, provoquent de terribles malentendus, surtout lorsque nous remplaçons notre interprétation personnelle complètement subjective de la réalité, par l'interprétation objective. Quand nous commençons à construire en nous le bagage de nos expériences personnelles, ces soi-disant filtres se multiplient et à travers eux notre façon de percevoir la réalité prend un sens considérable.

Grâce à la PNL, nous sommes en mesure d'éclaircir ceux qui peuvent être considérés comme des sous-entendus ordinaires, en utilisant des questions particulières qui se réfèrent plus à la modalité qu'à la cause, davantage à la forme exprimée qu'aux contenus thématiques. Bien entendu, nous nous référons à ces filtres qui commencent à faire partie de notre monde et qui influencent la façon de le percevoir et de l'exprimer. Par conséquent, la réalité de chaque être humain est fortement influencée par ces filtres et à partir du moment où nous interagissons avec nos semblables, nous n'utilisons que certains éléments qui la composent

Parmi les filtres dits « métalinguistiques », nous retrouvons la généralisation, l'omission et la distorsion.

La généralisation, comme le terme l'indique, désigne cette habitude répandue de « tout mettre dans le même panier ». Nous l'utilisons lorsque nous partons d'un cas unique et que nous en tirons une règle pour chaque situation. Par exemple : « Il est *toujours* difficile de trouver une place pour se garer en ville » (avec le mot « toujours » on a tendance à rendre impossible chaque contestation éventuelle).

L'omission rend la communication imprécise. Souvent, on ne se demande pas comment vérifier une situation particulière. Par exemple : « Le manager ne permettait pas aux employés de justifier les retards » (aucune analyse de

la manière dont les retards n'étaient pas autorisés ou de quels retards il s'agissait).

Vous souvenez-vous de comment nous avons tendance à lire les événements et les situations, en fonction notre modèle personnel du monde ? Dans la distorsion, la réalité est remplacée ou transformée et cela se produit par le jugement et l'interprétation, même si nos allégations ne sont pas prouvées. Par exemple : « Je sais exactement ce qui se passe dans sa tête » (la manière dont on est convaincu n'est absolument pas analysée, ni les raisons qui sont à la base de cette idée).

Dans la communication, chaque fois que des informations et des détails sont omis à cause d'un ou plusieurs mécanismes métalinguistiques, un espace est créé qui peut être comblé par l'interlocuteur à travers *son* modèle du monde.

Par exemple, si en prenant votre petit-déjeuner au bar avec un ami, vous dites : « On se voit tôt demain matin... », vous omettez une information importante. Peut-être que « tôt » signifie six heures du matin pour vous, tandis que pour votre ami cela pourrait signifier neuf heures, étant donné que son modèle du monde est différent. Lorsqu'un espace est créé dans la communication, chacun aura tendance à le remplir avec sa propre interprétation. Il donc utile de rendre la communication plus spécifique et moins vague, afin d'éviter tout malentendu.

En résumé, grâce au métamodèle nous pouvons :

- Obtenir des informations
- Préciser le sens
- Identifier les limites
- Créer des nouveaux choix
- Formuler de meilleurs objectifs
- Interrompre ou, parfois, établir un contact
- Créer de meilleures relations
- Résoudre des problèmes
- Identifier des croyances

Les questions MÉTA MODÈLE

Voyons maintenant quel genre de questions nous pouvons poser à notre interlocuteur afin d'obtenir plus d'informations et de clarifier le sens de ses paroles.

GENERALISATIONS

Quantificateurs universels : il s'agit d'une gamme de mots qui ne laisse aucune place aux exceptions.

« Tu ne m'écoutes *jamais* »

Jamais ? Que se passerait-il si vous le faisiez ?

«Ça se passe *toujours* comme ça... »

Toujours, vraiment ?

Opérateurs modaux de nécessité : ce sont ces mots à surveiller : « je devrais », « je ne devrais pas », « je dois », « je ne dois pas », « j'ai besoin de », « il est nécessaire ».

« *Je dois le finir ce soir* »

Que se passerait-il si vous ne le finissez pas ?

«*On doit faire comme ça !* »

En fonction de quoi ? Selon qui ? Selon quelle logique ?

Opérateurs modaux de possibilité : dans le cas présent, les mots à surveiller sont : « je peux », « je ne peux pas », « j'ai l'autorisation », « je n'ai pas l'autorisation », « possible », « impossible ».

«Il m'est *impossible* de réussir cet examen »

Qui/Qu'est-ce qui vous empêche de le réussir ?

Que devrait-il se passer afin que vous le réussissiez ? (Ce genre de question met l'accent sur la solution)

OMISSIONS

Ici, l'objectif est d'extraire les détails manquants qui ont été omis, ou intentionnellement supprimés par la communication.

Nominalisations : ce sont des verbes auxquels on donne un nom, des concepts abstraits et vagues.

« La communication est *inexistante* »

Qui n'arrive pas à communiquer avec qui ? Que voulez-vous communiquer ? Que voulez-vous dire exactement ?

Verbes non spécifiques

“Il me *blesse* !”

De quelle manière, précisément, vous a-t-il blessé ?

Omissions simples

« Je suis *contrarié* »

Avec qui ? Par rapport à quoi ? Qu'entendez-vous précisément par « être contrarié » ?

Manque d'index référentiel

“Les clients se sont *plaints* »

Combien sont-ils ? Qui, plus précisément ?

« Ça ne les intéresse pas »

Précisément, qui n'est pas intéressé? Qu'est-ce qui n'est pas intéressant ?

Omissions comparatives : Mots à surveiller : « bien », « mieux », « plus », « moins », « davantage », « pire ».

“C'est le pire des fiancés”

Comparé à qui ? Par rapport à qui ?

Performatif perdu : cette sous-catégorie inclut toutes ces phrases qui prennent valeur de vérité absolue parce qu'elles manquent de références précises.

« C'est une erreur de critiquer ».

Comment savez-vous que c'est une erreur ? Selon qui ? Qui dit que c'est une erreur ?

DISTORSIONS

Voyons maintenant les distorsions, ce sont des structures qui lient des éléments ou des phrases qui n'ont pas forcément de rapport entre elles.

Lecture de la pensée : Avoir la prétention de savoir exactement ce que pense une personne.

« Je ne vous plais pas »

Comment savez-vous que vous ne me plaisez pas ?

Cause à effet

« Vous m'énervez »

En quoi ce que je fais vous énerve ou vous met en colère ?

Équivalence complexe : souvent utilisée dans la publicité, cette technique est utile pour créer des messages et des associations émotionnelles faciles à mémoriser.

« Vous me criez toujours dessus – vous n'en avez rien à faire de moi ! »

En quoi, le fait de crier signifie que je n'en ai rien à faire de vous ? N'avez-vous jamais crié sur quelqu'un dont vous n'en avez rien à faire ?

Présuppositions : affirmer quelque chose de forcément vrai afin de pouvoir prouver quelque chose d'autre.

« Comment préférez-vous payer, par carte ou en espèces ? » (Il y a le présupposé que le client veuille acheter et payer)

« Si mon chef savait combien d'heures je travaille, il ne me le demanderait pas »

Comment savez-vous qu'il ne le sait pas ? Comment savez-vous que vous travaillez trop ?

En résumé, les réponses ou les questions du métamodèle :

- Montrent les généralisations
- Révèlent des ambiguïtés
- Récupèrent les omissions
- Corrigent les distorsions
- Clarifient l'imprécision
- Extraient le sens spécifique
- Récupèrent la structure profonde du langage

8. Modèle de Milton

Après avoir analysé le métamodèle « clarificateur » de la communication, dans ce chapitre nous explorerons son opposé, appelé « le modèle de Milton ». Il s'agit d'un modèle de communication utilisé par Milton Erickson, caractérisé par l'utilisation d'un langage « artistiquement vague » afin de rendre la communication plus efficace.

Qui était Milton Erickson ?

Président et fondateur de la Société Américaine d'Hypnose clinique, membre de l'Association Américaine de Psychiatrie, de l'Association Américaine de Psychologie et de l'Association Américaine de Psychothérapie et, surtout, inventeur de la méthode dénommée « Hypnose ericksonienne ».

Son enfance fut marquée par de nombreuses difficultés : daltonisme, dyslexie, arythmie ; à l'âge de dix-sept ans il fut paralysé à la suite d'une poliomyélite. Dans une ferme de l'Oregon, loin des soins médicaux, Erickson affronta tout seul ses problèmes et les surmonta grâce la découverte de l'immense pouvoir du cerveau sur le corps et à l'observation attentive et calibrée du comportement que chacun fait preuve lors de l'exécution d'une tâche spécifique afin de pouvoir le recopier.

Ses séances ont toujours été caractérisées par une grande créativité et originalité ; chaque stratégie était le résultat direct de l'analyse de la situation spécifique. Son approche était profondément pragmatique et ne suivait apparemment aucun schéma théorique. L'efficacité de sa technique l'a rapidement rendu célèbre et a suscité l'intérêt de certains chercheurs pour sa méthode.

Dans les années soixante-dix, Richard Bandler et John Grinder, grâce à l'observation attentive du travail d'Erickson, ont mis en évidence des éléments récurrents dans sa technique et les ont codifiés dans ce qu'ils ont

appelé le modèle de Milton : un ensemble d'outils linguistiques qu'Erickson utilisait plus ou moins consciemment dans ses techniques hypnotiques.

Ce travail fut l'une des plus grandes contributions à la PNL. Aujourd'hui Erickson représente toujours une pierre angulaire dans l'histoire de l'hypnose et c'est principalement à ses techniques que nous faisons référence, lorsque nous d'hypnose moderne. Si ce modèle était à l'origine utilisé exclusivement par Milton Erickson pour guérir ses patients, actuellement, ce modèle est proposé dans différents domaines, de la politique à la vente.

Ce langage est en mesure de créer un état altéré où le cerveau conscient est distrait, tandis que l'inconscient est libre d'écouter les mots de l'interlocuteur.

C'est un mécanisme d'ambiguïté, en mesure d'influencer les personnes de manière profonde et éthique, grâce au choix des mots. Au lieu de manipuler une personne en exerçant une pression sur elle, le modèle de Milton vous permet de créer un changement par le biais du langage. Son but est de fournir des structures superficielles que le sujet peut adapter à ses structures profondes.

Souvent, le modèle de Milton, ou le langage artistiquement vague, est identifié comme l'opposé du Métamodèle.

Le Métamodèle, comme nous l'avons vu, est un ensemble de schémas linguistiques qui peuvent être utilisés pour décrire une expérience de façon plus détaillée. Cependant, le modèle de Milton permet d'être habilement vague et d'éviter ainsi d'insérer trop de détails dans sa communication, afin de la rendre plus efficace. Ce manque de spécificité du langage permet à ceux qui communiquent de faire des affirmations qui, tout en étant génériques et vagues, semblent ciblées jusqu'à sembler être une indication liée à l'expérience de ceux qui écoutent, indépendamment de laquelle il s'agit ou du fait qu'ils la connaissent ou non.

Le Métamodèle fournit des méthodes pour découvrir des informations spécifiques qui sont supprimées dans chaque phrase. Le modèle de Milton, quant à lui, fournit des méthodes pour construire des phrases dans

lesquelles presque toutes les informations spécifiques sont supprimées. Cela permet à la personne qui écoute de combler les vides laissés par les omissions, à travers sa propre expérience personnelle.

Pour mieux comprendre, nous extrapolons une poignée d'exemples utilisés par la catégorie professionnelle qui aime le plus recourir au modèle de Milton : celle des politiciens.

Vous souvenez-vous du slogan de la campagne électorale de Barack Obama ? C'était « Yes, we can » (“Oui, nous pouvons”). Mais qui, nous ? Nous pouvons faire quoi ? Chacun, dans sa tête, a complété la phrase en fonction de son expérience personnelle, de son désir et de son aspiration. Si Obama avait dit « Oui, nous pouvons devenir plus riches », il n'aurait été en accord seulement avec une partie de la population. S'il avait dit « Oui, nous pouvons améliorer le système de santé », il y aurait eu des personnes intéressées et d'autres complètement désintéressées. Au lieu de cela, en laissant un espace vide, chaque auditeur a eu la possibilité de le combler de manière unique et originale.

Faisons un bond de quelques années en avant et jetons un coup d'œil à ce discours de Donald Trump :

« Nous, les citoyens des États-Unis, nous sommes unis dans un grand effort national pour reconstruire notre Pays (la présupposition est que le Pays ait été détruit. Reconstruire quoi ? Le système politique ? Les lois ?).

Ensemble, nous déterminerons le futur de l'Amérique et du monde pendant de longues années. (De quelle manière ? Que ferons-nous pour le déterminer ?).

Nous ferons face à des défis, nous nous confronterons les uns aux autres, mais nous obtiendrons des résultats. (Quels défis ? Comment nous les confronterons-nous ? Quels résultats ?)

Cette journée a une signification spéciale : aujourd'hui est le jour où le peuple reprend le pouvoir. (Une signification spéciale pour qui ? Comment et en quoi le peuple reprend le pouvoir ?) »

Puisque vous avez compris comment cela fonctionne, vous ferez plus attention aux messages politiques et publicitaires, ainsi qu'aux

conversations quotidiennes autour de vous, et vous réaliserez à quel point ce langage artistiquement vague est répandu dans notre société.

Usages du modèle de Milton

Présuppositions : supposer implicitement quelque chose qui n'a pas été explicité comme étant vrai. Par exemple : « Restez à l'écoute » (le présupposé est que vous êtes en train d'écouter).

Postulats conversationnels : questions qui présupposent un ordre. Par exemple : « Vous m'entendez ? », « Vous avez l'heure ? ».

Lecture du cerveau : « Je sais que vous êtes surpris... » « En ce moment, vous devenez plus confiant... ».

Causalités implicites : tandis que, pendant, avant, après, quand. Exemple : « Pendant que vous restez assise et que vous écoutez, vous vous détendez de plus en plus ».

Conjonction simple : et, mais, et non. Exemple : « Vous êtes en train d'écouter ma voix et vous vous détendez ».

Cause à effet : fera, causera, provoquera, forcera, pourquoi, exige. Exemple : « Être assis là à écouter vous rendra plus détendu ».

Prédicats de vérité : prédicats qui présupposent la vérité des clauses qui suivent ; se demander, être conscients, se rendre compte, avoir la sensation de... Exemple : « Je me demande si vous êtes conscient d'être profondément gêné ».

Violation de la sélection restrictive : élargissements de certains processus ou relations qui ne sont habituellement attribués qu'à une certaines catégories d'élément. Exemple : « L'entreprise est contente de vous ».

Manque d'index référentiel : exemple : « Dans ce genre de situation, on peut se sentir mal à l'aise ».

Prédicats non spécifiques : se demander, penser, savoir, comprendre, se rappeler.

Questions cachées : présupposition d'un ordre qui sert à distraire l'hémisphère dominant, et d'une réponse qui n'est pas explicitement demandée. Exemple : « Je me demande si vous savez quelle sera la première réponse », « Je suis curieux de savoir ce que vous voulez vraiment pour vous-même ».

Ordres secrets : il s'agit de suggestions données indirectement. Exemple : « Beaucoup de gens peuvent se souvenir d'expériences agréables vécues dans leur enfance ».

Guillemets : insérer l'ordre dans le contexte d'une citation directe ou indirecte d'une autre personne, d'un autre moment, lieu ou situation. On peut le faire indirectement, par exemple : « Mes amis me disent de me mettre à l'aise et de me laisser aller quand je sors avec eux, lorsque nous sommes ensemble ». Ou bien, directement : « Je viens de rencontrer quelqu'un dans la rue et vous savez ce qu'il m'a dit : vous êtes... ».

Demandes étiquetées : n'est-ce pas ? Vous êtes d'accord ? Ou pas ? Exemple : « Tu vois ce que je veux dire, pas vrai ? Ou pas ? ».

Mots sémantiquement profonds : il y a des mots qui ont un sens plus profond par rapport aux autres. Ils font émerger en chaque personne son interprétation personnelle, basée sur ses expériences antérieures. La phrase « vous avez des *ressources* extraordinaires, et ce sont celles qui vous mèneront vers le *succès* » crée une image précise et différente dans la tête de chaque personne qui lit cette phrase. Certains pourraient penser à des ressources financières, alors que d'autres pourraient penser aux ressources en termes de capacité ou de temps. Et cela vaut également pour le succès : à quel genre de succès fait-on référence ? Chacun aura sa libre interprétation.

Comment utiliser le Métamodèle et le modèle de Milton ?

Un communicateur compétent utilise le Métamodèle et le modèle de Milton conjointement, en exploitant leurs atouts pour influencer l'interlocuteur de manière efficace et éthique. Le secret est d'extraire des informations et des mots-clés de l'interlocuteur grâce à des questions du Métamodèle, puis à les réutiliser par le biais d'un langage artistiquement vague pour le conduire vers les résultats désirés.

Essayons un exercice pour mieux comprendre.

Imaginez que l'interlocuteur soit l'un de vos clients. Essayez de lui demander ce qui lui donne envie d'acheter. Très probablement, vous obtiendrez une réponse vague et peu détaillée.

Identifiez grâce aux questions du Métamodèle ce qui pousse le client à agir. Examinez en détail et extrapolez le plus d'informations possible.

Identifiez les *mots-clés* de cette motivation. Quels mots le client a-t-il choisi d'utiliser ?

Grâce au modèle de Milton, donc en choisissant un langage vague et ambigu, utilisez toutes les informations que vous avez recueillies et motivez votre client à faire quelque chose qu'il repousse depuis longtemps, en utilisant exactement les mêmes mots-clés.

9. Comment gérer les objections

Souvent, les personnes ont du mal à accepter et à suivre nos conseils et suggestions. Dans ce chapitre, vous apprendrez la meilleure façon de donner un feedback aux gens, grâce à des exemples pratiques et des exercices. Vous apprendrez comment gérer les objections dans la communication et à poser les questions du métamodèle pour examiner la véritable raison de l'objection. Vous apprendrez à utiliser la technique du « stroke » (« caresse ») pour que la personne se sente comprise, à vous concentrer sur les solutions et non sur les problèmes et enfin, à guider la personne vers la solution la plus juste pour elle.

Le feedback en sandwich

Dans le processus de croissance d'une personne, le feedback joue un rôle essentiel. La critique constructive est l'outil par excellence pour cibler les points à améliorer. Cependant, la réaction instinctive de n'importe quelle personne critiquée directement est celle de la défense. Si les barrières défensives se dressent, il est très peu probable que la critique soit acceptée, même si elle est constructive. Pour cette raison, la technique la plus efficace pour donner des conseils et des suggestions aux gens est la technique du *sandwich*.

Le feedback en sandwich est séparé en trois parties (exactement comme un sandwich) :

1. Tout d'abord, un éloge sur ce qui s'est bien passé, les points positifs ;
2. Ensuite, vient la partie délicate, « ce qui pouvait être mieux fait », la vraie garniture du sandwich ;
3. Pour finir, on ferme le sandwich avec le « comment pourrait-on faire mieux », c'est-à-dire la solution.

De cette façon, on n'affecte pas directement l'égo de la personne et on atteint facilement son objectif. Il est extrêmement important de ne pas se

limiter à juste critiquer, mais de proposer des solutions concrètes, en soulignant le bon travail effectué et la marge de progression possible.

La gestion des objections

La gestion des objections est en fait une **restructuration** d'un point de vue. Il s'agit d'un argument très important. Une objection est quelque chose que la personne pose en face de vous comme un obstacle. En généralisant, c'est une sorte de « je ne suis pas d'accord ! », que l'interlocuteur exprime de différentes manières lorsqu'il a un point de vue différent du vôtre.

Les objections peuvent presque toujours être résolues. Elles ne sont que des obstacles qui cachent des craintes ou des croyances limitées, de l'ignorance, une faible prise de conscience : dans ce cas, on doit appliquer la mentalité du vendeur. Si le produit ou le service a de la valeur, le vendeur sait qu'il peut améliorer la vie du client et doit seulement trouver le moyen de le faire comprendre à l'acheteur.

Voilà ce qu'il faut faire quand l'interlocuteur a une objection :

1. **Écoutez attentivement**, c'est-à-dire avec attention parce que l'objectif est celui de recueillir des informations. L'attitude doit être la suivante : « je n'ai jamais rien écouté de plus intéressant de toute ma vie ». Le contraire de l'écoute active est la *non-écoute*, qui peut survenir de différentes façons. Par exemple en interrompant l'interlocuteur : celui-ci est en train de dire quelque chose qui pourrait être utile, donc il ne faut jamais interrompre. Il n'est possible de réorienter la conversation seulement lorsque l'interlocuteur part dans tous les sens, c'est-à-dire qu'il détourne le discours. Dans ce cas, on doit le ramener au point initial, en demandant quelque chose de spécifique à ce sujet. D'une manière générale, cependant, ne l'interrompez jamais. L'écoute active signifie ne pas faire comprendre à l'interlocuteur que l'on connaît déjà son objection : 9 fois sur 10 c'est vraiment le cas, on sait déjà

quelle sera sa question, mais cela ne doit jamais se voir dans notre attitude. Il faut accorder la même attention que l'on accorderait si c'était la première fois que l'on écoutait cette objection : même si le vendeur a écouté cette objection mille fois, il ne doit pas le montrer, car pour le client il s'agit de la première fois qu'il l'exprime. En résumé : il faut écouter activement, sans interrompre et en laissant l'interlocuteur terminer. Il faut se montrer très attentif et très intéressé car sinon, on ne crée pas de *rapport*. En cas d'objection, l'attitude doit toujours être positive. L'objection est une bonne chose : il est nécessaire que les interlocuteurs expriment librement leurs doutes parce que ce n'est que de cette manière que nous pouvons intervenir, qu'il est possible de donner des explications et donc, de restructurer. Au contraire, si le client n'exprime pas ses doutes, il y a un souci. Si nous disposons d'un élément valable mais que nous ne sommes pas en mesure de répondre aux objections du client, l'objection est fondée. Au cas où l'offre n'est pas éthiquement valable pour le client, il vaut mieux dire tout de suite que le produit ne lui convient pas et qu'il doit s'adresser à quelqu'un d'autre. Au contraire, si c'est ce dont le client a besoin et si le vendeur est formé sur le produit et qu'il est capable de communiquer, il n'existe pas d'objections en mesure de le mettre en difficulté. Au contraire, l'objection est la bienvenue parce qu'elle donne une possibilité d'expliquer et de mieux faire comprendre les choses à son interlocuteur et donc, de mieux atteindre au résultat. Parfois, si le vendeur est compétent, il est en mesure d'anticiper l'objection (même la pire) afin de la résoudre en avance : il ne faut pas avoir peur d'extraire l'argument le plus délicat. Cette attitude est *celle qui fait de vous un gagnant* dans une discussion : si vous êtes serein, tranquille, sûr et conscient de ce dont vous parlez et de vos moyens, cette énergie atteint l'interlocuteur et la vente est plus cohérente et plus convaincante qu'une vente où quelqu'un dit les mêmes choses, mais ne présente pas la

même attitude constructive. En résumé, l'objectif de l'écoute active est de **collecter des informations** utiles pour comprendre ce qui se cache derrière l'objection.

2. Pour recueillir des informations, on utilise **des questions métamodèles**. Par exemple : « Qu'est-ce qui le pousse précisément à penser ainsi ? » ; « Ce qu'il dit est très intéressant, puis-je lui demander s'il a eu quelques expériences à ce sujet ? ». L'objectif est d'avoir des informations *spécifiques*. Exemple : nous pouvons demander qui, combien de personnes, quand, où et pourquoi. Lorsque les gens ont des objections, ils ont tendance à faire des généralités, mais en tant que vendeurs, nous voulons avoir le moins de généralités possibles.
3. **Strokes**, qui signifie *caresses* en français, signifie que l'interlocuteur se sent compris. On utilise des phrases comme : « Je comprends parfaitement ce que vous me dites je trouve votre objection absolument pertinente » ou bien « Cela me fait plaisir que vous me disiez cela, je dois vous dire que j'ai pensé moi-même à la même chose quand on m'a dit... » ou bien encore « Sincèrement Ce que vous me dites, est très intelligent, et montre que vous réfléchissez à ce que pourrait être l'inconvénient de cette chose », « Bravo, je comprends, je comprends pourquoi vous le dites et, au contraire, félicitations, parce que je l'ai remarqué moi-même, donc je suis d'accord, c'est sûrement comme cela ».
4. **Question de vérification**. C'est très important, mais personne ne le fait quasiment jamais. Une fois l'objection reçue, on en demande la raison, donc, on peut récapituler le point de vue du client, en disant par exemple : « Donc, si j'ai bien compris, vous me dites que... ». En reformulant ce que l'interlocuteur a dit, on *calque* les concepts exprimés par lui en utilisant exactement les mêmes mots. La question

de l'interlocuteur devient une question du vendeur lui-même. Puisque *celui qui questionne mène la conversation*, celui qui fait l'objection a l'avantage, de pouvoir se distancer du cœur de la conversation : en posant cette question de vérification, *on récupère le contrôle* de la situation. C'est le premier avantage de la question de vérification. Le second est que si l'on utilise le même *langage* que le client, on entre donc dans le même *modèle du monde* : le vendeur montre qu'il a compris et en plus il vérifie qu'il a bien compris. Très souvent, la personne demande une chose et le vendeur interprète autre chose : on répond à l'objection du client qui réplique en disant, par exemple : « Non, ce n'est pas ce que je voulais dire ». Dans ce cas, non seulement le vendeur doit recommencer à zéro, mais la distance entre lui et le client a augmenté. Il s'agit d'une *distance psychologique* : le vendeur vient de montrer de ne pas avoir compris son client. Certains clients ne révèlent même pas leur contrariété aux réponses du vendeur, qui a ainsi définitivement perdu son interlocuteur. Il faut être certain d'avoir bien compris ce que le client demande : pour ce faire, il est nécessaire de poser la question de vérification. Par exemple : si l'interlocuteur me dit : « Ce n'est pas pratique pour moi d'acheter le produit à Rome », nous pouvons demander « Puis-je vous demander précisément pourquoi ? ». Ce à quoi il pourrait répondre « Parce que je finis de travailler jeudi soir et qu'il m'est impossible d'être là-bas vendredi matin ». Dans ce cas, le désagrément réside dans l'horaire. En revanche, s'il répondait : « Je suis de la région Calabraise », alors, la difficulté serait due à la distance entre les deux villes. Il est important *de sortir de la généralité* d'un discours afin de trouver la solution la plus adaptée et la plus précise. La réponse à la question de vérification est aussi importante : il doit s'agir d'un « oui ». Chaque *oui* rapproche : chaque fois que le vendeur et le client sont d'accord sur quelque chose c'est comme s'ils se rapprochaient ; chaque « non » les éloigne : chaque fois que

le vendeur et le client voient les choses différemment, ils s'éloignent. À partir du moment où il y a une objection, ils s'éloignent. Lorsqu'on pose la question de vérification, on commence à recréer le *champ d'affirmation* : s'il est absent, il n'y aura jamais de *oui* définitif. Plus le vendeur reçoit de *oui*, plus il est probable qu'il reçoive le *oui* final. La confirmation continue aux questions du vendeur crée le champ affirmatif. Donc, la question de vérification est importante parce qu'elle permet justement de montrer que le vendeur a bien compris le point de vue du client, qu'il est entré dans son modèle du monde, qu'il contrôle la communication ce qui lui permet d'obtenir le *oui* final. Une réponse négative aux questions du vendeur est également utile, car elle permet de découvrir la vérité sur les avis du client et oriente donc le vendeur dans la bonne direction, afin d'obtenir le consensus final.

5. Une fois la position du client comprise, on procède à la résolution de l'objection. Une fois que nous sommes parvenus à un accord (exprimé également avec une phrase standard comme « Je suis d'accord » ou « Cela me fait plaisir que vous ayez remarqué ce détail ») nous pouvons procéder à la résolution de l'objection, en disant par exemple: « Peut-être que vous n'avez pas pris en compte... », « N'avez vous jamais remarqué que... », « Si vous considérez cela, vous admettez que... ».

Ci-dessous sont listées les objections les plus fréquentes : exercez-vous à recevoir chacune d'entre elles, puis formulez une question de vérification et argumentez votre solution.

1. « *Pouvez-vous me donner quelques garanties supplémentaires ?* »
2. « *Sommes-nous certains qu'ensuite, vous me donnerez toujours cette garantie après un an ?* »

3. *« J'ai peur de ne pas pouvoir utiliser votre produit, c'est trop compliqué. »*
4. *« C'est trop cher. »*
5. *« J'ai entendu dire qu'il y avait un produit concurrent à un meilleur prix. »*
6. *« Avant de décider, je dois en parler avec mon mari. »*
7. *« On m'a dit que le produit s'abîme rapidement. »*
8. *« Je n'ai pas encore les idées claires. »*
9. *« Donnez-moi quelques jours et je vous donnerai une réponse définitive. »*
10. *« Je n'aime pas qu'on me pousse à prendre une décision. »*
11. *« Je ne sais pas ! »*
12. *« Nous avons déjà notre fournisseur et nous n'avons pas l'intention d'en changer. »*
13. *« J'ai entendu dire qu'il y avait des gens qui n'étaient pas satisfaits. »*
14. *« Cela ne m'intéresse pas, j'ai tout ce dont j'ai besoin. »*
15. *« Je dois consulter mon associé. »*
16. *« Je n'ai pas encore décidé si je dois l'acheter ou pas. »*
17. *« Je n'ai jamais entendu parler de vous ».*
18. *« J'ai besoin d'y réfléchir. »*

10. Les sous-modalités

Dans ce chapitre, vous découvrirez un des apports majeurs de la PNL à la psychologie, à la communication, et au développement personnel : les **sous-modalités**, une partie plus réduite des modalités. Comme nous l'avons vu précédemment, en PNL, les **modalités** sont visuelles, auditives et kinesthésiques. Les sous-modalités ont affaire avec les qualités des 5 sens. Par exemple : grâce à la vision nous voyons la couleur, la taille, le mouvement et la forme ; à travers le son nous entendons le volume, le ton, le rythme ; par les sensations nous sentons la température, la dureté, la souplesse, le mouvement, etc. Tout art est créé par des sous-modalités: si nous regardons une image, l'influence qu'elle aura sur notre état émotionnel viendra de ces sous-modalités.

En PNL, les sous-modalités sont à la base de la certitude en quelque chose, de la détermination à faire quelque chose. Par exemple, si vous pensez à quelque chose que vous aimez beaucoup, il est intéressant de comprendre *comment* vous le voyez dans votre tête, s'il est coloré, s'il est grand, s'il est à côté ou au loin, en noir ou en blanc, mobile ou immobile. Demandez-vous : « *Quand je dis quelque chose en quoi je crois vraiment, qui me motive, ai-je une voix plate ou mélodieuse ?* » « *Lorsque je ressens que quelque chose est un problème, ou une ressource, quelles sont ses caractéristiques?* »

Vous apprendrez à reconnaître les sous-modalités, et à les changer afin de ne plus être victime de votre programmation, mais d'en devenir le maître.

L'une des meilleures conséquences de la gestion des sous-modalités en PNL est qu'en prenant conscience de la façon dont votre perception des choses influence vos réactions, vous pourrez changer cette perception. Par exemple, si quelqu'un entend une voix critique dans sa tête qui lui cause de l'inconfort et change cette voix pour quelque chose qui ressemble à Mickey, il en résultera du plaisir au lieu de la douleur. La plupart des techniques de

PNL utilisent la technologie des sous-modalités. Et c'est là que vous commencerez à prendre le pouvoir sur votre expérience intérieure et votre vie.

Le cerveau travaille avec des images, un dialogue intérieur et des sensations. Les pensées sont des images qui sortent du cerveau même si nous n'en sommes pas conscients : le cerveau raisonne par images, sensations, et symboles ; il ne raisonne pas avec des mots. Un geste est plus efficace que des mots parce qu'il communique plus que les mots eux-mêmes, parce qu'il parle avec le même langage que le cerveau. C'est une image, quelque chose que nous voyons, c'est un symbole et donc il arrive directement au cerveau, de façon analogique : il n'y a pas de raisonnement, elle communique de manière directe.

Comme nous l'avons vu précédemment, dans les processus mentaux nous identifions **trois modalités**, trois systèmes de représentation : **visuel**, **auditif** et **kinesthésique**. Dans nos processus mentaux, chaque personne a des schémas préférentiels : il y a la personne qui a tendance à raisonner par images, celle qui raisonne davantage par dialogue interne et celle qui a tendance à raisonner davantage par sensations, mais chaque personne possède ces trois options. En généralisant, nous classons les personnes comme étant visuelles, auditives ou kinesthésiques lorsque nous utilisons un système plutôt qu'un autre, mais cela ne veut pas dire que celui-ci soit unique. Il y aura la personne hypervisuelle qui, pendant un moment où elle se sentira au plus bas sera en modalité kinesthésique, et pendant qu'elle écoutera de la musique, elle renforcera la modalité auditive. Privilégier un système spécifique dans les processus mentaux présente donc certaines caractéristiques.

Les images, les sons et les sensations ont à leur tour des caractéristiques : les **sous-modalités** ou submodalités. Celles-ci révèlent par exemple, la manière dont une image est perçue. Elles constituent le code de communication du cerveau. Le cerveau a tendance à économiser de l'énergie, à généraliser, et à obtenir le meilleur résultat avec le minimum d'effort : s'il devait penser à tout ce qu'il fait à chaque fois, nous deviendrions fous, donc le cerveau simplifie. Lorsque nous réalisons une

action habituelle, nous le faisons sans dépense d'énergie au niveau cérébrale, parce ce qu'elle est devenue un automatisme. Dans certains cas, nous ne pensons même pas à ce que nous faisons, le cerveau fonctionne automatiquement : par exemple, pendant que nous conduisons, nous pensons souvent à autre chose.

De la même manière, sans s'en rendre compte, le cerveau procède à des agencements: par exemple, lorsque nous parlons de choses positives on peut utiliser la main droite, et utiliser la main gauche lorsque nous parlons de choses négatives. Lorsque les gens communiquent, ils communiquent leur réalité intérieure: s'ils disent des choses positives en utilisant la main droite et inversement, s'ils utilisent la main gauche pour parler de choses négatives, alors il est très probable que dans leur cerveau les choses positives soient positionnées dans cette zone, c'est-à-dire que s'ils devaient imaginer un élément agréable ils le verraient à droite. Si, en revanche, ils devaient imaginer un élément négatif, ils le verraient à gauche.

Il existe de nombreuses autres sous-modalités que le cerveau a codifiées et transformées en un automatisme. Cela fonctionne comme un code-barres : le lecteur optique ne voit pas l'objet mais lit un code, donc, si nous déplaçons ce même code sur un objet différent, le lecteur lira de toute façon l'objet lié au premier code. Le lecteur ne voit pas l'objet, mais il lit le code qui lui a été attribué. C'est un système plus pratique : à partir du moment où tout est codifié, nous travaillons de façon plus rapide. Le cerveau humain fonctionne aussi de cette façon : il se comporte comme un ordinateur. L'homme a essayé de reproduire l'ordinateur le plus parfait qui puisse exister, en créant une machine qui en imite le fonctionnement. L'ordinateur essaie d'organiser les éléments en imitant le fonctionnement de notre cerveau.

Par exemple: si vous devez classer des fichiers ou des documents, vous ouvrirez un dossier et vous les mettrez sur le poste de travail en organisant les fichiers à l'écran en fonction de la nature du document. Chacun s'organise avec sa propre méthode et une fois que nous comprenons cela, nous savons où nous devons aller chercher les documents que nous avons

classés. C'est une méthode plus rapide et beaucoup plus simple. Le cerveau fonctionne exactement de cette façon.

Les sous-modalités transmettent au cerveau, elles donnent un sens aux situations, les rendent bonnes ou mauvaises, agréables ou désagréables, positives ou négatives. Par exemple : si vous mettez quelque chose à gauche à gauche, le cerveau aura tendance à la voir immédiatement comme étant moins beau que si vous l'aviez mise à droite, parce que c'est un code de lecture.

En comprenant cela, on peut apprendre à utiliser les sous-modalités et ainsi faire deux choses :

1. Amplifier les sensations positives
2. Réduire les sensations négatives.

Certaines submodalités, les **sous-modalités critiques**, influencent davantage les gens. Dans l'exemple précédent, avec le fait de poser les choses à droite ou à gauche, si quelqu'un me montrait un produit en le posant à ma gauche, sans que je m'en rende compte, il me donnerait probablement un sentiment différent que s'il avait été placé du côté opposé. Si, lors d'un dîner, je dis à une personne de s'asseoir à ma droite, cela faciliterait le développement d'un bon rapport. La nouvelle personne qui s'assoit à ma droite sans que j'y pense et qui ne s'en rend même pas compte elle-même, rendra la conversation avec elle beaucoup plus facile, elle aura quelques atouts de plus pour paraître sympathique : c'est le cerveau qui a tendance à lire la situation de cette façon.

Les sous-modalités visuelles désignent les caractéristiques d'une image. Regarder un film au cinéma ou sur l'ordinateur offre une perception différente. Ce qui change : les dimensions de l'écran, la lumière, la netteté, la direction de l'image qui, au cinéma, permet une plus grande implication (parce qu'elle arrive aux épaules du spectateur), le Dolby, l'obscurité qui permet de se concentrer uniquement sur le film, par rapport au fait de regarder le film dans la cuisine avec des gens autour. Il s'agit de toute une série de caractéristiques qui font que le même film vu au cinéma ou chez

soi à la télé, n'a pas le même impact : voilà pourquoi, il arrive souvent que lorsque nous voyons chez nous un film que nous avons déjà vu au cinéma, nous n'ayons pas les mêmes sensations, la situation a changé, le contexte est différent et nous ne sommes pas émotionnellement impliqués de la même façon.

Les sous-modalités visuelles sont :

- les dimensions
- la couleur ou le noir et blanc
- la luminosité
- la netteté de l'image
- le mouvement ou l'immobilité de l'image
- s'i l'image est panoramique ou incluse dans un cadre
- Si nous sommes associés ou dissociés de l'image, c'est-à-dire si nous faisons appel au vécu ou aux souvenirs ou si nous en sommes détachés, comme si nous étions un observateur extérieur. Dans ce second cas, nous sommes plus détachés émotionnellement.
- La position de l'image, car en imaginant une chose dans une certaine situation, elle peut plaire davantage.

Les sous-modalités auditives sont :

- le volume
- la direction du son
- le ton
- le rythme
- tout ce qui change la qualité du son en lui-même
- la source du son
- Si le son se rapproche ou s'éloigne de nous.

Les modalités kinesthésiques sont toutes les sensations : boule au ventre, pression, tension, poids que provoque un souvenir. En fait, nous n'avons rien dans le ventre, mais lorsque nous pensons à quelque chose nous avons cette sensation particulière. Penser à une chose peut provoquer une sensation désagréable, une impression de répulsion ou de dégoût, au contraire cela peut aussi provoquer une sensation agréable et une impression de douceur et de chaleur. Cette catégorie contient tout ce qui a

trait aux sensations physiques, aux odeurs : sentir un parfum particulier peut rappeler une personne, ou un autre souvenir précis associé à ce parfum. Par exemple : le parfum de la soupe de sa grand-mère. Toutes ces choses, sans que nous nous en rendions compte, travaillent ensemble et créent la sensation que provoque un souvenir, une image, une expérience.

Changer certains de ces éléments ne signifie pas modifier l'expérience, mais *modifier la perception* : tout comme en changeant le code-barres nous ne changeons pas l'objet, mais nous changeons la façon dont il est interprété, le sens qui lui est attribué. Cela se produit habituellement, il suffit de penser au sport : le joueur qui va tirer un pénalty et qui a peur de le rater, voit les cages comme petites et le gardien comme énorme, à tel point qu'il a l'impression de ne pas avoir d'espace pour marquer, ou bien ce joueur de golf, qui va tirer la balle avec sérénité au point de voir le trou comme plus gros qu'il ne l'est. *Et c'est précisément cette impression que la balle peut entrer qui fait la différence.* Au contraire, lorsque quelqu'un a peur de se tromper, il a l'impression que le trou est si petit que la balle ne pourra jamais entrer. C'est une *distorsion* de la perception.

Essayez de vous entraîner sur vous-même, en choisissant une sensation négative. Tout d'abord, mettez en évidence les sous-modalités. Par exemple : s'agit-il d'une image en couleurs ? Est-elle proche ou lointaine ? Quelle est sa direction ? S'il y a des sons : comment la voix est-elle entendue et quel ton a-t-elle ? D'où vient-elle ? quel est le volume ? Travaillez sur ces éléments, en essayant de les modifier en baissant le volume, en changeant les tonalités ou en laissant tels quels mots prononcés. En bref, travaillez au moins sur les principales sous-modalités. Ensuite, essayez de trouver quelles sont les sous-modalités critiques, c'est-à-dire celles qui, en les modifiant, permettent de changer l'impact que cette sensation a sur vous.

Identifier ses propres **modalités critiques** offre une clé *extraordinaire*, car elle permet parfois de se défaire d'une sensation désagréable en se concentrant tout simplement sur elle d'une manière différente, ou de revivre cette sensation en sachant quels aspects la rendent plus ou moins agréable.

Souvent, il suffit de ressentir la sensation négative et de percevoir la façon dont elle se manifeste. Alors prenez-la et éloignez-la de vous ou retournez-la à l'envers. Immédiatement, c'est comme si le souvenir devenait neutre en un instant, car automatiquement, la sensation qui a toujours été associée à ce souvenir est inversée et le cerveau change en quelque sorte l'association de ce moment-là. Ce n'est pas une chose logique, mais c'est quelque chose qui va changer son code.

11. Les ancrages grâce aux sous-modalités

“Au lieu d'identifier ce qui ne tourne pas rond, vous pouvez identifier les moyens de vous épanouir” - Richard Bandler

“Je ne sais vraiment pas ce qui m’a pris ! »

Cela vous rappelle quelqu’un ?

Avez-vous déjà eu l’impression que votre réaction à un événement était démesurée ? Vous avez peut-être déjà été submergé par vos émotions ?

Peut-être iriez-vous même jusqu’à dire que vous ne vous reconnaissiez plus ?

Nous produisons tous, en permanence, des réponses émotionnelles. Certaines sont géniales telles que la naissance d’une relation amoureuse, une naissance la joie ou le plaisir, d’autres en revanche, le sont beaucoup moins, par exemple, une rupture amoureuse, un deuil, la tristesse et la douleur.

C’est ce qui rend la vie intéressante et amusante mais tout aussi déroutante et imprévisible.

Vous avez peut-être déjà vu quelqu’un « péter un câ ble » subitement. Cela arrive souvent suite à ce qui nous apparaît, à première vue, comme une petite provocation. La plupart d’entre nous voyons très bien le malaise que provoque un état second. En fait, dans le jargon de la PNL, le terme “état” traduit la façon dont vous vous sentez à chaque instant.

Poussés à l’extrême, ces sentiments de perte de contrôle peuvent faire peur. Ils peuvent avoir des répercussions sur une carrière ou dans une vie sociale car les gens se demanderont s’ils peuvent faire confiance à ce type de personne dans des situations où elle aura des responsabilités ou si elle doit représenter l’entreprise.

Vous serez ravi d'apprendre que grâce aux outils de la PNL, vous disposez du nécessaire pour contrôler vos "états" à n'importe quel moment. Une fois que vous savez comment vous y prendre, c'est tout simplement génial.

Les ancrés :

Les outils de PNL permettant de créer des états positifs sont appelés des techniques d'ancrage. La PNL définit une ancre comme un stimulus externe qui déclenche une réponse interne. Nous définissons et répondons à des ancrés en permanence. Nous savons qu'il faut s'arrêter au feu rouge et rien que la vue de certains plats nous fait saliver d'avance.

En quoi les ancrés sont utiles ? Bien utilisées, elles permettent de rassembler toutes vos expériences positives et négatives et les exploiter afin de disposer de plus de ressources à l'avenir.

Pour exemple, vous connaissez sûrement les découvertes de Pavlov chez les chiens qui sont un premier exemple d'ancrage :

- Définissez un stimulus : la nourriture et obtenez toujours la même réponse : la salivation.
- Associez le son d'une clochette, avec l'action de placer la nourriture dans la gueule du chien et le chien apprend très vite à répondre à la cloche. (La cloche est le stimulus conditionné)
- Dorénavant, dès que la clochette retentit, le chien salive et sait qu'il va manger.

Définir une ancre et créer soi-même un état de ressource :

Nos souvenirs sont stockés sous forme d'associations à nos sens. Les odeurs sont des ancrés particulièrement puissantes.

Par exemple : vous sentez un parfum et cela vous fait repenser à votre premier rendez-vous, pour lequel vous vous étiez aspergé d'eau de Cologne ou d'après-rasage. Ou, si vous avez déjà été ivre à cause du whisky, une simple odeur de cet alcool peut vous donner la nausée.

Nous créons en permanence des ancrés positifs ou négatifs.

Comment définir une ancre ? Les formateurs de PNL proposent diverses techniques. Ian McDermott et Ian Shircore suggèrent la méthode suivante, en trois étapes, pour contrôler votre propre état en établissant des ancrages pertinentes :

1. Ayez une idée bien précise de l'état positif dans lequel vous souhaiteriez idéalement vous trouver. Vous devez être audacieux, spirituel, énergique, prévoyant et enthousiaste. Décrivez cet état avec clarté et précision.
2. Souvenez-vous d'un événement au cours duquel vous étiez dans cet état.
3. Recherchez une expérience comparable, même si le contexte peut être radicalement différent.
4. Revivez-le aussi distinctement que possible.
5. Replongez-vous entièrement dans l'expérience vécue, les images, les sons, les odeurs, les sensations physiques et les sensations internes, les sentiments.

Une fois ces trois étapes franchies que l'état positif est atteint, c'est le moment de définir une ancre. En ce qui concerne les ancrages physiques (kinesthésiques) et comme décrits dans le chapitre des sous-modalités, les mouvements des mains fonctionnent très bien. Examinez ce que font vos mains au moment où vous revivez l'expérience et retenez un mouvement bien précis, par exemple un objet que vous serrez ou un cercle que vous formez avec le pouce et l'index.

(Une poignée de main ne convient pas parce que c'est un geste courant.)

Vous pouvez également définir une ancre auditive, écouter un son. Pour les personnes plutôt visuelles, visualisez une image qui symbolise l'état positif.

Lorsque vous avez besoin de revenir à cet état positif, il vous suffit de déclencher cette ancre, comme un stimulus pour modifier votre état.

Les ancrages doivent être :

- distinctives – différentes des mouvements, des sons et des images de la vie quotidienne
- uniques – spécialement adaptées pour vous
- intenses – définies lorsque l'état est à son apogée
- opportunes – au meilleur moment pour réaliser l'association
- renforcées – utilisez-les ou vous risquez de les perdre.

L'ancrage est une technique qui nécessite de l'entraînement.

Il est très facile de définir une ancre négative sans le vouloir.

Prenez par exemple la situation d'un chef d'entreprise très stressé qui rentre chez lui en voiture en fin de journée. Il arrive chez lui après avoir eu une conversation téléphonique à propos de problèmes professionnels pendant tout le trajet. À peine arrivé devant sa porte, ses sentiments négatifs concernant le bureau sont au plus haut. Et si, à ce moment précis, il passe le seuil de la porte et que sa femme l'accueille en l'embrassant ? Il est probable qu'il associe inconsciemment le baiser de sa femme à ses soucis professionnels. Voilà comment se forment les ancrages. Et devinez quoi ? Ensuite, quand sa femme l'embrasse, il commence à se sentir anxieux sans même savoir pourquoi.

Comment éviter de créer un ancrage négatif sans le vouloir ? La clé réside dans l'identification de ce qui déclenche une réponse négative chez vous et de prendre conscience que vous pouvez choisir le type de réaction à cette réponse négative.

Si vous avez l'habitude de répondre de façon négative dans certaines situations, dès lors que vous en avez pris conscience, vous obtenez la faculté de décider si votre réponse est appropriée et utile ou si vous souhaitez apporter quelques changements.

Identification de vos ancrages pour mieux aider les autres :

Quels sont les stimuli qui vous perturbent le plus à la maison ou au travail ?

Notez-les afin de commencer à prendre conscience des moments où vous vous sentez bien et de ceux où vous vous sentez moins bien. L'objectif est de se concentrer davantage sur les expériences positives et de remplacer ou de laisser tomber les expériences négatives.

Vous pourriez prendre des notes suivant le système VAK que nous avons vu précédemment et en y ajoutant les 2 composantes "Olfactive" et "Gustative" :

Prenez le temps d'écrire les détails des différentes expériences qui vous font vous sentir bien ou mal. Ces expériences peuvent être des événements quotidiens apparemment insignifiants mais qui sont en fait propres à votre réalité.

Vous pouvez vous sentir bien chez vous à la vue du feu dans la cheminée ou d'un vase de roses posé sur la table, au son de votre musique préférée ou à l'odeur d'un repas chaud préparé avec amour.

Par exemple, la vue de votre ordinateur sur votre bureau bien ordonné, le bruit de la ville ou l'odeur d'un chocolat chaud, peuvent vous inciter à vous rendre au travail le matin.

En revanche, si vous vous mettez en colère lorsque quelqu'un augmente le son de la télévision au maximum, ou lorsqu'un e-mail se retrouve par mégarde dans votre corbeille, il sera utile de trouver des stratégies pour transformer ces points négatifs en points positifs. Ce n'est que lorsque vous aurez identifié ce que vous appréciez ou pas, que vous pourrez commencer à orienter vos expériences quotidiennes vers la meilleure direction possible pour vous.

Nous pouvons agrandir le système VAK en ajoutant les deux autres sous-modalités kinesthésiques, olfactives et gustatives comme citées précédemment. Voici quelques informations pour vous permettre d'identifier les points d'ancrage :

- Sous-modalités kinesthésiques : toucher, sensation au contact de différentes textures, sensations émotionnelles dans certaines parties du corps

- Sous-modalités olfactives : odeurs, parfums, produits chimiques...
- Sous-modalités gustatives - goûts, nourriture, boissons...

Ces informations vous aident à reconnaître et obtenir davantage de ce qui vous procure du plaisir. Si vous avez un sens plus dominant que les autres - par exemple, plus d'ancres visuelles qu'auditives - vérifiez que vous ne filtrez pas inutilement certaines informations.

Vos ancrages vont changer avec le temps. En augmentant votre concentration sur les expériences qui vous procurent du plaisir, vous observerez peut-être que celles qui vous contrarient d'habitude perdent de leur importance au fil du temps.

Voici un exercice très efficace, que vous voudrez peut-être transformer en une saine habitude quotidienne :

Le soir, à la fin de votre journée, choisissez cinq événements qui se sont produits pendant la journée et qui vous ont procuré du plaisir ou de la gratitude. Cela peut-être le sourire d'un inconnu au supermarché, l'odeur d'une pizza faite maison dans le four, le long câlin de votre enfant aller d'aller à l'école, un "tu as bonne mine aujourd'hui" d'un collègue de travail ou encore la sensation du soleil chaud sur votre peau. Bien souvent, ce sont les plus petites choses qui font la différence.

Ecrivez sur un carnet que vous pourrez emporter partout avec vous. Lorsque vous vous sentez stressé, consultez votre carnet et faites en sorte de consacrer plusieurs minutes aux événements importants qui vous tiennent à cœur en vous les remémorant et en revivant les sensations qu'ils vous ont procuré.

Changer "d'état" grâce aux ancres :

Nos émotions sont en constant changement, et l'intérêt des ancres est qu'elles nous permettent de modifier l'état qui résulte de nos émotions du moment vers un état plus agréable lorsque nous en avons besoin.

Supposons que vous ayez une décision difficile à prendre, une personne à rencontrer ou un événement auquel vous devez assister. Lors d'un mariage ou d'un enterrement, les émotions sont fortes et il serait certainement indispensable de savoir comment les gérer. En étant dans le bon état, vous êtes capable de faire les meilleurs choix et d'agir pour obtenir le meilleur résultat.

En comparaison, imaginez que vous naviguez sur un bateau et que vous avez besoin de vous arrêter à un certain endroit pour ne pas dévier au large. En jetant l'ancre, vous assurez une position stable au bateau. C'est ce qui se passe ici avec les ancres. Une ancre est par définition, attachée à une position stable, c'est-à-dire qu'elle vous maintient en sécurité et vous empêche de partir à la dérive.

La force et la stabilité sont les maîtres mots ici.

Chaque fois que vous remarquerez ne pas être dans un "bon" état, vous aurez le choix.

Soit vous restez dans cet état inconfortable parce que, pour une raison ou une autre, vous en tirez une certaine valeur.

Soit vous décidez que vous préférez aller vers un "meilleur" état.

Dans ce cas, vous pourrez jeter l'ancre afin de créer un état plus agréable pour vous.

Attention cependant, le fait de constamment remplacer les ancres négatives par des ancres positives peut entraîner des difficultés. Les ancres négatives peuvent être un bon moyen pour l'inconscient de vous signaler que vous devez travailler sur un élément sous-jacent.

Par exemple, si vous vous sentez constamment fatigué, cela peut indiquer que votre travail actuel vous stresse ou que vous êtes surmenés par vos tâches.

Il ne faut pas ignorer ce signal d'alarme. En le remplaçant par quelque chose de plus agréable, il y aura un risque d'épuisement, ce qui provoquera l'effet inverse que celui que nous recherchions en premier lieu.

Dernier conseil concernant les ancres :

Il se peut qu'elles ne fonctionnent pas la première fois que vous les utilisez, mais, continuez à vous exercer.

Comme pour tous les outils de PNL présentés dans ce livre, il est certainement plus simple et plus rapide de suivre un cours ou bien de se faire aider d'un praticien expérimenté.

Mais quelle que soit la façon dont vous choisissiez d'implémenter chaque exercice proposé, le fait d'essayer au lieu de ne rien en mettre en place est déjà une grande victoire en soi. Et comme vous le savez, les résultats viennent en pratiquant.

Nous vous encourageons à persister, même si la mise en place des points d'ancrage vous semble inhabituelle ou étrange au début. Lorsque vous prenez le contrôle de votre état, vous élargissez vos horizons et le résultat en vaut largement la peine. Le fait d'être en mesure de gérer son état émotionnel est très puissant, comme le dit le célèbre poème de Rudyard Kipling "Si" : "Si tu peux garder ta tête quand tous ceux qui t'entourent perdent la leur..."

Un présupposé fondamental de la PNL est que la personne la plus flexible dans une situation donnée, est celle qui réussit ! De plus, le fait de travailler à mieux se connaître nous permet de mieux aider les autres.

12. Les Croyances

« Que vous croyiez que vous pouvez le faire ou non, vous auriez de toute façon raison. » - Henry Ford

Anthony Robbins définit la croyance comme « un sentiment de certitude sur quelque chose ». Nous parlons de certitude absolue et totale, pas d'une simple opinion.

Nos croyances déterminent notre état d'esprit, nos actions et également les résultats que nous obtenons. Dans ce chapitre, vous découvrirez les trois principes sur lesquels reposent les croyances, et vous apprendrez comment transformer une croyance qui fragilise contre une croyance qui renforce, grâce à un exercice créé sur mesure.

Principe n°1 : les émotions

Les émotions sont le « moteur » de tout comportement ; le comportement est le véhicule d'expression des émotions ; la répercussion du comportement correspond au résultat que nous obtenons.

Pour éprouver une émotion ou un sentiment, il est nécessaire d'utiliser la physiologie. Les croyances et le langage envoient un message à la physiologie grâce à laquelle nous commençons vraiment à ressentir ses émotions.

Comme nous l'avons vu précédemment, les émotions sont créées par le mouvement.

Un changement radical dans la physiologie entraîne un changement immédiat des émotions et des comportements.

La Physiologie est le « levier » le plus important pour changer n'importe quel schéma émotionnel.

Les extrémités de notre corps peuvent influencer tous les groupes musculaires qui y sont reliés. Par exemple, la tension sur les orteils peut monter, jusqu'à contaminer la région lombaire. Des mouvements et/ou des extensions vers le haut favorisent la circulation sanguine et produisent des émotions positives, telles que « Je me sens bien », « Je me sens heureux ». Des contractions et/ou des mouvements vers le bas ont tendance à resserrer les vaisseaux sanguins et à créer des émotions sans énergie, telles que « Je ne me sens pas bien, je suis déprimé ».

L'oxygène est à la base de la vie, et son manque crée des états de souffrance dans notre corps. Lorsqu'elles sont stressées, beaucoup de personnes restreignent leur respiration, ce qui augmente leur stress. Cela conduit souvent à des comportements tels que le tabagisme ou la frénésie alimentaire, qui amènent le corps à revenir une respiration abdominale complète et, donc, à une relaxation temporaire.

Principe N°2 : Le langage

La signification que nous accordons à nos expériences détermine comment nous nous sentons. Les mots que nous utilisons dans notre esprit et pour nous exprimer avec les autres influencent fortement nos interprétations des significations (nos croyances) et, par conséquent, nos émotions et nos actions.

Vous pouvez changer une croyance, mais si vous continuez à utiliser d'anciens modèles de langage, tels que « je me sens déprimé », « je suis un imposteur », « tout est une arnaque », « ce sont tous des voleurs », vous rentrerez constamment dans les vieux schémas émotionnels et comportementaux.

En changeant les fondements sur lesquels reposent les croyances (c'est-à-dire les mots que vous utilisez afin d'exprimer vos sentiments), vous pouvez vraiment remplacer chaque schéma affaiblissant avec un nouveau schéma plus efficace.

Utilisez des répétitions positives à chaque fois que vous en avez l'occasion. Répétez dans votre esprit, comme un mantra :

« Je m'aime ».

« Tout ce dont j'ai besoin est déjà en moi ».

« Je suis une machine inarrêtable ».

« La vie est une belle aventure ».

La pensée positive à elle seule ne peut pas révolutionner votre vie, mais elle peut représenter le premier pas vers de sérieux changements. Il est essentiel de penser positivement et d'agir en conséquence.

Au lieu de vous demander « Pourquoi toujours moi ? » « Pourquoi ai-je toujours autant de malchance ? »

Posez-vous ces questions : “Comment puis-je faire en sorte que cela en vaille la peine » « Qu'y-a-t-il de positif en cela ? » « Comment se fait-il que je sois toujours si chanceux ? »

La pensée positive vous aide à vous concentrer sur la solution, et non sur le problème.

Principe N°3 : FOCUS

Les personnes qui réussissent savent contrôler leur focus. Ce sur quoi nous nous concentrons, où nous portons notre attention devient notre réalité, c'est-à-dire notre perception de la réalité. En changeant de focus, nous changeons notre propre état d'esprit. Comment apprend-on à diriger son attention ? En apprenant à se poser les bonnes questions ! En effet, ce sont les questions que nous nous posons qui contrôlent et dirigent notre attention, qui déterminent ce sur quoi nous nous concentrons.

Si nous nous posons des questions fragilisantes, notre cerveau trouvera des réponses fragilisantes; inversement, si nous nous posons des questions qui fortifiantes, nous obtiendrons des réponses fortifiantes et qui nous feront nous sentir bien, créant à l'intérieur de nous un état d'esprit productif.

Je souhaite maintenant partager avec vous une liste de concepts renforçateurs à mémoriser et à implémenter dans votre vie. Nous vous conseillons de les écrire sur papier et de les afficher dans votre chambre ou au bureau, de façon à les imprimer le plus possible dans votre subconscient. L'objectif est d'en faire votre objectif quotidien.

1. *C'est l'attitude que nous avons au début de chaque tâche qui, plus que tout autre chose, déterminera sa réussite.*
2. *C'est notre attitude envers la vie qui déterminera l'attitude de la vie à notre égard.*
3. *Nous sommes interdépendants. Il est impossible de réussir sans les autres. Et c'est notre attitude envers les autres qui déterminera leur attitude envers nous.*
4. *Pour réussir à obtenir le style de vie que l'on désire, il faut devenir la personne qui mène ce style de vie ; on doit penser, agir, parler, marcher, vivre comme la personne que nous voulons devenir.*
5. *Le cerveau ne peut contenir qu'une seule pensée à la fois. Étant donné que vous n'avez rien à gagner en ayant des pensées négatives, essayez d'occuper votre esprit avec des pensées positives.*
6. *Un des rêves les plus grands du genre humain est de se sentir apprécié, désiré et important. Exprimer ces sentiments envers votre prochain et ils vous seront rendus.*
7. *Ne perdez pas votre temps à parler de vos problèmes personnels. D'une manière générale, raconter aux autres vos problèmes ne vous sera d'aucune utilité et n'aidera certainement pas ceux qui vous écoutent.*
8. *Parlez de votre santé en termes positifs ; à part si vous vous adressez à votre médecin.*
9. *Diffusez une attitude de bien-être, de confiance, de maîtrise de soi et d'esprit de décision. Vous verrez que tout commencera à s'améliorer immédiatement.*
10. *Pour conclure, pendant les trente prochains jours, traitez chaque personne avec laquelle vous serez en contact comme si elle était la personne plus importante sur Terre. Si vous le faites pour les trente prochains jours, vous créerez une habitude et vous continuerez à le faire pour le reste de votre vie.*

Pour poursuivre la discussion sur les croyances, il faut dire qu'il existe différents types de croyances: certaines concernant la vie, la mort, l'argent, le travail, les gens, les ethnies, la religion, le sport, les animaux, la politique, le sexe. Des croyances sur le fait de pouvoir ou de ne pas pouvoir faire une chose, ou sur le fait de devoir ou de ne pas devoir faire une autre chose.

Dans l'univers des croyances, s'inscrit le concept de qui nous sommes, c'est-à-dire tout ce que nous ajoutons à l'expression « Je suis... ». Par exemple, je suis beau, laid, intelligent, ignorant, charmant, régulier, irrégulier, etc.

Les croyances liées à l'identité sont très fortes parce que techniquement, notre cerveau associe une image beaucoup plus grande et émotionnellement plus forte aux mots « Je suis... », et, même si nous ne le voulons pas, il aura tendance à réaliser cette affirmation. Toute personne fait de son mieux afin d'être cohérente avec ses propres croyances et, en particulier, avec ce qu'elle pense d'elle-même.

Il n'y a pas de bonnes ou mauvaises croyances, chacun a les siennes et veut les défendre. Les croyances ont le pouvoir de créer et de détruire. L'important est d'évaluer si une croyance est utile, productive et renforçante, pour la réalisation d'un objectif donné ou non.

Il est important d'identifier quelles sont vos croyances, parce que ce sont elles qui déterminent les résultats que vous obtenez et que vous obtiendrez. D'ailleurs, les croyances nous guident pour agir d'une certaine manière et les actions que nous réalisons déterminent nos résultats.

Chaque croyance est comme une table : le dessus est la croyance et les pieds sont les références qui la soutiennent.

Maintenant, venons-en à la pratique.

Pour identifier vos croyances, essayez de répondre aux questions suivantes :

Quelles sont vos deux croyances limitantes ?

Quelles sont les trois croyances qui vous renforcent le plus ?

Quelles nouvelles croyances devez-vous adopter pour être sûr d'atteindre vos objectifs les plus importants ?

Notez au moins deux actions à réaliser immédiatement, afin de créer un élan positif et atteindre le résultat que vous vous êtes fixé. Que pourriez-vous faire ?

COMMENT CHANGER UNE CROYANCE

La première étape consiste à quantifier la douleur associée à l'ancienne croyance.

Combien vous coûtera-t-il émotionnellement de ne pas abandonner cette croyance ?

Quels dommages causera-t-elle à vos relations personnelles, si vous n'abandonnez pas cette croyance ?

Comment pourrait-elle vous nuire physiquement ? Combien vous coûtera-t-elle financièrement ?

Enfin, quel effet aura le fait de ne pas abandonner cette croyance sur les personnes qui vous sont chères, vos amis, vos proches ? ?

La seconde étape consiste à créer un doute.

Mais les choses sont-elles vraiment toujours ainsi ?

Ai-je des références réelles et solides qui me confirment cela, ou bien est-ce seulement le fruit de mes généralisations ?

Cette croyance est ridicule ou absurde ? Quelqu'un pourrait-il la considérer comme telle, et si oui, pourquoi ?

La personne qui m'a inspirée cette croyance était-elle digne d'être prise comme modèle dans ce domaine ?

Troisième étape : choisir une nouvelle croyance.

J'ai toujours l'âge qu'il faut pour faire ce que je désire et que je pense être bon pour moi !

J'ai toute l'expérience et toutes les croyances nécessaires et, au cas où elles ne seraient pas suffisantes, je les créerai rapidement !

J'ai toutes les capacités nécessaires pour faire ce que je désire. Tout ce dont j'ai besoin est déjà en moi !

Le succès est une bonne chose et je suis capable de le gérer avec sagesse !

C'est seulement en laissant tomber toutes les barrières que je peux ressentir l'amour et la passion que je mérite !

L'argent est une bénédiction et me permet de créer l'abondance dans ma vie !

La quatrième étape sert à consolider la nouvelle croyance, en cherchant des références qui la soutiennent.

Combien de fois avez-vous prouvé que vous aviez vraiment les capacités nécessaires ?

Dans quelles circonstances en avez-vous eu la preuve ?

Quelles autres personnes que vous connaissez confirment que cette croyance est absolument vraie ?

Pour quelles raisons, indépendamment des références positives ou négatives que vous puissiez avoir, cela sera-t-il vrai pour vous ?

Enfin, associez un grand plaisir à la nouvelle croyance et vivez les résultats en avance.

Que vous apportera-t-il de vivre avec cette nouvelle croyance fortifiante au lieu de l'ancienne ?

Qu'est-ce qui changera dans votre vie ?

Quels résultats obtiendrez-vous ?

Où vous mènera ce changement dans un, trois ou cinq ans ?

Quelles opportunités que vous avez retenues jusqu'à présent, pourrez-vous saisir ?

13. Les Métaprogrammes

Il s'agit d'un des concepts essentiels de la PNL, un outil très important qui vous aidera à mieux comprendre la structure de la pensée des personnes avec lesquelles vous communiquez.

Nous pourrions définir les métaprogrammes comme étant la « structure » de la pensée, la « scène » sur laquelle notre esprit « met en scène » les pensées, les raisonnements, les souvenirs etc. L'exemple de la scène nous permet de mettre immédiatement en évidence un aspect important : ils n'interfèrent pas avec ce qui est représenté sur la scène et donc sur le contenu, mais ils se limitent à mettre en évidence ce en quoi nous « prêtons attention » et non pas ce qui est « important » pour chacun d'entre nous !

Les métaprogrammes sont à la base de notre façon de choisir, de nous motiver, de décider de ce à quoi nous faisons attention. Ils s'appellent ainsi parce que ce sont des programmes qui se rattachent à d'autres programmes : ils guident et orientent d'autres processus de pensée.

Ils prédisent les états internes d'une personne, et rendent prévisibles certains de ses comportements. Certains métaprogrammes sont toujours en activité, tandis que d'autres ne sont utilisés que dans certains contextes.

En fait, il existe deux catégories de Métaprogrammes :

1. DE SÉLECTION PRIMAIRE

2. DE SÉLECTION FONCTIONNELLE

Comment sont extraits les Métaprogrammes ?

La réponse, du moins en termes théoriques, est très simple : en écoutant et en observant nos interlocuteurs et en posant les bonnes questions au bon

moment (repensez aux questions Métamodèle). Il faut prêter attention aux métaphores qu'ils utilisent, à ce que leur physiologie révèle et aux choses qui attirent leur attention et à celles qui les ennuient.

En termes pratiques, il est naturellement nécessaire, en plus de la capacité d'écoute et d'observation, d'avoir la capacité de créer le bon « rapport » au niveau verbal et non-verbal.

Mais en pratique, à quoi sert de connaître les Métaprogrammes d'une personne ?

L'utilisation de ces "informations", bien qu'elles soient discrètes, peut présenter des avantages importants, aussi bien sur le plan professionnel que sur le plan affectif : le manager les exploitera pour apprendre à décider et, dans un second temps, à motiver correctement ses collaborateurs ; le vendeur pourra réaliser des formes de calque, et donc de persuasion, peu à peu plus sophistiquées et profondes ; les couples pourront mieux comprendre ce qui les unit et ce qui les éloigne ; les parents et les enfants pourront prévoir les réactions et mieux comprendre des comportements apparemment « irrationnels ». De plus, connaître nos métaprogrammes augmente considérablement notre connaissance de soi, et nous permet d'évoluer.

Métaprogrammes de sélection primaire

- PERSONNES
- ACTIVITÉS
- TEMPS
- OBJETS
- LIEUX
- INFORMATIONS

L'extraction des Métaprogrammes à Sélection Primaire se fait en fonction du nombre de fois où l'interlocuteur fait référence à l'un ou à l'autre des six Métaprogrammes, en ne posant que des questions absolument générales. Le

résultat est un classement simple dans lequel les deux ou trois premiers Métaprogrammes sont dominants et, la plupart du temps, immuables.

Examinons-les en détail.

PERSONNES (qui) :

Identifiez la tendance à prêter davantage attention aux êtres humains de manière spécifique.

Exemple :

« Au bureau, il y a deux jeunes qui travaillent, Stefano et Patrizia, ils sont vraiment bons »

ACTIVITES (comment et quoi) :

Identifiez la tendance à prêter davantage attention aux activités réalisées, généralement avec la présence de nombreux verbes.

Exemple :

« Pendant le travail, je parle avec beaucoup de personnes, j'ai des réunions... »

« Sur le chemin de cet hôtel, je me suis arrêté, j'ai déjeuné... »

TEMPS (quand) :

Identifiez la tendance à prêter davantage attention à la position temporelle "spécifique".

Exemple :

« Je suis arrivé à l'hôtel à 12h30, environ une demi-heure avant le déjeuner. »

« J'ai travaillé dans cette entreprise pendant 5 ans et 2 mois ».

CHOSSES (quoi, quel objet) :

Identifiez la tendance à prêter davantage attention aux objets et à leurs descriptions.

Exemple :

« Au boulot, sur mon bureau, en plus des téléphones, il y a le fax noir et l'ordinateur ».

« A l'hôtel, j'avais une chambre avec un cendrier en granit, un canapé bleu... »

LIEUX (où) :

Identifiez la tendance à prêter davantage attention à la disposition spatiale.

Exemples :

« L'hôtel de Rome se trouve à proximité de la place Saint-Pierre »'

« Mon bureau est près de la gare et depuis ma fenêtre j'ai vue sur la place ».

INFORMATIONS (pourquoi) :

Identifiez la tendance à prêter davantage attention à la raison, au pourquoi.

Exemple :

« J'ai choisi ce travail parce que j'aime le contact avec les gens ».

« Je suis allé à cet hôtel parce qu'il y a une vue splendide ».

Métaprogrammes à sélection fonctionnelle :

Cette catégorie de Métaprogrammes est identifiée par la prévalence d'une des alternatives possibles sur les autres. Comme vous pouvez le constatez, pour chaque type de Métaprogramme à sélection fonctionnelle, nous avons deux ou trois alternatives disponibles

Il est important de garder à l'esprit que nous réussirons difficilement à trouver un « sujet » qui penche exclusivement vers une alternative, mais nous devons plutôt chercher à comprendre quelle est son orientation prédominante.

VERS / HORS DE

Les gens sont motivés de deux façons :

Vers une sensation agréable : un projet, une destination, un objectif...

Loin d'une sensation désagréable : un problème, une difficulté, un malaise...

Si votre interlocuteur est une personne « VERS », alors il prêtera davantage attention aux résultats qu'il veut obtenir.

Si, en revanche, c'est une personne « LOIN DE », alors, elle prêtera davantage attention aux conséquences qu'elle désire éviter ou à ce qu'elle laisse tomber.

Pour identifier ce métaprogramme, essayez de vous poser les questions suivantes :

- « Qu'attendez-vous de... »
- « Qu'est-ce qui vous pousse à... »
- « Pourquoi faites-vous... »

Par exemple : « Qu'attendez-vous de votre nouveau travail ? »

En fonction de la réponse de votre interlocuteur, vous pourrez en déduire vos conclusions sur son métaprogramme.

Réponses VERS :

- « Je veux être satisfait... »
- « Je veux devenir... »

Réponses LOIN DE :

- • “Je veux éviter de...”
- • « Je ne veux pas avoir de problèmes avec... »

Changer son propre métaprogramme peut être très difficile. Il est plus simple de le compenser : dans le cas du métaprogramme LOIN DE, par exemple : le compenser signifie s'entraîner jusqu'à ce qu'il devienne une réflexion automatique en se posant la question suivante : « *Voilà ce que je ne veux pas ; mais qu'est-ce que je veux obtenir exactement ?* ».

OBJECTIF / PROCESSUS

Ceux qui se concentrent sur l'objectif prêtent davantage attention à sa réalisation qu'à se demander comment. L'attention est axée sur le résultat à atteindre. Pour être clair, ce sont des personnes qui procèdent classiquement « tête baissée ».

Ceux qui se concentrent sur le processus, en revanche, prêtent plus d'attention à la manière d'atteindre l'objectif. Ces personnes se mettent difficilement en mouvement, si elles n'ont pas programmé leur parcours : les actions à réaliser, les attitudes à avoir... et parfois, se concentrer sur la façon d'atteindre un objectif, fait perdre de vue l'objectif lui-même.

Afin d'identifier ce métaprogramme, il faut faire parler la personne d'un résultat qu'elle a obtenu, d'un projet auquel elle a participé par le passé.

Par exemple :

- « Parlez-moi d'un objectif... »
- « Comment vous comportez-vous lorsque vous avez quelque chose à atteindre ? »

Réponse OBJECTIF :

« Lorsque je l'aurai atteint... »

Réponse PROCESSUS :

“Pour y arriver, j'ai fait... » ;

« Je programme comment faire pour... »

POSSIBILITÉ / NÉCESSITÉ

Ce métaprogramme indique ce que l'individu est motivé à faire.

Les personnes qui croient en la possibilité prêtent davantage attention aux alternatives et aux choix disponibles. Ce qui motive ces personnes ce n'est pas tant ce qu'elles doivent faire, mais plutôt ce qu'elles veulent et ce qu'elles peuvent faire.

Les personnes qui croient en ce qui *doit* être fait, prêtent davantage attention aux tâches. Il est rare que ces personnes cherchent des raisons à ce qu'elles font, car elles ont tendance à voir principalement des obligations, des règles et des contraintes.

Des exemples de questions d'extraction :

- « Pourquoi faites-vous ce que vous faites? »
- « Pourquoi »
- « Parce que »

Réponses : POSSIBILITÉ :

- « Parce que je pourrais... »
- « Parce qu'il y a la possibilité de... »
- « Parce que je peux devenir... »

Réponses NÉCESSITÉ :

- « Parce que je dois... »
- « Parce que je devais... »
- « Parce que c'est nécessaire... »

PROACTIF / RÉACTIF

Indique si l'on agit directement sur la réalité ou si l'on attend que quelque chose arrive, pour ensuite réagir en conséquence.

Les personnes proactives estiment qu'elles influencent le contexte dans lequel elles vivent : elles sont convaincues d'être responsables de ce qui leur arrive, d'être les auteurs de leur vie. En revanche, les personnes

réactives estiment être influencées par le contexte : leur vie est déterminée par des facteurs extérieurs à elles.

Questions d'extraction :

- « Comment ça va ? »
- « Comment ça va au travail ? »
- « Comment ça s'est passé ? »
- « Comment êtes-vous parvenus à... ? »

Réponses :

PROACTIF :

- « Je vais bien » ;
- « J'ai fait ce que je voulais faire »

RÉACTIF :

- « La santé ne va pas bien »
- « L'entreprise a fermé, désormais je vais devoir... »

INDEX RÉFÉRENTIEL INTERNE / EXTERNE

Indique le critère d'évaluation d'une personne.

RÉFÉRENCE INTERNE : elle prête davantage attention à sa propre opinion, à ses sentiments et n'a généralement pas besoin de l'avis des autres.

RÉFÉRENCE EXTERNE : elle prête davantage attention à l'opinion des autres, et a besoin d'une approbation extérieure.

Exemples de questions pour identifier ce métaprogramme :

- « Comment faites-vous pour savoir que... ? »

Réponses :

INTÉRIEUR :

- « Je m'en suis rendu compte »
- « Je suis satisfait »

EXTÉRIEUR :

- « On me l'a dit »
- « On me fait des confidences »

Le fait d'avoir une seule référence extérieure met la personne sous la coupe du jugement des autres, tandis qu'avoir une référence exclusivement intérieure rend égocentrique et sourd au feedback qu'elle reçoit des autres. Pour ces raisons, concernant ce métaprogramme, il est utile de maintenir une position intermédiaire entre les deux extrêmes.

ACCORD/DÉSACCORD :

Indique la façon dont on décode les informations.

Un sujet focalisé sur le désaccord prête davantage attention aux différences, il se focalise sur les aspects qui différencient les deux points de comparaison.

Un sujet focalisé sur l'accord prête davantage attention aux analogies : entre deux objets ou situations similaires, il a tendance à souligner les aspects similaires.

Questions pour identifier le métaprogramme :

- « Quelle relation y-a-t-il entre X et Y »
- « Quel rapport y-a-t-il entre comment vous vous sentez aujourd'hui et comment vous sentiez hier ? »

Réponses :

Désaccord :

- “Ils sont différents”
- “Ils diffèrent en...”

Accord :

- « Ils sont identiques »
- « Ils ont en commun... »

14. Les 4 étapes du processus d'apprentissage.

Nous allons décortiquer une méthode pour créer un changement positif. Quel que soit le résultat, le changement s'effectue systématiquement en quatre étapes. Nous passons par ces différents niveaux de développement personnel quelle que soit la compétence que nous souhaitons acquérir. Ces principes s'appliquent à toute tâche que l'on souhaite maîtriser : devenir meilleur en communication, percevoir un salaire plus élevé, vivre dans un foyer harmonieux, ou perfectionner toute autre composante de votre vie. Analysons maintenant chacune de ces étapes individuellement.

Avant d'analyser, commençons tout d'abord par deux exemples qui serviront d'illustrations aux différentes étapes mentionnées. Supposons que vous avez un petit garçon de cinq ans, il est assis à l'arrière de la voiture. Vous vous rendez en ville pour faire quelques courses. Après vos achats et en revenant vers votre véhicule, votre petit garçon avec un visage illuminé d'excitation, d'enthousiasme et de naïveté, vous demande : "est-ce que je peux conduire pour rentrer à la maison ?" Vous souriez et répondez avec tendresse : « malheureusement non mon fils, pas avant de nombreuses années »

Mais, ce que vous pensez n'être rien d'autre qu'une question naïve d'un enfant, est en réalité une demande authentique. Le petit garçon croit vraiment qu'il peut conduire la voiture car il a vu son papa le faire des centaines de fois. Il a vu un grand nombre de personnages de dessins animés le faire à la télé, et cela sans aucune difficulté. Il ne sait pas que conduire est une compétence qui doit s'acquérir par la pratique. Il veut conduire, mais ne sait pas qu'il n'en est pas capable pour le moment.

Le second exemple concerne le sujet des relations intimes. Il s'agit d'un homme marié dont l'union s'effrite lentement. Lorsque sa femme et lui se sont rencontrés, ils se sont promis des moments de qualité, une relation authentique et intense, ils se faisaient confiance, s'appréciaient et se

confiaient l'un à l'autre. Malgré tout, au fil du temps, l'homme s'est consacré entièrement à sa carrière, pensant qu'il servirait davantage les intérêts de sa famille en portant toute son attention sur leur confort matériel.

Cet homme a oublié ce qui faisait la réussite de cette relation amoureuse. Il ne prend plus le temps, ni l'énergie, de parler avec sa femme, d'échanger ses ressentis ou de discuter de leur passion commune. Il a cessé de plaisanter ou de taquiner sa femme, la vie est devenue une affaire sérieuse pour lui, ne laissant plus aucune place aux élans sentimentaux.

Il a complètement perdu de vue le fait qu'une relation satisfaisante nécessite l'implication des deux partenaires. Cet homme ne se rend pas compte que sa femme est de plus en plus malheureuse et qu'elle envisage la rupture. Il n'est pas le mari qu'il aimerait être et ne le sait même pas. Il est au stade d'incompétence inconsciente, le premier des quatre que nous allons étudier maintenant :

1. **Incompétence inconsciente** : *je ne sais pas que je ne sais pas*

Cette étape se situe juste avant que l'on fasse nos premiers essais. Un exemple parlant serait celui d'un nouveau-né qui voit les gens marcher autour de lui mais qui n'est pas encore conscient de pouvoir marcher lui aussi, il n'y pense même pas.

Nous sommes dans un état d'incompétence inconsciente lorsque nous n'avons pas les compétences nécessaires à la réalisation d'une tâche, et que nous ne nous en rendons même pas compte, autrement dit, nous n'en sommes pas conscients du tout. A ce niveau, nous sommes totalement inconscient de l'existence du problème, nous ne pouvons donc pas savoir comment y remédier. Une personne reste bloquée à ce stade si elle n'est pas apte à ouvrir les yeux afin de regarder les résultats de sa vie avec du recul. Bien souvent, la personne stagne à ce niveau d'incompétence inconsciente jusqu'à ce qu'un élément extérieur déclenche une prise de conscience et un nouveau regard.

Par exemple, il se peut que vous ne réalisiez pas la nécessité de planifier le versement pour votre facture d'électricité jusqu'à ce que vous rentriez chez vous un soir d'hiver et que le chauffage ne s'allume plus. Il se peut que vous ne désiriez pas améliorer votre santé ou votre apparence physique,

jusqu'à ce que vous rencontriez une personne aussi âgée que vous paraissant pourtant 10 ans plus jeune...

2. **Incompétence consciente** : *je sais que je ne sais pas*

Cette étape survient après notre première tentative de faire quelque chose de nouveau. Comme l'enfant qui a le désir de marcher, qui tente de le faire, et qui "échoue" en tombant. Maintenant, il sait qu'il ne sait pas. Nous nous trouvons dans le stade d'incompétence consciente, lorsque nous savons que nous devons nous comporter différemment, mais que nous n'avons pas encore développé les compétences nécessaires pour y parvenir. Dans l'exemple de notre petit garçon ambitieux, après une quinzaine d'années, il a maintenant le désir d'emmener sa petite amie à un premier rendez-vous, et veut pouvoir avoir la liberté de se déplacer avec une voiture.

Le garçon comprend maintenant qu'il a besoin de compétences particulières. Il sait qu'il doit apprendre les règles de conduite, effectuer un long entraînement afin d'obtenir son permis et finalement être capable de conduire. Il se trouve au stade de l'incompétence consciente. Il est conscient qu'il y a des étapes à franchir avant que ses souhaits ne se réalisent.

Revenons au mari du second exemple précédent. Il est capable d'atteindre le stade de l'incompétence consciente s'il parvient à se rendre compte que quelque chose ne va pas, par exemple s'il remarque qu'un fossé se creuse entre lui et sa femme, ou s'il prend conscience d'un manque de communication. Cependant, il n'aura aucune idée quant à la façon de modifier la situation. Jusqu'à ce moment déclencheur où sa femme a décidé de contacter un conseiller conjugal. Cet homme sait maintenant que la relation avec sa femme est en péril, mais il ne possède pas encore les compétences nécessaires pour résoudre le problème.

La prise de conscience de cette étape est à la base d'un grand nombre d'abandons. Au moment où nous prenons conscience, après peu de tentatives, que nous n'avons pas de résultat immédiat, nous sommes tentés d'abandonner par peur de ne jamais être capable ou par peur de l'échec et des « qu'en dira-t-on ? ». Franchir cette étape est essentiel dans le processus d'apprentissage et pour atteindre un objectif. La persévérance est la clé pour passer à l'étape suivante.

Compétence consciente : *je sais que je sais*

Cette étape est le début " visible " de notre succès. C'est au moment où nous sommes capables de quelque chose, mais que nous devons constamment y penser pour ne pas nous écarter de nos techniques ou pour ne pas échouer à nouveau.

Vous êtes consciemment compétent lorsque vous pouvez accomplir la tâche que vous devez accomplir, mais que cela vous demande une volonté et un effort constants. Pensons au garçon de notre premier exemple, qui prend sa septième leçon de conduite. Il connaît maintenant toutes les règles et commence à conduire avec une certaine maîtrise.

Cependant, il doit rester extrêmement prudent lorsqu'il est au volant, et faire attention à chacun de ses mouvements. Il doit contrôler sa vitesse, rester entre les lignes, faire attention aux autres véhicules, maintenir une certaine distance avec eux et garder un œil sur le rétroviseur. Il doit suivre toutes ces consignes, tout en actionnant l'accélérateur, le frein et peut-être aussi l'embrayage. C'est un apprentissage difficile, mais il peut le faire du moment qu'il reste concentré.

Revenons maintenant au mari. Il a consulté un conseiller conjugal et a réalisé qu'il devait faire des efforts pour entretenir une relation de qualité. Cependant, au fil des ans, il a développé un certain nombre d'habitudes dysfonctionnelles. En suivant le programme établi, il doit se concentrer particulièrement sur la façon dont il interagit avec sa femme. Il doit être conscient de tout ce qu'il fait et dit, afin de contribuer à la valorisation de sa relation. Il est consciemment compétent car il dispose de tous les éléments pour agir efficacement tant qu'il se concentre sur la tâche.

Compétence inconsciente : *je ne sais plus que je sais*

À cette étape, nous maîtrisons une technique ou une façon de penser. Nous faisons des activités où nous pouvons prendre de bonnes décisions sans même y penser.

Par exemple : devons-nous nous concentrer chaque fois où nous devons faire un pas ? Il y a de bonnes chances que non, à moins que vous n'ayez des problèmes de santé. Il en est de même pour le vélo et la conduite.

La compétence inconsciente est l'état final que nous devons atteindre. Dans cet état, nous faisons ce que nous devons faire, sans y réfléchir. Nous atteindrons ce stade après une pratique longue et constante de sorte que cela devienne une part naturelle de notre fonctionnement. À ce stade, nous n'avons plus besoin de penser à ce que nous devons faire, c'est une partie intégrante de ce que nous sommes devenu.

Revenons-en au garçon devenu adulte, il conduit différents véhicules, son expérience se diversifie et se développe. Conduire est devenu une tâche automatique à laquelle il n'a plus besoin de penser. Il peut maintenant effectuer toutes les actions liées à la conduite tout en mettant la radio ou en pensant à la journée à venir. Il est devenu si compétent qu'il trouve maintenant que l'exécution de ces actions ne requiert plus toute son attention.

Parlons maintenant du mari. Il atteindra le stade de la compétence inconsciente lorsqu'il deviendra l'homme qu'il doit être. Il mettra alors en place des actes et des paroles qui serviront sa relation, simplement parce qu'ils seront devenus une partie spontanée de sa personnalité. Il a fait l'effort d'améliorer son comportement, et maintenant ces changements ont été intégrés dans son paysage intérieur. Il se soucie vraiment des sentiments de sa femme, il veut partager des moments intenses avec elle et retrouver une confiance mutuelle. Il s'implique à nouveau dans la relation parce qu'il en comprend l'importance.

Et maintenant ?

Et bien vous pourriez vous poser les questions suivantes :

- Ai-je déjà abandonné quelque chose à l'étape du " je sais que je ne sais pas " ?
- Quelles activités je fais régulièrement et dans lesquelles je suis à l'étape " je ne sais plus que je sais " ?
- J'écris maintenant une aptitude que je désire améliorer, et je planifie de " pratiquer " cette activité pour me rendre à l'étape " je ne sais plus que je sais "

- Puis-je aider quelqu'un, dans une activité, à se rendre à l'étape " je ne sais plus que je sais " ?

Grâce à votre connaissance de ce système, vous vous permettez d'être plus patient envers vous-même, et également de repérer à quel stade se trouve votre interlocuteur et de le guider de façon claire et consciente. Maintenant que vous êtes prêt à implémenter la PNL dans votre vie de tous les jours, attardons nous sur les différentes étapes qui vous permettent d'avancer sereinement vers le changement positif que vous souhaitez atteindre pour vous ou votre interlocuteur.

15. Les 7 étapes du changement

Vous êtes de plus en plus conscients qu'il est possible de vous influencer constamment de façon positive ou négative.

Dans ce chapitre, vous découvrirez les 7 étapes du changement, c'est-à-dire comment modifier une expérience désagréable et l'améliorer grâce à un processus pratique en 7 étapes. Il s'agit d'un outil développé par Anthony Robbins, faisant évoluer ce qui a été étudié par la PNL. Les 7 étapes du changement vous permettront de changer rapidement et efficacement vos schémas de comportements limitants.

Donc, voyons les 7 ÉTAPES DU CHANGEMENT, et sentez-vous libres de mettre en pause ce livre audio afin de répondre aux questions qui vous sont posées

ETAPE 1 : Décidez ce que vous voulez vraiment.

Identifiez ce qui vous empêche de l'obtenir et ce que vous devez faire maintenant pour y parvenir.

Le but de décider ce que vous voulez vraiment est d'identifier votre état actuel et votre état désiré, d'être certain de connaître votre objectif/résultat, ou de savoir clairement comment savoir que vous l'avez atteint.

Demandez-vous :

« Qu'est-ce que je désire changer et qu'est-ce qui m'empêche de le faire maintenant ? »

ETAPE n°2 : Trouver un levier

Associez une grande quantité de douleur au fait de ne pas changer maintenant et un maximum de plaisir à l'expérience de changer dès maintenant.

Le « levier » est souvent l'élément le plus important pour créer un changement sur le long terme. Toute forme de thérapie peut parfois contribuer à modifier les neuro-associations, mais aucune approche thérapeutique ne sera efficace, si vous n'avez pas de raison suffisamment forte de changer maintenant. Souvent, les gens ne changent pas tant qu'ils n'ont pas atteint le point où ils associent tellement de douleur à l'ancien comportement, que continuer de cette façon serait vraiment insupportable. À ce stade, il faut associer le plaisir au fait de changer.

Posez-vous les questions suivantes :

« Quel type de levier puis-je créer afin d'être certain d'accomplir ce changement ? »

« Qu'est-ce que cela me coûtera à l'avenir si je ne change pas maintenant ? »

« Quels bénéfices immédiats et futurs vais-je retirer en changeant maintenant ? »

ETAPE n°3 : Interrompez le « pattern » négatif.

Si vous interrompez un schéma comportemental de façon constante et avec autorité, vous découvrirez que cette interruption peut, à elle seule, créer un effet de levier suffisant pour provoquer un changement durable. L'interruption d'un schéma est absolument nécessaire afin de modifier un comportement préexistant. Pour introduire un nouveau schéma comportemental, il faut tout d'abord interrompre l'ancien. Vous pouvez être fortement motivé à changer, mais si vous répétez sans cesse les mêmes actions en espérant un résultat différent (définition typique de la folie !), les tentatives de changement ne seront pas durables.

Rappelez-vous : tout changement est une interruption de schéma.

AFIN D'INTERROMPRE UN SCHÉMA INDÉSIRABLE, vous avez le choix entre deux voies :

1. Agir résolument sur la **PHYSIOLOGIE** : marcher, bouger, respirer profondément, redresser son dos, sauter sur place énergiquement ...
2. Déplacer le **FOCUS** mental. Posez-vous des questions bizarres, sans aucun sens et absurdes.

(L'interruption du schéma doit être **RAPIDE**. Que ce soit en utilisant une question ou en changeant sa physiologie, cela doit être fait rapidement. Je dois vous prendre par surprise.)

Maintenant, essayez de vous demander.

« Quelles pourraient être certaines façons amusantes et/ou bizarres que je pourrais utiliser afin d'interrompre un de mes schémas de comportement limitant ? »

ETAPE n°4 : Références et ressources : créez des alternatives nouvelles et renforçantes.

Pour mener à bien un changement, vous ne pouvez pas seulement vous contenter d'éliminer un ancien comportement sans une nouvelle alternative qui offre les mêmes avantages.

La science des Influences Neuro-associatives est vraiment simple, et il suffit de deux étapes simples afin de vraiment changer.

1. INTERROMPEZ LE SCHÉMA QUE VOUS VOULEZ CHANGER

2. AU BON MOMENT, LORSQUE LE CERVEAU NE SAIT PAS QUOI FAIRE, OFFREZ-LUI UNE ALTERNATIVE QUI RENFORCE.

Par exemple, pour les fumeurs qui abandonnent cette habitude, le remplacement de leur dépendance à la nicotine avec de l'exercice d'aérobic leur apportera les mêmes bénéfices qu'ils pensaient obtenir avec la cigarette : détente, énergie, quelque chose à faire de leurs mains, une vision agréable d'eux-mêmes etc.

Demandez-vous donc :

« Quels sont les avantages que j'ai tirés de mon ancien mode de comportement ? »

« Et quelle pourrait être une alternative renforçante ? »

ETAPE n°5 : Influencez le nouveau modèle jusqu'à le faire devenir constant et cohérent.

Le but de la répétition est de faire en sorte que vous restiez pleinement associé à votre nouveau mode de comportement et qu'il fasse partie intégrante de votre vie.

« Quelles sont les façons dont je peux renforcer mon nouveau mode de comportement ? »

ETAPE n°6 : Testez le nouveau modèle.

Le but du test est de s'assurer que les résultats du nouveau modèle sont réellement renforcés et qu'ils sont en accord avec le style de vie personnel, l'entreprise, les croyances et les valeurs de chacun.

Ce passage porte le nom de TEST ÉCOLOGIQUE.

1. Assurez-vous que la douleur soit fortement associée à l'ancien modèle.

Lorsque vous pensez à votre ancien comportement ou aux anciennes sensations, ressentez-vous et décrivez-vous les choses comme étant douloureuses plutôt qu'agréables ?

2. Assurez-vous que le plaisir soit fortement associé au nouveau modèle.

Lorsque vous pensez au nouveau comportement ou aux nouvelles sensations, décrivez-vous et sentez-vous que les choses sont agréables plutôt que douloureuses ?

3. Soyez cohérents avec vos valeurs, vos croyances et vos règles.

Le nouveau comportement ou le nouveau sentiment sont-ils cohérents avec les valeurs, les croyances et les règles de votre vie ?

4. Veillez à maintenir les bénéfiques de l'ancien modèle.

Le nouveau comportement ou la nouvelle sensation vous permettront-ils toujours d'obtenir les mêmes bénéfiques et le même plaisir que vous étiez habitué à avoir avec l'ancien modèle ?

5. Un pas vers l'avenir. Imaginez vous dans le futur alors que vous vous comportez de cette nouvelle façon.

Imaginez quelque chose qui vous aurait incité à utiliser l'ancien modèle de comportement. Soyez convaincus que vous parviendrez à utiliser le nouveau modèle plutôt que l'ancien.

ETAPE n°7 : L'environnement.

La septième étape consiste à créer un environnement qui renforce constamment les nouveaux standards et qui produit un changement durable. Ne sous-estimez pas le pouvoir de l'environnement : il s'agit de l'étape la plus importante, celle qui vous permettra de maintenir le nouveau modèle à long terme.

Que pouvez-vous faire afin de créer personnellement et efficacement cet environnement ?

Qui pouvez-vous mobiliser dans sa création et dans son maintien ?

Conclusion

Et nous voici arrivés à la fin de ce livre !

Si vous mettez en pratique toutes les techniques que vous avez apprises et pratiquées, si vous appliquez tous les outils que vous avez appris, je vous assure que votre vie et vos relations avec les autres changeront pour le mieux.

Vous serez en mesure d'obtenir de nouveaux résultats et d'atteindre vos objectifs. Vous comprendrez comment les gens construisent leur modèle du monde, vous améliorerez votre acuité sensorielle et vous réussirez à deviner rapidement les systèmes de représentation de la personne que vous avez en face de vous.

Vous comprendrez l'importance de la relation et comment la construire. De plus, vous serez en mesure de calibrer et calquer de façon efficace quiconque se met en travers de votre chemin. Vous serez en mesure de comprendre ce qui fait « bondir » quelqu'un, vous comprendrez ce qui le pousse et le motive. Vous utiliserez le langage à bon escient afin d'atteindre des objectifs spécifiques. Enfin, à mesure que vous progresserez dans votre entraînement, vous vous rapprocherez le plus possible d'un véritable mentaliste.

Mais le plus important est que vous serez capable d'enseigner à quelqu'un d'autre une compétence que vous avez acquise. Si vous pensez que ces concepts peuvent être utiles à d'autres, à vos proches, à des personnes de votre entourage, collègues ou amis, utilisez votre exemple et les progrès que vous avez atteints afin de les aider et leur faire découvrir l'univers de la PNL.

Enfin, si ce livre vous a plu, pensez à mettre votre commentaire sur Amazon ou Audible, comme d'autres lecteurs et auditeurs l'ont déjà fait. Je serai ravi de lire votre avis !

*À votre succès,
Robert Mercier*

P.S. : Si vous ne l'avez pas encore fait, [cliquez ici pour télécharger un livre gratuit intitulé "Les 7 secrets de la communication persuasive"](#).

Un petit guide pratique qui vous donnera les connaissances nécessaires pour améliorer vos compétences en matière de communication, parfaitement complémentaire au livre que vous venez de lire.

Avant de nous dire au revoir, essayez de répondre à cette question :

Fermez-vous la porte de la salle de bain alors même que vous êtes seul à la maison ?

Ou ... lorsque vous parlez au téléphone, tournez-vous en rond dans la pièce sans réussir à rester en place ?

Attendez, attendez... inutile de vous inquiéter !

En effet, quelle que soit votre réponse...

Les questions de ce type vous font penser : « *Pourquoi est-ce que je fais ceci ?* » et « *Qu'est-ce que cela signifie pour moi et ma personnalité ?* »

En d'autres termes...

Quelle raison se cache derrière nos comportements ? Malgré tous nos efforts pour « nous connaître nous-même », la vérité est que, souvent, nous n'en connaissons absolument pas assez sur notre esprit et encore moins sur celui des autres.

Pourquoi tombons-nous amoureux de celui ou celle qui nous rejette ? Pourquoi avons-nous tendance à procrastiner, prolongeant ainsi notre inconfort avec anxiété et inquiétude ? Pourquoi, parfois, nous ne croyons pas être à la hauteur de quelqu'un ou de quelque chose ?

Dans le « *Manuel de Psychologie Humaine* », l'auteur met en lumière la nature de l'Homme, parcourant l'intéressante histoire de la psychologie, les

grands noms de cette discipline et leurs incroyables découvertes (également les moins connues).

Voilà seulement un aperçu de ce que vous y découvrirez :

- Les meilleurs tests de personnalité : pour découvrir et apprendre davantage sur vous-même et votre caractère ;
- Comment analyser les comportements des personnes pour en déduire la personnalité et les intentions, sans vous faire remarquer ;
- Des études et expériences tant controversées et terrifiantes qui ne pourraient jamais être conduites aujourd'hui ;
- Comment vous faire apprécier de tous, sans pour autant être beau, riche ou célèbre ;
- Les mythes et les mensonges de la psychologie : tout ce qu'ils nous ont enseigné n'est pas vrai ;
- Comment instaurer des relations bénéfiques, en comprenant profondément les dynamiques sociales et de groupe ;
- Les origines étranges des troubles de la personnalité ou de vos inconforts quotidiens ;
- Et beaucoup plus encore !

Certains livres transforment les théories, les principes et les expériences les plus intéressantes de la psychologie en discours ennuyants que même Freud éviterait de lire. Ce manuel, en revanche, élimine les détails ennuyants et les statistiques en vous donnant des leçons de psychologie directes et faciles à comprendre.

Que vous soyez en train de chercher à comprendre la complexité de l'esprit ou simplement désireux de découvrir ce que vous cachent vos

amis, ce livre possède toutes les réponses... même celles dont vous ne vous attendez pas.

Aussi, ne perdez plus de temps !

[Cliquez ici pour ouvrir les yeux et révéler les mystères de l'esprit humain.](#)

Cela pourrait aussi vous plaire...

Communication Non Violente: Comment comprendre les dynamiques des interactions humaines et devenir des communicants brillants et empathiques grace a la psychologie de la communication assertive

Rappelez-vous des nombreuses fois où vous avez repensé à froid à un événement et où vous vous êtes dit :

- "J'aurais dû dire ça..."
- "Si seulement j'avais été prêt...."
- "Si j'avais fait autrement, j'aurais pu changer les choses...."

A dire vrai, nous sommes tous impliqués, dès notre plus jeune âge, dès l'école, dans des conflits plus ou moins importants avec nos camarades de classe ou nos professeurs.

En grandissant, nous sommes mêlés à des situations conflictuelles, dans le cercle familial, professionnel ou intime. Beaucoup d'entre nous ont ruiné des relations, loupé des opportunités de travail ou laissé mourir des amitiés juste à cause de notre manque de communication.

Mais personne ne naît avec la capacité d'avoir toujours la bonne réponse et cette aptitude ne s'acquiert pas à l'école.

Comment faire alors pour avoir toujours la bonne réponse ?

Comment un simple mortel peut devenir aussi précis avec ses mots qu'un tireur d'élite avec son fusil ?

C'est là que ce manuel entre en jeu.

La Communication Non-Violente est une extraordinaire méthode d'interaction qui vous permet de gagner en autorité et respect sans pour autant être impertinent et arrogant.

Être un communicant non-violent signifie exprimer ouvertement et calmement ses besoins, poser des limites aux demandes des autres, gérer attentes et critiques avec fermeté et prendre des décisions claires, tout en conservant son équilibre. Grâce à ce livre, vous apprendrez à devenir ce communicant là.

Vous découvrirez, à travers des exemples et des exercices pratiques, toute une série de stratégies et de techniques de communication pour dépasser les insécurités et la gêne dans toutes les situations. Au travail, vous pourrez mieux interagir avec un supérieur exigeant, vous convaincrez des clients difficiles, vous travaillerez efficacement en équipe. Lors d'un entretien, vous valoriserez davantage vos compétences. En famille ou entre amis, vous ne vous ferez plus marcher sur les pieds.

Alors n'attendez plus... commencez à lire ce manuel pour devenir un communicant efficace dès maintenant !

P.S. : Une communication de qualité, avec soi-même comme avec les autres, est l'une des plus précieuses compétences de nos jours.

Communication assertive : Comment communiquer efficacement, s'exprimer sans crainte et être respecté à tout moment.

Vous sentez-vous parfois obligé de dire oui aux demandes des autres ?

Trouvez-vous des difficultés à vous imposer ? Finissez-vous toujours par faire ce que l'on veut que vous fassiez ?

Si vous avez du mal à demander ce que vous voulez ou à dire "non", alors peut-être souffrez-vous d'une pathologie particulièrement répandue aujourd'hui : le manque d'assertivité.

Ce livre augmentera votre confiance en vous et fera de vous une personne plus assertive, plus sûre d'elle et plus respectée. Vous découvrirez une série de stratégies et de techniques de communication pour surmonter les insécurités et les embarras, quelles que soient les situations : au travail, pour interagir avec un patron exigeant, pour convaincre des clients difficiles, pour travailler efficacement en équipe.

Comment faire ressortir votre valeur et vos compétences lors d'un entretien, comment ne pas laisser vos amis ou collègues prendre le dessus sur vous ?

Un livre qui convient à ceux qui ont l'impression de ne pas pouvoir dire tout ce qu'ils pensent.

Après l'avoir lu, vous deviendrez plus audacieux, plus expressif, plus authentique.

Voici un aperçu de ce que vous découvrirez dans " Communication assertive" :

- Comment trouver l'équilibre entre la gentillesse, les bonnes manières et l'affirmation de soi ?

- Comment corriger cette habitude agaçante qui est de s'excuser tout le temps ?
- Comment dire NON avec grâce et détermination, sans être arrogant ou grossier ?
- Comment être respecté à tout moment sans avoir à tergiverser ?
- Comment cultiver votre estime de soi et réagir avec assurance à de nombreuses situations de la vie quotidienne et professionnelle ?
- Comment demander efficacement ce que vous voulez ?
- Comment vous exprimer librement dans toutes vos relations ?
- Comment éliminer les remords, l'anxiété et les inquiétudes au sujet de ce que l'on peut penser de vous ?
- QUAND dire "oui" et COMMENT dire "non", pour prendre le contrôle de vos conversations ?

La communication assertive est une capacité fondamentale qui peut influencer votre réussite professionnelle, la stabilité de votre vie familiale et votre bonheur personnel.

Riche en exemples et en activités pratiques, "Communication Assertive" est un guide indispensable pour les enseignants, les travailleurs sociaux et de santé, les psychologues, les gestionnaires, les experts en relations publiques, etc. et pour toute personne, tant affective que professionnelle, qui souhaite améliorer sa capacité à communiquer et à s'établir de manière efficace et constructive.

Arrêtez de "laisser faire" : il est temps d'obtenir ce que vous méritez !

[Cliquez ici pour télécharger « Communication Assertive »](#)

