

Coaching



Anne-Laure
Losseau

Business & Career
Coaching for lawyers

al@aligncoaching.be
www.aligncoaching.be



POURQUOI FAITES-VOUS CE QUE VOUS FAITES ?

Warum machen Sie, was Sie tun?

Aufgabe – Vision – Werte,... und was noch?

Dies ist eine geläufige Übung für meinen Kunden und auch mich selbst, unsere Aufgaben, Visionen und Werte zu bestimmen. Das Ergebnis ist sicher nicht uninteressant, aber mir blieb immer dieses Gefühl, dass wir etwas übersehen.

Mission – Vision – Valeurs,... mais encore ?

J'avais déjà souvent fait l'exercice, avec des clients, et pour moi-même, de définir ses « Mission, Vision, Valeurs ». Les résultats n'étaient pas inintéressants, et pourtant il me restait toujours un vague sentiment d'insatisfaction, un peu comme si quelque chose continuait à nous échapper.

En 2020, aurais-je peut-être enfin trouvé ce que je cherchais ? Il y a quelques semaines, nous avons décidé, avec mon collègue, Ben Houdmont, de nous réunir pour réfléchir ensemble à nos projets communs. Et c'est alors, au détour d'un exercice, que la question nous éclate au visage : « Pourquoi fais-tu ce que tu fais ? ».

Bam. Je vous mets au défi d'y répondre, cela ne vous laisse pas indemne.

Ce jour-là j'ai appris que, pour Ben, le « pourquoi » c'est « le plaisir de travailler avec des gens passionnés et passionnants et par ailleurs de partager son expérience en gestion d'organisations et d'équipes ». Voilà donc ce qui lui donne envie de se lever chaque matin et c'est ce qui l'a animé depuis le début de sa carrière.

De mon côté, ce qui me vient comme « pourquoi » c'est « aider mes clients à aider les autres ». Aider,

avec humanisme et aussi un peu d'idéalisme, c'est ce qui a guidé mon choix de devenir avocate. Et c'est la même chose qui m'a donné envie de devenir coach.

Cet exercice a fait bouger les lignes, pour moi et dans notre collaboration, un peu comme s'il y avait eu un avant et un après.

Start with why

Nous n'avons pas réinventé l'eau chaude, Ben et moi. Plus tard cela m'a rappelé le modèle, conçu par le conférencier américain Simon Sinek, du « golden circle ». La vidéo de son Ted Talk¹ est devenue virale sur le web il y a quelques années et son livre « Start with why »² fut longtemps un bestseller mondial.

Sinek non-plus n'a pas réinventé l'eau chaude, mais il a probablement mis des mots sur « ce

1. https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF_VuA.

2. *Start with Why : How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action*, New York, Penguin Group, 2009.

The Golden Circle

WHAT

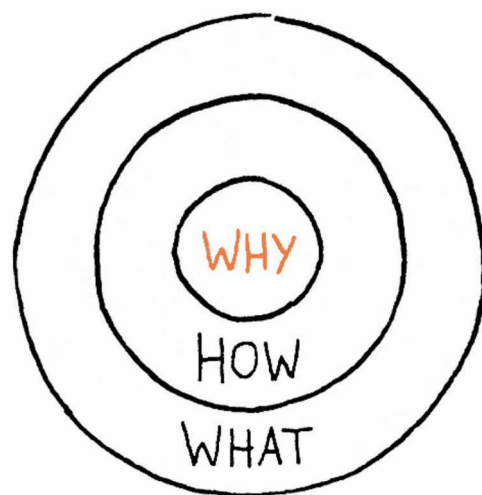
Every organization on the planet knows WHAT they do. These are products they sell or the services

HOW

Some organizations know HOW they do it. These are the things that make them special or set them apart from their competition.

WHY

Very few organizations know WHY they do what they do. WHY is not about making money. That's a result. WHY is a purpose, cause or belief. It's the very reason your organization exists.



qui n'était pas dit » pour beaucoup de professionnels, d'organisations et d'entreprises.

Au cœur du modèle, car le plus important pour Sinek, se trouve le « pourquoi » faites-vous ce que vous faites. Vient ensuite le « comment » nous faisons ce que nous faisons, notre manière de faire, qui nous distingue éventuellement des autres. Et enfin le « quoi » : que faisons-nous, concrètement.

Avant de le décrire plus avant, rappelons que, comme toujours avec ce genre de modèle, il est à considérer, avec tout le recul nécessaire³, comme un simple outil de réflexion.

Pourquoi

À titre individuel, notre « pourquoi » c'est notre moteur, ce qui nous sort du lit le matin, qui nous fait courir toute la journée et qui nous rend satisfait en rentrant chez nous le soir.

Gagner de l'argent est un résultat, mais il n'est pour personne le seul et unique « pourquoi » de ce que nous faisons.

Bien entendu, nous ne vivons pas tous nécessairement et pleinement notre « pourquoi » dans notre travail et l'idée est justement, en connaissance de cause, de choisir de s'aligner, de plus en plus, de mieux en mieux, avec ce qui nous anime profondément.

À l'échelle d'une entreprise, le pourquoi est « sa raison d'être ». Sinek cite souvent l'exemple d'Apple, dont le pourquoi affirmé est « Dans tout ce que nous faisons, défier le statu quo » et qui lui donne, il faut bien l'avouer, cette aura singulière en tant que marque.

Comment

Comment faisons-nous ce que nous faisons ?

Avec humanisme, exigence, intégrité. Avec excellence, rigueur, créativité... etc.

La réponse coïncide souvent avec nos valeurs.

Quoi

Le « quoi » est ce que nous faisons et disons.

Pour une entreprise, ce sont les produits et les services qu'elle vend.

Si nous nous efforçons d'être cohérents, tout ce que nous disons et faisons (ou vendons) sera la preuve tangible, la matérialisation de ce que en quoi nous croyons, de notre « pourquoi ».

Sinek va d'ailleurs au bout de cette idée en affirmant que : « *Les clients n'achètent pas ce que vous faites, ils achètent pourquoi vous le faites* ».

Notre « pourquoi », une boussole

Quelle carrière choisir ? Quelle spécialisation ? Quels clients ? Quels projets ? Quelle association ? Avec qui ?

Dans un monde qui s'accélère, où les possibilités sont infinies, connaître son « pourquoi » c'est un peu comme disposer d'une boussole.

Tandis que nos valeurs précisent « comment » nous souhaitons réaliser notre travail, notre mission, le « pourquoi » nous donne le sens, la direction dans laquelle nous voulons vraiment avancer.

Par ailleurs c'est probablement un des meilleurs indicateurs qui soit pour déterminer avec qui collaborer, qu'il s'agisse de nos clients, de nos associés ou collaborateurs.

Notre « pourquoi » crée des liens

Savoir pourquoi nous faisons ce que nous faisons est une (excellente) chose.

Et lorsque nous avons la chance de partager ce pourquoi avec d'autres, œuvrer pour une cause ou une croyance commune crée une connexion humaine d'une rare intensité et un profond sentiment d'appartenance et de confiance.

Je ne doute pas que vous en avez déjà fait l'expérience, à titre professionnel ou privé.

3. À mon avis, certains exemples cités dans les présentations de Sinek, à titre d'illustration et d'explication du modèle, sont passablement hasardeux, comme par exemple lorsqu'il assimile le fait de « faire partie d'une communauté » et celui d'avoir des « croyances et valeurs communes ». Je regrette aussi le côté, pour moi, parfois trop mercantile de son approche.



« À titre individuel, notre “pourquoi” c’est notre moteur, ce qui nous sort du lit le matin, qui nous fait courir toute la journée et qui nous rend satisfait en rentrant chez nous le soir »

En tant que professionnel, en tant qu’entreprise, il n’est pas impossible que ce soit grâce à ce genre de connexion et de confiance que des clients, associés ou collaborateurs ne vous quitteront pas pour la première offre concurrente ou à la première frustration.

Comment découvrir son « pourquoi » personnel ?

Notre pourquoi est inscrit en nous, un peu comme un ADN de vie qui se forge au cours de notre parcours. Il se lit entre les lignes de notre trajectoire, de nos choix, des événements qui nous importent, qui nous touchent ou qui nous rendent profondément épanouis. Généralement on le trouve déjà, quelque part, dans la spontanéité de notre personnalité d’enfant.

Une façon accélérée de formuler une première ébauche de son « pourquoi » est de procéder comme suit. Munissez-vous, au calme, d’une feuille de papier et suivez les quatre étapes suivantes.

1. Écrivez deux mots qui vous décrivent (ou comment les autres vous décrivent) : deux qualités/talents-clés, deux choses qui sont naturelles pour vous et que les gens remarquent souvent
Exemple : mon enthousiasme, ma créativité, mon esprit analytique,...
2. Écrivez deux façons de vous exprimer, d’interagir avec les autres, que vous préférez par-dessus tout.
Exemple : accompagner, défendre, donner des cours, soigner, écouter, analyser, travailler avec des gens/enfants/animaux, conseiller,...

3. Si vous pouviez faire un vœu, que souhaiteriez-vous améliorer dans le monde, que voudriez-vous accomplir dans le monde ? Quel serait votre idéal, votre vision pour notre société ? Quelle différence voudriez-vous faire ? Écrivez ce qui vous vient.

Exemple : contribuer à une économie durable, à un monde où chacun a ses chances, à un monde plus juste,...

4. Maintenant combinez le tout dans une phrase.

Exemple : « À travers mon enthousiasme et ma créativité, je transmets mon savoir à mes étudiants, afin que chacun d’eux devienne un citoyen éclairé et responsable de ses choix, ce qui rendra le monde meilleur ».

À partir de là, il vous appartiendra d’affiner, d’améliorer et de tester pour vous-même votre

« pourquoi » ainsi exprimé, jusqu’à ce que vous sentiez qu’il vous correspond parfaitement. Le test ultime étant, comme le propose Sinek, de pouvoir vous le tatouer sur le corps

Comment découvrir son « pourquoi », en tant qu’organisation ?

Les organisations ont-elles aussi un « pourquoi », une raison d’être et c’est, pour leurs membres, une très grande source de sens, de motivation et d’inspiration de le connaître. Il en va de même pour leurs partenaires et clients.

Ce « pourquoi » on le trouvera, en premier lieu, en interrogeant son/es fondateur/s.

Si ce n’est pas possible, plusieurs méthodes, participatives, permettront de le faire émerger, au sein de l’organisation, et de le formuler pour qu’il parle à tous.

Notre conseil

Vous l’aurez compris, cet article est une invitation chaleureuse et enthousiaste à mettre des mots sur votre « pourquoi », en tant qu’individu/professionnel et en tant qu’organisation.

Porteur de (votre) sens, il permet de poser avec davantage de justesse les innombrables choix qui se présentent à nous tous les jours. Plus généralement il nous invite à la cohérence, dans nos mots et nos actions, comme autant de preuves tangibles de ce qui nous anime et de ce qui compte pour nous.

Partagé, il donne une profondeur toute autre à nos relations et à nos collaborations.

Enfin, se (re)centrer sur notre « pourquoi » nous connecte à une source (intarissable !) de courage et de détermination car, comme le dit très bien Simon Sinek : « *Travailler pour quelque chose dont nous on se fiche s’appelle du stress. Travailler dur pour quelque chose que nous aimons s’appelle de la passion* »⁴.

4. « Working hard for something we don’t care about is called stress. Working hard for something we love is called passion ».