

DE **L'INTENTION** A **L'ACTION** !

Comment aller de l'endroit où vous êtes
à l'endroit où vous voulez être ?

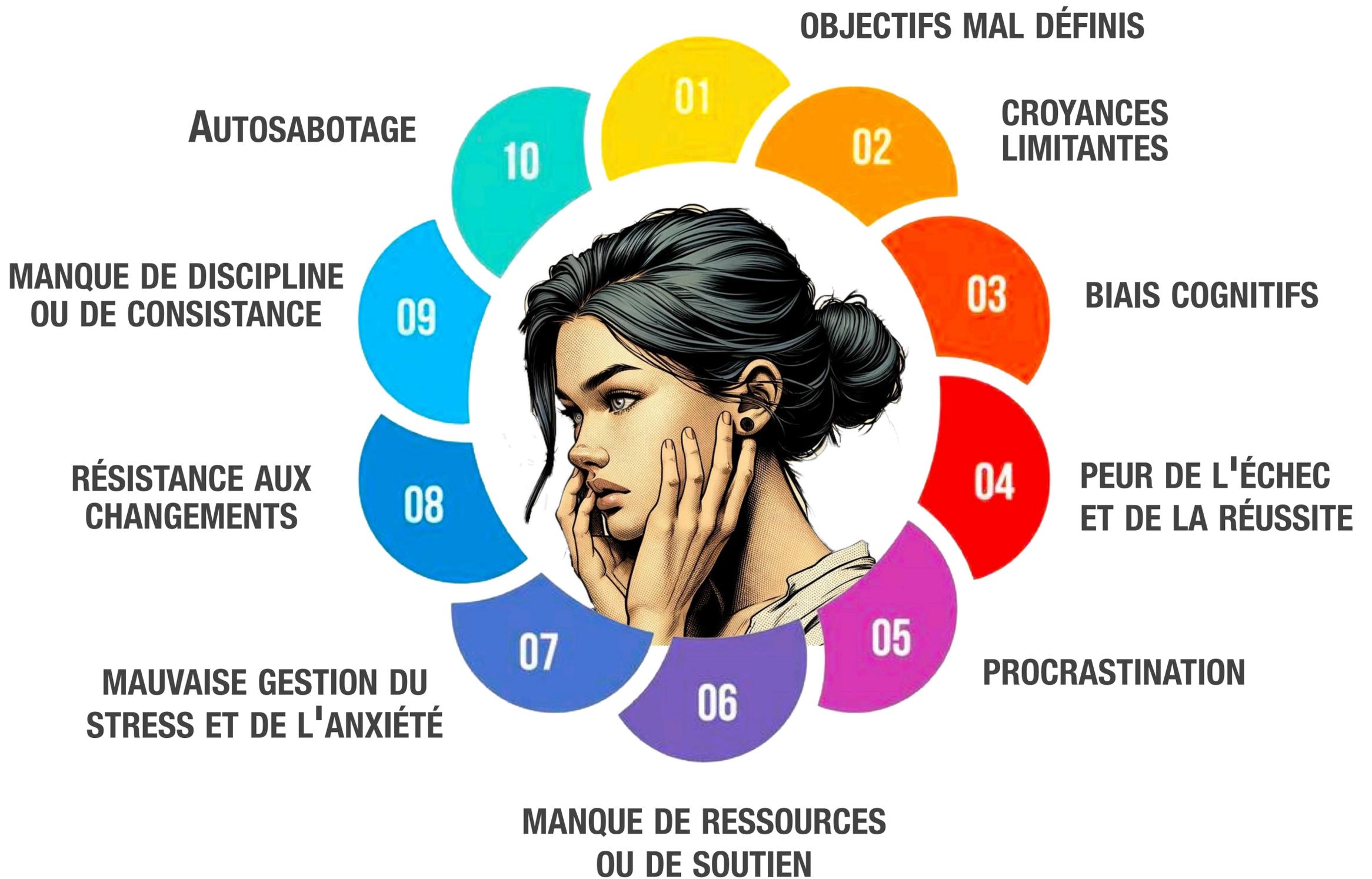
HMM, PEUT-ÊTRE
PAS CETTE ANNÉE...!



**CE QUI EST
IMPORTANT
POUR MOI !**

Gilles FAVRO - 2024

COMMENT ECHOUER A CHANGER ? ET NE PAS FAIRE CE QUI EST IMPORTANT POUR SOI !





QUELS SONT LES FACTEURS QUI LIMITENT LE PASSAGE A L'ACTION ?

BIAIS DE CONFIRMATION : favoriser, rechercher, ignorer ou minimiser des informations de manière à confirmer ses croyances ou hypothèses préexistantes. [1]

EFFET DE STATU QUO : préférer que les choses restent comme elles sont, même si cela implique de maintenir des comportements délétères. [2]

AVERSION A LA PERTE : tendance à préférer éviter les pertes plutôt qu'à acquérir des gains équivalents. [3]

BIAIS DE COUT IRRECUPERABLE : persister dans un comportement après avoir investi du temps, de l'énergie, ou des ressources dans ce comportement, même lorsque cela n'est pas logique ou bénéfique. [4]

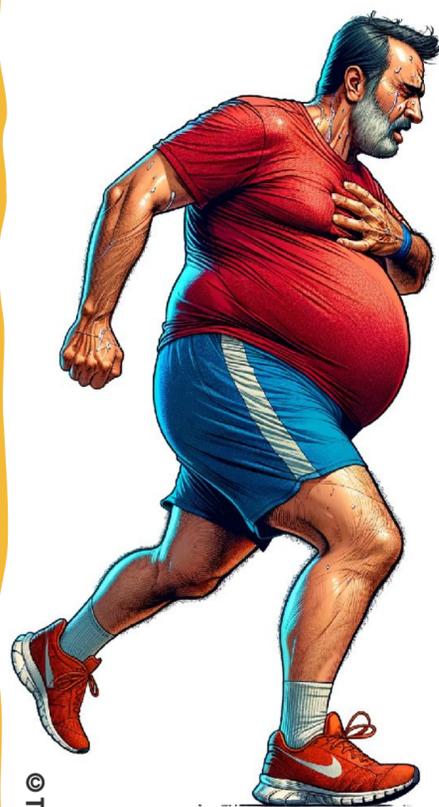
BIAIS D'ANCRAGE : tendance à s'appuyer fortement (s'ancrer) sur une information initiale lors de la prise de décision. [5]

EFFET D'EXPOSITION : tendance à développer une préférence pour une situation ou un contexte, simplement parce qu'ils sont familiers. [6]

BIAIS DE GROUPE : désir de conformité au sein d'un groupe social entraîne un processus de prise de décision irrationnel ou dysfonctionnel.



QUELLE-EST LA VRAIE RAISON POUR LAQUELLE LES GENS NE CHANGENT PAS ? [7]



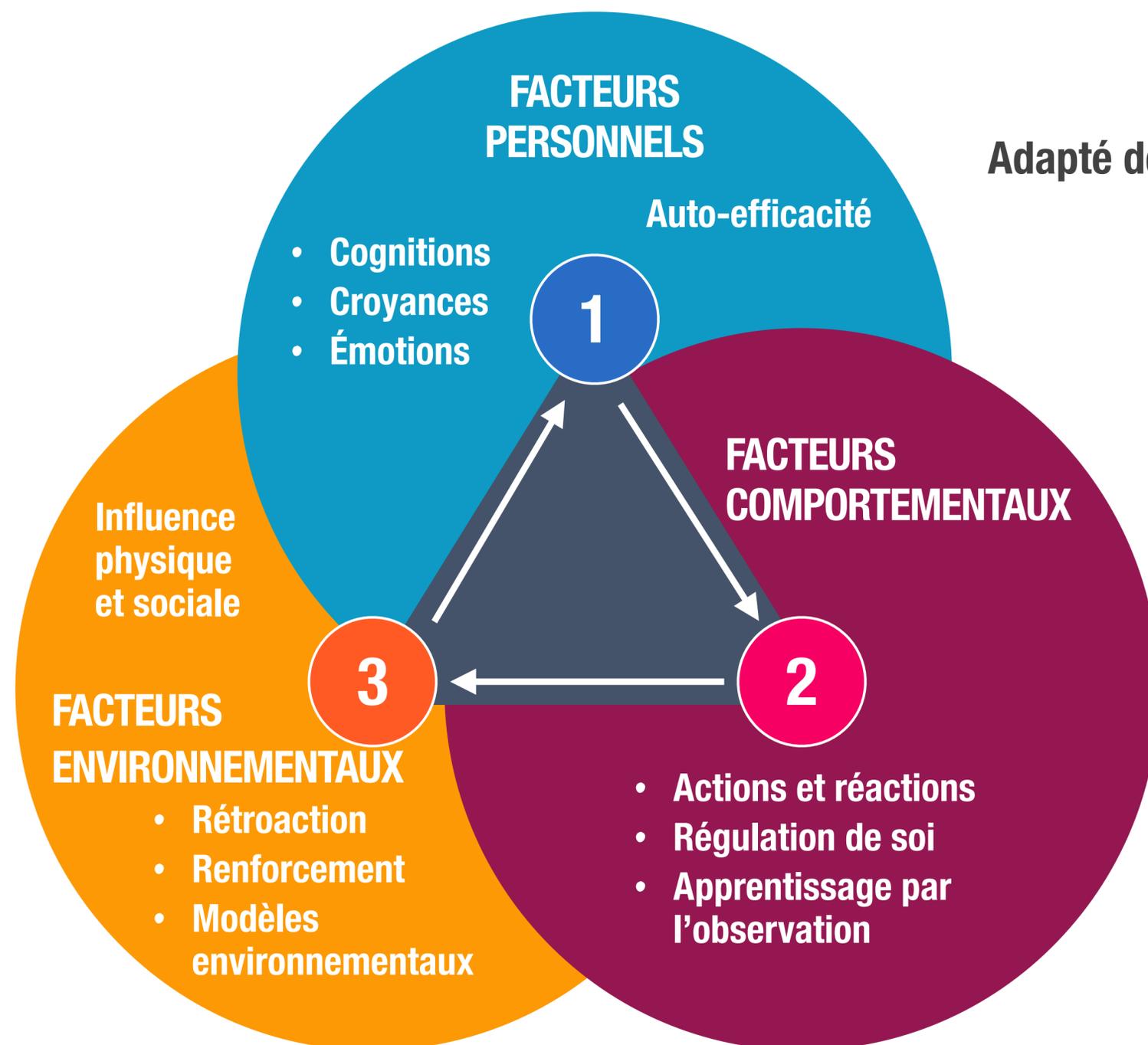
- 1** Changer implique une motivation à agir...!
La motivation est définie comme un processus interne qui stimule, dirige et maintient le comportement vers un objectif.
- 2** C'est l'anticipation de la RÉCOMPENSE qui incite à agir et fournit l'énergie nécessaire pour progresser en direction d'un but.
- 3** Lorsque le sujet passe à l'action, il prend conscience des EFFORTS qu'il lui faut consentir pour atteindre son objectif.
- 4** Au lieu de se concentrer sur la RÉCOMPENSE, il focalise son attention sur les EFFORTS à accomplir :
« Tous ces efforts en valent-ils la peine ? »

CHANGER : dépend de la réponse à cette question.

Il est difficile de persévérer lorsque les changements espérés tardent à se manifester.

QUAND LES INTENTIONS ONT-ELLES PLUS DE CHANCES D'ÊTRE TRADUITES EN ACTION ?

La théorie sociale cognitive [8], explique comment les individus apprennent et se comportent en interaction avec leur environnement. Elle repose sur le principe du déterminisme réciproque, qui postule que le comportement, les facteurs personnels (cognitifs et affectifs), et l'environnement interagissent et s'influencent mutuellement.



MODELE **TRANSTHEORIQUE** DU CHANGEMENT [9]

Adapté de Prochaska & DiClemente, 1982

01

PRÉCONTEMPLATION : « Je n'ai pas de problème ! »

Le sujet ne se sent pas concerné. Il n'envisage pas le changement, car il est seulement conscient des bénéfices de son comportement, sans en percevoir les coûts pour lui ou la société.

STRATÉGIES :

- Augmenter la prise de conscience des conséquences négatives du comportement actuel,
- des bénéfices potentiels du changement.
- Encourager une réflexion personnelle sur les impacts du comportement.

02

CONTEMPLATION : « Il y a un problème, MAIS...! »

Le sujet se sent concerné, mais il attribue la causalité de son problème à un contexte extérieur sur lequel il n'a pas la possibilité d'agir.

STRATÉGIES :

- Explorer l'ambivalence entre les coûts et les bénéfices potentiels du changement.
- Encourager l'évaluation des avantages et des inconvénients du changement.

03

DÉTERMINATION : « Oui, il faut que ça change ! »

Le sujet se sent prêt à changer. Il planifie le changement et se prépare à l'action.

STRATÉGIES :

- Encourager la définition d'objectifs SMART.
- Promouvoir de petits changements comme moyen de préparation pour de plus grands.

04

ACTION ENGAGÉE : « J'agis pour changer ! »

Le sujet s'engage dans le changement et teste de nouveaux comportements.

STRATÉGIES :

- Offrir un soutien continu et des encouragements.
- Reconnaître et célébrer les progrès, même mineurs.

05

CONSOLIDATION : Le sujet intègre le nouveau comportement dans son mode de vie et développe des stratégies pour faire face aux obstacles.

STRATÉGIES :

- Renforcer la confiance en sa capacité à maintenir le changement.
- Aider à planifier pour l'avenir et maintenir les changements de mode de vie.



8 QUESTIONS A SE POSER POUR INITIER LE CHANGEMENT

- Quels impacts ce comportement a-t-il sur ma vie ?
- Quels seraient les avantages à changer ?
- Quels obstacles me semblent les plus difficiles à surmonter ?
- Quelles sont les premières étapes à envisager ?
- Quelles stratégies mettre en œuvre pour faire face aux obstacles ?
- Comment maintenir ce nouveau comportement ?
- Qu'ai-je appris ?
- Comment soutenir ce changement dans le futur ?

« SI... ALORS... »

MODELE D'IMPLEMENTATION DU CHANGEMENT ! [10] [11]

Adapté de Gollwitzer & Sheeran, 2006.



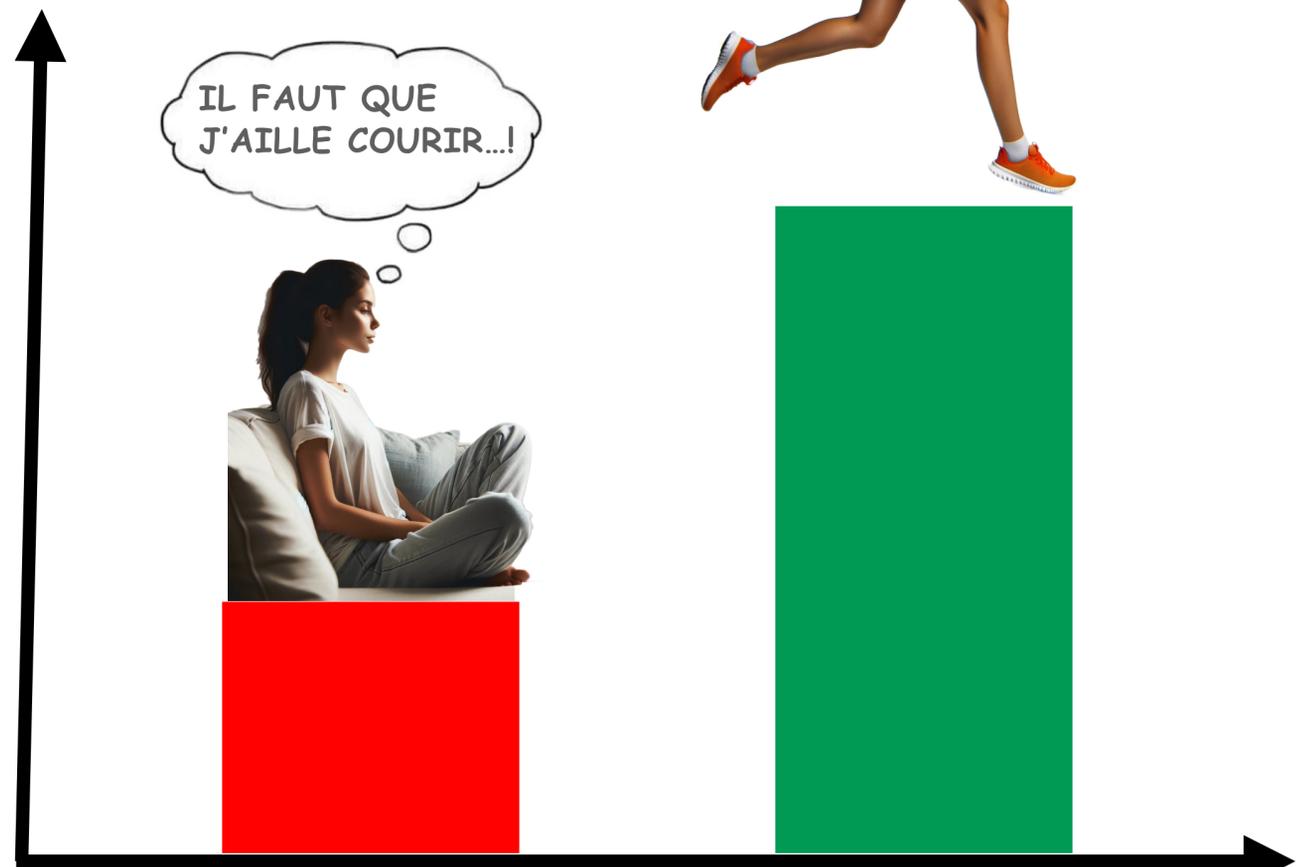
SI JE ME SENS FATIGUÉE OU PARESSEUSE, **ALORS** JE ME RAPPELLERAI POURQUOI JE VEUX COURIR ET JE METTRAI MES CHAUSSURES DE COURSE.

MON BUT EST DE COURIR 3 X PAR SEMAINE, 30 MIN À CHAQUE FOIS.



PROBABILITE DE REALISER UNE ACTION ?

IL FAUT QUE J'AILLE COURIR...!



A QUEL POINT VOTRE PLAN EST-IL CONCRET ?



Praticien, chercheur, auteur, conférencier.

Mon travail, qui illumine mes journées, consiste à identifier, comprendre et faire évoluer les comportements humains.

Chaque semaine, je vous apporte de robustes connaissances issues des sciences cognitives, science comportementale contextuelle, sciences affectives et sociologie des organisations, pour vous aider à mieux comprendre les comportements humains au travail.

Pour ne rien manquer de mes publications, suivez-moi sur  et n'hésitez pas à m'inviter dans votre réseau.

Si vous souhaitez soutenir mon travail, merci de  et .