

Six Manières de Clarifier les Valeurs

Le Capitaine

Demandez à votre client d'identifier les valeurs qui se sont manifestées au cours de la visualisation concernant le Capitaine.

« Je remarque que lorsque vous parlez du voyage intérieur, la nature et l'océan jouent un grand rôle. Quelle est votre valeur qui s'exprime ainsi ? » ou « Allons demander à La Montagne quelles sont ses valeurs primordiales ».

Une Expérience Mémorable

Demandez à votre client de décrire une expérience mémorable et soyez attentif aux valeurs qui apparaissent dans l'histoire. Pour un complément d'explications, consultez le paragraphe

« Découverte des valeurs de votre client », module « Les Fondamentaux », dans le Hub d'apprentissage.

Des Valeurs Réprimées

Ce qui nous met en colère, nous frustre ou nous fâche est souvent quelque chose qui est contraire à une valeur essentielle. En d'autres termes, c'est une valeur qui est réprimée. La clef consiste à faire remarquer au client que la plupart des énervements sont des indicateurs de valeurs réprimées.

Par exemple, se trouver dans des embouteillages entre son lieu de travail et sa maison est frustrant pour votre client. Il devient irrité et en colère. Lorsqu'on lui demande ce qui le met en colère, le client répond « Je n'ai plus le contrôle, je suis piégé ». Alors le coach dit, « Si nous retournons cela (regardez de l'autre côté) il semblerait que vous ayez une valeur de liberté. N'est-ce pas ? »

Des Valeurs Invisibles

Ces valeurs sont invisibles pour le client. Ces valeurs sont honorées naturellement, le client n'y pense donc pas beaucoup. À cause de leur invisibilité, il sera peut-être difficile pour le client de les repérer. En tant que coach, observez vos clients : sont-ils méthodiques et cohérents ? Est-ce que leur manière de s'habiller est créative ? Est-ce qu'ils respectent leur engagement par rapport à vous ? Tous ces éléments constituent l'expression des valeurs du client.

L'Indispensable

Demandez au client de regarder ce qui lui est indispensable dans sa vie. Au-delà de la nourriture, d'un logement et de son entourage, que faut-il dans la vie des clients pour leur donner un sentiment d'épanouissement. L'aventure ? Avoir un partenaire ? L'accomplissement ? La nature ?

L'Expression Obsessionnelle

Nous sommes tous capables de comportement obsessionnel – vouloir à tout prix honorer une valeur comme si c'était une exigence. Par exemple, tout, jusqu'à la perfection, doit être à sa place. Lorsque nous insistons sur quelque chose – nous le faisons à ma manière ou bien pas du tout – il est probable qu'il y a là une valeur qui est exprimée à l'extrême. Demandez au client de rechercher des valeurs qu'il pousse peut-être à l'extrême. Le feedback de la part d'amis ou de la famille peut être une autre source de renseignement. Votre client entend, par exemple, souvent dire : « Tu es si directif. Tu accapares toute l'attention. » Ces déclarations peuvent indiquer une valeur de leadership ou de reconnaissance.