

Le Pouvoir du Choix

Les gens pensent bien trop souvent qu'ils n'ont pas le pouvoir de choisir, que ce sont les circonstances de leur vie qui décident du résultat. Le travail, les voyages d'affaires, un petit salaire, les responsabilités parentales, le manque de temps, ceci, cela... et la liste n'en finit plus de s'allonger. Regardez toutes ces circonstances ! Et lorsque nous le faisons, nous avons souvent le sentiment d'être impuissants à agir différemment ou à changer. Notre vision s'est rétrécie, elle est tellement étroite que nous nous laissons mener par les circonstances et nous ne voyons plus ce qui est possible.

La Conséquence de la Grande Décision en est une variation qui ôte toute possibilité de choix par rapport aux autres actions. Par exemple, « J'ai choisi de me marier, donc... » ou « J'ai dit que j'acceptais d'être bénévole, donc... » ou « Je voulais obtenir cette promotion, donc... ». C'est comme si nous abandonnions tout pouvoir de choix lorsque nous avons fait le « Grand Choix ». Il nous faut maintenant en subir les conséquences. La vérité, c'est que « il faut » n'existe pas. Seul le choix existe. Nous ne sommes pas les victimes des circonstances, ou de notre passé, ou de notre jugement sur nous-même. Nous pouvons toujours choisir le point de vue, la perspective que nous prenons, pour toutes les circonstances de notre vie. Par exemple, si je viens d'être licencié de mon travail, je peux dire que la société est stupide de m'avoir jeté dehors et « Oh, pauvre moi ! » ou je peux dire que je suis une personne pleine de ressources qui peut affronter les défis de la vie.

Choisir consciemment semble tellement évident, et pourtant, c'est tellement essentiel. Afin d'avoir la vie qu'ils désirent, les clients doivent choisir et savoir qu'ils ont choisi. Il s'agit de vivre de manière consciente. Le choix contient une action – tout au moins une action intérieure – Cette action intérieure consiste à devenir conscient de la manière dont nous faisons nos choix. Pour que le choix soit intentionnel et proactif plutôt qu'habituel et réactif, pour créer ce choix conscient, amenez vos clients à être en connexion avec leur Capitaine et son Équipe pour les aider à faire le choix. Soyez en contact avec la mission de vie de votre client pour voir si ce choix est adéquat. Ce niveau de choix conscient a un niveau de réalité et de sens qui permet à ce choix d'être résonnant.

Les choix résonnants peuvent ne pas paraître toujours bons, même lorsqu'ils s'appuient sur le fait d'honorer les valeurs et qu'ils sont alignés avec votre mission de vie. Parfois ils sont même assez difficiles. Par exemple, une famille peut choisir de déménager dans une autre ville pour un changement de travail parce que celui-ci honorera tant de valeur et il sera si pleinement en alignement avec la mission de vie et les valeurs, mais il est difficile pour vos enfants de changer de ville et d'école.

Le choix conscient fait que nos actions sont pleines de sens quelles que soient leurs difficultés.