

Demander de l'aide (Ask for Help)

Comme c'est un gros travail que d'introduire une nouvelle idée dans une organisation, recherchez des personnes ou des ressources pour vous aider dans votre effort.

L'effort pour introduire une nouvelle idée dans une organisation est trop important pour une seule personne, en particulier un nouveau venu qui ne connaît pas les ficelles du métier.

Demandez si d'autres personnes comme vous peuvent vous aider en cas de besoin. Ne le faites pas tout seul.

Le Grand Choc (Big Jolt)

Pour rendre plus visible l'effort de changement, invitez une personne influente dans votre organisation pour discuter de votre idée.

Vous avez réalisé un certain nombre d'activités pour rendre visible votre nouvelle idée au sein de votre organisation, mais à un moment donné vous avez besoin d'attirer plus d'attention sur l'effort nécessaire.

Prenez des dispositions pour qu'une personne influente puisse parler de la nouvelle idée et en faire une présentation à votre organisation.

Faiseur de Liens (Bridge-Builder)

Associez ceux qui ont accepté l'idée à ceux qui ne l'ont pas accepté.

Les gens n'écoutent pas aisément la personne qu'ils ne connaissent pas ou en qui ils n'ont pas confiance, même le partisan le plus enthousiaste.

Demandez l'aide d'Adopteurs Précoces, Connecteurs, ou des Gourous qui ont déjà adopté l'innovation. Présentez-les à des gens qui ont des intérêts semblables aux leurs et encouragez-les à discuter de leur point de vue sur l'utilité de l'innovation.

Plateau Repas (Brown Bag)

Utilisez le temps du déjeuner pour fournir un cadre agréable et décontracté pour entendre parler de la nouvelle idée.

Les gens sont souvent trop occupés pour assister à des réunions optionnelles tenues au cours des heures de travail.

Tenez la réunion en milieu de journée et inviter les participants à apporter leur propre déjeuner.

Champion Sceptique (Champion Skeptic)

Demandez de l'aide à des leaders d'opinion, qui sont sceptiques au sujet de votre nouvelle idée, à jouer le rôle de "sceptique officiel". Utilisez leurs commentaires pour améliorer vos efforts, même si vous n'avez pas changé leur avis.

Certains résistants à la nouvelle idée sont des leaders d'opinion forts de votre organisation.

Demandez l'aide d'un leader d'opinion sceptique pour jouer le rôle de "sceptique officiel" ou "réaliste officiel".

Connecteur (Connector)

Pour vous aider à passer le mot à propos de l'innovation, demandez l'aide de personnes ayant des liens avec de nombreuses personnes dans l'entreprise.

Votre organisation est trop grande pour que vous communiquiez personnellement avec tout le monde.

Demandez de l'aide pour passer le mot à propos de l'innovation à ceux qui connaissent et communiquent avec beaucoup de personnes dans votre organisation.

Ange d'Entreprise (Corporate Angel)

Pour vous aider à aligner l'innovation avec les objectifs de l'organisation, obtenez le soutien d'un cadre de haut niveau.

Le soutien de la direction locale permettra d'obtenir de l'attention et des ressources pour la nouvelle idée, mais vous avez besoin de soutien de haut niveau pour avoir un impact plus durable.

Obtenez le soutien d'un cadre de haut niveau ayant un intérêt particulier à la nouvelle idée et qui donnera des orientations et des ressources pour les réaliser.

Politique de couloir (Corridor Politics)

Travaillez de manière informelle avec les décideurs et les personnes d'influence avant un vote important afin de vous assurez qu'ils comprennent bien les conséquences de leur décision.

Il est difficile d'aborder les préoccupations de l'ensemble des décideurs quand une nouvelle idée émerge en réunion.

Travaillez de manière non formelle avec les décideurs et les personnes d'influence seul à seul avant le vote. Essayez d'obtenir l'approbation de tous ceux qui peuvent voter contre.

Champion Dédié (Dedicated Champion)

Pour augmenter votre efficacité à introduire votre nouvelle idée, plaidez pour que la charge de travail associée fasse partie de votre description de poste.

En effet l'introduction d'une nouvelle idée dans toute organisation est trop de travail pour un bénévole.

Plaidez pour que l'initiative au changement fasse partie intégrante de votre description de poste.

Apporter à Manger (Do Food)

Faire d'une réunion ordinaire un événement spécial en y incluant de la nourriture.

Habituellement, une réunion est juste un autre événement ordinaire, impersonnel.

Apporter de la nourriture lors de la réunion.

e-Forum (e-Forum)

Mettez en place un bulletin électronique, liste de diffusion, liste de diffusion, ou un site Web accessible en écriture pour ceux qui veulent en savoir plus.

Vous avez besoin d'initier et de maintenir un contact régulier avec des personnes qui pourraient être intéressées par votre nouvelle idée.

Créez un forum électronique accessible au public et interactif. Diffusez son existence. Faites-le vivre, rendez le actif et en

Adopteurs Précoces (Early Adopter)

Gagnez le soutien des personnes qui peuvent être des leaders d'opinion pour la nouvelle idée.

Pour augmenter l'impact d'une nouvelle idée dans une organisation, l'intérêt doit se prolonger au-delà du premier groupe de supporters.

Recherchez les leaders d'opinion dans votre organisation et sollicitez leur aide.

Majorité précoce (Early Majority)

Pour que votre organisation adhère à la nouvelle idée, vous devez convaincre la majorité.

Le soutien des Innovateurs et des Adopteurs Précoces aidera à diffuser la nouvelle idée dans l'organisation, mais il faut beaucoup plus pour vraiment avoir un impact.

Développez le groupe qui a adopté la nouvelle idée rapidement pour inclure la majorité la plus délibérée qui permettra à l'idée d'établir une forte présence dans votre organisation.

Evangéliste (Evangelist)

Pour commencer à introduire la nouvelle idée dans votre organisation, faites tout votre possible pour partager votre passion pour elle.

Vous voulez introduire une nouvelle idée dans votre organisation, mais vous ne savez pas par où commencer.

Pour introduire une nouvelle idée dans votre organisation, laissez votre passion pour cette nouvelle idée vous conduire.

Validation Externe (External Validation)

Pour augmenter la crédibilité de la nouvelle idée, apportez des informations provenant de sources externes à l'organisation.

Avant d'être persuadé d'accepter une nouvelle idée, les gens veulent avoir l'assurance que l'idée est valable en dehors de l'organisation.

Donnez aux gens de l'organisation des sources externes d'informations utiles sur la nouvelle idée.

Sans Peur (Fear Less)

Tournez la résistance à la nouvelle idée à votre avantage.

Toute innovation est perturbante, la résistance est probable.

Demandez l'aide de Résistants.

Identité de Groupe (Group Identity)

Donnez une identité à l'effort de changement pour aider les personnes à reconnaître qu'il existe.

Il est plus difficile d'introduire une nouvelle idée quand les gens ne sont pas conscients que l'effort qu'il suscite.

Donnez une identité à l'effort de changement.

Gourou Avec Vous (Guru on Your Side)

Obtenez l'appui de gens de haut niveau qui sont estimés par les membres de l'organisation.

Les membres d'une organisation peuvent être réticents à à une nouvelle idée si elle n'a pas le soutien de collègues qu'ils respectent.

Obtenez le soutien de gourous, personnes expérimentées et de haut niveau qui sont à la fois respectés par les managers et par les non managers.

Revue du Gourou (Guru Review)

Rassemblez tous les Gourous Avec Vous et d'autres collègues intéressés dans l'évaluation de la nouvelle idée pour les managers et autres développeurs.

Certains managers et développeurs sont favorables, mais d'autres sont réticents à rejoindre l'idée jusqu'à ce qu'ils aient une certaine assurance que c'est une idée intéressante.

Rassemblez une équipe de gourous respectés dans l'organisation afin d'évaluer la nouvelle idée.

Histoire Locale (Hometown Story)

Pour aider les gens à voir l'utilité de la nouvelle idée, encouragez ceux qui l'ont appliquée avec succès de partager leurs histoires.

Les personnes n'ayant pas encore utilisé la nouvelle idée ne savent pas forcément que d'autres l'ont fait avec succès.

Encouragez les individus à partager leurs expériences de la nouvelle idée lors de sessions informelles et hautement interactives.

Dans votre Espace (In Your Space)

Gardez la nouvelle idée visible en plaçant des rappels dans votre organisation.

Si les personnes ne sont pas informées, ils risquent d'oublier l'idée

Publiez de l'information au sujet de la nouvelle idée dans votre organisation, où les gens sont susceptibles de la voir et d'en discuter.

Innovateur (Innovator)

Lorsque vous commencez l'initiative de changement, demandez l'aide de collègues qui aiment les idées nouvelles.

Il faut des gens pour lancer l'idée nouvelle dans votre organisation.

Trouvez des gens qui sont prompts à adopter de nouvelles idées. Parlez-leur de l'innovation et demandez leur aide pour en susciter l'intérêt dans l'organisation.

Embarquez Tout le Monde (Involve Everyone)

Pour qu'une nouvelle idée réussisse dans une organisation, tout le monde devrait avoir la possibilité de soutenir l'innovation et d'apporter sa propre contribution.

Lorsque l'on demande de l'aide, on a parfois tendance à en faire trop. Certains, en particulier ceux qui ne voient pas la valeur de l'idée nouvelle, peuvent penser que vous faites "votre spectacle."

Faites savoir que tout le monde est le bienvenu pour participer à l'effort de changement. Impliquez les personnes provenant d'autant de groupes aussi différents que possible: managers, support administratif et technique, marketing et formation.

Faites-Le (Just Do It)

Pour se préparer à passer le mot à propos de la nouvelle idée, utilisez-la dans votre propre travail pour en découvrir ses avantages et ses limites.

Vous n'avez aucune expérience de cette innovation, juste de bonnes idées qui pourraient fonctionner. Vous croyez que l'innovation peut aider l'organisation, mais vous n'en êtes pas sûr.

Rassemblez des informations de première main sur les avantages et les limites de l'innovation en l'intégrant dans votre travail quotidien.

Juste Assez (Just Enough)

Pour faciliter l'introduction des concepts plus difficiles d'une nouvelle idée, donnez une brève introduction, puis donnez davantage de renseignements lorsque les gens sont prêts.

Des concepts difficiles et complexes peuvent submerger les novices.

Lors de l'introduction de la nouvelle idée, concentrez-vous sur l'essentiel et fournissez une brève description des concepts les plus difficiles. Vous donnerez d'avantage d'information quand les gens seront prêts.

Juste Dire Merci (Just Say Thanks)

Pour montrer votre reconnaissance, dites "Merci" de manière la plus sincère possible à tous ceux qui vous aident.

Les gens se sentent incompris quand ils travaillent dur et que personne ne le remarque ou s'en soucie.

Trouvez tous ceux qui vous ont aidé et dites leur merci de manière la plus sincère possible.

Sponsor Local (Local Sponsor)

Demandez l'aide de votre premier niveau de management. Quand votre patron supporte votre effort pour introduire l'idée nouvelle, vous en serez encore plus efficace.

Vous avez besoin d'attention et de ressources pour la nouvelle idée.

Trouvez un manager de première ligne pour soutenir votre nouvelle idée, dans l'idéal, votre patron.

Emplacement, Emplacement, Emplacement (Location, Location, Location)

Pour éviter les interruptions perturbant le déroulement d'un événement, essayez de tenir ces événements importants hors site.

Lorsque vous organisez des événements dans les locaux de l'organisation, les participants peuvent facilement être distraits par leurs obligations professionnelles proches.

Organisez des événements importants d'une demi-journée ou plus, hors site mais à proximité.

Mentor (Mentor)

Lorsqu'un projet veut se lancer dans la nouvelle idée, ayez quelqu'un qui la comprend et peut aider l'équipe.

Les gens veulent utiliser la nouvelle idée sur leur projet mais ne savent pas par où commencer.

Trouvez un consultant externe ou interne ou un formateur pour offrir du mentorat et du retour d'expérience tandis que les membres du projet mettent en place l'innovation.

Prochaines Etapes (Next Steps)

Prenez le temps avant la fin d'un événement concernant l'idée nouvelle, pour identifier ce que les participants peuvent faire par la suite.

Une présentation dans une classe de formation ou un autre événement peut laisser les participants incertains sur ce qu'il faut faire avec ce qu'ils ont appris.

Prenez le temps en fin de présentation pour réfléchir et discuter de la façon dont les participants peuvent appliquer ce qu'ils ont appris.

Touche Personnelle (Personal Touch)

Pour convaincre les gens de la valeur d'une nouvelle idée, montrez comment cela peut être personnellement utile et précieux pour eux.

Des présentations et des formations éveilleront la curiosité et un certain intérêt pour la nouvelle idée, mais vous devez faire plus – pour la plupart des gens, les vieilles habitudes ne mourront pas sans effort.

Parlez avec des personnes sur la manière dont l'idée nouvelle peut être personnellement utile et précieuse pour elles.

Califourchon (Piggyback)

Lorsque vous êtes confrontés à plusieurs obstacles dans votre stratégie d'introduire quelque chose de nouveau, cherchez un moyen de vous greffer sur une pratique existante dans votre organisation.

Plusieurs procédures ou obstacles sont à franchir pour mettre en place votre nouvelle idée, et vous êtes à la recherche d'un moyen plus facile.

Faites porter l'idée nouvelle à « califourchon » sur une pratique bien acceptée dans l'organisation.

Semez les Graines (Plant the Seeds)

Pour susciter l'intérêt, apportez des supports d'information (graines) et affichez les (semez) quand l'occasion se présente.

Vous voulez susciter un intérêt certain à la nouvelle idée.

Apportez des supports d'information lors d'événements au sujet de la nouvelle idée. Posez-les là où les gens sont susceptibles de les prendre et de les regarder.

Le Bon Moment (The Right Time)

Prenez le temps en considération lorsque vous planifiez des événements ou lorsque vous demandez l'aide aux autres.

Quand les gens sont face à des échéances et ont trop à faire, ils ont tendance à se concentrer sur les choses qui les intéressent plutôt que d'accomplir les tâches nécessaires et respecter les délais.

Soyez conscients des moments où les gens sont susceptibles d'être plus occupés. Planifiez des événements et des demandes d'aide en dehors de ces moments.

Audience du Roi (Royal Audience)

Prenez des dispositions pour que la direction et les membres de l'organisation passent du temps avec un visiteur du Grand Choc.

Vous voulez tirer le meilleur parti de la visite d'un personnage célèbre.

Utilisez les heures de loisir, de repas du midi ou du soir, avant et / ou après une présentation en vedette, pour rendre le visiteur disponible pour les équipes, les individus ou les managers.

Une Epaule pour Pleurer (Shoulder to Cry On)

Pour éviter de vous décourager trop quand les choses deviennent difficiles, trouvez des occasions d'échanger avec d'autres personnes qui elles aussi luttent pour introduire une nouvelle idée.

Quand vous luttez pour introduire une nouvelle idée, il est facile de se décourager.

Rencontrez régulièrement d'autres personnes qui travaillent aussi à introduire une nouvelle idée ou qui sont intéressées par la démarche.

Les Petits Succès (Small Successes)

Pour éviter d'être écrasé par les défis et tout ce que l'on doit faire quand on est impliqué dans un effort de changement au niveau d'une organisation, célébrez tous les succès, même les plus petits.

Tout effort de changement au niveau d'une organisation a ses hauts et ses bas. C'est un processus difficile.

Comme vous poursuivez vos efforts Pas après Pas, prenez le temps de reconnaître et célébrer les succès, en particulier les plus petits.

Le Parfum du Succès (Smell of Success)

Quand vos efforts produisent des résultats positifs visibles, les gens surgiront d'un peu partout pour vous parler. Considérez cette opportunité comme l'occasion d'enseigner.

Quand vous commencerez à avoir du succès, de nouvelles personnes vous questionneront sur l'innovation.

Quand les gens veulent parler des succès qu'ils ont vus issus de l'innovation, profitez-en pour leur exposer l'idée.

Rester en Contact (Stay in Touch)

Quand vous avez acquis le support d'acteurs clés, ne les oubliez pas et faites en sorte qu'ils ne vous oublient pas.

Vos soutiens les plus importants ont trop de chose à penser et risquent d'oublier la nouvelle idée.

Restez en contact avec vos supporteurs clés.

Un pas à la fois (Step by Step)

Diminuez votre frustration devant l'ampleur de la tâche de changer l'organisation en faisant un pas à la fois vers votre but.

Vous vous demandez quel devrait être votre plan pour introduire la nouvelle idée dans votre organisation.

Utilisez une approche incrémentale dans votre initiative de changement, avec des buts à court terme, en gardant votre vision à long terme.

Groupe d'Etude (Study Group)

Formez un petit groupe de collègues qui cherchent à explorer et approfondir un sujet spécifique.

Vous ne disposez peut être que de peu d'argent pour une formation formelle sur le sujet spécifique.

Formez un groupe d'au maximum huit collègues qui cherchent à explorer et approfondir un sujet spécifique.

Rester en Mouvement (Sustained Momentum)

Adoptez une approche proactive pour ce qui est d'entretenir l'intérêt porté à la nouvelle idée dans l'organisation.

Tout ce qui est à faire par ailleurs peut vous tenter de repousser un peu l'introduction de la nouvelle idée. Mais cela peut faire perdre l'intérêt que vous et les autres lui portez.

Adoptez une approche proactive pour ce qui est d'entretenir l'intérêt porté à la nouvelle idée dans l'organisation. Effectuez une petite action chaque jour, même si elle vous semble insignifiante, pour vous rapprocher petit à petit de votre but.

Sur Mesure (Tailor Made)

Pour convaincre certaines personnes dans l'organisation de ce qu'elles peuvent gagner à adopter une idée nouvelle, adaptez votre message aux besoins de l'organisation.

Des individus peuvent être intrigués par des idées intéressantes, mais pour avoir un impact sur une organisation entière, l'idée doit être un peu plus qu'intéressante.

Adaptez votre message sur les innovations aux besoins de l'organisation.

Testez la température de l'eau (Test the Waters)

Quand une nouvelle opportunité se présente, demandez-vous s'il est opportun d'utiliser des paterne de ce langage et évaluez les résultats.

Quand vous apprenez quelque chose de nouveau, vous vous demandez si l'organisation est prête pour l'adopter.

Choisissez un paterne ou deux de cette collection, utilisez-les et évaluez le résultat.

Du temps pour faire le point (Time For Reflection)

Pour apprendre du passé, prenez le temps d'évaluer, à intervalles réguliers, ce qui fonctionne bien et ce qui devrait être fait différemment.

Nous faisons continuellement les mêmes hypothèses et les mêmes erreurs basées sur ces hypothèses.

Quelle que soit votre activité, faites des pauses pour réfléchir à ce qui se passe bien et à ce que vous devriez faire différemment.

Souvenir (Token)

Pour faire vivre une idée dans la mémoire d'une personne, distribuez des souvenirs qui pourront être identifiés avec le sujet que vous introduisez.

Les gens peuvent être enthousiastes sur un sujet quand ils en entendent parler pour la première fois, mais l'enthousiasme s'estompe quand le lendemain ils oublient ce qui leur avait plu aujourd'hui.

Distribuez de petits souvenirs qui vont rappeler la nouvelle idée à votre auditoire.

Galop d'Essai (Dry Run)

Quand l'organisation ne veut pas s'engager sur une nouvelle idée, suggérez qu'elle l'expérimente sur une période courte et qu'elle examine les résultats.

Certaines personnes dans l'organisation vont exprimer un flot continu d'objections à la nouvelle idée. Il est extrêmement fastidieux, voire impossible, de vouloir rassurer tout le monde avant l'adoption de la nouvelle idée.

Suggérez que l'organisation, ou une partie de l'organisation essaye la nouvelle idée pour une durée de temps limitée, dans le cadre d'une expérimentation.

Chuchoter dans l'oreille du Général (Whisper in the General's Ear)

Il est parfois difficile de convaincre un manager lors d'une réunion devant d'autres personnes, rencontrez-le en privé pour aborder certains sujets.

Les managers qui sont contre votre idée ont le pouvoir de bloquer vos efforts.

Organisez un meeting en tête à tête avec le manager pour aborder ses préoccupations sur l'innovation et son introduction dans l'entreprise.

Ces patronnes sont traités dans:

Fearless Change
Patterns for Introducing New Ideas
Mary Lynn Manns, Ph.D., Linda Rising, Ph. D.
©2005 Pearson Publishing ISBN 0-201-74157-1

J'ai converti ces patronnes dans ce format pour que je puisse les imprimer sur des cartes 3x5 (Avery 5388) et pour que je puisse les parcourir et les voir chaque fois que j'ai un peu de temps.

Si vous n'avez pas le livre, achetez-le. Si vous avez le livre et ne l'avez pas lu, faites-le maintenant. Le livre contient des documents de référence ne figurant pas dans ces cartes. don@donaldegray.com

Notes et Informations des traducteurs :

Il n'a pas toujours été facile de traduire les patronnes, notamment leur nom. L'anglais se prêtant plus facilement à des noms courts et percutants, approche plus facile pour leur mémorisation.

N'hésitez pas à nous remonter vos remarques et commentaires.

Laurent Carbonnaux : laurent.carbonnaux@gmail.com
Pierre Fauvel : pierre.fauvel@gmail.com