Explorer les options

Très souvent, lorsque nous cherchons des solutions, nous nous montrons frileux, voire dogmatiques. Nous fonctionnons un peu comme si, à un problème donné, ne correspondait qu’une seule solution.

L'idée de cette étape est de connecter le client à la partie de lui qui est créative,

joueuse, intuitive, et ce, dans le but de l'amener à trouver des solutions inattendues.

La phase d'option n'a pas pour but d'isoler la bonne réponse, mais d'établir une liste de toutes les alternatives, de toutes les possibilités qui s'offrent à la personne.

C'est ici la quantité que l'on vise plutôt que la qualité ou la viabilité de chaque option.

Il s'agit d'élargir au maximum la base des possibilités parmi lesquelles nous pourrons choisir les différentes composantes de l'action à entreprendre.

Si nous nous laissons entraver dans cette collecte par les préjugés, l'autocensure et les obstacles, nous risquons de laisser passer des idées potentiellement précieuses et nous limiterons inutilement notre choix.

Le rôle du coach

Il va amener son client à formuler le plus grand nombre d’options possibles. Pour y parvenir, il va créer un environnement sécurisant et ludique.

Toutes les propositions, même les plus fantaisistes, seront notées pour le cas où elles contiendraient en germe une idée ou un intérêt pour l'objectif poursuivi.

Les préjugés négatifs

Nous vivons avec une foule de préjugés dont nous avons à peine conscience. Ces présupposés négatifs se révèlent être de redoutables obstacles à notre recherche de solutions créatives dans tous les aspects de notre vie.

Quelques exemples de préjugés négatifs :

C'est impossible, cela ne se fait pas !

Personne n'a jamais fait comme cela !

Ils n'accepteront jamais !

Cela coûterait trop cher !

Cela prendrait trop de temps !

Si c'était une bonne idée, d'autres y auraient pensé.

Notez que ces formulations impliquent une vision négative, un renoncement. Le coach peut intervenir pour ouvrir la vision de son client plutôt que de laisser ses préjugés la restreindre.

Exemples :

Que se passerait-il si….:

- vous aviez un budget suffisant ?

- vous aviez plus de personnel ?

- vous connaissiez la réponse ? Quelle serait-elle ?

- il n'y avait pas d'obstacle, que feriez-vous ?

Ce genre de questions permet de contourner momentanément la censure de l'esprit

rationnel et de laisser s'exprimer des idées plus créatives. Les obstacles sembleront

peut-être alors moins insurmontables qu'ils ne l'avaient d'abord paru.

Quand on dispose d'une liste assez complète, la meilleure option sera peut-être une

combinaison de plusieurs idées.

Le coach doit-il suggérer des options ?

Que devez-vous faire si vous possédez un savoir, une expérience ou des compétences spécifiques dans le domaine traité et que votre client ne découvre pas ce qui, à ses yeux, est la solution la plus évidente ? Pouvez-vous intervenir sans porter atteinte au sentiment de liberté ou de responsabilité de votre client ?

Vous pouvez proposer une ou deux autres solutions si le client le désire.

Pour vous en assurer et avant de suggérer des options, demandez-lui : veux-tu que je te suggère une option ?

La fin de la recherche d’options

À la fin de cette phase de recherche des options, il est important de dresser une liste des possibilités et de les hiérarchiser par ordre d'importance.

Enclenchez alors sur l'étape du Plan d'action.