

# ADMINISTRER ET MODERER UN GROUPE DE MEMBRES



## Les rôles de chacun

Si les rôles de chacun des membres ne sont pas définis, voilà ce qu'il pourrait se passer :

- Seul l'administrateur du groupe prend la parole
- Aucune décision n'est prise
- On s'éloigne régulièrement du sujet , cela crée des discordes et aucun avancement constructif.

## Comment faire pour que les échanges ne soient pas concentrés sur un seul individu et que les décisions soient prises ?

Il est essentiel de déterminer la contribution de chaque membre du groupe et de favoriser le dialogue et la communication.

1. Système de rôles pouvant être défini à la création d'un groupe (les rôles sont différents des rôles d'experts).

## Les rôles sont les suivants :

- **Un modérateur** : généralement le pilote du “Thème”, “de la Commune”, “des revendications”

Il prépare ses sujets, ses articles, s’assure que le sujet est traité, etc.  
Assure la sérénité des débats, redirige les citoyens vers des liens pertinents.

**Type de communication : Enthousiaste (Relation + Agir sur)** : il communique beaucoup, il cherche à convaincre, il fait part de son ressenti, la convivialité peut prendre le pas sur les convenances

- **Un “pousse décision”** : cette personne est présente pour faire avancer le sujet. Il est là pour alerter dans le cas où les sujets dérivent, ou la réglementation des groupes est enfreinte, il pousse à la réflexion par des questions, des sondages ( choix des publications avec la validation de l’ensemble des modérateurs), réitères ses appels au cas où les décisions ne sont pas prises.

**Type de communication : Coopératif (Relation + Agir avec)** : J’écoute les autres, j’invite chacun à s’exprimer, je cherche à concilier les points de vue, le consensus peut primer sur l’urgence

**Un gardien du temps** : il va s’assurer des deadlines (dates) des événements, des pétitions, des rassemblements .. supprimera les publications obsolètes . Il aide dans le timing des interventions de chacun des membres du groupe (si le temps d’intervention est trop long, il n’hésitera pas à arrêter l’intervention pour faire avancer la discussion, il arrêtera les échanges houleux)

**Type de communication : Structuré (Tâche + Agir avec)** : Je demande des informations, je rappelle les faits et les données, j’indique précisément ce que je comprends et ce que j’attends, la qualité peut être plus importante que la finalité.

**Un scribe** : il retranscrit les informations et les décisions prises lors des échanges autour des étiquettes (sujets) et éditera par la suite un compte-rendu (publié)

**Un Administrateur (Le Coach)** : L’administrateur prend du recul sur ce qu’il se passe pendant les échanges et observe comment cela se passe, prend note des comptes-rendus (si les rôles sont bien assurés, l’écoute entre les collaborateurs, l’implication de chacun, etc.)

**Type de communication : Directif (Tâche + Agir sur)** : Je décide, je tranche, je donne les directions ou directives, je confronte, les résultats peuvent être plus importants que la relation

**Un logisticien** : il s'assure de la disponibilité du matériel (ordinateur, rétroprojecteur, salle de réunion, etc.). Le logisticien peut être un membre extérieur au groupe

**LIGNE DE CONDUITE : Être attentif et ouvert**

Être attentif bien sûr pour identifier les traits de communication distinctifs de vos membres. Si vous êtes uniquement centré sur vous et votre message, vous risquez de passer à côté.

Être ouvert aussi, car ces styles de communication reflètent des comportements tous propres à atteindre le résultat recherché. En fait, ils sont même **tous nécessaires pour obtenir le meilleur résultat.**

*Imaginez que vous envisagiez de faire un pique-nique.*

*Vous savez parfaitement que si personne ne dit "bon maintenant on y va" (Directif) il y a de forte chance que vous le fassiez dans votre cuisine. Vous savez aussi que vous aurez peut-être maudit votre ami(e) faisant la liste des choses à emporter (structuré)...avant de le (la) bénir en trouvant bien un tire-bouchon pour ouvrir la bouteille vin. Tout comme votre ami(e) allergique au thon bénira celui ou celle (Collaboratif) qui aura pensé à demander à tout le monde si la salade au thon convenait. Et avouez aussi qu'un pique-nique sans le copain (Enthousiaste) qui parle de tout et de rien avec une définitive bonne humeur, c'est quand même moins sympa.*



# Disposer des personnalités différentes (les styles de communication)

## Il existe 4 styles de communication :

**Une personne qui se base sur les faits** : elle communique facilement et est structurée. Elle parle de résultats, de performances et d'objectifs. Son comportement est pragmatique, direct et énergique mais neutre à tout échange.

**Une personne méthodique** : personnalité rassurante apportant stabilité et méthode dans le groupe. Elle parle de planification et d'organisation. Ses atouts : s'intéresse aux liens de cause à effet

**Une personne centrée sur l'humain** : communication très expressive, centrée sur la relation avec les autres. Ce type de personne a de très bonnes relations avec les collaborateurs et s'exprime facilement. Toujours sur un ton poli et bienveillant. Neutre

**Une personne centrée sur les idées** : ce sont des personnes créatives qui ne manqueront pas de dire tout ce qui leur passe par la tête. Capacité à projeter ses idées et d'innover.

Il est intéressant de disposer des quatre styles de communication dans un groupe de travail, car chacun apporte des éléments clés qui permettront de faire avancer les actions concrètes.

**Des tests sont disponibles sur internet afin de connaître son style de communication.**

En conclusion, chacun possède un rôle important au sein d'un groupe et a quelque chose à apporter aux autres membres de l'équipe.



## **Se connaître**

Pour paraphraser Coluche, notre manière de communiquer est forcément la meilleure...puisque c'est avec elle que nous communiquons ! Mais bien sûr, si la communication d'1 personne sur 4 nous énerve, la réciproque est vraie. Si vous voulez être entendus, a fortiori compris, vous devez être conscient de la manière dont vous communiquez.

Ce qui vous est naturel et profitable peut être pour votre interlocuteur incompréhensible et bloquant.

Bien se connaître permet aussi de savoir rapidement sur quoi s'adapter (voir ci-après) et le niveau nécessaire d'adaptation...et de déléguer à quelqu'un d'autre si la marche est trop haute.

Les forces et limites de chaque style varient d'ailleurs en fonction de la situation.

Dans les situations où vous n'êtes pas à l'aise, regardez comment communiquent les autres Styles : vous en tirerez des enseignements profitables et aussi plus de respect pour un mode d'action différent du vôtre.

Et c'est l'étape nécessaire pour passer au point suivant.

## **Adaptez-vous !**

Ce n'est pas le plus facile, mais c'est le plus payant.

Pourquoi ?

- **C'est plus efficace** : vous obtiendrez le respect, l'attention et la reconnaissance de l'autre ; vous aurez donc plus de chance de pouvoir exposer votre point de vue ;
- **C'est moins fatigant** : dépenser un peu d'énergie pour rentrer dans le mode de communication de l'autre est moins usant à terme que d'entrer régulièrement en confrontation (ou de ressortir frustré) lors de conversation stériles ;
- **ça vous donne plus de liberté** : c'est le paradoxe ; si vous faites régulièrement l'effort de rentrer dans le style de communication de votre interlocuteur, il vous laissera beaucoup plus facilement "dériver" sur votre style naturel. Au contraire, si vous voulez à tout prix utiliser votre manière de communiquer, il fera de même et vous partirez l'un l'autre en opposition.

### **Comment communiquer avec les différents types ?**

- Avec un Directif : soyez concis et énergique
- Avec un enthousiasme : soyez convivial et adaptable
- Avec un collaboratif : soyez chaleureux et posé
- Avec un structuré : soyez précis et factuel

*Exemples d'adaptation :*

Collaboratif vers Directif :

"Je vois ce que tu veux faire, j'en parle à l'équipe pour avoir leurs réactions et je te fais une synthèse d'ici demain soir pour que tu puisses décider de la meilleure manière d'avancer."

Enthousiaste vers Structuré :

"Je suis à fond sur ce projet, en même temps, je comprends que tu aies envie d'approfondir le sujet. Regarde ça et dis-moi comment tu verrais les étapes du projet et je saurais convaincre tout le monde d'adopter les bonnes pratiques."

# Facteurs de motivation

## Comprendre les facteurs de motivation individuels

### Nous entendons souvent des membres nous dire "Comment motiver ?"

A l'opposé des réponses toutes faites ("Invitez le groupe à un pique-Nique géant") nous partons de 3 éléments clés sur la motivation pour y répondre :

- Une personne est motivée par ses besoins ;
- Les besoins sont communs à tous les humains mais ne sont pas présents chez chacun au même niveau ou au même moment ;
- Il est possible d'identifier ces besoins, voire de les regrouper par grandes familles.

### En conséquence :

- toute personne a une ou des sources de motivation, donc est motivée (ou en tout cas peut l'être) ;
- le seul moyen de développer la "motivation des groupes d'acteurs" est de créer un environnement favorable à leur propre motivation ;
- Il est nécessaire d'être capable d'identifier les sources de motivations individuelles.

### Efficacité, Liberté, Ordre, Convivialité, ...

vous voyez immédiatement de quoi il s'agit ; mieux, vous le ressentez et comprenez au plus profond de vous. C'est ce que Marshall Rosenberg ou Thomas Gordon, à la suite de Maslow ou de Rogers, ont appelé **des Besoins**.

Et la principale motivation de tout un chacun est de nourrir les besoins qui lui sont propres. **Identifier les besoins c'est comprendre les facteurs de motivation.**

Il est important de **différencier les moyens (ou stratégies)** utilisés pour nourrir les besoins, **des besoins** eux-mêmes.

Pourquoi ?

### Exemple autour d'un projet:

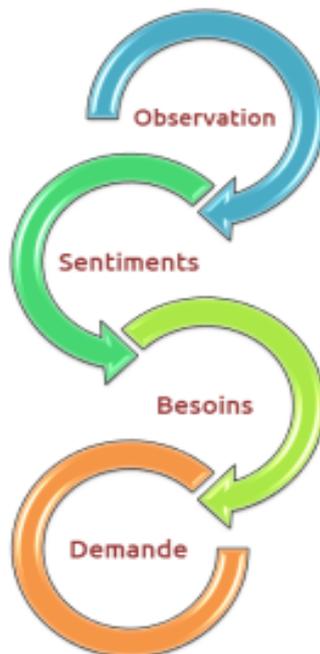
Une partenaire bénévole s'énerve et désespère (*elle est démotivée*) parce que vous vous entêtez à remettre le classeur "Réclamation" au début de l'étagère quand elle le reclasse en bas, après "Process qualité".

Vous le faites exprès ?

Non, vous l'utilisez plus souvent donc vous trouvez plus pratique de l'avoir à portée de main. Au lieu de batailler sur la place du classeur (stratégie) intéressez vous aux besoins sous-jacents : vous recherchez l'efficacité.

Elle recherche l'ordre (alphabétique dans ce cas). Proposez un classement par fréquence d'usage et vous serez tous les deux contents.

Tant que vous restez sur la stratégie, vous n'avancez pas, voire vous dérivez tranquillement vers le conflit. En passant au besoin vous pouvez plus sûrement trouver des solutions motivantes pour tous.



### C'est quoi ? (OBSERVATION)

C'est une approche qui part du principe que plus nous intégrons nos émotions et nos besoins et ceux des autres, mieux nous communiquons et sommes à même d'établir des relations de qualité donc efficaces et enrichissantes.

## Quand et pourquoi l'utiliser ?

- Pour entendre et traiter les réclamations, objections ou contradictions de la part de vos membres
- Pour utiliser efficacement vos émotions (et celles des autres)
- Pour faire baisser la pression lors d'un conflit
- Pour clarifier les enjeux dans une confrontation ou lorsque vous avez une décision à prendre
- Pour faire passer un message difficile

...et globalement, dès que vous sentez que la communication ou la relation est en train de se tendre !

## Ça fonctionne comment ?

Vous est-il déjà arrivé de prononcer des paroles ou d'avoir un geste que, à la réflexion, vous auriez préféré éviter ?

Et oui, forcément (si non, contactez-nous d'urgence, nous voulons savoir comment vous faites).

En effet, l'être humain possède des capacités très évoluées d'abstraction, de conception, de rationalisation...mais il n'en reste pas moins fondamentalement un être émotionnel.

Quand tout va bien, c'est cette dimension émotionnelle qui nous fournit l'énergie pour faire aboutir nos projets ; quand ça va mal (ou en tout cas quand notre être émotionnel a décidé que ça allait mal) c'est lui qui prend le contrôle quelles qu'en soient les conséquences.

Le schéma est toujours le même :

**facteur déclenchant -> besoin insatisfait -> émotion -> réaction**

Si nous voulons que notre être conscient, rationnel ait prise sur la réaction, nous devons être capables :

- de décoder le message d'alerte envoyé par l'émotion
- d'identifier clairement le facteur déclenchant
- de comprendre quel est le besoin caché derrière

## Ça vient d'où ?

Marshall Rosenberg et Thomas Gordon sont deux élèves de Carl Rogers célèbre père de l'écoute active et de la relation non directive. Rosenberg et Gordon ont, chacun à sa manière, synthétisé les travaux de Rogers autour d'une méthode de communication.