



Partager



Twitter



Envoyer à un ami

Chers lecteurs,

La question de la sincérité d'un propos ou d'une action m'est souvent soumise. Comment savoir si un interlocuteur s'exprime avec l'intention de communiquer ou celle de nous manipuler ?

Une approche rationnelle du sujet, suggère que Jean Anouilh ait pu voir juste lorsqu'il estimait que « La sincérité est un calcul comme un autre ».

La mise en perspective de cette question avec le Leadership d'influence, considéré aujourd'hui comme un must, peut accentuer le trouble. Pour rappel, cette compétence vise à mobiliser les autres autour de nos idées, actions ou projets. Elle se démontre par la conviction, l'aptitude à susciter la confiance et par la capacité à stimuler le mimétisme chez les autres.

Le leadership d'influence peut-il servir une intention sincère ou bien est-ce incompatible ?

Si l'individu mettant en œuvre cette compétence s'engage réellement pour ce qu'il dit et y croit, la sincérité est démontrée. Le hiatus apparaît lorsque la finalité intime est peu avouable et ne correspond pas à ce qui est exprimé.

Comment savoir s'il est possible d'accorder sa confiance à un individu, sans risquer d'être manipulé ? Sans doute en intégrant comme une constante le fait que risque zéro n'existe pas, mais qu'on peut s'en approcher.

L'intérêt pour l'autre, le questionnement, l'observation, l'analyse ou l'intuition sont d'excellents moyens de stimuler notre discernement. En complément, la capacité de notre interlocuteur à accepter nos feedbacks et à en tenir compte est un indicateur pertinent de sa remise en question et de sa sincérité. Nous décentrer, sortir de nos évidences et aller sur le terrain de l'autre, restent des leviers efficaces pour comprendre les intentions de ceux qui nous entourent, anticiper leurs conséquences, mais aussi continuer à progresser dans la compréhension de nous-même et de nos attentes, pour dépasser nos peurs et progresser !

Véronique Thiel

Difficile aujourd'hui de déconnecter tant les sollicitations sont multiples et envahissantes. Comme un bureau portable on emmène notre travail partout tellement il est simple d'y accéder. Nous travaillons aussi plus ce qui fait augmenter les risques de burn-out. Où est la limite? Comment ne pas laisser le travail empiéter sur sa vie privée? Il faut prioriser les choses : tout n'est pas urgent
Il faut prendre du temps pour faire bien les choses et s'accorder des pauses
Il faut savoir dire NON !
Il faut travailler mieux, pas plus
Il faut faire du sport et s'adonner à ses passions pour se sentir bien. " Un esprit sain dans un corps sain "

<https://www.talenteo.fr/vie-personnelle-professionnelle-equilibre/>



L'outil anti-stress du manager

Bien organiser son temps est primordial pour être efficace. Prévoir, bien penser et poser les choses, même s'il faut du temps, permet d'en gagner et de perdre en stress. Pour exemple, Lee Cockerell (ancien vice président des opérations de Walt Disney World Resort) a bâti un empire en s'astreignant à 30 minutes de planification chaque matin. L'efficacité ne vient que lorsqu'on est préparé. Faire dans l'urgence n'est pas productif...

<https://www.linkedin.com/pulse/connaissiez-vous-loutil-anti-stress-du-manager-isabelle-moyon/>



Motivation : 10 clés pour motiver son équipe

Sans motivation de ses employés on obtient pas le meilleur d'eux. Pour motiver une équipe il faut tenir compte de la personnalité de chacun et de son vécu. Pour cela le manager a un rôle clé : c'est lui qui doit motiver, impliquer, informer et soutenir son équipe.
Un vrai commandant de bord....

<https://www.linkedin.com/pulse/les-10-clés-pour-motiver-son-équipe-gaël-chatelain/>



Les grandes tendances digitales 2019

2018 a révolutionné le digital dans les entreprises. Plus aucune organisation ne fonctionne sans outils digitaux.

2019 prévoit le développement des :

- vidéos d'actualités, format apprécié par la nouvelle génération et utilisé sur les réseaux sociaux
- les datas qui sont des indicateurs quasi indispensables dans les études de connaissance des clients et particulièrement utilisés dans le marketing relationnel, les médias, les technologies publicitaires (les adtech) et dans le secteur du télémarketing ou la machine est capable grâce à l'intelligence artificielle de nouer les premiers contacts avec un prospect ou un client.
- les recherches vocales
- les stories (sur snapchat ou instagram).

Les entreprises n'auront pas d'autre choix que de s'adapter aux nouvelles générations et à leur volonté de varier les supports.

<https://www.myrhline.com/actualite-rh/les-grandes-tendances-digitales-2019-des-nouveautés.html>





Copyright © **ICURRENT_YEAR** **ILIST:COMPANY**, Tous droits réservés.
IIFNOT:ARCHIVE_PAGE **ILIST:DESCRIPTION**

Notre e-mail est:

IHTML:LIST_ADDRESS_HTML **IEND:IFI**

Vous voulez changer la façon dont vous recevez notre Newsletter?

Vous pouvez [mettre à jour vos préférences](#) ou vous [désabonner](#) de cette liste.