

lités d'aujourd'hui, et même si c'était possible, quelle est celle qui changerait carrément votre façon de faire?» est la fameuse question de Joel Barker, qui recadre la façon de penser à ce summum du spectre de changement. Cela conduit à cette incroyable lancée dans l'inconnu, qui est perçue comme audacieuse, significative et à long terme. Le changement à ce niveau reflète le degré le plus élevé de la pensée créatrice et est presque invariablement perçu par les autres comme révolutionnaire. Cependant, une telle façon de penser et un tel changement sont vitaux. Einstein a dit : «Les problèmes importants que nous avons à résoudre ne peuvent l'être si notre pensée demeure au même point que celui où elle se trouvait lorsque nous les avons créés.» Très peu de changements sont actuellement implantés comme originellement conçus.

### Et puis? Mettons les choses en perspective

Une organisation a besoin de se servir de la force de la diversité de ses gens – leurs styles variés de créativité, de motivation, de tolérance pour la prise de risque, de pensée et de vision. Afin de pouvoir former des équipes cohésives, les gens doivent être capables de fonctionner à travers les stades du changement, dans les zones qu'ils préfèrent le plus. C'est dans ces zones de changement qu'ils vont devenir des maîtres de changement proactifs et former des équipes cohérentes et mûres. Et comme les équipes deviennent plus accomplies et confortables aux niveaux inférieurs de changement, elles vont naturellement se hisser aux niveaux plus stimulants.

### Le changement doit être perçu comme une occasion énergisante et agréable!

Une chose demeure certaine : il y a une gamme variée de changements, incessants et fluctuants. Le truc est d'amener les gens à commencer à FAIRE quelque chose, aux niveaux de changement désirés et nécessaires, sur lesquels il est possible de mettre l'accent et l'énergie, par exemple là où ils œuvrent à leur propre niveau.

Arrêtez-vous à la façon dont vous pensez. Réfléchissez à des changements particuliers que vous avez entrepris avec succès. Cela vous donnera une idée de la façon dont vous gérez le changement. De telles réflexions sont la première étape pour comprendre comment les gens considèrent les idées nouvelles. Cependant, les autres peuvent ne pas percevoir un changement dans le même paradigme que votre perception.

Tout changement demande du temps, des ressources et de l'énergie personnelle. Plus le changement est sophistiqué, plus le changement demandera de temps, de ressources et d'énergie pour être implanté. De plus, ce n'est pas une relation en ligne droite; elle est géométrique et explose littéralement en ce qui a trait aux défis et aux difficultés, au fur et à mesure que le degré de complexité du changement augmente.

Il faut également qu'une fois la transformation effectuée, tout revienne à zéro, tel qu'on le voit sur le diagramme.

Enfin, pour changer les façons de faire les choses, nous devons corriger notre façon de penser. Stephen Covey dit : « Si nous voulons changer une situation, nous devons d'abord nous changer nous-mêmes. De fait, nous

devons d'abord changer nos perceptions, puis quand une métamorphose impugne d'autres personnes, comme c'est le cas dans l'entreprise, nous devons d'abord les amener à notre niveau de pensée avant que nous ne soyons aptes à travailler avec succès ensemble pour implanter le changement.

La mondialisation des marchés et de l'évolution des organisations, comme l'observe Henri Sérieyx, auteur du *Bigbang des organisations*, «oppose le rythme effréné du changement à la lenteur d'adaptation des organisations. Cette contradiction nous offre une occasion incroyable d'exercer notre pouvoir créateur». Le président de Télé globe Canada, M. Charles Sirous, lors du Congrès international sur la dynamique de gestion en septembre 1995, répond à cela : «Place à l'ère de la créativité.»

© Editions Nouvelles, 1996.



Sylvie Labelle  
Présidente de CFI Syllab inc.

«Une organisation a besoin de se servir de la force de la diversité de ses gens – leurs styles variés de créativité, de motivation de tolérance pour la prise de risque, de pensée et de vision.»

**Multinet**  
COMMUNICATIONS

*norstar*

**MITEL**  
FUTURE