



La carte d'empathie,
un outil d'aide à l'influence

Atelier animé par la SPI



16 mars 2017

La carte d'empathie
16 mars 2017

objectifs de notre séance de travail

- faire connaissance avec l'outil carte d'empathie
- rendre les participants capables de l'utiliser
- transformer les conclusions en plan d'actions

trucs et astuces
écueils

dans le cadre d'une démarche d'influence

vos animateurs de la SPI

Maryse Degraen

- poil à gratter
- md@spi.be
- blog.spi.be

François Demez

- secoueur de cocotier
- fd@spi.be
- blog.spi.be

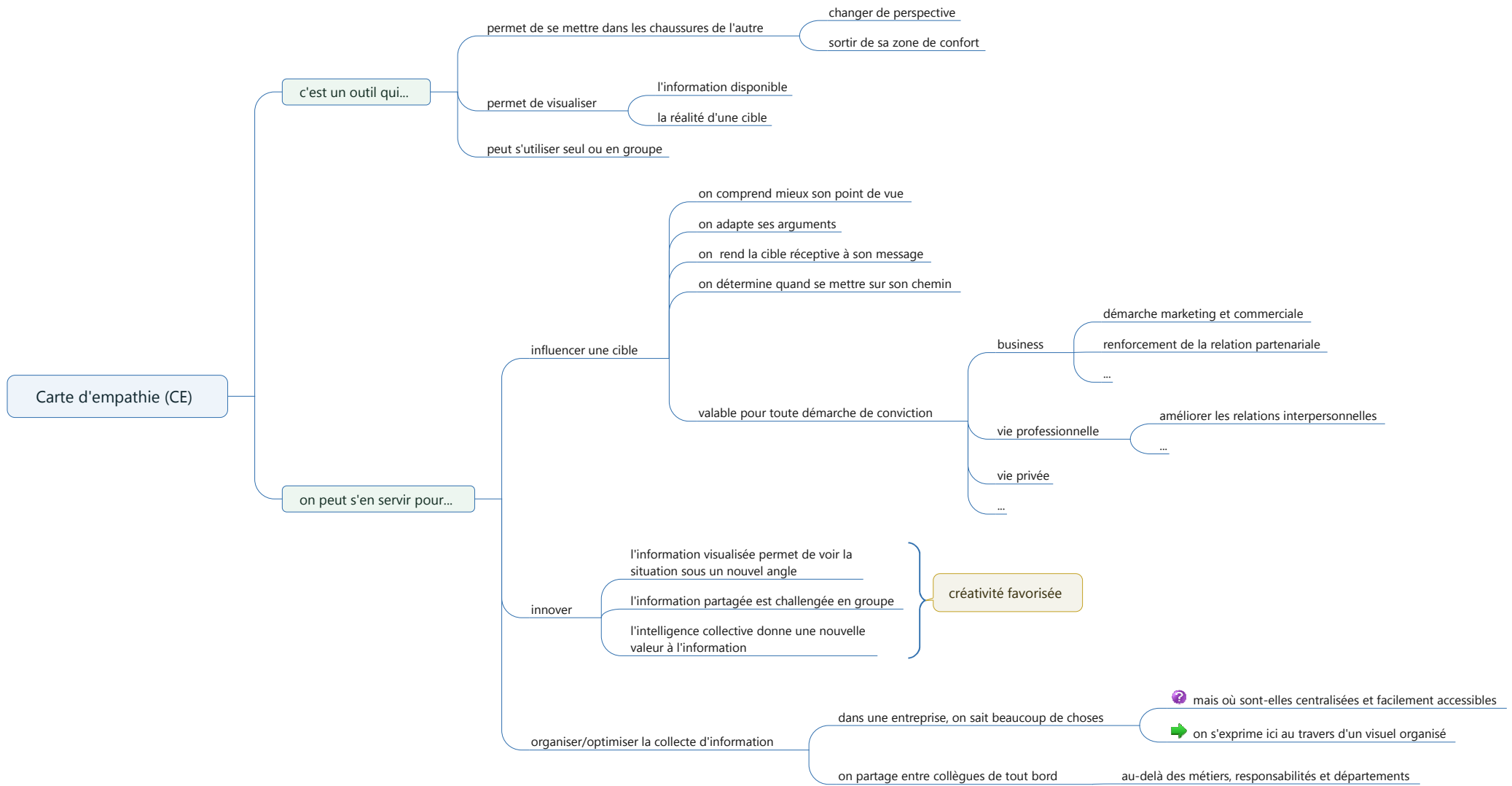
notre job

- accélérer la réflexion
- activer les idées
- résoudre des problèmes
- jouer, jouer, jouer

Carte d'empathie (CE) ⊕

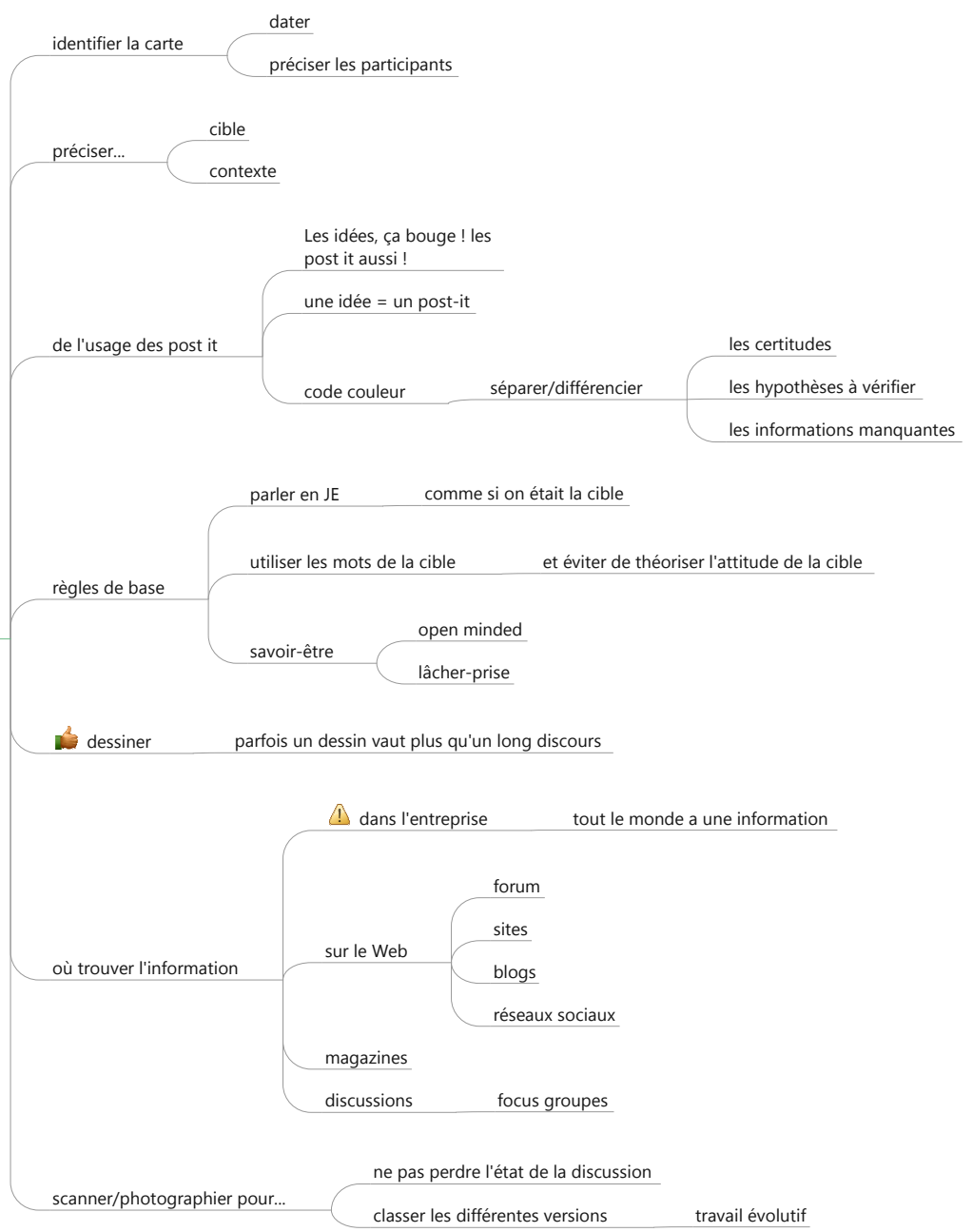
faites la CE de votre cible ⊕

passez à l'action ⊕



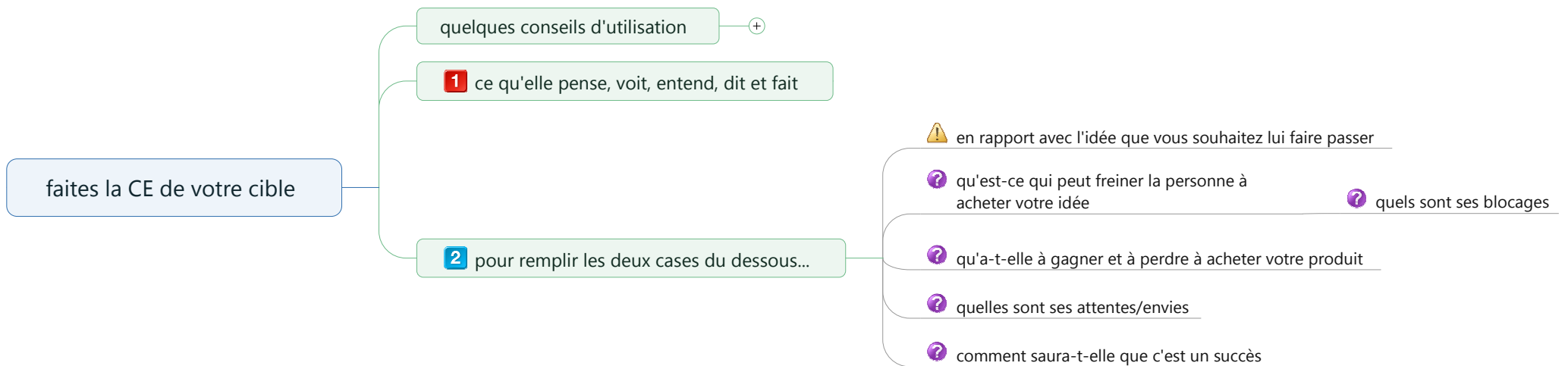
faites la CE de votre cible

quelques conseils d'utilisation



1 ce qu'elle pense, voit, entend, dit et fait

2 pour remplir les deux cases du dessous... +



passez à l'action

transformez votre demande en promesse

en prenant en considération les éléments de la carte d'empathie ET
 en répondant aux questions suivantes

Proposition

- ? comment votre proposition peut-elle aider votre cible à réaliser ses aspirations
- ? comment votre proposition peut-elle résoudre ses problèmes/freins

Check list

Ensemble des éléments auxquels je dois avoir pensé pour montrer que je maîtrise le sujet et pour rassurer ma cible

- ? quels sont les éléments nécessaires, que la personne doit avoir

? Quelles question va-t-elle me poser et quelles réponses y donner

exemple

- ? Combien ça coûte
- ? Le service concerné est-il au courant
- ? Quelles ressources nécessaires
- ? Combien de temps pour la mise en oeuvre
- ? quel ROI

Target canvas

Champ de bataille

- ? à quel moment devez-vous aborder le sujet
 - ? dans quel contexte devez-vous le faire
- formel/informel
 ...

Supporters

? Qui pourrait vous soutenir et avoir un impact sur la cible

Exemple

Le DG est au courant et il approuve (nécessite d'avoir été trouver le DG avant)
 Le service IT connaît le projet et pense que c'est tout à fait réalisable

Indicateurs de réussite

1 indicateur de premier ordre

indicateurs basiques qui peuvent vous montrer que grâce à la démarche, vous avez eu l'attention de la cible sur votre proposition

Exemple

- Avoir pu faire passer son message
- Obtenir un sourire

2 indicateur de second ordre

Intérêt pour la proposition Bonne compréhension du message

exemple

- Donne suite à la proposition ⚠ Être capable de donner la suite des opération (plan d'actions)
- Second rendez vous

3 Indicateur de troisième ordre

Acceptation de vos propositions et mise en oeuvre de celles-ci