

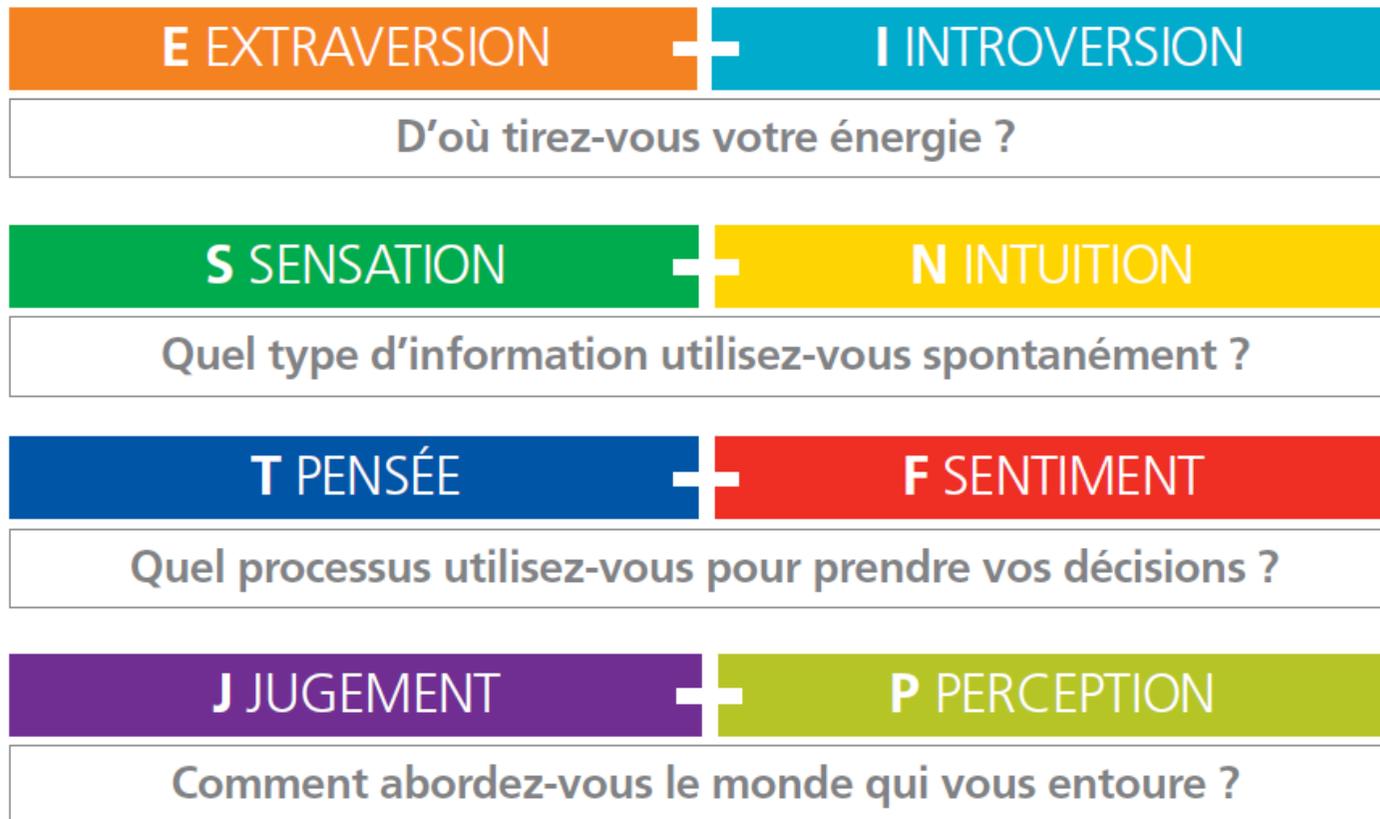


## Hypothèses de base du MBTI

- Vous utilisez les 8 préférences du modèle
- Préférences (ni aptitudes, ni compétences)
- Chaque type a un potentiel unique
- Vous êtes le meilleur juge de votre propre type
- Volontariat impératif
- Principe de confidentialité

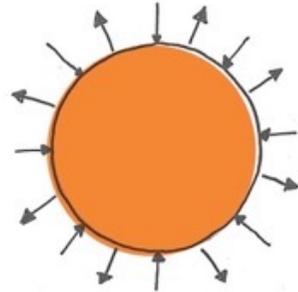


# Les 4 dimensions du type

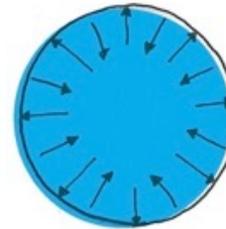


# Caractéristiques Extraversion – Introversion

**E**



**I**



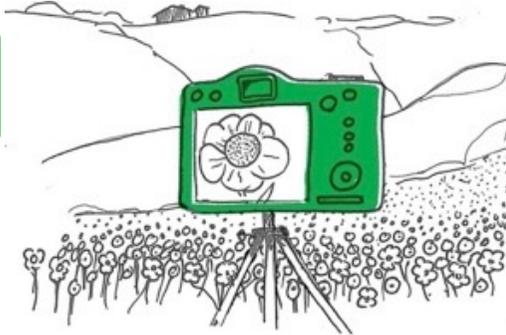
- Tend à agir avant de penser
- Préfère passer à l'action
- Discute de choses et d'autres
- S'exprime davantage lors des interactions avec autrui
- Tire son énergie dans l'interaction
- A des centres d'intérêts variés

- Tend à penser avant d'agir
- Préfère passer du temps à réfléchir
- Réfléchit aux choses en profondeur
- Reste davantage sur sa réserve lors des interactions avec autrui
- Tire son énergie dans la concentration
- A des centres d'intérêts approfondis

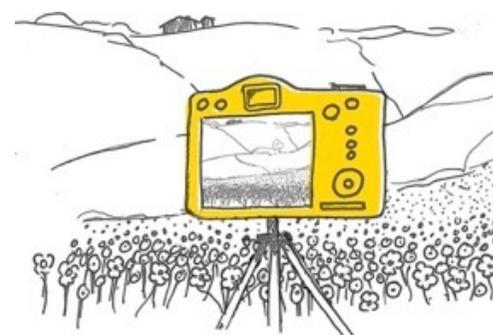
E-I n'a rien à voir avec la sociabilité ou l'assurance en société



## Caractéristiques sensation - iNtuition



- Veut connaître les faits
- Regarde les détails
- Adopte une approche réaliste
- Se concentre sur le présent
- S'assure que les choses sont applicables dans la pratique
- Recueille des observations sur le monde



- Recherche des idées nouvelles
- Regarde la vue d'ensemble
- Adopte une approche imaginative
- Se projette dans l'avenir
- S'assure que les choses sont validées par la théorie
- Utilise des modèles conceptuels

Sensation ne renvoie pas à la sensibilité et iNtuition ne renvoie pas au flair



# Caractéristiques Thinking – Feeling



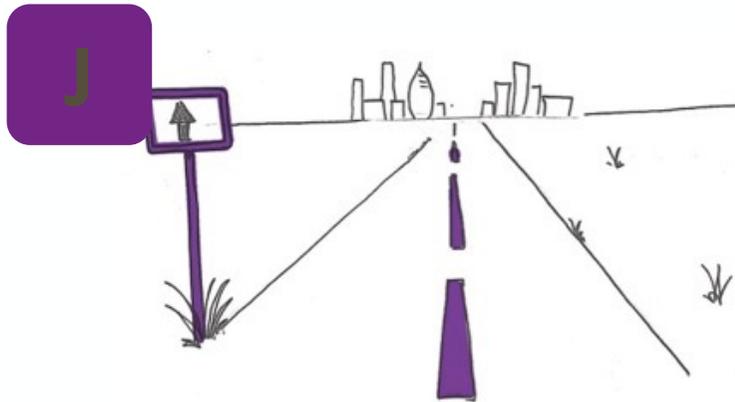
- Applique un raisonnement logique
- Évalue la relation de cause à effet
- Recherche la vérité objective
- Décide en s'appuyant sur des critères impersonnels
- Se centre sur les tâches
- Apporte un regard critique

- Applique des valeurs individuelles
- Comprend le point de vue des autres
- Recherche l'harmonie
- Décide en fonction de circonstances personnelles
- Se centre sur les relations
- Fait des compliments

« Pensée » a des sentiments et « Sentiment » est capable de penser



# Caractéristiques Jugement – Perception

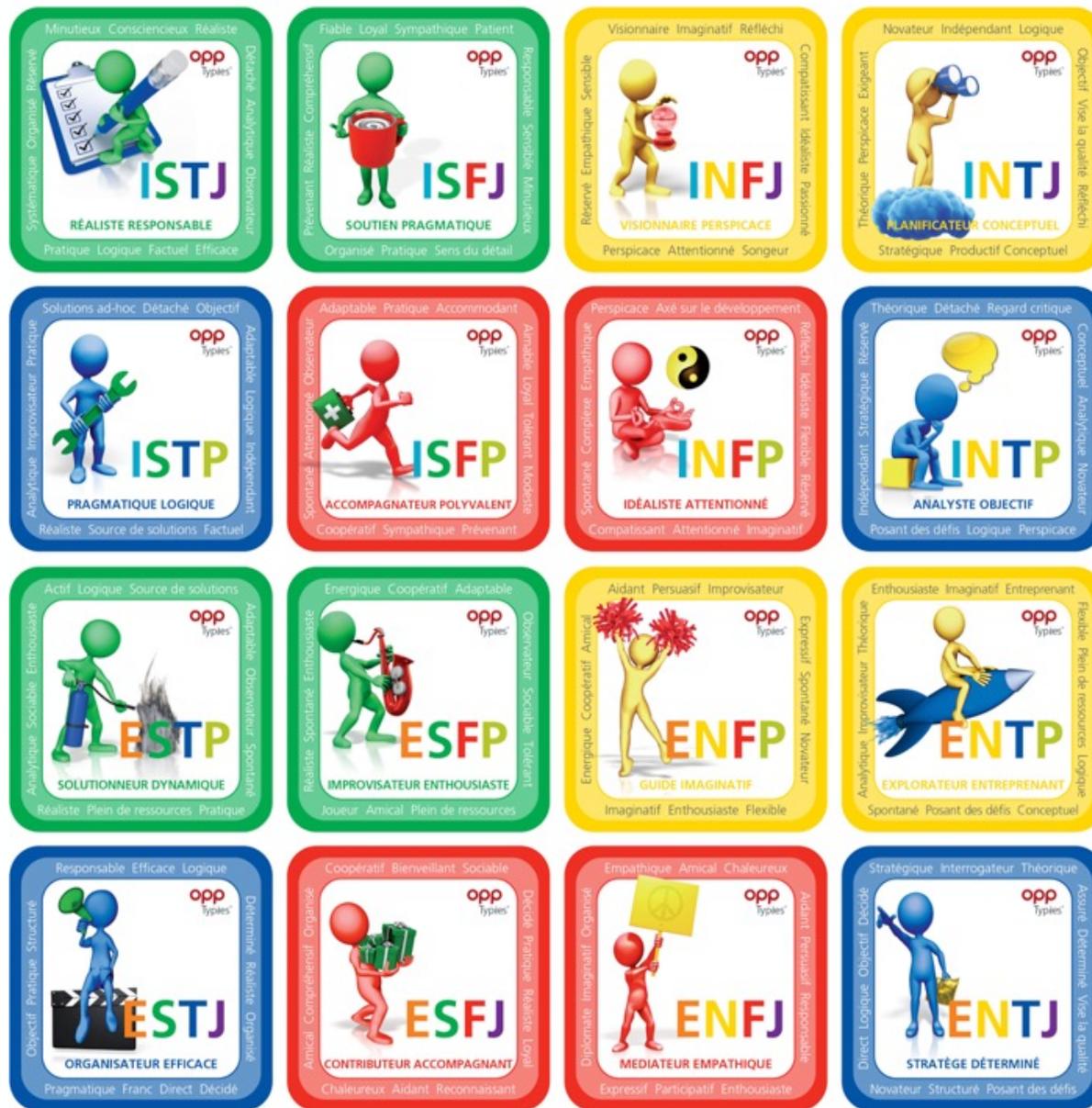


- Aime conclure
- Élabore des plans
- Agit de façon contrôlée
- Préfère agir au sein d'une structure
- Préfère planifier les activités

- Aime garder un éventail de choix possible
- Reste souple
- Réagit à des informations émergentes
- Préfère suivre le cours des choses
- Préfère être spontané(e)

Jugement n'est pas « porter un jugement de valeur » et Perception n'a rien à voir avec le fait d'être perspicace





# Le modèle en Z de votre équipe



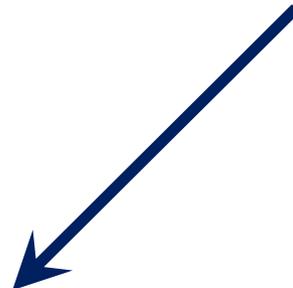
## 1. Sensation

- Faits
- Expériences
- Inventaire des ressources
- Considérer la réalité et le passé



## 2. INTuition

- Possibilités
- Liens
- Tendances
- Exploration des options
- Projeter dans l'avenir



## 3. Thinking / Pensée

- Avantages & Inconvénients
- Risques
- Logique objective



## 4. Feeling / Sentiment

- Cohérence avec nos valeurs ?
- Impact sur les personnes
- De quoi a-t-on envie ?
- Comment communiquer ?



# Une équipe orientée S et T

## Sensation

- Faits et données
- Inventaire des ressources
- Pragmatisme

## Thinking / Pensée

- Appliquer logique et objectivité
- Centré sur la tâche à accomplir
- Si ... alors ...
- Esprit critique



## Intuition

- Pas d'options envisagées
- Manque d'imagination



## Feeling / Sentiment

- Valeurs non respectées
- Impact sur les personnes non pris en compte
- Manque d'engagement
- Manque d'adhésion



# Une équipe orientée N et F



## Sensation

- Imprécision des faits
- Manque de concret et de pragmatisme
- Non prise en compte des ressources existantes



## Intuition

- Liens
- Explorer les options
- Projeter dans l'avenir
- Utiliser intuition et imagination
- Vision
- Schéma d'ensemble



## Feeling / Sentiment

- Processus basés sur les valeurs
- Impact sur les personnes
- Terrain d'entente
- Envies partagées
- Engagement
- Comment communiquer ?



## Thinking / Pensée

- Manque de recul et objectivité
- Manque d'esprit critique
- Oubli de la tâche à accomplir

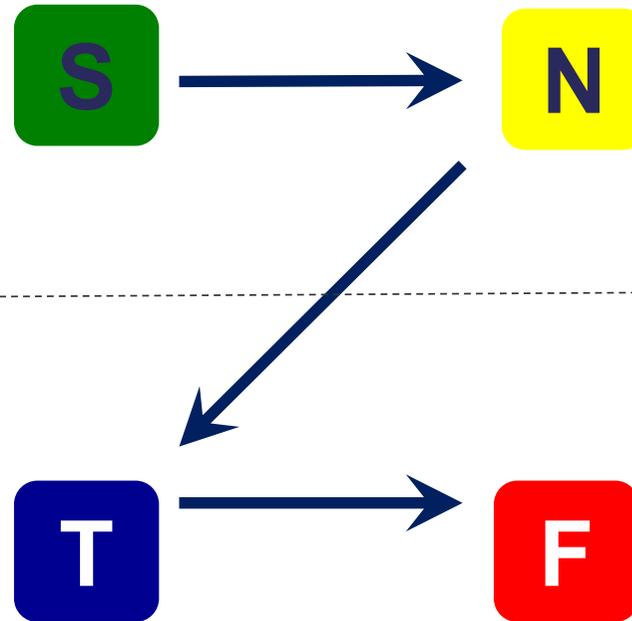
## Impact des 2 autres dimensions

P

Ouvert aux opportunités de  
résolution  
Difficulté à choisir

J

Décide de la résolution la plus  
efficace  
Nécessité de contrôler



## Impact des 2 autres dimensions



- Interagir et rechercher les ressources dans le monde extérieur
- Négliger la réflexion et la prise de recul



- Réfléchir et développer les idées ou les projets en profondeur
- Oublier de solliciter les autres pour rassembler les informations



# Communiquer avec le BLEU

## INTROVERSION THINKING

### À FAIRE

- Préparez-vous minutieusement, envoyez l'ordre du jour à l'avance et soyez à l'heure
- Ne soyez pas trop personnel, ni social
- Avancez progressivement avec méthodologie, parlez-lui sécurité et procédures
- Prendre le temps d'établir un climat de confiance, faites des pauses, validez
- Montrez-lui toutes les options possible, lui remettre des documents écrits
- Utilisez des arguments précis, concis et claires, avec des diagrammes, etc.

### À ÉVITER

- Chercher un contact familier, le toucher
- Faire des promesses sans fondement
- S'exprimer de façon floue ou sur un mode affectif
- Ne pas traiter avec attention ses questions
- Parler fort et avoir une posture dominante
- Prendre des risques non mesurés



# Communiquer avec le JAUNE

## EXTRAVERSION FEELING

### À FAIRE

- Commencez par le laisser parler, soyez extraverti et amical
- Utilisez ses mots pour revenir au sujet
- Ne pas s'attarder sur les détails
- Prendre le temps de créer la relation, montrer de l'enthousiasme
- Mettre le focus sur la popularité, la créativité et l'innovation
- Posez des questions fermées, récapitulez et conclure rapidement

### À ÉVITER

- Le laisser trop parler
- Ne soyez pas trop technique, statique et impersonnel
- Insistez sur les détails
- Être réservé, froid, factuel, adopter une attitude distante
- Surestimer l'enthousiasme d'un jaune



# Communiquer avec le ROUGE

## EXTRAVERSION THINKING

### À FAIRE

- Parlez des points essentiels, se focaliser sur le résultat
- Poser des questions directes et précises, aller droit au but
- Indiquez ce qu'il faut faire, et non pas pourquoi
- Gardez votre calme, ayez une approche professionnelle
- Occupez-vous de lui exclusivement
- Laissez-le parler, il a besoin de pouvoir et d'indépendance

### À ÉVITER

- Être mal préparé, faire preuve d'indécisions
- Être trop amical, aller dans le détail
- Être orienté problèmes
- Donner des opinions (mieux vaut proposer des options)
- Trop argumenter...il aura toujours le dernier mot
- Communiquer trop d'informations ou de témoignages



# Communiquer avec le VERT

## INTROVERSION FEELING

### À FAIRE

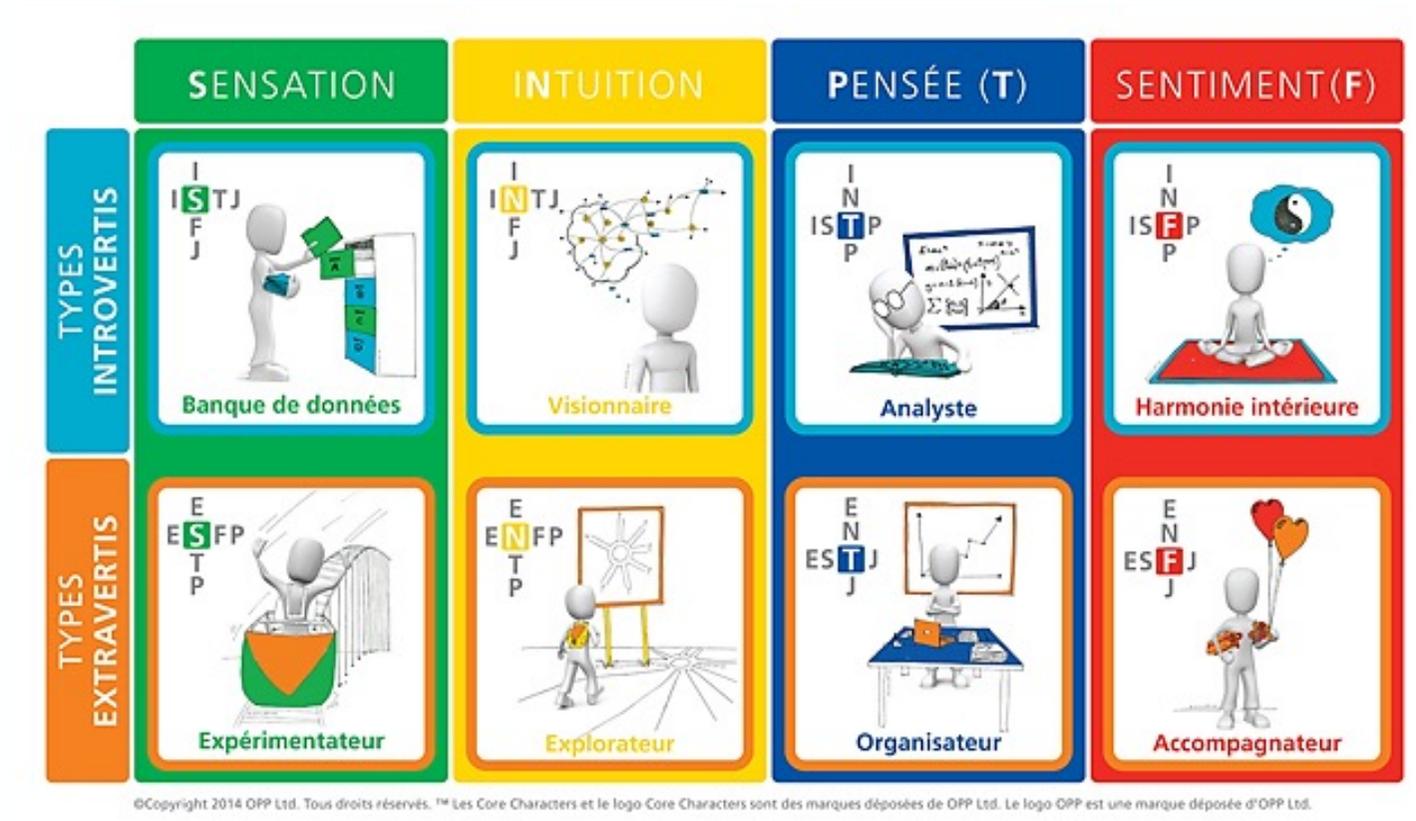
- Écoutez attentivement, soyez détendus et montrez de la patience
- Soyez prévenant, discret et sécurisant
- Soulignez les avantages pertinents : faible risque, stabilités, garanties
- Mettez-le en confiance et dégagez une image de fiabilité et de stabilité
- Ayez une main d'acier dans un gant de velours
- Ralentir la cadence et répondre à toutes ses questions
- Posez des questions ouvertes, faites des pauses et récapitulez

### À ÉVITER

- Chercher à « passer en force »
- Aller trop vite
- Dire du mal des autres
- Ne soyez pas stressé
- Ne l'obligez pas à prendre des décisions rapides



# Quels sont les talents de l'équipe ?



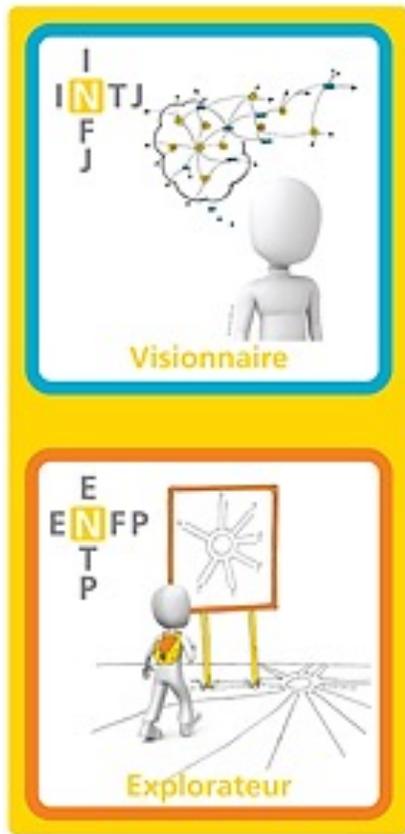
# S - SENSATION



- Perception du monde tel qu'il est, au travers des 5 sens
- Se concentre sur ce qui est
- Fortement ancrée dans l'ici et maintenant
- Intérêt centré sur les détails, les activités concrètes, les procédures
- aime les faits précis, mesurables et vérifiables
- Approche analytique et plutôt séquentielle
- CONCRET
- Les personnes qui ont une préférence pour la sensation :
  - Recherchent les informations qui sont réelles et tangibles
  - Observent en détail ce qui se passe autour d'elles
  - Savent bien identifier les réalités pratiques



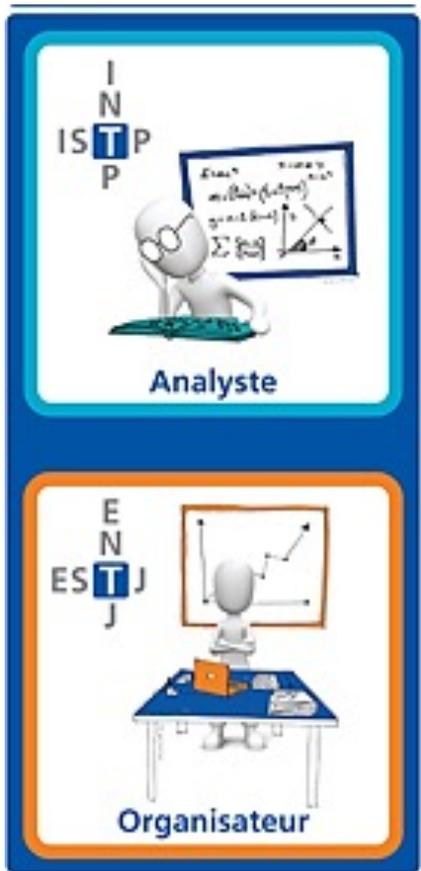
# N – INTUITION



- Perception du monde tel qu'il pourrait être
- Ancré dans le monde du possible
- Vit vers l'avenir en l'anticipant
- Intérêt centré sur la vue globale et les relations entre les éléments
- Se souvient des détails lorsque ceux-ci ont un lien avec la vue d'ensemble
- Approche plutôt aléatoire et originale
- CONCEPT
- Les personnes qui ont une préférence pour la fonction intuition
  - cherchent à saisir les informations dans leur ensemble, en se centrant sur les relations et les associations entre les faits
  - Veulent connaître les grandes lignes
  - Ont un talent naturel pour identifier de nouvelles possibilités



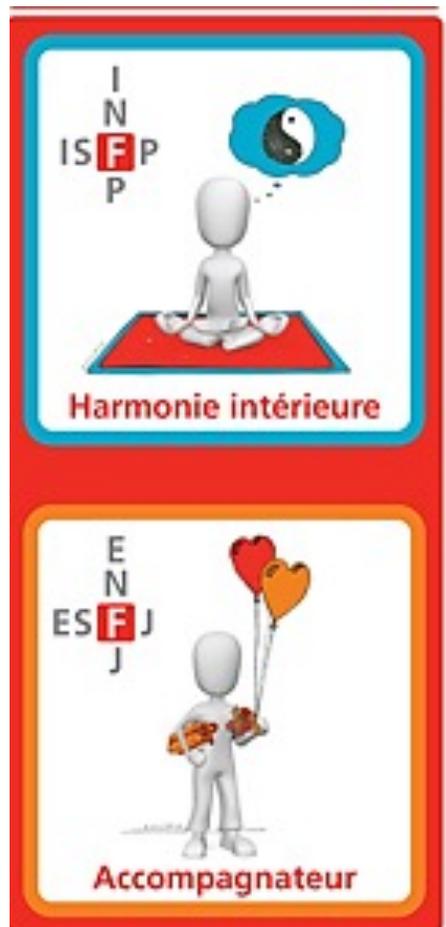
# T – THINKING (pensée)



- Mécanisme mis en œuvre pour faire des choix va faire appel à la logique
- Différence entre le « vrai » et le « faux », amène à agir de façon raisonnable
- Utile pour organiser de manière impersonnelle et pour évaluer, au regard des normes, standards et objectifs, les données perçues
- Concept car elle se base sur les lois, les règles, les théories
- Les personnes qui ont une préférence pour la fonction pensée:
  - Prennent des décisions en considérant les conséquences logiques
  - Veulent prendre du recul afin d'examiner le pour et le contre de manière objective
  - Sont stimulées par l'évaluation et l'analyse qui permettent d'identifier ce qui va et ne va pas, et ainsi résoudre les problèmes
  - Leur but est de trouver une norme ou un principe qu'elle pourront appliquer à toutes les situations comparables



# F – FEELING (sentiment)



- Le mécanisme mis en œuvre pour faire des choix va faire appel aux valeurs humaines
- Aide à faire la différence entre le « j'aime » et le « je n'aime pas », à reconnaître le bien et le mal, à savoir si l'harmonie est présente ou non
- Concrète car elle se base sur des valeurs ressenties
- Les personnes qui ont une préférence pour la fonction sentiment :
  - Prennent en compte ce qui est important pour elles et pour les personnes concernées
  - Ont besoin d'être mentalement au centre de la situation afin de se mettre à la place de chacun
  - Stimulées par l'appréciation et le soutien aux autres
  - But est de créer de l'harmonie et de traiter chaque personne comme un individu unique





## MBTI ET LEADERSHIP

Les cœurs de  
personnalité  
et « le leader idéal »



## ST : FACTUELS LOGIQUES



### Centrés sur :

- Faits et détails précis
- Conséquences logiques
- Résolution de problème

### Besoins :

- Efficacité, fiabilité, prudence, rigueur, pertinence technique, pragmatisme, expertise

### Apprécient :

- Efficacité et d'en avoir pour son argent
- Listes de caractéristiques et avantages

### Apportent :

- Règles et procédures

**PRESENTEZ-LEUR LES FAITS !**

## SF : FACTUELS COMPREHENSIFS



### Centrés sur :

- Détails précis
- Impact sur les personnes et les valeurs

### Besoins :

- Concret, efficacité pratique, pragmatisme, relations humaines, écoute, respect, harmonie

### Apprécient :

- Loyauté
- Approche personnalisée
- Rendre la vie plus utile et plus agréable aux gens

### Apportent :

- Services aux clients int. Et ext.

**APPORTEZ-LEUR UN SERVICE PERSONNALISE !**

## NT : INTUITIFS LOGIQUES



### Centrés sur :

- Concepts, opportunités, progrès, modèles et méthodes au service des organisations
- Options logiques

### Besoins :

- rationalité, cohérence, efficacité, capacité stratégiques, être au service de l'organisation

### Apprécient :

- Compétence et innovation, curiosité
- Options répondant aux besoins futurs

### Apportent :

- des concepts théoriques

**DONNEZ-LEUR DES OPTIONS LOGIQUES !**

## NF : INTUITIFS ENTHOUSIASTES



### Centrés sur :

- Concepts, idées, projets
- Innovation, nouvelles procédures

### Besoins :

- influence sur le fonctionnement, progrès, au service de l'humain ou des relations humaines, écoute, respect, harmonie

### Apprécient :

- Stratégie et développement du potentiel humain
- Quête intellectuelle ou créative
- Le fait de se démarquer

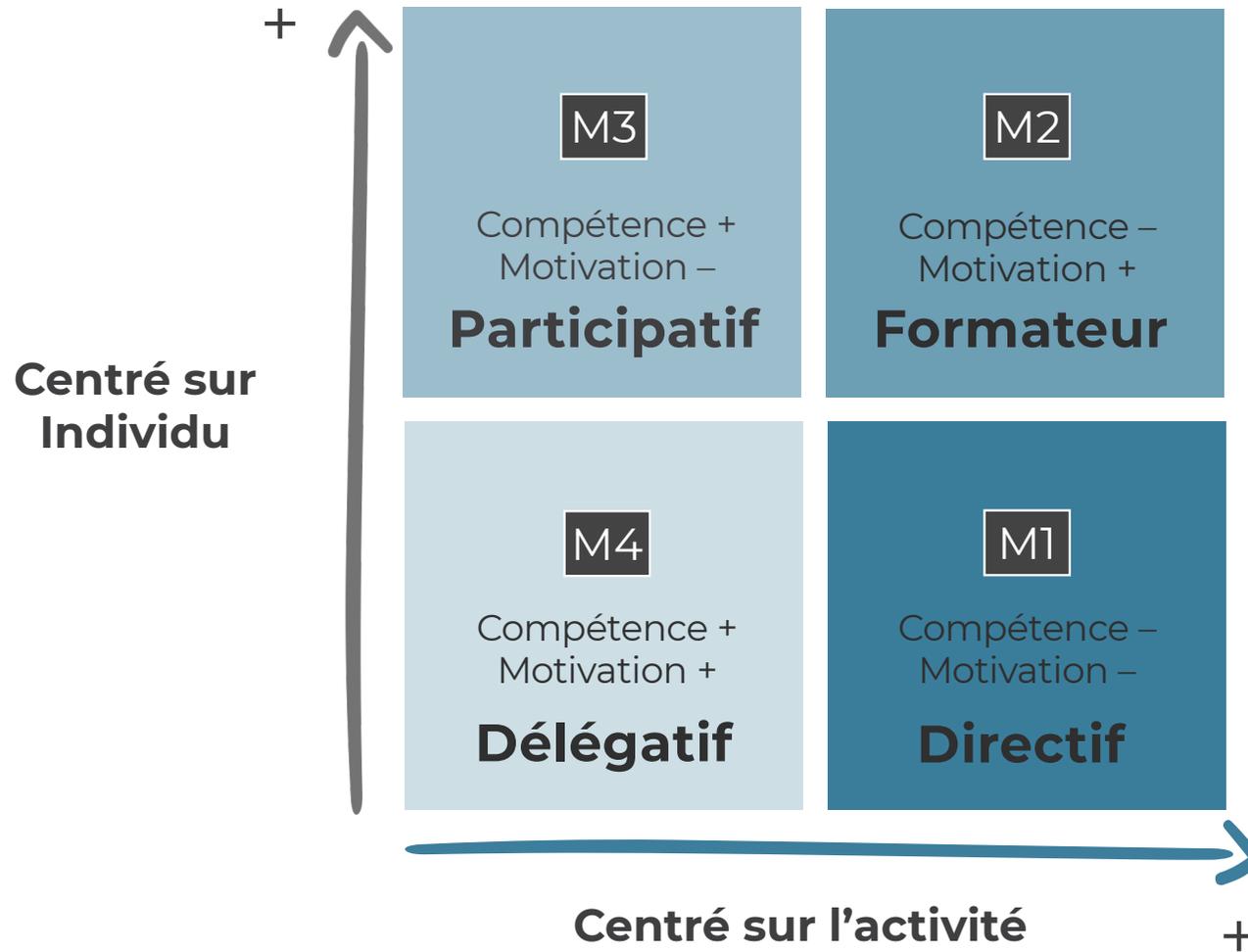
### Apportent :

- Idéaux stimulants

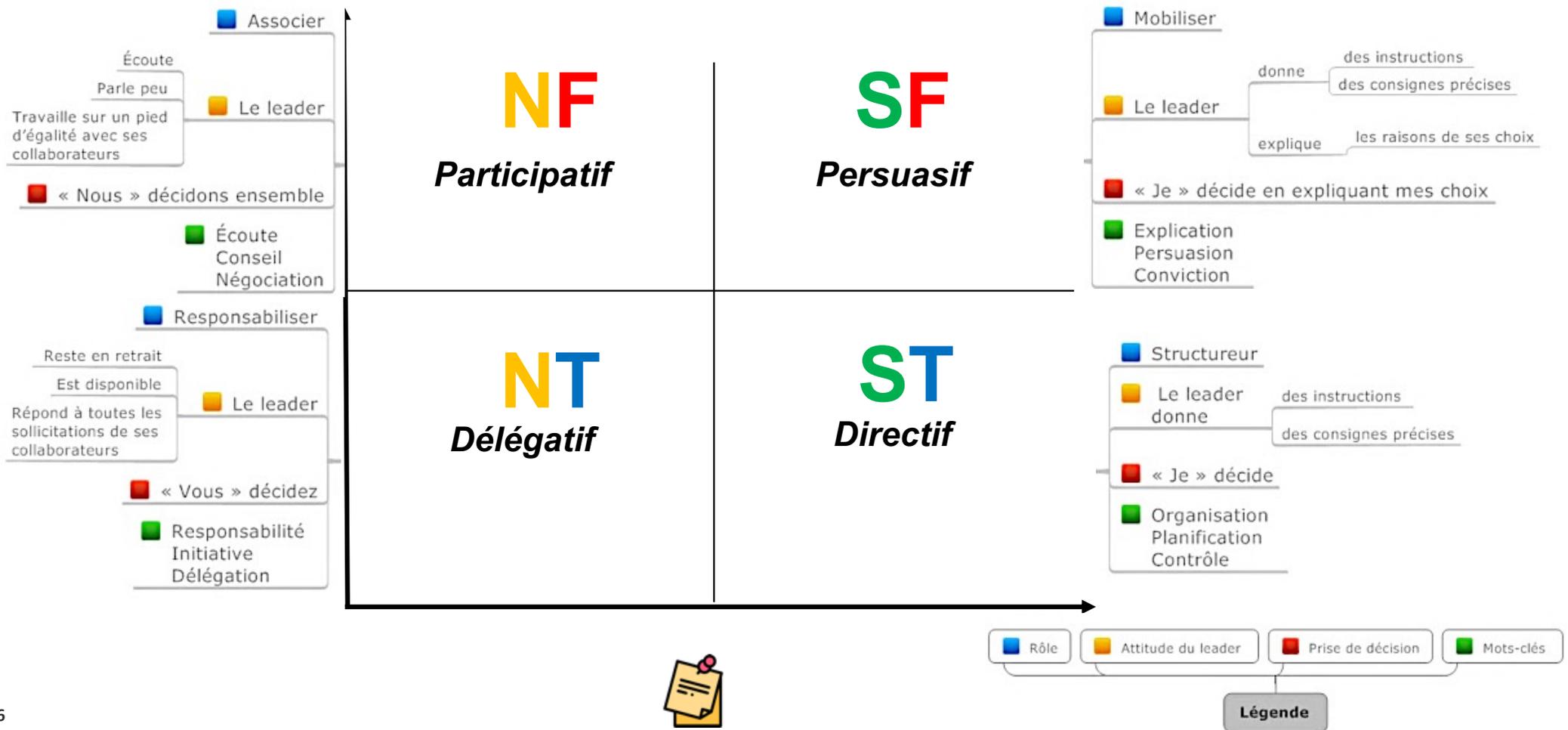
**CONFORTEZ-LEUR VISION ET LEURS VALEURS !**



# Le management situationnel



# MBTI ET LEADERSHIP SITUATIONNEL



# MBTI ET LEADERSHIP SITUATIONNEL

