

Rester motivé au travail. À l'aide d'indicateurs, préparateurs et adjoints peuvent surveiller leur motivation, activer si besoin les leviers pour la relancer ou comprendre qu'il est temps de changer.

Motivés, motivés, il faut se motiver!

La motivation, qu'est-ce que c'est? Une énergie créatrice

La motivation au travail peut être définie comme une énergie qui pousse à nous investir dans notre travail, dans la réalisation de nos objectifs, vers la réussite.

Une envie qui stimule

La motivation nous stimule au point de persévérer facilement malgré les efforts requis pour atteindre nos buts. L'envie étant aux commandes, la satisfaction prend le pas sur la difficulté de l'effort, qui n'est plus un obstacle. C'est le carburant de notre moteur intérieur.

Le sens et le lien comme fondamentaux

Le sens et le lien motivent et suscitent l'engagement. Ainsi, pour attirer les candidats, nombre d'entreprises communiquent non seulement sur leurs missions, mais aussi sur leurs valeurs: développement durable, humanisme, etc.

Une quête de sens

► **Cette quête est fondamentale**, à l'heure de la crise économique, sociale, écologique, sanitaire que nous vivons, selon les experts interrogés.

Une carrière linéaire et stable au sein d'une même entreprise n'est plus d'actualité. La précarité sociale touche plus de 9 millions de personnes (vivant sous le seuil de pauvreté monétaire), l'urgence climatique est là, la crise de la Covid-19 a modifié les habitudes de vie...

► **La stabilité se cherche à l'intérieur de soi** puisque tout est instable à l'extérieur. Mener des actions qui ont du sens pour soi devient un repère nécessaire à son équilibre psychologique. Pour les natifs de la génération Z, qui ont vu le jour entre 1995 et 2010 et ont grandi dans ce contexte, le sens est fondamental et, en son absence, l'investissement est difficile, voire impossible.

► **Le sens concerne la direction**: l'objectif poursuivi, le but de l'entreprise, les missions proposées. **Exemple**: vendre



les produits de santé les plus adaptés à des personnes qui présentent un problème de santé.

► **Le sens concerne la signification**: pour quoi vendons-nous? Cette question renvoie à la raison d'être de l'officine, et à celle d'être en son sein. La signification diffère pour chacun: gagner sa vie, prendre soin des personnes autour de soi, participer à une entreprise ou à un cœur de métier qui nous intéresse... Elle concrétise des valeurs.

► **Le sens concerne la cohérence**: les protocoles sont-ils ou non en adéquation avec la direction et la signification apparente de l'entreprise? **Exemple**: une entreprise écologiquement responsable contre une qui pratique le *greenwashing*. Cet «éco-blanchiment», ou «verdissage», est une méthode de marketing consistant à communiquer en utilisant l'argument écologique de façon trompeuse.

L'importance du lien

Nous sommes des animaux sociaux et le travail est un lieu de sociabilité. Le lien concerne l'ensemble des interactions sociales dans l'officine.

Une bonne communication, des échanges ouverts et apaisés, une ambiance de travail sereine, une écoute, une relation de confiance, un respect de notre travail et de notre personne sont des gages de confiance forts entre les collaborateurs et le titulaire.

Ces compétences, mises en œuvre dans la pharmacie et impulsées par le titulaire, sont l'une des premières conditions d'engagement des salariés.

Évaluer sa satisfaction

Tous les mois, ainsi qu'à chaque nouveau projet présenté, notez, sur une échelle de 1 à 10, votre satisfaction concernant plusieurs besoins.

© Cathy Karsenty

► **S'exprimer et proposer**. Vous sentez-vous libre de proposer, de partager vos idées, vos observations avec le titulaire?

« Cette demande des patients revient régulièrement. Pourrait-on référencer de nouvelles gammes qui collent avec leurs attentes? », « Beaucoup de mamans sont désemparées avec l'allaitement. Pourrait-on organiser des ateliers? »

La question n'est pas de savoir si vos propositions sont toujours acceptées ou non, mais sont-elles étudiées, ou simplement écoutées? Autre questionnement: « Ai-je le sentiment de pouvoir prendre des initiatives? D'avoir une certaine marge de manœuvre dans la façon de gérer mes différentes tâches? »

► **Le besoin d'appartenance**. « Est-ce que je me sens intégré à l'équipe? », « Est-ce que je ressens un certain attachement à mon officine? », « Ma place est-elle reconnue? »

► **Le plaisir**: « Est-ce que je prends du plaisir en travaillant? »

► **La progression**. « Ai-je la sensation d'apprendre en travaillant? », « Ai-je accès à la formation continue? », « Ai-je la possibilité de développer mes compétences? »

► **L'utilité et le sens**: « Quelles sont mes valeurs? », « Mon travail et mes valeurs sont-ils en adéquation? »

► **La compétence**. « Y a-t-il un écart entre ce qu'on me demande et ce que je me sens capable de faire? », « Est-ce que je me sens compétent dans mon travail? »

► **L'engagement**. « Vais-je facilement travailler le matin? », « Est-ce que je me sens investi dans mon travail? », « Est-ce que j'ai envie de proposer des choses, de prendre des initiatives, de progresser? »

► **Le besoin de justice**. « Ai-je la sensation d'être à ma juste place? », « Ai-je le sentiment d'être considéré de la même façon que mes collègues? », « Si on m'a refusé un poste/une augmentation, cette décision me semble-t-elle juste? »

Attention, l'évaluation ne doit pas être biaisée par la peur ou la colère présente en vous lors du bilan, mais effectuée dans un moment calme et posé, afin de répondre le plus objectivement possible. Chaque note doit être supérieure à 8. Les items notés entre 0 et 3 doivent être travaillés en priorité (voir ci-dessous).

Travailler sa motivation Définir sa zone d'influence

« Sur quoi est-ce que je peux agir et avoir un impact? » Inutile de rester fixé sur la zone de préoccupation, sur laquelle on n'a aucun impact. Il faut agir sur la zone d'influence. **Exemple**: ma zone de préoccupation est « le titulaire ne veut pas me faire évoluer ». Zone d'influence: « Que mettre en place pour lui donner envie de me faire évoluer, me former? Être force de proposition? Développer un rayon? » **Exemple**: ma zone de préoccupation est « le titulaire me fait très souvent des remarques qui me font me sentir incompetent ». Zone d'influence: « Je peux être rassuré sur mes compétences, savoir précisément ce qu'on attend de moi et sur quoi je dois progresser, en lui demandant un retour précis et régulier sur mon travail. »

Identifier les conflits de valeurs

Le titulaire a mis en place des challenges sur la vente de produits de parapharmacie qui ne vous motivent pas (zone de préoccupation).

► **Posez-vous la question**: « Qu'est-ce qui me déplaît? »

► **Trouvez la réponse**: « Le fait de devoir remplir un objectif de vente me déplaît car j'ai l'impression qu'on me demande de vendre même quand le patient n'a pas besoin de produits, alors que je suis quelqu'un d'honnête et que ma vocation, c'est prendre soin de l'autre ». L'officine

est aussi un commerce, et sa valeur ici est d'être performante sur la vente. À première vue, selon vous, cette valeur entre en conflit avec la vôtre.

Concilier les valeurs

Trouvez comment allier vos valeurs et celles de la pharmacie. Comment incarner l'honnêteté tout en étant performant sur la vente (zone d'influence)? « Ces valeurs peuvent se concilier si je propose aux clients des produits dont ils ont besoin, qui peuvent améliorer leur confort/bien-être: réduire la fatigue, booster leur immunité, etc. » Que mettre en place pour aborder le projet de cette façon? Demander une formation pour être plus à l'aise sur le conseil? S'informer en lisant?...

Partir ou rester Votre motivation revient

En travaillant sur les leviers de motivation, votre comportement va changer et sûrement influencer sur votre environnement.

Ce n'est plus possible

Les valeurs ne sont pas conciliables? Vous n'avez pas identifié de zones d'influence sur lesquelles agir? Vous ne vous sentez pas à votre place dans cette officine? L'évaluation de votre satisfaction reflète de mauvaises notes que vous n'arrivez pas à faire remonter malgré vos tentatives? Questionnez-vous: « Cette entreprise est-elle faite pour moi? » Les titulaires, les ambiances et les valeurs varient d'une officine à l'autre. Peut-être est-il temps d'aller voir ailleurs... ■

Annabelle Alix

Avec l'aimable collaboration d'Éric Baudet (eb-consult.fr), préparateur mental en entreprise, formateur en leadership et en management collaboratif, et de Christelle Hide (du-sens.com), coach professionnelle, praticienne narrative et formatrice en communication non violente au travail.