

# MARQUE D'ATTENTION POSITIVE



● C'est la capacité à formuler un message de valorisation pour une autre personne et ce, sous forme de marque d'attention positive aussi bien d'une manière verbale (Merci, Bravo, WAW, ce que vous dites est excellent ou pertinent, j'apprécie, j'aime et je partage...) que d'une manière non verbale (Un SOURIRE, un applaudissement, un clin d'œil, un geste de confirmation par la tête ...).

● Les marques d'attention positives peuvent être de reconnaissance, de remerciement ou de félicitation de la personne.



OUTILS DE COMMUNICATION  
INTERPERSONNELLE.



## Utilité, objectifs et champs d'utilisation

● Les marques d'attention positives visent à valoriser la personne réceptrice, à hausser son niveau d'estime et de confiance en soi.

● Elles permettent dans la durée et à travers le temps d'instaurer un climat de confiance (basé sur la reconnaissance et la loyauté) et d'apporter à la relation un cadre d'authenticité et de sécurité.

### Ordre d'importance



Faible

Moyen

Elevé

### Ordre de complexité



Faible

Moyen

Elevé



- Par opposition aux marques d'attention positives, les marques d'attention négatives dévalorisent la personne et instaurent un cadre de relation chargé négativement et très destructif.
- Une marque d'attention négative reçue est susceptible d'être dépassée si et seulement si elle est suivie de 10 marques d'attention positives sincères et argumentées.
- En processus d'accompagnement (formation, facilitation, coaching) il est strictement interdit de donner des marques d'attention négatives de pénalisation.
- Il est vivement recommandé de formuler au moins une marque d'attention positive verbale ou même non verbale par conversation ou par réunion ou par séance d'accompagnement.
- Il est aussi important de bien doser et optimiser la formulation de marques d'attention positives pour ne pas exagérer car ceci mettra en doute la sincérité même de l'émetteur ou de l'accompagnateur et donnera un effet inverse.