



ACCÉLÉRER LA PERFORMANCE



# REALDRIVES, L'OUTIL DE COACHING SIMPLE ET PUISSANT

Fort de son succès international et des centaines de milliers de tests passés, RealDrives est enfin disponible en France.



## DROIT AU BUT

Avec 3 axes visibles et 6 motivations, le profil **reflète instantanément** la problématique rencontrée.



## CONNECTÉ À L'ENVIRONNEMENT

Le **jugement de son environnement** par la personne rend vos coachings plus efficaces.



## MULTI-PROBLÉMATIQUES

**Une seul outil** pour travailler sur les différentes problématiques de coachings individuels et collectifs.



## PROSPECTION FACILITÉE

Le client qui utilise RealDrives pour une problématique comprend le potentiel de l'outil générant de **nouvelles opportunités de coaching**.



## EFFET MÉMOIRE

Les personnes mémorisent facilement les couleurs et leur profil, rendant RealDrives **efficace dans la durée** et **rentable pour vos clients**.

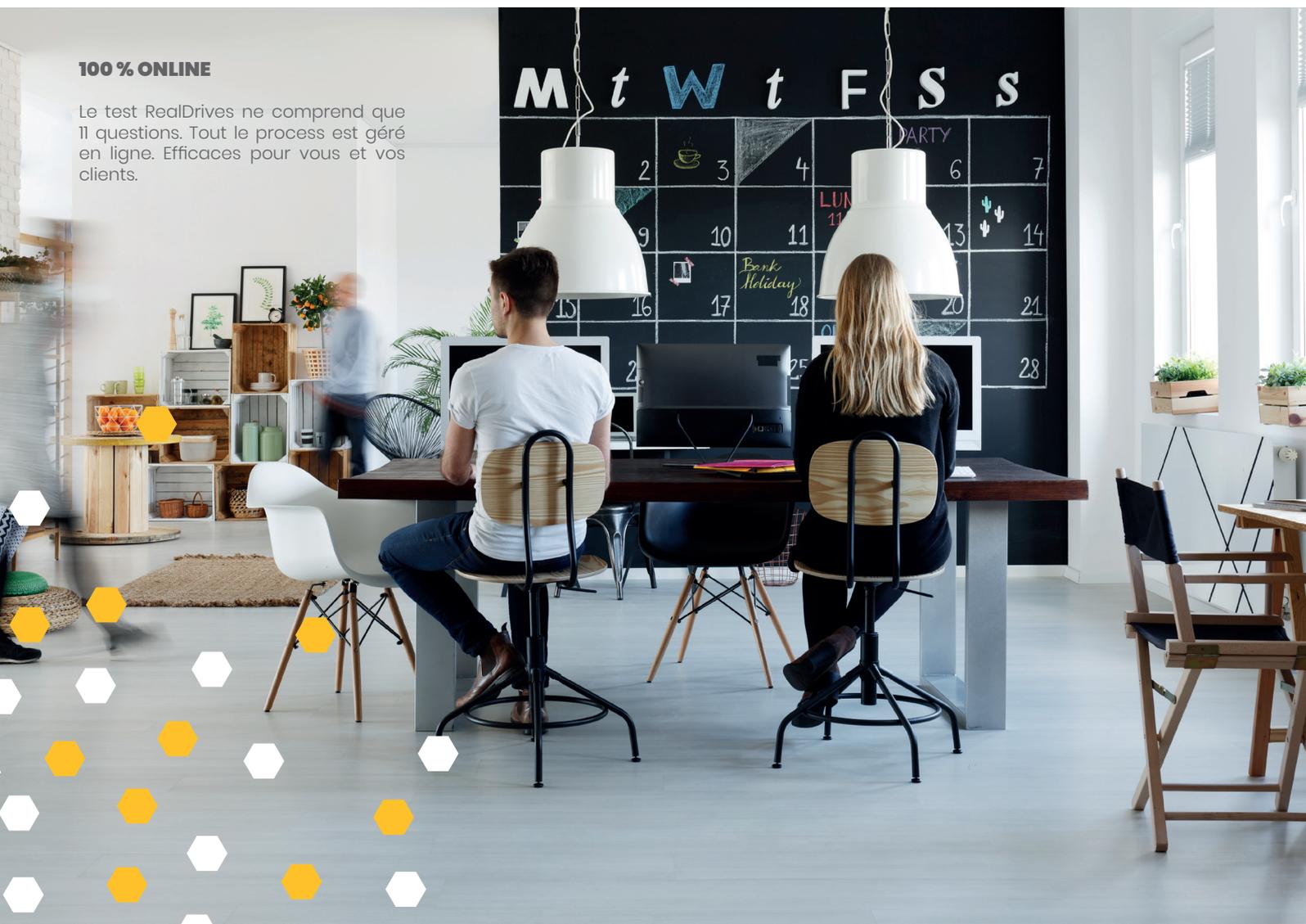


## ET TELLEMENT SIMPLE

Sa facilité de lecture allié à sa pertinence vous apporte un réel **confort de travail** et vous fait gagner en **efficacité**.

## 100 % ONLINE

Le test RealDrives ne comprend que 11 questions. Tout le process est géré en ligne. Efficaces pour vous et vos clients.



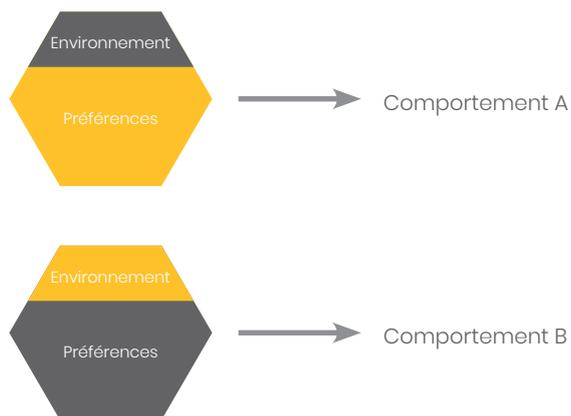
# REALDRIVES EST DIFFÉRENT

## L'environnement influence notre comportement

Un des problèmes des approches de première génération était de cantonner les personnes ou les groupes dans un cadre, limitant ainsi la capacité à changer («vous êtes orange mais vous devez vraiment faire du bleu»).

Dans l'approche RealDrives, le comportement découle de la tension entre ce que les gens veulent (leurs préférences) et le contexte dans lequel ils se trouvent (l'environnement). Le comportement est utilisé par l'individu comme un moyen d'atteindre ses objectifs.

Le fait de supposer que le comportement a besoin d'être flexible pour s'adapter au contexte rend les échanges plus fructueux.



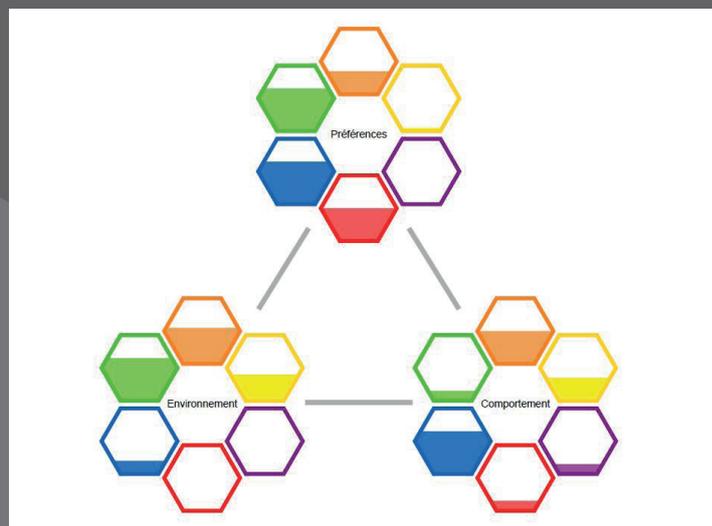
## RealDrives est donc plus adapté au coaching, améliorant les performances des équipes et le changement organisationnel.

## 6 motivations représentées par 6 couleurs

RealDrives fonctionne sur la base des motivations. Il existe 6 motivations et chacune d'entre elle est représentée par une couleur. Le langage des couleurs RealDrives est utilisé pour décrire les préférences, la perception et le comportement.

Chaque combinaison de couleurs offre un schéma unique.

Chaque personne est différente et chacun possède son schéma propre.



La motivation qui veut assurer et contribuer à un sentiment de protection et de sécurité.

*Mots clés : serviabilité, unité, attention*



La motivation qui recherche le territoire, qui procure de la vitesse mais aussi de l'enthousiasme.

*Mots clés : rapide, vif, audacieux*



La motivation qui aspire à l'ordre et à la certitude.

*Mots clés : clarté, discipline, fiabilité*



La motivation qui aspire à la dimension humaine, et qui priorise l'harmonie.

*Mots clés : égalité, ouverture, partage*



La motivation qui aspire aux résultats et aux progrès.

*Mots clés : ambition, orienté résultats, flexibilité*



La motivation qui veut analyser librement et qui agit à partir de la compréhension.

*Mots-clés : connaissance, autonomie, vision*

# POUR VOS COACHINGS INDIVIDUELS

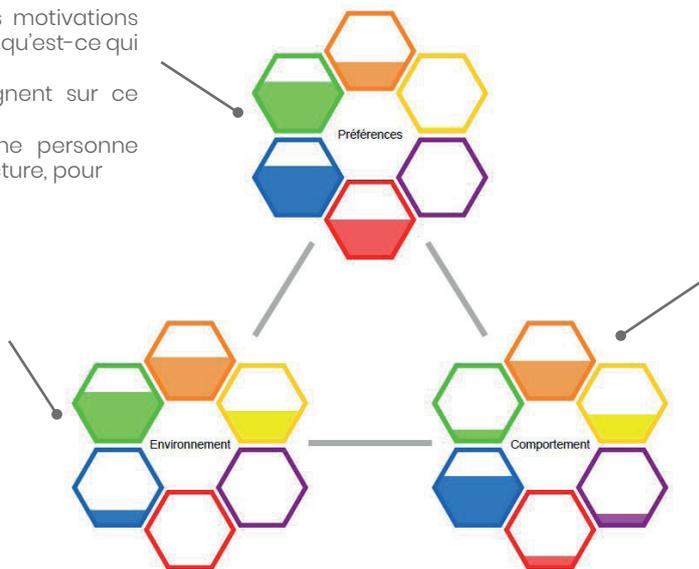
## Le profil individuel

**Les préférences** indiquent les motivations réelles (Real Drives en anglais) : qu'est-ce qui est important ?

Les préférences nous renseignent sur ce que la personne veut.

Le profil ci-contre montre une personne orientée sur les gens et la structure, pour qui la vitesse est importante.

Les motivations relatives à l'environnement montre comment la personne perçoit l'environnement. Il s'agit d'une opinion subjective.



On visualise ici le **comportement** de la personne, la manière dont elle agit réellement.

Les écarts de motivations sur le triptyque préférences – environnement – comportement permettent une lecture directe et facilite votre coaching.

### « Je ne me sens pas bien dans mon métier »

Un comportement trop éloigné des préférences finit par créer des tensions. En effet, ce que fait n'est pas en phase avec ce que je recherche. En fonction des écarts constatés et du jugement porté sur l'environnement, vous pouvez facilement travailler le questionnement.

Dans le profil ci-dessus, on constate que la personne diminue sensiblement ses niveaux de vert et rouge dans le comportement, ajoutant du orange et du jaune. On lit en parallèle plus de jaune et aucun rouge dans l'environnement. Dans quelle mesure la personne n'est-elle pas en train de « copier » son environnement ? A tel point que cela créerait un déséquilibre ?

### « Je cherche une nouvelle voie professionnelle. »

En fonction des préférences, vous pourrez accompagner la réflexion sur les typologies de métier les plus compatibles. En effet, les motivations typiques d'un enseignant diffèrent de celles d'un vendeur.

### « Je voudrais développer mon leadership. »

La base du développement personnel réside dans la connaissance de soi. RealDrives, avec le profil individuel, permet une lecture directe des 3 axes préférences, environnement, comportement.

La comparaison entre les 3 schémas permet de visualiser l'efficacité. Plus le comportement est similaire à l'environnement, moins la personne a d'impact. Augmenter son efficacité, c'est utiliser ses préférences pour impacter son environnement.

Dans le profil ci-dessus, la personne continue d'impacter son environnement avec le bleu mais pourrait augmenter son impact avec moins de jaune et plus de rouge.

La manière dont une personne juge son environnement peut facilement être déduite de la différence entre préférences et environnement. La préférence est sa norme, et l'écart avec la norme crée une perception négative.

L'opinion portée sur l'environnement montre comment la personne le perçoit. Il s'agit d'une perception subjective. On a souvent l'impression que les membres d'un groupe ont la même perception de leur environnement mais ce n'est pas le cas. Ici, on visualise un environnement très occupé. En effet, la combinaison orange-vert génère beaucoup de pression sur chacun.



# POUR VOS COACHINGS D'ÉQUIPES

## Le profil de groupe

Au sein d'un groupe, les motivations les plus présentes individuellement vont se renforcer et les motivations plus minoritaires vont s'effacer. Il est dès lors possible de visualiser les motivations de l'équipe, de la même manière que pour un profil individuel.

Le profil d'équipe présente les préférences de l'équipe, la perception de l'environnement ainsi que le comportement. De la même manière que pour les profils individuels, on pourra analyser l'adaptation, l'efficacité, la cohérence par rapport aux missions. La comparaison du profil de groupe avec les profils d'équipes renseigne sur la contribution individuelle.

« Nous, comité de direction, voulons devenir une équipe plus performante. »

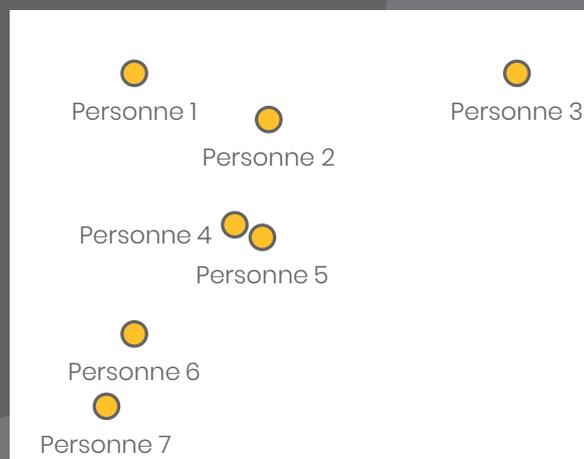
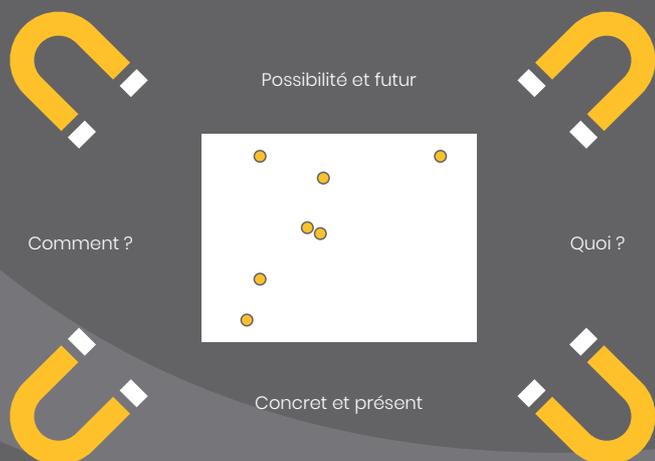
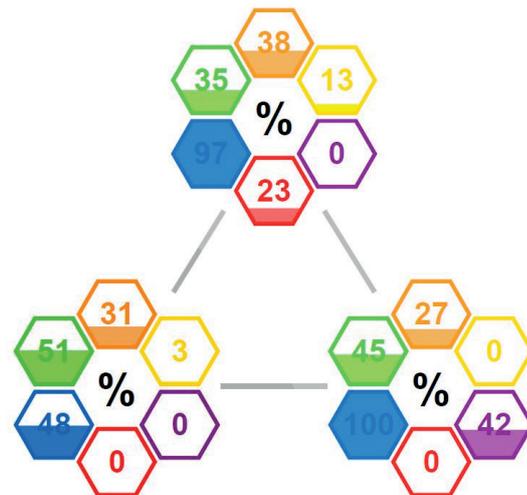
« Nous voulons inculquer une culture, un langage commun. »

« Je prends en charge une nouvelle équipe. »

« Mon équipe ne fait pas ce que je voudrais qu'elle fasse. »

« Notre projet n'avance pas. »

**Grâce à la combinaison des profils individuels et des profils d'équipe, le modèle RealDrives vous permet d'accompagner les équipes et les managers sur toutes les problématiques rencontrées.**



## La diffusion des profils

Plusieurs outils permettent de visualiser la diffusion des profils en fonction d'axes discriminants.

Ces outils aident l'équipe à comprendre le fonctionnement du groupe :

- Qui fonctionne mieux avec qui ?
- Quelle est la variété et la complémentarité de l'équipe ?
- Quel est le positionnement du manager au sein de l'équipe ?
- ...

L'objectivité de ces représentations graphiques offrent un véritable potentiel de discussion. Ces derniers aident également à rééquilibrer des équipes en identifiant le positionnement idéal d'une nouvelle personne à recruter par exemple.

# UNE APPROCHE LUDIQUE ET PÉRENNE



## Une approche ludique et pérenne

La force de l'outil tient dans l'utilisation qui en est faite sur le long terme.

Le système de couleur facilite la communication en créant un langage commun. Les 6 motivations qui constituent la base de l'outil peuvent être clairement identifiées. Il est donc fréquent qu'après l'explication des motivations et des profils, les participants s'approprient déjà le langage des couleurs.

L'ancrage réalisé, les participants gardent en mémoire «leurs couleurs» sur le long terme, contrairement à certains autres outils pour lesquels les lettres ou les postures sont oubliées après quelques mois, voire quelques jours.

Les participants peuvent aussi décoder, dans les comportements de collègues, des traits typiques de certaines couleurs, permettant ainsi une meilleure compréhension.

L'appropriation par les participants est la clé de la réussite de votre coaching qui sera ainsi véritablement perçue comme plus percutante, plus efficace. L'aspect ludique augmentera d'autant le bouche-à-oreille.



# L'INTELLIGENCE PRÉDICTIVE

## Motiver les collaborateurs

RealDrives propose une approche qui prend en compte à la fois l'énergie positive et négative. Les profils de préférences indiquent ce que les gens trouvent agréable ou désagréable et ce qui leur donne de l'énergie et ce qui leur coûte de l'énergie. Dans chaque environnement, il y a toujours quelque chose qui ne plait pas forcément et en fonction de cela, il est possible de prévoir les comportements.

Les gens passent à l'action lorsqu'ils observent quelque chose qui ne correspond pas à leurs préférences et développent une énergie positive lorsqu'ils réussissent à faire quelque chose.

La valeur bleue est activée par le désordre, la valeur orange par les opportunités inexploitées, la valeur verte par un manque d'harmonie. Quand quelqu'un agit efficacement dans ce genre de situation, il n'y a pas de problème. L'écart entre la motivation et la réalité est réduit et cela procure un sentiment positif. Mais lorsque les gens n'agissent pas efficacement et commencent à se sentir victime de leur environnement, cela entraîne une perte d'énergie et un épuisement se profile.

## Reconnaître les comportements positifs et négatifs

Lorsque les motivations sont connues, il est alors possible de travailler des approches prédictives.

Il devient possible de prévoir les comportements positifs et négatifs des personnes.

C'est en développant les comportements positifs que l'on développe la motivation des individus.



# LES ORIGINES DE REALDRIVES

RealDrives n'est pas né par hasard. Les origines de RealDrives sont solides, que ce soit d'un point de vue théorique ou pratique. RealDrives continue par ailleurs de s'alimenter de l'expérience de leurs créateurs, acquise grâce à l'analyse des motivations dans des centaines d'organisations et des dizaines de milliers de personnes à travers le monde.

RealDrive se fonde sur les travaux de Clare W. Graves (1914-1986). Ce scientifique a réussi à différencier les « valeurs » et a pu donner des définitions statistiquement valables. Le travail de Graves est passé totalement inaperçu aux États-Unis et n'a jamais trouvé d'écho.

Chris Cowan et Don Beck, collaborateurs de Clare Graves, ont poursuivi ses travaux en développant la Spirale dynamique, et en en cherchant l'application en entreprise.

Aux Pays-Bas, Hans et Machiel Koppenol ont pris connaissance des travaux de Clare W. Graves. Ils ont tout d'abord développé un premier test dénommé «Piece of Cake». Puis, conjointement avec Hans Vernel, le test a évolué pour devenir Management Drives, revendu en 2006.

L'expérience acquise avec toutes les approches de première génération sur les motivations était prometteuse, mais il y avait encore beaucoup de potentiel d'amélioration. Il fallait impérativement proposer une approche différente des motivations et il fallait également améliorer le système de mesure. C'est dans cet esprit que Machiel Koppenol et Hans Vernel ont développé un tout nouvel outil en 2009 : RealDrives. Depuis lors, RealDrives n'a cessé de se développer à l'international.



## NOUS CONTACTER

Retrouvez toutes les informations relatives à la certification RealDrives sur

**[www.synup.fr](http://www.synup.fr)**

N'hésitez pas à nous contacter directement :

06 70 26 17 58  
[contact@synup.fr](mailto:contact@synup.fr)

