

Etape 1. INITIATIVE (DONNEES)

Donnez un nom à l'initiative : ...
 Décrivez les paramètres de l'initiative :

Quoi	
Quand	
Où	
Comment	
Qui	
Combien	
Pourquoi	
Budget	

Etape 2. REALITE

Quel est le problème à résoudre ? Quelle est l'opportunité à exploiter ?

Contribution aux OBJECTIFS

a. Définissez les objectifs (Cf. table à droite)
 b. Pour chaque objectif : comment l'initiative permet-elle d'atteindre les objectifs ?

1 = optionnel
 2 = contribution indirecte
 3 = contribution directe
 4 = contribution fondamentale
 5 = incontournable (l'objectif ne saurait être atteint si l'initiative échoue)

Etape 3. OBJECTIFS

	1	2	3	4	5

Alignement aux objectifs = mediane des notes ci-dessus = n (?)

Etape 4. VOLONTE Faites la liste des parties prenantes de l'initiative, identifiez le commanditaire puis synthétisez les réponses des parties prenantes aux questions du tableau

Partie Prenantes	Suis-je le commanditaire?	Ai-je une raison impérieuse d'agir ?	Ai-je la capacité de participer à l'initiative ?	Est-ce que l'initiative peut gagner la compétition avec mes autres activités ?	Le jeu en vaut-il la chandelle pour moi ?
	Y				

Etape 5.1. Construire la CONSCIENCE du changement (N+2 communique à ses N-1 puis à tous)

Que changeons-nous ?	
Pourquoi changeons-nous ?	
Quels risques si nous échouons ?	
Quel contribution à nos objectifs ?	

Etape 5.2. Construire le DESIR de changer (N+1 a une conversation avec chacun de ses N)

Qu'est-ce que j'y gagne ?	
Qu'est-ce que nous y gagnons ?	
Comment le changement nous impacte-t-il ?	
Comment affecte-t-il mes responsabilités ?	

Etape 5.3. Contribuer à une meilleure CONNAISSANCE du changement (Ns se forment)
Etape 5.4. Améliorer la CAPACITE à changer (Ns s'exercent, leurs N+1 les soutiennent)
Etape 5.5. RENFORCER le message du changement (N+2 reprend la parole : merci, bravo)

Source : HIATT, J. M., *ADKAR Awareness-Desire-Knowledge-Ability-Reinforcement, A model for change in business, government and our community*, Loveland, Colorado, Prosci Learning Center Publications, 2006. ADKAR® et Awareness-Desire-Knowledge-Ability-Reinforcement sont des modèles déposés de la société Prosci.