


**Occupational Performance Coaching (OPC)- Introduction**

le 8, 16, et 21 avril et le 6 mai 2026  
en présence, en ligne

Formatrice:  
Caroline Hui, erg., M.Sc.  
assisté par Marilyne Le Blanc, erg.

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz



1

---

---

---

---

---

---


---

---

**Aperçu de la formation OPC**

Session	Module et titre	Temps de préparation	Session en ligne
Session 1	Module 1 – OPC Introduction Module 2 – Domaine Connexion	1 - 2 heures	3 heures
Session 2	Module 3 – Domaine Structure- établir les objectifs	1 heure	3 heures
Session 3	Module 4 Domaine Structure- Analyse Collaborative de la Performance	1 heure	3 heures
Session 4	Module 5 - Domaine Share	1 heure	3 heures

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz



2

---

---

---

---

---

---

---

---

**Qu'avez-vous dans votre panier d'outils?**

- Cultures
- Croyances
- Valeurs
- Attitudes
- Connaissances
- Expériences




Photo: Laurence Thibault/FreePress.com

3

---

---

---

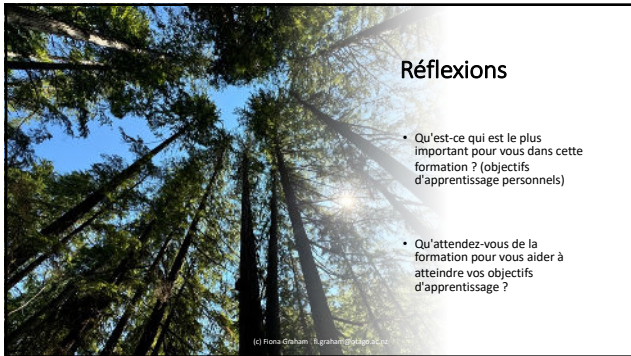
---

---

---

---

---



### Réflexions

- Qu'est-ce qui est le plus important pour vous dans cette formation ? (objectifs d'apprentissage personnels)
- Qu'attendez-vous de la formation pour vous aider à atteindre vos objectifs d'apprentissage ?

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

4

---

---

---

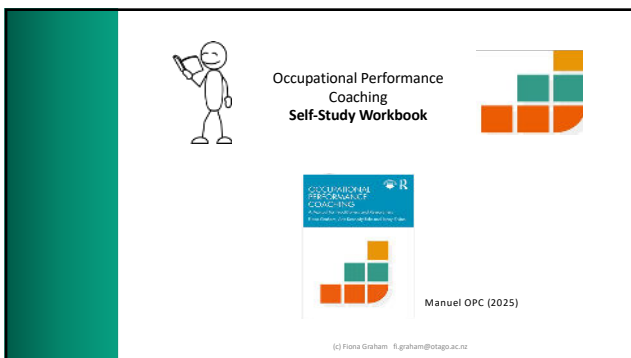
---

---

---

---

---



Occupational Performance Coaching  
Self-Study Workbook

Manuel OPC (2025)

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

5

---

---

---

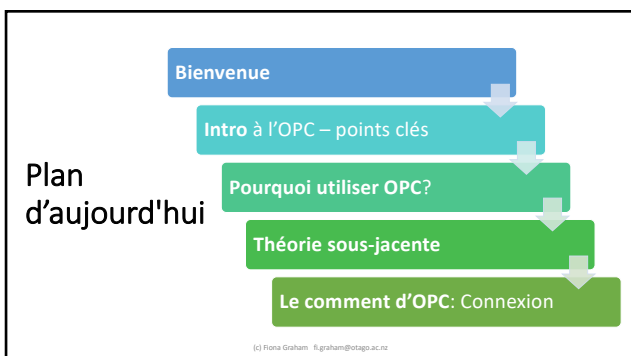
---

---

---

---

---



### Plan d'aujourd'hui

- Bienvenue
- Intro à l'OPC – points clés
- Pourquoi utiliser OPC?
- Théorie sous-jacente
- Le comment d'OPC: Connexion

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

6

---

---

---

---

---

---


---

---

**Module 1: Objectifs d'apprentissage**

Je peux décrire et différencier l'OPC des autres interventions de coaching.

Je peux identifier les raisons pour lesquelles les approches axées sur la participation sont importantes pour soutenir le client à atteindre ses objectifs.



(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

7

---

---

---

---

---

---

---

---



**Dre Fiona Graham**



8

---

---

---

---

---

---

---

---

**OPC: Principales caractéristiques**

- Une approche hautement **centrée sur la personne**, qui vise à soutenir les clients (parents/enseignants) dans l'identification et la mise en pratique de changements qui favorisent la performance de l'enfant.
- Utiliser la réflexion et la discussion avec les clients, **orientée sur les objectifs**, et utiliser des stratégies pour soutenir leur volonté de changement.
- Considérer les clients comme des **apprenants adultes** ayant des besoins d'apprentissage propres à eux-mêmes ainsi que des connaissances et des perceptions personnelles.
- Encourager la **compétence et la confiance** du client pour qu'il puisse gérer les situations actuelles et futures de façon autonome.

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

9

---

---

---

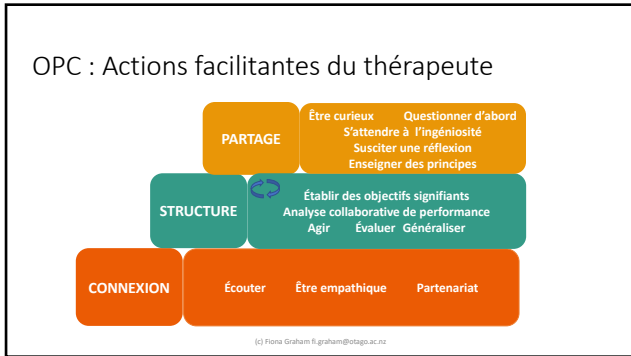
---

---

---

---

---



10

---

---

---

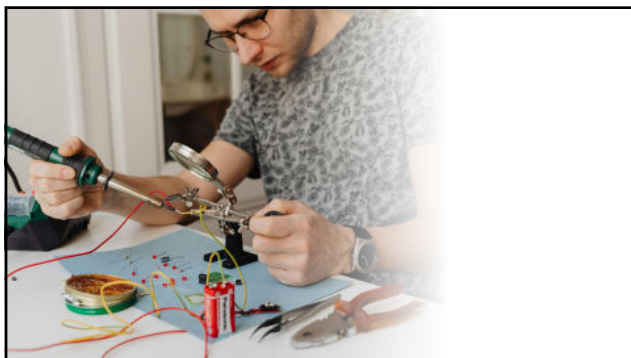
---

---

---

---

---



11

---

---

---

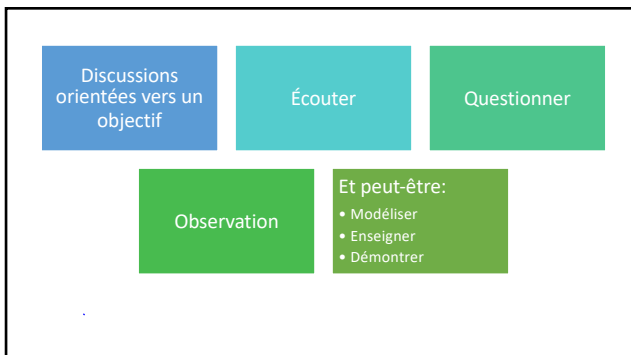
---

---

---

---

---



12

---

---

---

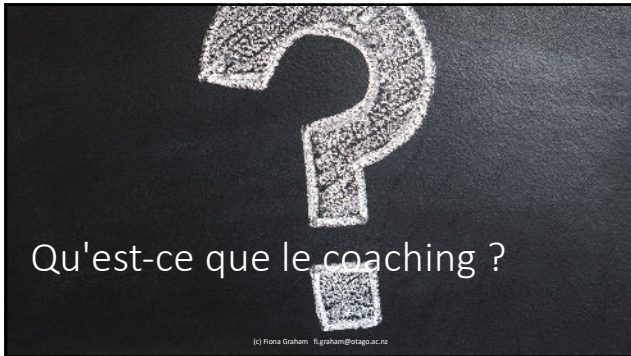
---

---

---

---

---



13

---

---

---

---

---

---

---

---

### Coaching interprofessionnel

Le coaching, c'est **faire équipe** avec les clients par des échanges qui suscitent des réflexions et entraînent une démarche créative qui les incite à entreprendre un changement vers l'état souhaité (International Coaching Federation).

**Une approche clinique relationnelle fondée sur les forces du client et orientée vers des objectifs significatifs.** Elle permet un **changement distinct, passant d'une approche dirigée par un thérapeute et orientée sur des problématiques** à une approche orientée vers des possibilités où le client reprend son pouvoir avant toute chose. (Baldwin et al 2013).

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

14

---

---

---

---

---

---

---

---

### Coaching models in paed-neurodisability

p26  
Table  
2.2

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

Rush & Sheldon, 2003

15

---

---

---

---

---

---

---

---

### La comparaison d'interventions de coaching

Intervention Name	Population	Outcomes Targeted	Assessment/ Analysis	Intervention	Dose	Delivery
CO-OP <sup>1</sup>	Indigenous Māori 18-24 years	Improvements in: • Health/well • Adult • Employment • Numeracy/Alph • Occupational Performance • Participation	• Employment • Activity • Knowledge • Knowledge	• Client led • Practitioner led • Transactive	• 12-16 • 12-16	• In person • Tele-delivery
CFIT <sup>2</sup>	•	•	•	•	NS	NS
OPC <sup>3</sup>	•	•	•	•	20-60	2-12
CV-OPC <sup>4</sup>	•	•	•	•	NS	12
PAC <sup>5</sup>	•	•	•	•	NS	NS
SPC-Peac <sup>6</sup>	•	•	•	•	NS	NS

(c) Fiona Graham: fi.graham@otago.ac.nz Manuel OPC (2020) P26, Table 2.2

16

---

---

---

---

---

---

---

---

### OPC: Caractéristiques distinctives

- L'OPC est une forme **spécifique** de **coaching** conçue pour le milieu de la réadaptation.
- Une **orientation explicite** pour cultiver les relations est mise en évidence, compte tenu du déséquilibre historique dans les services de santé traditionnels.
- La façon de **fixer les objectifs** est explicitement décrite en raison des grandes variations dans le monde de la réadaptation.
- L'**analyse des performances** est détaillée pour s'assurer que le client est l'expert.

(c) Fiona Graham: fi.graham@otago.ac.nz

17

---

---

---

---

---

---

---

---

○

○

Ce qui compte le plus, c'est de participer.

Connexion; Appartenance; Identité positive.

Les différents environnements permettent ou limitent la participation.

Manuel OPC (2020) Pg. 10-13

18

---

---

---

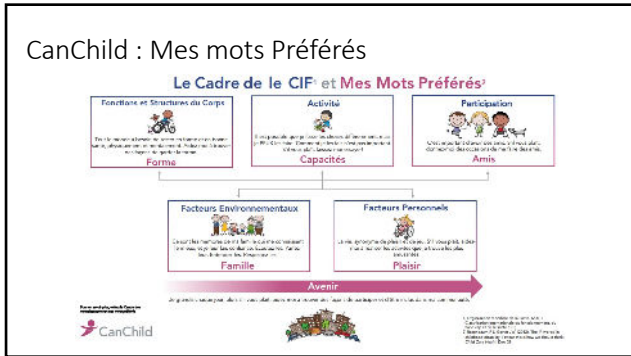
---

---

---

---

---



19

---

---

---

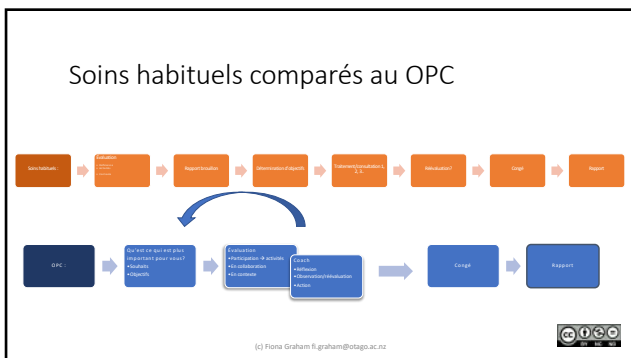
---

---

---

---

---



20

---

---

---

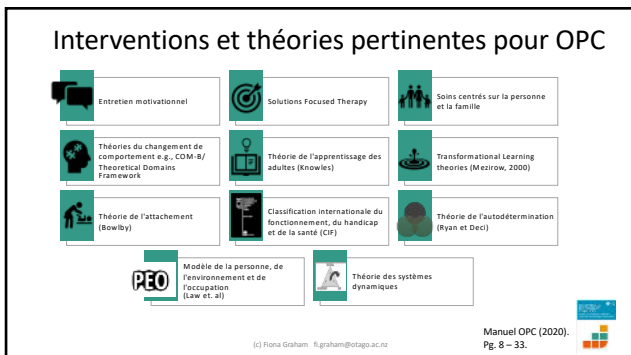
---

---

---

---

---



21

---

---

---

---

---

---

---

---

Vidéo

Mel et Jane



(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

22

---

---

---

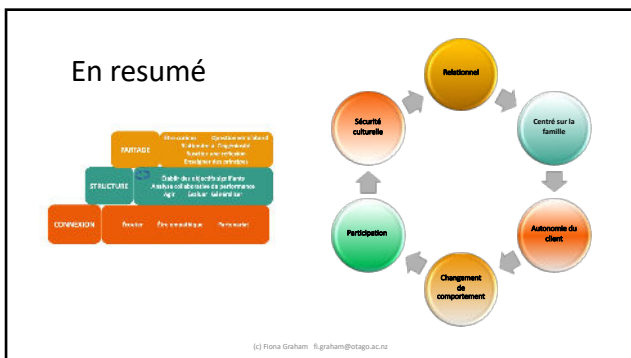
---

---

---

---

---



23

---

---

---

---

---

---

---

---



Je peux décrire et différencier l'OPC des autres interventions de coaching.

Je peux identifier les raisons pour lesquelles les approches axées sur la participation sont importantes pour soutenir le client à atteindre ses objectifs.

24

---

---

---

---

---

---

---

---

## Module 1: Références

Adler International Learning cited in Townsend, E., Beagan, B., Kamae-Tari, Z., Verwey, J., Isaacs, M., Landry, J., ... Brown, J. (2007). Enabling occupational therapy's core competencies. In E. Townsend & H. Polalajko (Eds.), *Enabling Occupation II: Advancing and Occupational Therapy Vision for Health, Well-Being and Justice through Occupation* (pp. 87-133). Ottawa, ON: CCOE.

Balfein, P., King, G., Evans, J., MacDougall, S., Tucker, M., & Senechal, M. (2013). Solution-focused coaching in pediatric rehabilitation: An integrated model for practice. *Physical & Occupational Therapy in Pediatrics, 33*(4), 1-17. doi:10.1080/01942638.2013.784718

Cavanagh, M. J., & Grant, A. M. (2010). The solution-focused approach to coaching. *The Complete Handbook of Coaching, 54-67*.

Contextual Intervention/Occupation based coaching

Dunn, W., Cox, J., Foster, L., Mische-Lawson, L., & Tanquary, J. (2012). Impact of a contextual intervention on child participation and parent competence among children with autism spectrum disorders: A pretest-posttest repeated-measures design. *American Journal of Occupational Therapy, 66*(5), 520-528.

Grice, A. (2009). An integrated model of goal-focused coaching: An evidence-based framework for teaching and practice. *International Coaching Psychology Review, 3*(2), 146-155.

Law, M., Cooper, B., Strong, B., Sarant, D., Rigby, P., & Latta, L. (1996). The Person-Environment-Occupation model: A transactional approach to occupational performance. *Canadian Journal of Occupational Therapy, 63*(1), 9-23. doi:https://doi.org/10.1177/000841749606300103

International Coaching Federation. <https://www.coachfederation.org/>

Novak, I., & Moran, J. (2019). Effectiveness of postpartum occupational therapy for children with disabilities: A systematic review. *Australian Occupational Therapy Journal, 66*(3), 258-275. doi:10.1111/1440-1630.12379

Rusk, D., Sheldon, M., & Harrell, B. (2003). Coaching families and colleagues: A process for collaboration in natural settings. *Infants and Young Children, 16*(1), 33-47.

World Health Organization. (2001). *International Classification of Functioning, Disability and Health (ICF)*. Geneva: World Health Organization.

25

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

## Module 2- CONNEXION: Objectifs d'apprentissage

1	J'écoute en silence et en pleine conscience pendant la conversation
2	Je remarque ma propre expérience de l'écoute en pleine conscience.
3	Je remarque et reconnais l'expérience émotionnelle du client (OPC -FM Item 1)
4	Je fais confiance au thérapeute lorsque je suis coaché (OPC-FM Item 11).



(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

26

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## OPC : Actions facilitantes du thérapeute

PARTAGE

Être curieux  
Questionner d'abord  
S'attendre à l'ingéniosité  
Susciter une réflexion  
Enseigner des principes

STRUCTURE

Établir des objectifs significatifs  
Analyse collaborative de performance  
Agir Évaluer Généraliser

CONNEXION

Écouter

Être empathique

Partenariat

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

27

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

(C) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz 2020

9



**Engager  
L'autodétermination**

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

28

---

---

---

---

---

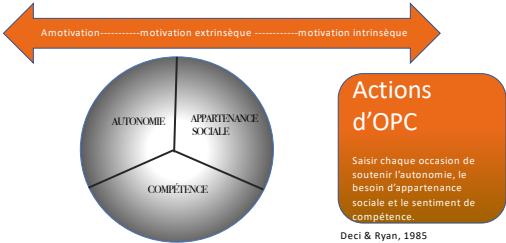
---

---

---

### Théorie de l'autodétermination

Besoins psychologiques de base



**Actions d'OPC**

Saisir chaque occasion de soutenir l'autonomie, le besoin d'appartenance sociale et le sentiment de compétence.

Deci & Ryan, 1985

29

---

---

---

---

---


---

---

---

### Théorie de l'autodétermination

<b>Compétence:</b> Les gens ont besoin de se sentir efficaces et de savoir qu'ils peuvent maîtriser et contrôler leur vie et leur environnement.	<b>Autonomie:</b> Les gens ont besoin de se sentir maîtres de leur vie, de leurs comportements et de leurs objectifs. C'est une question de choix.	<b>Appartenance sociale (relation):</b> Les gens ont besoin d'éprouver un sentiment d'appartenance et d'être en contact avec les autres.
---	---	---



© Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

30

---

---

---

---

---

---

---

---

OPC & TAD:  
les besoins  
psychologiques  
fondamentaux  
sont  
comblés/satisfaits

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz Manuel OPC (2020). Pg. 19-22.

31

---

---

---

---

---

---

---

---

OPC : Actions facilitantes du thérapeute

PARTAGE

Être curieux  
Questionner d'abord  
S'attendre à l'ingéniosité  
Susciter une réflexion  
Enseigner des principes

STRUCTURE

Établir des objectifs significatifs  
Analyse collaborative de performance  
Agir Évaluer Généraliser

CONNEXION

Écouter

Être empathique

Partenariat

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

32

---

---

---

---

---

---

---

---



33

---

---

---

---

---

---


---

---

### Connexion: L'écoute

L'écoute en pleine conscience :

- Écoute en pleine conscience vs écoute active
- Calmer l'esprit pour écouter
  - Prise de conscience de la respiration, des émotions et de l'état d'esprit à propos de soi-même et de l'autre personne.
- Méditation, concentration et fluidité
- Accepter sans juger
- Aucune attention au monde extérieur
- Remarquer les réactions : choisir la façon d'y répondre.



(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

Manuel OPC (2020), Pg. 43-46.

34

---

---

---

---

---

---

---

---

### "Advice Monster"

Comment annoncer son monstre conseiller.



(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

35

---

---

---

---

---

---

---

---

### Pourquoi l'écoute en pleine conscience est-elle importante ??

- Créer un espace de partage dans lequel le thérapeute est pleinement à l'écoute du client.
- Le client ressent cela comme une validation et une compréhension, une acceptation profonde (« c'est comme ça en ce moment »).
- Renforcement de la confiance dans le thérapeute
- Meilleure qualité des informations fournies par le client pour établir l'objectif
- Une ligne d'enquête différente sur la voie à suivre pour trouver des solutions
- Le client dispose de plus d'espace pour réfléchir et résoudre les problèmes, ce qui renforce sa capacité d'action.

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

36

---

---

---

---

---

---

---

---

### L'écoute

**NIVEAU D'ÉCOUTE ÉLEVÉ**

Utilise des questions ouvertes, permet les silences.  
 Exprime une vraie empathie.  
 Accueillir sans juger  
 Réponses sensibles au bon moment.

**SIGNAUX D'ALERTE**

Vous sentez-vous frustré ou impatient?  
 Doutez-vous des capacités de ce client?  
 Vivez-vous d'autres facteurs de stress?  
 Un peu de compassion pour soi-même peut mener bien loin.

**RESTER CONCENTRÉ**

Portez attention à vos pensées en ce moment. Où êtes-vous?  
 Pratiquez-vous à remarquer vos pensées régulièrement pendant la semaine.  
 Portez une attention spéciale aux pensées qui sont reliées à l'évaluation.

**NIVEAU D'ÉCOUTE FAIBLE**

Interrompt, parle en même temps, termine ses phrases.  
 Affirmations qui ne sont pas liées – prise de contrôle.  
 Longs discours. Silences trop courts.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

37



38

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



39

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Pour cultiver l'écoute en pleine conscience:

**⚠ à éviter**

- de combler les silences par des conseils, des commentaires, une observation ou un résumé
- être l'expert
- s'efforcer de rendre la situation différente
- se perdre dans ses propres pensées, ses peurs, ses inquiétudes, son stress

**👍 à faire**

- S'asseoir en silence. Ex : compter jusqu'à 8-10 secondes, noter 10 respirations.
- Observer notre respiration, notre état d'esprit et notre état émotionnel. « Être calme et silencieux en moi-même ».
- Permettre de prendre le temps de « s'ancrer », d'être présent à soi-même et à son environnement.
- Se concentrer sur le moment présent

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---

40

L'empathie

- **Chercher à comprendre le point de vue de l'autre**
  - Reconnaître la perspective de l'autre comme étant sa réalité à lui/elle.
- **Ne pas porter de jugement**
  - Réfléchir aux moments où nous portons un jugement et les façons dont nous le faisons pour comprendre les avantages que nous en retirons.
- **Reconnaître les émotions des autres**
  - Nous devons d'abord reconnaître nos propres émotions.
- **Démontrer que nous reconnaissons leurs émotions**

(Theresa Wiseman, 1997  
Coulehan et al 2001, Words That Help Build Empathy  
Riess, H & Kraft-Todd, 2014 E.M.P.T.H.V)

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---


---

---

---

---

41



VIDÉO—Empathie - Molly (2)
(c) Fiona Graham  
fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---


---

---


---

42

**EMPATHIE**



<https://www.youtube.com/watch?v=1Evwgu369Jw>  
Brené Brown



(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---

43



**Empathie - pourquoi est-ce important?**

- Sous-tend l'approche centré sur le client/la famille
- Fonctionnement de la confiance → changement comportemental
- Rien à voir avec la pitié.
- Essentiel à l'engagement, la motivation et la divulgation
- Ressentir les émotions *avec* les personnes.
  - Évoquer dans vos souvenirs l'expérience de l'émotion qu'exprime l'autre personne.

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---

44

**Empathie – comment faire?**

<p>Le(la) thérapeute</p>	<p>Expériences du client</p>
<p><b>Être pleinement présent</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Écouter, observer, vérifier qu'on est juste, prendre le temps (silence).</li> <li>• « <i>Ça me semble logique que vous...</i> »</li> <li>• Répéter les mots du client.</li> <li>• Porter attention au langage corporel.</li> </ul>	<p><b>Être validé</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se sentir compris.</li> <li>• Avoir un témoin.</li> <li>• Se sentir accepté tel que je suis en ce moment.</li> </ul>

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---

45



L'utilisation bien dosée de l'empathie

- **Thérapeute** : Qu'est-ce qui est le plus important pour vous en ce moment
- **Client** : Décrivez une situation que vous voulez partager.
- **Thérapeute** : Ne répète que les mots ayant une portée émotive signifiante

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

46

---

---

---

---

---

---

---

---

### Empathie: n'en faites pas trop

- Trop émotif.
- À propos du besoin de connexion du thérapeute plutôt que celui des clients.  
(Renee Taylor, The Intentional Relationship, 2008)

• Une question clinique fondamentale de OPC est : *Quel niveau d'empathie est nécessaire pour favoriser un changement?*

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

47

---

---

---


---

---

---

---

---



### Connexion: Partenariat

- Favoriser une relation neutre avec le client.
- Maintenir et/ou renforcer la position du client en tant que décideur actif.
- Haut sens de l'autonomie - adopter et maintenir de nouveaux comportements.
- Intentionnel - attirer activement l'attention sur les expériences du client - autorité sur sa vie.
- Renforcement de l'expertise du client.
- Engagement accru du client et décideur actif.

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz Manuel OPC (2020), Pg. 51-54.

48

---

---

---

---

---

---

---

---

### Développer intentionnellement un partenariat:

**⚠ à éviter**

- d'être pressé, prendre des décisions
- d'être « l'expert
- d'écouter pour répondre
- de résumer ce que les clients ont dit

**👍 à faire**

- Écouter en pleine conscience
- Faire preuve d'empathie
- Actions explicites de partage du pouvoir - partage de l'autorité/expertise mutuelle
- Écouter pour comprendre
- Mettre l'accent sur les possibilités aux clients de prendre des décisions
- Faites preuve de curiosité et demandez la permission de vérifier votre compréhension.

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

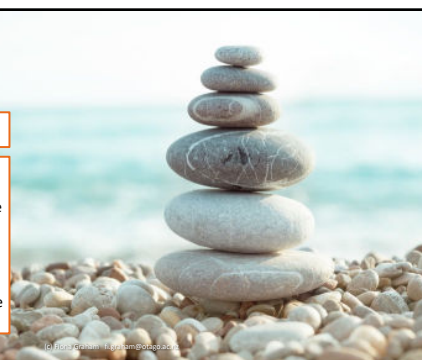
---

---

---

---

49



**Prendre soin de soi-même**

- Remplir notre réservoir d'empathie
- Laisser entrer l'empathie et la connexion
- Moments de calme
- Être dans le « flow » régulièrement
- Reconnaître la fatigue de l'empathie

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---

50

Vidéo

Aroha)



(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---

51

Pratiquer: Le silence, le non-verbale

**Validation:**

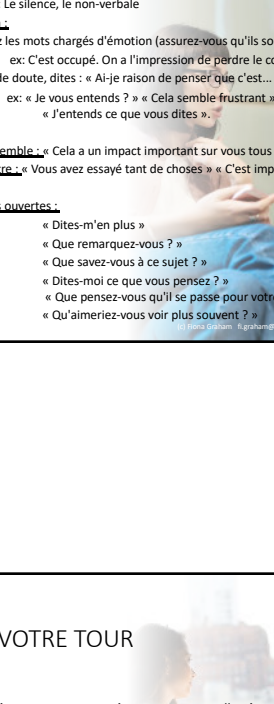
- Répétez les mots chargés d'émotion (assurez-vous qu'ils sont corrects, Attendez d'entendre le bon mot)  
ex: C'est occupé. On a l'impression de perdre le contrôle.
- En cas de doute, dites : « Ai-je raison de penser que c'est... »  
ex: « Je vous entends ? » « Cela semble frustrant ». « Ai-je raison de penser cela ? »  
« J'entends ce que vous dites ».

**Vue d'ensemble:** « Cela a un impact important sur vous tous »

**Reconnaître:** « Vous avez essayé tant de choses » « C'est important pour vous »

**Questions ouvertes:**

- « Dites-m'en plus »
- « Que remarquez-vous ? »
- « Que savez-vous à ce sujet ? »
- « Dites-moi ce que vous pensez ? »
- « Que pensez-vous qu'il se passe pour votre petit garçon ? »
- « Qu'aimeriez-vous voir plus souvent ? »



52

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**À VOTRE TOUR**

Thérapeute: première rencontre "qu'est-ce qui est le plus important pour vous en ce moment?"  
pratiquer **l'écoute en pleine conscience, l'empathie, et le partenariat**

**L'utilisation bien dosée de l'empathie**

- **Thérapeute:** Qu'est-ce qui est le plus important pour vous en ce moment?
- **Client:** Décrivez une situation que vous voulez partager.
- **Thérapeute:** Ne répétez que les mots ayant une portée émotionnelle signifiante.



53

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



54

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



J'écoute en silence et en pleine conscience pendant la conversation

Je remarque ma propre expérience de l'écoute en pleine conscience.

Je remarque et reconnais l'expérience émotionnelle du client (OPC-FM Item 1)

Je fais confiance au thérapeute lorsque je suis coaché (OPC-FM Item 11).

55

---

---

---

---

---

---

---

---

### OPC Mesure de fidélité- Connexion

Objectif	Éléments
10	Le thérapeute exprime son empathie par des commentaires et des gestes, comprenant une réaction sans jugement à l'expérience émotionnelle du client.
11	Le client semble faire confiance au thérapeute.
12	Le client exprime une réflexion et une analyse spécifiques aux situations liées aux objectifs.
13	Le client énonce des <u>gains planifiés</u> spécifiques dans le cadre d'activités liées aux objectifs en dehors du contact direct avec le thérapeute.

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

56

---

---

---

---

---

---

---

---

### Références Module 2

- Brene Brown (Multiple publications)
- Coulehan, J. L., Platt, F. W., Egener, B., & et al. (2001). "let me see if i have this right...". Words that help build empathy. *Annals of Internal Medicine*, 135(3), 221-227. doi:10.7326/0003-4819-135-3-200108070-00022
- Wiseman, T. (1996). A concept analysis of empathy. *Journal of Advanced Nursing*, 23, 1162-1167.
- Taylor, R. (2008). *The Intentional Relationship: Occupational Therapy and Use of Self*. Philadelphia, PA: FA Davis.
- Paul Parkin [https://www.youtube.com/watch?v=e4aHb\\_GTRVo](https://www.youtube.com/watch?v=e4aHb_GTRVo).
- Lacey, C., Huria, T., Beckert, L., Gilles, M., & Pitama, S. (2011). The Hui Process: A framework to enhance the doctor-patient relationship with Maori. *The New Zealand Medical Journal (Online)*, 124(1347). Retrieved from <https://www.nzma.org.nz/journal/read-the-journal/all-issues/2010-2019/2011/vol-124-no-1347/view-lacey>.

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

57

---

---

---

---

---

---

---

---

Occupational Performance Coaching (OPC)  
Introduction

**Module 3 - Établir des objectifs significatifs**

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

58

---

---

---

---

---

---

---

---

Module 3- OBJECTIFS: Objectifs d'apprentissage

1	Je peux aider un client à identifier un objectif très significatif et participatif. (OPC-FM item 2)
2	Je coach le client à imaginer la situation qu'il souhaite atteindre dans l'avenir (OPC-FM item 4)
3	Je coach le client à clarifier l'activité et le contexte de son objectif.(OPC-FM item 3)

59

---

---

---

---

---

---

---

---

OPC : Actions facilitantes du thérapeute-Structure

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

60

---

---

---

---

---

---

---

---



61

---

---

---

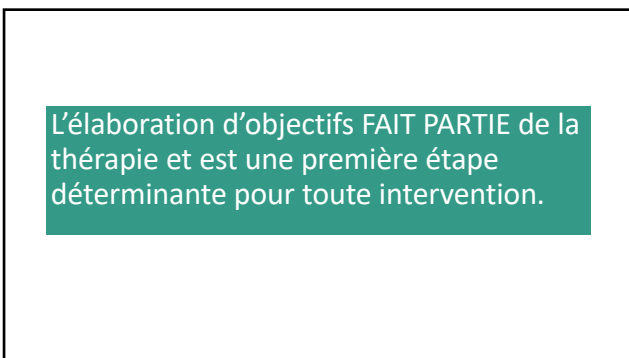
---

---

---

---

---



62

---

---

---

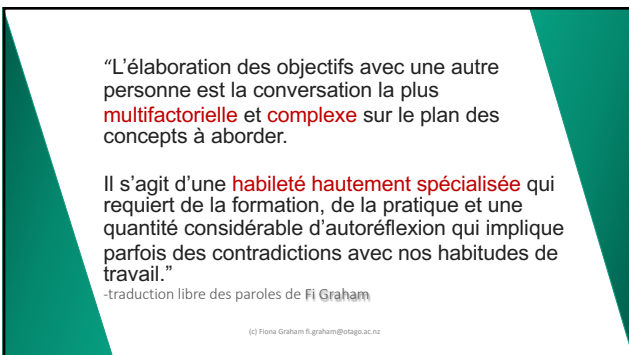
---

---

---

---

---



63

---

---

---

---

---


---

---

---

### Éléments clés pour établir les objectifs en OPC:

- Les objectifs d'OPC sont générés par le client
- Ils reflètent ce qui est le plus important et le plus signifiant pour le client.
- Les objectifs d'OPC décrivent une amélioration observable de la participation dans l'environnement vécu; domicile, l'école, le travail et la communauté.
- Les énoncés d'objectifs sont centrales au cours de toutes les séances d'OPC.
- « Un désir souhaite d'être dans le monde ». (a desired state of being in the world)



Manuel OPC(2020). Pg. 55- 65.

64

---

---

---

---

---

---

---

---

### “Meaningfulness”

- Qu'est-ce qui est le PLUS important pour vous?
- Liens avec les valeurs et l'identité
  - Écouter ce qui est répété (écoute attentive - à l'écoute de l'autre).
  - Connexion, rôles/responsabilités, sentiment d'appartenance.
  - Identité positive
- Espoirs, rêves et aspirations



Manuel OPC 2020. Pg 56

65

---

---

---

---

---

---

---

---

L'appartenance	Connexion	L'identité
<b>objectifs participatifs</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réflète une plus grande participation dans les rôles sociaux valorisés ou dans les « situations de la vraie vie ».</li> <li>• Une plus grande participation peut être liée à :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• La <b>présence</b> : Fréquence, étendue</li> <li>• <b>Implication</b> : connexion, engagement, plaisir</li> <li>• la <b>satisfaction</b> (Imms et al 2016)</li> </ul> </li> </ul>		
Les objectifs participatifs décrivent une <b>ACTIVITÉ</b> et un <b>CONTEXTE</b> qui ont une signification important pour le client		

(c) Fiona Graham: fi.graham@otago.ac.nz Manuel OPC2020. Pg.11, & 57 - 59

66

---

---

---

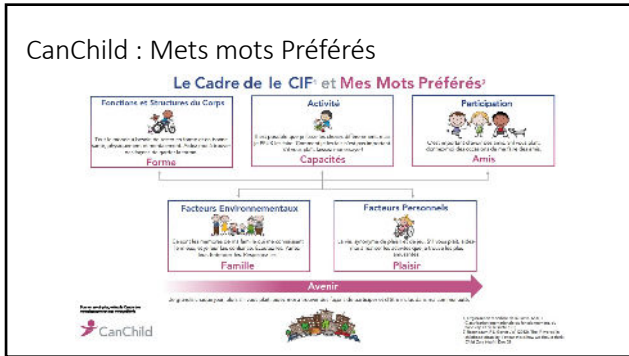
---

---

---

---

---



67

---

---

---

---


---

---

---

---

### Objectif ultime...



**Aspiration:**  
Johnny participe sur une base régulière aux activités de groupe de l'école et contribue activement en apportant ses idées.

- Johnny fait partie de quelque chose.
- Johnny a des amis.
- Johnny sait qu'il est apprécié.

**Aspiration:**  
Cathy s'amuse et joue avec ses enfants régulièrement tout au long de la semaine et contribue activement à la vie de famille.

- Se sent utile
- Fait preuve de gentillesse et d'attention
- A du temps et de l'énergie à consacrer à sa famille

(c) Fiona Graham, fi.graham@otago.ac.nz

68

---

---

---

---

---

---

---

---

### Objectifs... exemples

Extension complète des hanches  
Plus stable  
Se concentre  
Sans douleur

Marche avec un déambulateur  
Demande de l'aide  
Attache ses boutons

→ Connexion  
→ Appartenance  
→ Identité

Accès indépendant à une table d'activité au centre de jour  
Participe activement aux discussions de groupe du club de jardinage  
Joue au soccer sans douleur  
Se rend à un emploi rémunéré 3/5 jours par semaine

(c) Fiona Graham, fi.graham@otago.ac.nz

69

---

---

---

---

---

---

---


---

**Soyez attentifs aux questions concernant :**

- Le client a-t-il décrit ce qui est le plus important pour lui?
- A-t-il visualisé ce qui se passe?

**Décrit :**

- qui est visé par cet objectif
- Quelle activité
- Dans quel contexte
- fréquence/quantité
- quand



**VIDÉO**

(c) Fiona Graham  
fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---

70

Manuel OPC 2020, Pg.58

Exemple d'objectifs OPC : Importance, **Activité** & Contexte

Sujet	ACTIVITÉ	ÉTENDUE (AMPLEUR)	CONTEXTE	Aspiration pour la participation occupationnelle élargie qui sous-tend l'objectif (importance, aspiration)
Laura	fait l'épicerie	chaque semaine	au marché du quartier	afin qu'elle puisse avoir de la nourriture pour sa famille et contribuer à la vie de famille.
Béatrice	traverse la rue	en sécurité	avec l'adulte	pour que les sorties dans la communauté soient agréables et sécuritaires.
Charles	arrête son jeu vidéo	lorsqu'on lui demande	avant souper	afin qu'il puisse passer agréablement à l'heure du bain et aux autres routines familiales.
Carl	va au bingo	une fois par semaine	dans la communauté	afin qu'il socialise avec d'autres personnes.

---

---

---

---

---

---

---

---

71

Manuel OPC 2020, Appendix D, Pg. 204-206

OPC : Objectifs

Partie de l'objectif	Notes	Exemple
Significativité (Meaningfulness)	<input type="checkbox"/> Que-ce qu'il est le plus important? <input type="checkbox"/> Qu'est-ce qui compte le plus?	La sécurité dans la communauté pour que nous puissions sortir avec Jean.
Qui	<input type="checkbox"/> Personne chez qui on cherche à changer le comportement (compétence/amélioration). <input type="checkbox"/> Client, famille	Jean
Fera quelle activité	<input type="checkbox"/> La personne coachée (le client) doit avoir la liberté d'avoir un impact sur ce changement. <input type="checkbox"/> Entier ce que la personne ne fera pas. <input type="checkbox"/> Quelle différence observable se produira?	Traverse la rue
Dans quel contexte de la vie courante	<input type="checkbox"/> Où le changement sera-t-il observé? <input type="checkbox"/> Soyez précis. <input type="checkbox"/> En clinique ou pendant les séances de traitement, ne correspond pas à « participe plus activement dans sa vie ». <input type="checkbox"/> La personne coachée (client) doit avoir un pouvoir décisionnel dans ce contexte.	avec son parent en marchant à l'école
À quelle fréquence / jusqu'à quel point	<input type="checkbox"/> Fréquence <input type="checkbox"/> Durée <input type="checkbox"/> Niveau de satisfaction/expérience <input type="checkbox"/> Niveau d'implication <input type="checkbox"/> Intensité	en regardant des deux côtés avec prudence
Pour quand [DATE]	<input type="checkbox"/> Convient d'une date approximative où l'atteinte de cet objectif est attendue. <input type="checkbox"/> Ceci indique quand nous pouvons nous attendre à avoir un résultat, selon l'effort qui est déployé.	D'ici novembre.

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---

72

**Exercice pour établir l'objectif**

Sujet	ACTIVITÉ	CONTEXTE	ÉTENDUE (AMPLEUR)	Aspiration pour la participation occupationnelle élargie qui sous-tend l'objectif <i>Pourquoi/Qu'est le plus important pour vous</i>
Qui	Va faire quoi	Dans quel contexte	À quelle fréquence/dans quelle mesure (fréquence, durée, intensité)	

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

73

---

---

---

---

---

---

---

---

**OPC arbre de décision**

**Le client a-t-il décrit ce qui est le plus important?**

oui

**À-t-il visualisé la situation qu'il souhaite?**

- Qu'est-ce qui est le plus important pour vous ?
- Qu'est-ce qui compte le plus ?
- Dites-m'en plus à ce sujet...
- Qu'est-ce que la réalisation de ce ..... signifierait pour votre enfant, votre famille ?
- Quand la réalisation de cet objectif aurait-elle le plus grand impact ?

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

74

---

---

---

---


---

---

---

---

**Comment définir des objectifs signifiants en OPC?**



**Visualiser ("envison")**

- Visualisation de l'état souhaité
- Partagée entre le client et le thérapeute
- Capture les espoirs et les rêves
- Exploration des valeurs et de l'identité

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

75

---

---

---

---

---

---

---

---





À VOTRE TOUR

- Thérapeute: première rencontre "qu'est-ce qui est important pour vous?"
- pratiquer **établir l'objectif - "envisioning"**

---

---

---

---

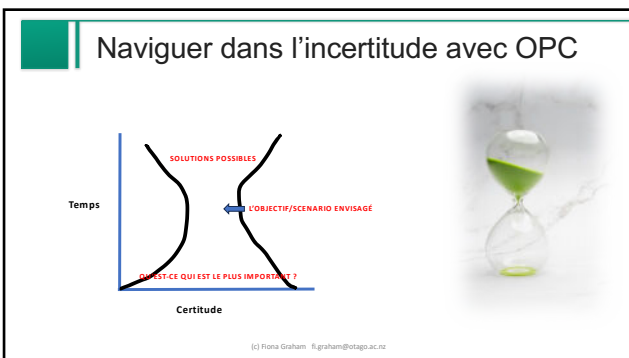
---

---

---

---

79




---

---

---

---

---

---

---

---

80

Objectifs engageants avec changements durables

- Reflètent un changement **signifiant** sur le plan personnel dans les **rôles et les situations de la vie** (pas dans les séances de thérapie).
- **Appartiennent au client**, et non au coach ou au thérapeute.
  - Le client est responsable d'atteindre ses objectifs et non le thérapeute.
- Sont **atteints par le client**, et non pas par le thérapeute.
  - L'atteinte des objectifs et les progrès **ne sont pas sous le contrôle du thérapeute**.
- **L'évaluation des objectifs est fait par le client** à propos de son rendement au quotidien
  - Pas ce qui est jugé par le thérapeute.
- Généralement, le contexte social, physique ou attitudinal doit être modifié.

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

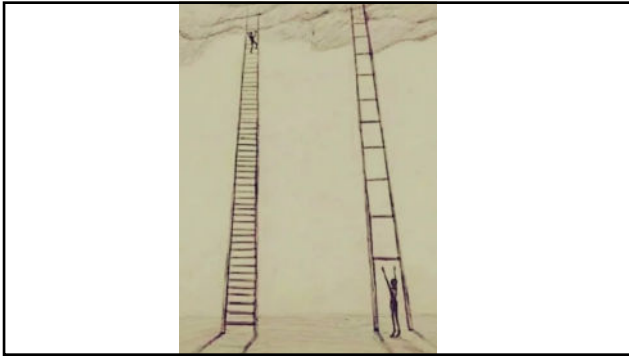
---

---

---

---

81



82

---

---

---

---

---

---

---

---

Module 3: Ai-je atteint les objectifs d'apprentissage?



Un moment de réflexion

ThePhoto by PhotoAuthor is licensed under CCYSA.  
© Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

- Je peux aider un client à identifier un objectif **très significatif et participatif.** (OPC-FM Item 2)
- Je coach le client à imaginer la situation qu'il souhaite atteindre dans l'avenir. (OPC-FM Item 4)
- Je coach le client à clarifier l'**activité et le contexte** de son objectif. (OPC-FM Item 3)

83

---

---

---

---

---

---

---

---

OPC Mesure de fidélité- Établir l'objectif

2.	Le thérapeute invite le client à se fixer des objectifs dans une situation qui revêt clairement une grande signification pour le client.
3.	Le thérapeute invite le client à exprimer l'objectif de manière ciblée sur l'occupation/la participation (activité + contexte).
4.	Le thérapeute invite le client à envisager la situation visée/souhaitée. Lors de séances ultérieures, le thérapeute se réfère à, ou invite le client à clarifier davantage la vision évoquée précédemment.

84

---

---

---

---

---

---

---

---

### Références Module 3

- Graham, F., Timothy, E., Williman, J., & Levack, W. (2020). Participation-focused practices in paediatric rehabilitation for children with neurodisability in New Zealand: An observational study using MAPi audit tool. *Child: Care, Health and Development*, 46(5), 552-562. doi:10.1111/cch.12789
- Levack, W.M., Dean, S.G., McPherson, K.M., & Siegert, R.J. (2006). How clinicians talk about the application of goal planning to rehabilitation for people with brain injury – variable interpretations of value and purpose. *Brain Injury*, 20(13-14), 1439-1449. doi:10.1080/02699050601118422
- Kessler, D., Walker, I., Sauve-Schenk, K., & Egan, M. (2019). Goal setting dynamics that facilitate or impede a client-centered approach. *Scandinavian Journal of Occupational Therapy*, 26(5), 315-324. doi:10.1080/11038128.2018.1465119
- McPherson, K. M., Kayes, N. M., & Kersten, P. (2014). MEANING as a smarter approach to goals in rehabilitation. In R. Siegert & W. Levack (Eds.), *Rehabilitation Goal Setting: Theory, Practice and Evidence* (pp. 105-119). London: CRC Press.

85

---

---

---

---

---

---

---

---

**Occupational Performance Coaching (OPC)**  
Introduction Course

**Module 4 - Analyse Collaborative de la Performance**

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

86

---

---

---

---

---

---

---

---

### Module 4- ANALYSE COLLABORATIVE DE LA PERFORMANCE: Objectifs d'apprentissage

<b>1</b>	J'invite le client à envisager plus en détail la situation qu'il souhaite pour le future. (OPC-FM items 4, 5)
<b>2</b>	Je pose des questions qui guident le client dans l'analyse de la performance de la situation souhaitée. (OPC-FM items 5, 12)
<b>3</b>	Je pose une série de questions qui incitent le client à explorer la situation préférée de son point de vue (OPC-FM Item 6), suscitant la réflexion et l'analyse du client. (OPC-FM Item 12)
<b>4</b>	Je place le client en position d'agent actif pour détailler les spécificités de son plan d'action. (OPC-FM items 7, 8, 13)

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

87

---

---

---

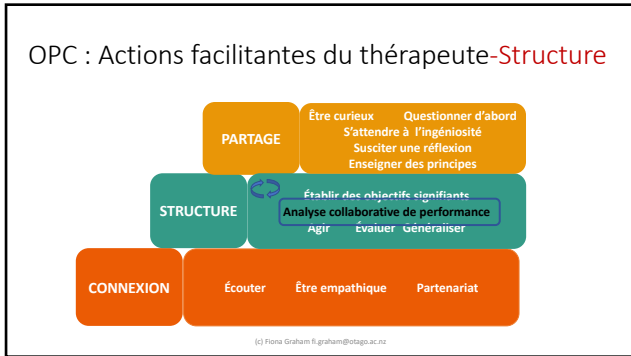
---

---

---

---

---



88

---

---

---

---

---

---

---

---

Analyse Collaborative de la Performance

*Nous posons des questions pour approfondir l'analyse du client plutôt que notre propre analyse.*

*Nous guidons les clients à travers un processus itératif d'analyse, de réflexion et de prise de décision.*

Manuel OPC (2020), Pg. 66, Fig. 3.3

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

89

---

---

---

---

---

---

---

---

Pourquoi l'Analyse Collaborative de la Performance (ACP)

**"ENVISION" -**  
 Établir le contexte. Des solutions plutôt que des problèmes

**Théorie de l'apprentissage des adultes**  
 Construire un apprenant compétent et confiant  
 L'apprentissage est lié à l'expérience et s'appuie sur elle

**EXPLORER -**  
 Des solutions changeantes et durables dirigées par le client

**Théorie de la personne, de l'environnement et de l'occupation**  
**Théorie des systèmes dynamiques**  
 De nouvelles compétences sont acquises lorsque de multiples systèmes sont dans de bonnes conditions.  
 Améliorer l'accès à des informations plus pertinentes

**ENGAGER -**  
 Optimiser l'engagement des clients

**Théorie de l'autodétermination**

- Construire l'autonomie
- MAINTENIR le lien d'appartenance
- CONSTRUIRE la compétence

Manuel OPC (2020) pg.19- 24, 65-73

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

90

---

---

---

---

---

---


---

---

Que remarquez-vous à propos du type de questions posées ?

Avez-vous remarqué des questions de transition vers l'ACP?

À quelle étape de l'arbre décisionnel est-ce que l'ACP se rapporte-t-elle ?



Vidéo Démo—ACP
(c) Fiona Graham  
fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---

91

### Transition vers l'ACP

**⚠ À éviter**

- Être trop directif -
  - Que pensez-vous qui puisse fonctionner ?
  - Avez-vous essayé.....?
- Proposer ses propres idées ou perspectives
  - Je pensais.....
  - C'est une bonne idée (jugement).

"Je ne sais pas" → Soyez curieux(se)

**👍 À faire – demeurer curieux(se)**

- Racontez-moi les moments où les choses se sont bien passées dans cette situation.
- Si nous recueillons tous les bons jours en un seul, que ferait votre fils quand....(objectif de la situation)?
- Parlez-moi des choses que vous vous êtes demandées ou que vous avez peut-être essayées avant .....
- Quelles sont les choses que vous avez observées et qui vous font penser qu'il s'agit de la prochaine étape et que vous/votre enfant êtes prêt(e)?

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

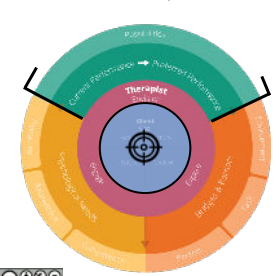
---

---

---

92

### ACP: Visualiser/Envision



- La capacité à imaginer un rendement désiré diffère d'un client à l'autre.
- Cycle interactif de questionnements, pas une question unique.
- De l'idée générale aux détails.
- À quoi ressemblerait l'avenir souhaité, à quoi ressemblerait-il, comment le sentirait-il?

**Obstacles:** autonomie, être en relation (relatedness) ou compétences .

- (A) Deuil/colère/déni
- (R) Confiance, perception
- (C) Peur non exprimée

Manuel OPC (2020), Pg 66-69.

---

---

---

---


---

---

---

---

93



Vidéo- "envison"

(c) Fiona Graham  
fi.graham@otago.ac.nz

94

---

---

---

---

---

---

---



---

OPC arbre de decision-**Envison**

A-t-il visualisé la situation qu'il souhaite et décrit quoi, où, quand, avec qui et combien?

oui

A-t-il décrit les différences entre la visualisation et la



Si j'étais une mouche sur le mur, qu'est-ce que je remarquerais pendant que vous vous occupez de ce (objectif), et que cela se passe bien?  
Et comment vous sentiriez-vous ce jour-là, quand tout va bien?

Si nous mettons tous les bons jours en un seul, que ferait Sam en arrêtant calmement l'ipad?

Lorsque vous vous imaginez en train de préparer Johnny pour le coucher, que remarquerez-vous lorsque notre travail ensemble aura été couronné de succès, pouvez-vous décrire ce qui se passera?

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

95

---

---

---

---

---

---

---

---



96

---

---

---

---

---

---

---

---



97

---

---

---

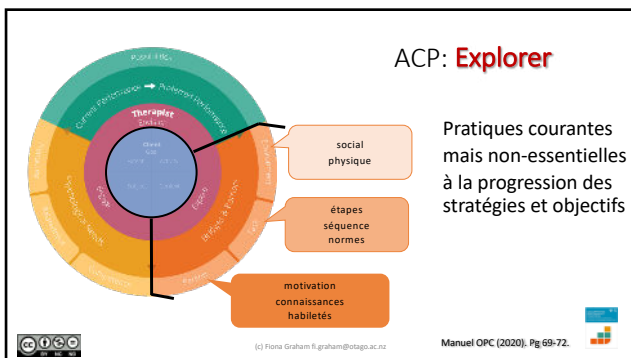
---

---

---

---

---



98

---

---

---

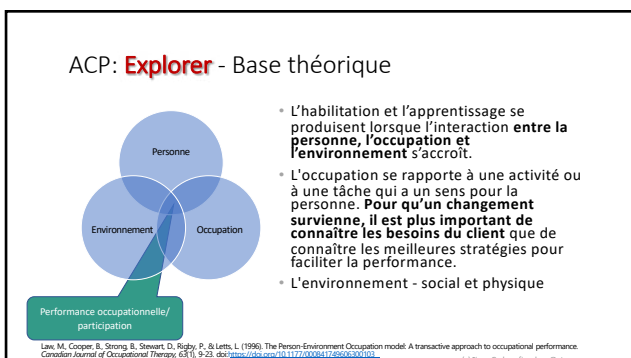
---

---

---

---

---



99

---

---

---

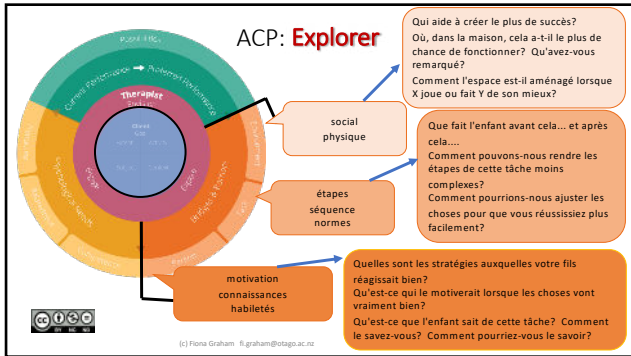
---

---

---

---

---



100

---

---

---

---

---

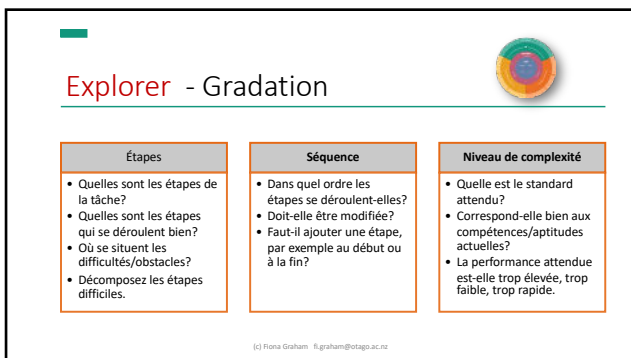
---

---

---

---

---



101

---

---

---

---

---

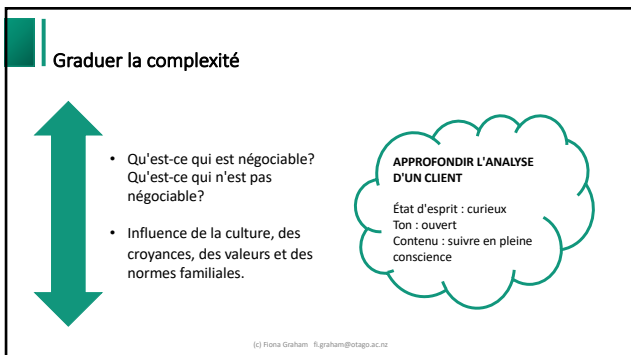
---

---

---

---

---



102

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

Que remarquez-vous du style des questions posées ?

---

Quels sont les éléments d'explorer qui se font analyser dans la discussion ?

---



**ACP Vidéo Démo—Explorer**
(c) Fiona Graham  
fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---



103

**OPC arbre de décision—Explorer**

A-t-il décrit les différences entre la visualisation et la situation actuelle au niveau de la personne, la tâche ou l'environnement ? Est-il conscient de ces différences ?

oui

↓

**PERSONNE:**

- Que savez-vous de votre enfant pour gérer ces situations?
- Quelles sont les stratégies auxquelles votre fils répond bien?
- Quelle est la motivation de Johnny pour .....

**ENVIRONNEMENT:**

- Qui est présent lorsque Sam a le plus de succès?
- Comment l'espace est-il aménagé lorsque X joue ou fait Y de son mieux?

**TÂCHE:**

- Que fait l'enfant avant cela... et après cela....
- Que se passerait-il si les étapes de cette tâche étaient plus simples?
- Comment pourrions-nous ajuster les choses pour que vous réussissiez plus facilement?

---

---

---

---

---

---

---

---

104




---

---

---

---

---

---

---

---

105



106

---

---

---

---

---

---

---

---

**ACP: Comment stimuler l'engagement**

**A :** Puis-je préciser si c'est le fait d'achever plus d'œuvres d'art qui est important pour vous, le fait de faire de l'art avec d'autres personnes ou quelque chose d'autre ?  
**A :** Vous semblez hésiter. Voudriez-vous en dire plus à ce sujet ?

**R :** Je comprends votre frustration, Alice. Vous avez essayé beaucoup de choses pour mettre votre fils au lit.  
**R :** Je suis vraiment contente que vous ayez partagé cela avec moi.

**C :** Que devez-vous faire pour donner à cette démarche les meilleures chances de succès ?  
**C :** Je sais que c'est difficile, comment faites-vous lorsqu'il fait une crise ?

(c) Fiona Graham: fi.graham@otago.ac.nz Manuel OPC (2020), Pg. 72-73

107

---

---

---

---

---

---

---

---

Quels sont les besoins psychologiques du client?

Quelles questions ou considérations remarquez-vous de la part du thérapeute pour répondre aux besoins psychologiques du client?

**ACP Vidéo Démo—Engager (Molly 3)**  
 (c) Fiona Graham  
 fi.graham@otago.ac.nz

108

---

---

---

---

---

---

---

---

**Analyse Collaborative de la Performance**

*Nous posons des questions pour approfondir l'analyse du client plutôt que notre propre analyse.*

*Nous guidons les clients à travers un processus itératif d'analyse, de réflexion et de prise de décision.*

Manuel OPC (2020), Pg. 66, Fig. 3.3 (c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

109

---

---

---

---

---

---

---

---

**En faisant l'ACP— gardez en tête.....**

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

110

---

---

---

---

---

---

---

---

**OPC : Actions facilitantes du thérapeute-Structure**

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

111

---

---

---

---

---

---

---

---



**AGIR**  
**Connaître l'intention des clients d'agir** ET mettre en œuvre le plan

**QUOI**

- Obtenez une description spécifique des actions réalisables qui vont probablement fonctionner.
- Travailler intentionnellement pour combler l'écart entre l'intention/l'idée et l'action réelle.

**COMMENT:** Explorez et aborder:

- Les hésitations
- Les imprécisions
- Les malentendus/incompréhensions

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz OPC Manual (2020), Pg. 74 – 75.

112

---

---

---

---

---


---

---

---

**The 5 S's to Act**

1. Keep it **small**
2. Keep it **simple**
3. Invite clients to **state** the action, in their own words
4. Allow actions to **snowball**
5. Will it **stick**?



(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz Manuel OPC (2020), Pg 74-75, Box 3.9

113

---

---

---

---

---

---

---

---

**AGIR: Actions prévues..... puis réalisées**

Défis d'agir	Facteurs facilitant la mise en œuvre
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un plan trop ambitieux</li> <li>• Une semaine difficile</li> <li>• Un autre niveau de performance identifié</li> <li>• L'objectif n'est pas significatif ou conflictuel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suivre les 5 S pour agir</li> <li>• Élaborer un plan très clair                             <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Quand</li> <li>◦ Où</li> <li>◦ Comment</li> <li>◦ Qui sera avec vous ou seul</li> </ul> </li> <li>• Visualiser le plan</li> <li>• Explorer les obstacles, par exemple l'hésitation</li> </ul>

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

114

---

---

---


---

---

---

---

---

 On pratique

“Oui, j’en parlerai à mon mari”.

“Je vais peut-être lui acheter des nouveaux biscuits pour la collation”.

“Je ne sais pas vraiment, mais je pourrais essayer de mettre des images de ses personnages préférés dans la salle de bain”.

“Oui, je suppose que cela pourrait fonctionner, oui, oui, je vais essayer”.

“C’est une bonne idée, oui, je vais essayer de lui offrir des aliments facile à piquer avec sa fourchette”.

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

115

---

---

---


---

---

---

---

---



Vidéo Démo—AGIR
(c) Fiona Graham  
fi.graham@otago.ac.nz

116

---

---

---


---

---

---

---

---

 OPC arbre de décision— **Établir un plan**

A-t-il décrit les actions spécifiques qu’il prévoit entreprendre dans un avenir proche ? A-t-il résumé une brève série d’actions qu’il estime réalisable ou susceptible de fonctionner?

Nous avons parlé de quelques idées pour aider votre fils à faire ses nuits. Comment **pensez-vous** pouvoir aider votre fils pour qu’il dorme?

Lorsque vous vous imaginez utiliser cette idée de « laisser votre fils jouer avec sa nourriture », cela vous semble-t-il faisable? Dans quelle mesure vous sentez-vous confiant à l’idée de mettre en place le jeu et de le laisser faire?

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

- Lorsque vous imaginez votre semaine à venir, qui d’autre pourrait avoir besoin de connaître votre plan?
- Quand serait le meilleur moment dans votre semaine pour essayer cette idée/parler de votre plan à cette personne, afin d’obtenir le plus grand succès?
- Où ce plan devra-t-il se réaliser pour que vous soyez le plus confiant dans sa réussite?

117

---

---

---

---

---

---

---

---



118

---

---

---

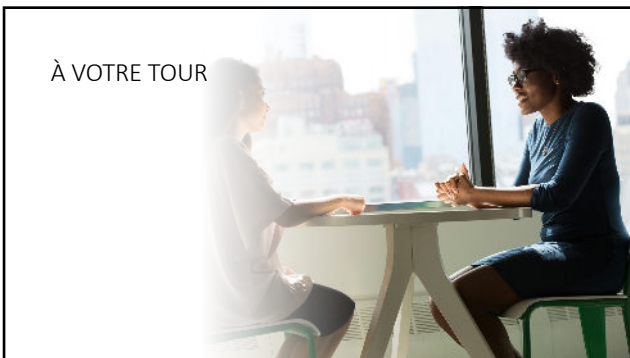
---

---

---

---

---



119

---

---

---

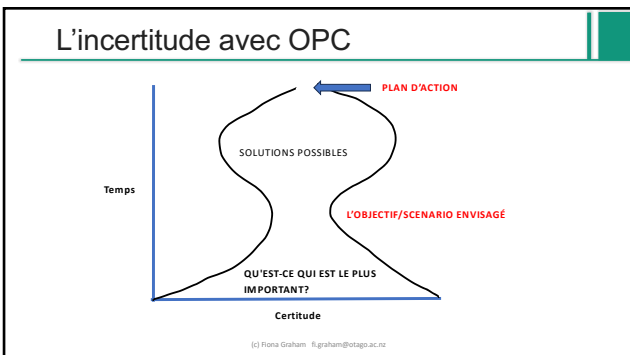
---

---

---

---

---



120

---

---

---

---





---

---

---

---

## Évaluer

-  Poser des questions pour guider l'évaluation des clients
-  Évaluer la performance est plus important qu'évaluer le plan.
-  La perception des performances par le client est **plus importante** que votre perception.
-  Lier l'action du client à l'amélioration des performances Ecoutez pour: "C'est horrible!" alors qu'en réalité c'est mieux "Il a vieilli!" alors qu'en réalité le client fait quelque chose de différent

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

121

---

---

---

---

---

---

---

---

## Comment évaluer avec un client?

- *Qu'avez-vous remarqué à propos de (l'activité de l'objectif) cette semaine?*
- *Que s'est-il passé pendant (l'activité de l'objectif) au moment où cela s'est le mieux passé?*
- *Que s'est-il passé le jour où cela s'est le moins bien passé cette semaine?*
- *Sur une échelle de 1 à 10, 10 étant très bien et 1 étant très mal, comment évaluez-vous votre performance au cours de la semaine écoulée?*
- *Si la situation était un peu meilleure (ou pire), à quoi ressemblerait-elle plutôt?*

« Parlez-moi davantage de ce qui s'est passé quand cela n'a pas fonctionné. S'agit-il d'une stratégie qui vous donne encore de l'espoir? » Quelles seraient les conditions dans lesquelles cette stratégie aurait plus de chance de fonctionner? »

122

---

---

---

---

---

---

---

---

## Généraliser...


### POURQUOI

- Généraliser - envisager dans **quelle autre situation** une stratégie réussie pourrait être utilisée ailleurs?
- Accélérer l'effet de développement des capacités de l'OPC.
- Amplifier l'effet de changement.
- Amplifier le sentiment de compétence du client.

### COMMENT

- D'autres tâches, routines, situations, rôles
- D'autres personnes, endroits, périodes de temps
- Au futur, au passé :
  - Dans quelles autres situations croyez-vous que cette stratégie serait utile?
  - Est-ce que d'autres personnes trouveraient cette idée utile?
  - Dans quelle autre situation vous êtes-vous rendu compte que vous utilisiez cette idée?
  - À l'avenir, qu'est-ce qui pourrait vous indiquer qu'il est temps d'utiliser de nouveau cette stratégie?

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz



123

---

---

---

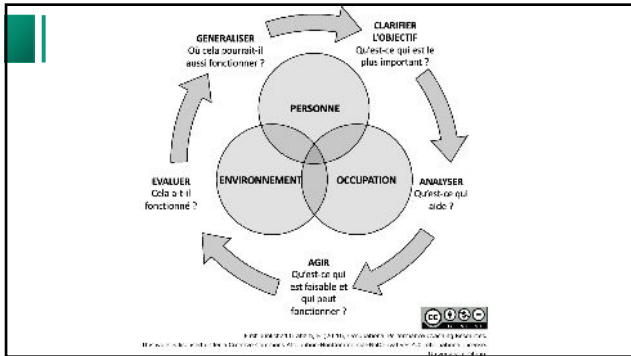
---

---

---

---

---



124

---

---

---

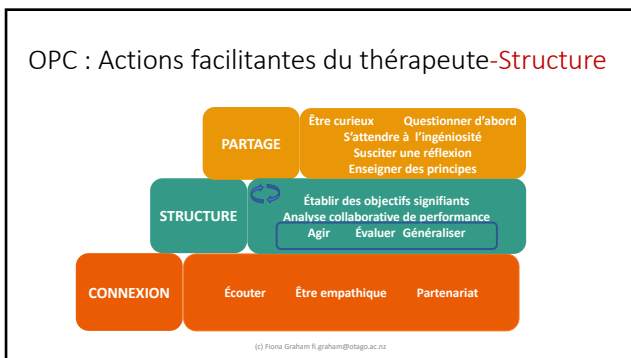
---

---

---

---

---



125

---

---

---

---

---

---

---

---

Module 4: Ai-je atteint les objectifs d'apprentissage?

126

---

---

---

---

---

---

---


---



### Module 5—PARTAGE: Objectifs d'apprentissage

(OPC FM Items 15 – 18)

1	J'adopte une attitude de curiosité pour soutenir la compétence du client et le partage des connaissances.
2	Je pose une série de questions qui permettent au client de prendre conscience de ses points forts, de ses compétences, de ses connaissances et de ses ressources.
3	J'utilise des stratégies pour partager des informations avec un client en respectant son pouvoir d'agir.



---

---

---

---

---

---

---

---

130

### OPC : Actions facilitantes du thérapeute- **Partage**

- L'accent mis sur le partenariat
- Partager l'autorité et le pouvoir
- Questionnement pour intégrer les compétences et les connaissances dans la planification des objectifs

PARTAGE

Être curieux  
Questionner d'abord  
S'attendre à l'ingéniosité  
Susciter une réflexion  
Enseigner des principes

STRUCTURE

Etablir des objectifs signifiants  
Analyse collaborative de performance  
Agir Évaluer Généraliser

CONNEXION

Écouter Être empathique Partenariat

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz Manuel OPC (2020), Pg. 78-87

---

---

---

---

---

---

---

---

131

### Le pouvoir, c'est la connaissance - Pourquoi nous **Partageons**



**Le sentiment de compétence et d'autonomie du client est amplifié.**  
(Théorie de l'autodétermination)



Plus susceptible de mettre en œuvre des **changements** lorsqu'on leur donne le pouvoir d'agir  
(Théorie du changement de comportement)



Habilité à intégrer l'expertise du client pour **résoudre les problèmes.**



Les partenariats intentionnels de grande confiance créent la sécurité nécessaire au partage. Soulève des dilemmes éthiques/les gens révèlent des choses qu'ils n'avaient pas l'habitude de faire.



Manuel OPC (2020), Pg. 78 - 86 (c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

---

---

---

---

---

---

---

---

132

**ACUEILLIR LE PARTAGE :**  
**Par l'attitude**

**Être curieux**

- Poser des questions naïvement
- Mettre en pratique le « je ne sais pas »

**À Faire**

- Utiliser le silence, accueillir l'inconfort
- Compter jusqu'à 10 avant la question suivante
- Visualiser – client connaisseur

**S'attendre à l'ingéniosité**

- Imaginez que le client est plein de ressources et qu'il est créatif.
- Permettre la réflexion :
  - Utiliser le silence éloquent
- Poser des questions d'adaptation (coping questions)

*Comment conseilleriez-vous un ami ou un étranger?*

*Qu'est-ce qui a fonctionné dans le passé, même pour une courte période?*

*Si vous étiez au travail et que ce type de situation se produisait, comment l'aborderiez-vous?*

*Lorsque vous avez des difficultés à planifier quelque chose, que remarquez-vous qui vous aide?*

*Qu'est-ce qui pourrait convenir pour un enfant de 6 ans?*

Manuel OPC(2020), Pg.79-80. (c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

133

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**PARTAGE de connaissance:**  
**Par des Actions**

**Demander avant**

- Comment, Quand, Quoi, Qui
- Éviter pourquoi

*Qu'avez-vous pensé faire, mais n'avez pas encore essayé?*

*Qu'est-ce qui a fonctionné dans le passé, même pour une courte période?*

*Qu'avez-vous lu sur ce diagnostic qui vous semble utile?*

*Comment conseilleriez-vous un ami ou un étranger?*

*Quand vous repenserez à cette période, de quoi serez-vous le plus fier?*

*Qui vous inspire pour gérer ce genre de situation? Comment gèrent-ils les choses?*

*Si vous voyiez un étranger faire face à cette situation, que penseriez-vous de lui?*

OPC Manual (2020), Pg.81-82 (c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

134

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**PARTAGE de connaissance:**  
**Par des Actions**

**Susciter la réflexion**

- Plus grande considération sur les meilleures expériences et observations passées
- Sur différents rôles
- D'un point de vue différent

*Si vous étiez au travail et que ce type de situation se produisait, comment l'aborderiez-vous?*

*Lorsqu'il s'est habillé, parlez-moi de ce que vous faisiez?*

*Que pensez-vous que votre mari/ami/enseignant en pense?*

*Que comprend votre fille de ce que vous lui demandez de faire?*

Manuel OPC (2020) pg. 83 - 84 (c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

135

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## On joue! Qui a le pouvoir?

Votre objectif n'est pas réaliste.	À quoi pourrait ressembler la première étape?	C'est une situation très courante.	Ce n'est pas quelque chose que vous pouvez gérer seul.
Que vous dit votre instinct?	Quand est-ce qu'elle aime le plus ça?	Dites-moi en plus sur ce que vous savez.	Vous le savez mieux que d'autre, n'est-ce pas?
Je viens de terminer une formation sur ce sujet.	La recherche indique que vous avez tort à ce sujet.	Les recherches indiquent que vous avez raison à ce sujet.	Ce programme doit être réalisé quotidiennement, quand le ferez-vous?

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

136

---

---

---

---

---

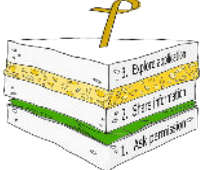
---

---

---

## PARTAGE de connaissance: Par les actions

**Enseigner des principes**



- Parfois, un élément d'information essentiel, inconnu du client, peut accélérer les progrès.
- Donner des conseils directs est à éviter.
- L'information est fournie AVEC l'engagement du client.

**Seules sont présentées les informations qui:**

- s'appuient sur les informations déjà exprimées par le client - ce qu'il sait déjà
- se rapportent aux objectifs du client
- sont directement liées aux décisions concernant les mesures à prendre

Manuel OPC (2020), Pg. 84 - 86 (c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

137

---

---

---

---

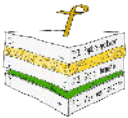
---

---

---

---

## Comment enseigner un principe



**Avant de partager les connaissances, nous prenons en compte:**

- Est-ce évident qu'il y a une lacune dans les connaissances du client?
- Dois-je poser une autre question pour clarifier ce qu'ils savent sur ce sujet/cette stratégie?
- L'information à laquelle je pense est-elle explicitement liée à l'objectif du client?

Suivre la règle 80:20

80%	20%
Client a l'autorité (le pouvoir).	Le thérapeute a l'autorité

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

138

---

---

---

---

---

---

---

---

**L'info Club**

Comment ceci peut-il s'appliquer à votre fils?  
Est-ce que ça s'applique à vous?  
Si c'était vrai pour votre fils, qu'est-ce qui pourrait soutenir sa réussite?

Blaa bla blaa bla...  
Gardez ça court.

Aimeriez-vous apprendre les stratégies utilisées par d'autres enseignants?  
Avec votre permission, j'aimerais partager quelques idées avec vous.

Manuel OPC (2020). Pg. 85 Fig. 3.5 (c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

139

---

---

---

---

---

---

---

---

**Vidéo Démo—OPC**

(c) Fiona Graham  
fi.graham@otago.ac.nz

140

---

---

---

---

---

---

---

---

**On y va!**

**Occupational Performance Coaching: arbre de décision**

1. Le client a-t-il des objectifs clairs et réalisables?
2. Le client a-t-il les ressources nécessaires pour atteindre ses objectifs?
3. Le client a-t-il les compétences nécessaires pour atteindre ses objectifs?
4. Le client a-t-il les connaissances nécessaires pour atteindre ses objectifs?
5. Le client a-t-il les motivations nécessaires pour atteindre ses objectifs?
6. Le client a-t-il les soutiens nécessaires pour atteindre ses objectifs?

(c) Fiona Graham

141

---

---

---

---

---

---

---

---



142

---

---

---

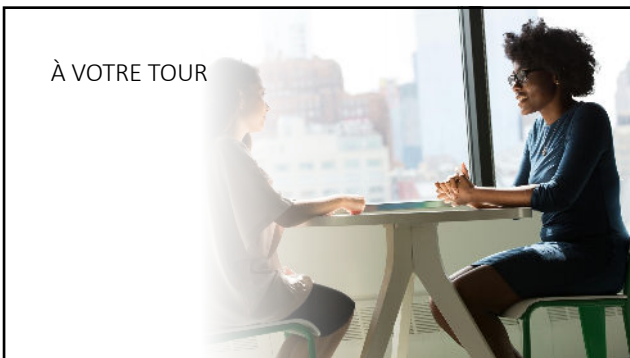
---

---

---

---

---



143

---

---

---

---

---

---

---

---

OPC Manual (2020).  
Pg. 24-25

Au fil des séances avec un client, il y a un parcours évolutif :

**Le client** - éprouve un sentiment de clarté et se sent écouté. Il ressent un premier changement positif. L'engagement est élevé.  
**Thérapeute** - Les compétences en matière de coaching se sentent fortes, optimistes quant à cette approche.

**Client** - l'optimisme peut diminuer. La confiance diminue au fur et à mesure que des obstacles surgissent.  
**Thérapeute** - Défis à relever pour continuer à avoir confiance au client.

**Client** - désengagé. Moment d'apprentissage transformationnel (aha), changement d'état d'esprit.  
**Thérapeute** - Conscience de ce processus. Risque de passer à l'approche « experte ».  
 Dur envers nous-mêmes.

**Client** - Nouvelle façon de voir les choses, de nouvelles stratégies suivront.  
**Thérapeute** - Sentiment d'être un super thérapeute

(c) Fiona Graham - fi.graham@otago.ac.nz

144

---

---

---

---

---

---

---

---

... qu'allez vous retenir?

On encourage...

- ✓ de s'accorder la permission
- ✓ de pratiquer l'autocompassion
- ✓ de s'ouvrir au processus d'apprentissage
- ✓ d'accepter de faire des erreurs
- ✓ de commencer

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

145

---

---

---

---

---

---

---

---

Module 5: Ai-je atteint les objectifs d'apprentissage?

un moment de réflexion

J'adopte une attitude de curiosité pour soutenir la compétence du client et le partage des connaissances.

Je pose une série de questions qui permettent au client de prendre conscience de ses points forts, de ses compétences, de ses connaissances et de ses ressources.

J'utilise des stratégies pour partager des informations avec un client en respectant son pouvoir d'agir.

ThePhoto by PhotoAuthor is licensed under CCYSA.  
(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

146

---

---

---

---

---

---

---

---

**OPC Mesure de Fidelité:**

**⚠ items A NE PAS FAIRE**

15.	Le thérapeute fournit des conseils sans autorisation implicite ou explicite.
16.	Le thérapeute tente de forcer le client à accepter son interprétation ou ses idées.
17.	Le thérapeute résume ou paraphrase les mots du client avec ses propres mots, plutôt que d'utiliser les mots du client.
18.	Le thérapeute utilise des méthodes physiques (p. ex. main sur main) sur le sujet dans le but d'améliorer directement la performance (excluant l'enseignement ou la démonstration d'une stratégie ou "sent").

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

147

---

---

---

---

---

---

---

---

## Références Module 5

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1987). The support of autonomy and the control of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(6), 1024-1037. doi:<https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.6.1024>
- Greber, C., Ziviani, J., & Rodger, S. (2007). The Four Quadrant Model of facilitated learning (Part 1): Using teaching-learning approaches in occupational therapy. *Australian Occupational Therapy Journal*, 54(s1), 1-9. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1440-1630.2007.00662.x>
- Greber, C., Ziviani, J., & Rodger, S. (2007). The Four Quadrant Model of facilitated learning (Part 2): Strategies and applications. *Australian Occupational Therapy Journal*, 54, 540-548.
- Graham, F., Boland, P., Ziviani, J., & Rodger, S. (2018). Occupational therapists' and physiotherapists' perceptions of implementing Occupational Performance Coaching. *Disability and Rehabilitation*, 40(12), 1386-1392. doi:10.1080/09638288.2017.1295474
- Ziviani, J., Poulsen, A., & Cuskelly, M. (Eds.). (2013). *The Art and Science of Motivation: A Therapist's Guide to Working with Children*: Jessica Kingsley.

148

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Tenez-vous à jour



Site Internet du OPC : ressources gratuites, nouvelles recherches, formations à venir  
<https://www.otago.ac.nz/wellington/research/groups/rehabilitation-teaching-and-research-unit-1711/occupational-performance-coaching-opc/>  
 OPC Manual. Maison d'édition : Routledge.

(c) Fiona Graham fi.graham@otago.ac.nz

149

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## suivi optionnel

- 3 juin 2026 de 12h00 à 13h00 (en Europe: 18h00-19h00)
- 30 juin 2026 de 9h00-10h00 (en Europe: 15h00-16h00)

150

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

Lien pour publications OPC

<https://www.otago.ac.nz/wellington/research/groups/rehabilitation-teaching-and-research-unit-rtru/publications-occupational-performance-coaching-opc>



151

---

---

---

---

---

---

---

Lien pour s'inscrire aux avis de changement sur le site d'OPC:

[https://otago.au1.qualtrics.com/jfe/form/SV\\_6nFirjiauDh5T70](https://otago.au1.qualtrics.com/jfe/form/SV_6nFirjiauDh5T70)


Autour de l'îlot: Conversations d'OPC:  
<https://choosetolearn.ca/fr/assemblee-de-cuisine-conversations-dopc/>

OPC Facebook (anglais):  
<https://www.facebook.com/groups/574978857447492>

OPC Facebook (français):  
<https://www.facebook.com/groups/507502371991518>

\*Google Group OPC-m'aviser  
Communauté de pratique OPC-Scolaire  
Communauté de pratique OPC

Pour me contacter: [info@choosetolearn.ca](mailto:info@choosetolearn.ca)



152

---

---

---

---

---

---

---