

Y a-t-il un coach dans votre entreprise ?

Par Franck Damée, formateur et coach professionnel – janv.2013
www.conjugueursdetalents.com

Le coaching prend ses marques dans les entreprises françaises et fait aujourd'hui partie des outils d'accompagnement des ressources humaines, au même titre que le bilan de compétences ou la formation. Ainsi, 60% des entreprises françaises de plus de 1000 salariés ont déjà fait appel à un coach et le coaching aurait généré en 2010 plus de 100 millions d'euros de chiffre d'affaires (source SFCoach¹). Ce sont surtout les dirigeants et managers qui profitent de ce dispositif (59% des coachings prescrits selon l'enquête 2011 du Syntec²) et les objectifs les plus fréquents concernent l'amélioration du fonctionnement avec son équipe, le développement du style de management, la prise de poste, le développement du mode de communication.

La durée moyenne d'un coaching individuel varie de 4 à 8 mois pour un coût total de 4000 € à 10000 €. Le tarif horaire constaté pour la grande majorité des coachings oscille entre 200€ et 500€, il varie notamment en fonction de l'expérience et du niveau d'accréditation du coach (baromètre 2010 SFcoach³)

Qu'est-ce que le coaching ? Le coaching est une posture d'accompagnement qui implique coach et coaché dans une relation paritaire, le coach étant garant du cadre tandis que le coaché est seul responsable de ses décisions. Le coaching professionnel vise l'optimisation du potentiel du coaché ainsi que l'atteinte de résultats concrets et observables dans sa vie professionnelle. Le coach ouvre un espace où le coaché peut exprimer ses aspirations, dépasser ses doutes comme ses certitudes, développer de nouvelles compétences, gagner en autonomie et en confiance. Les apports du coaching sont fondés sur un cadre de travail défini et confidentiel, une écoute active et bienveillante qui favorise l'alliance coach/coaché, des outils et techniques pour comprendre, confronter et solutionner les problématiques abordées.

Les situations travaillées dans le cadre d'un coaching professionnel sont nombreuses et variées : l'amélioration du leadership, le management d'équipes, la prise en charge d'une nouvelle mission, la conduite du changement (réorganisation, fusion...) le management de projet, la gestion des problèmes relationnels et communicationnels, la prise de recul dans une situation multiculturelle, la gestion du stress, la gestion du temps, la gestion de conflits, le renforcement de l'estime de soi, la stimulation de la créativité, la recherche de cohérence dans l'action, le développement de carrière...

Concrètement :

- Un premier entretien permet de recueillir les attentes du prescripteur (l'entreprise, le N+1, le DRH...) et du bénéficiaire afin de contractualiser le coaching (objectifs, critères d'atteinte, durée, déontologie...)
- Les séances suivantes sont programmées en fonction de la demande initiale et du rythme du coaché (le plus souvent entre 5 et 10 séances réparties sur une période de 3 mois à 1 an)
- Pendant les séances, le coach peut faire appel à différents outils (dessin projectif, niveaux logiques de Dilts...) et modèles théoriques (approche systémique, typologie Jungienne, analyse transactionnelle...)

¹ Les chiffres clé du coaching en France - www.scoach.org

² SYNTEC, Enquête sur les attentes des entreprises et des cadres en matière de coaching, septembre 2011.

³ La pratique du coaching en France, baromètre 2010. Enquête réalisée par Dauphine Junior Conseil pour la Société Française de Coaching.

- A la fin de chaque séance le « petit pas » choisi par le coaché permet de valider les avancées par une action concrète à réaliser avant la séance suivante.
- En fin de session, coaché et coach vérifient que les critères d'atteinte fixés au début sont OK. Enfin un débriefing tripartite est généralement programmé avec la hiérarchie et/ou le DRH pour valider les avancées du bénéficiaire du coaching.

Satisfaction : Selon une enquête internationale⁴ réalisée auprès d'entreprises consommatrices de coaching, 99% des clients déclarent être satisfaits de leur expérience et 96% sont prêts à la renouveler. Par ailleurs, 75 % des sondés déclarent que le coaching leur a surtout permis d'améliorer leur estime de soi, leur communication et leurs performances professionnelles.

Choisir un coach...

Le coaching est à la mode et l'on voit émerger un peu partout des coachs autoproclamés : coachs en décoration, coachs visagistes, coachs financiers, coachs pour trouver l'âme sœur, etc. D'autres encore se disent coachs de vie ou coachs en bien-être après avoir suivi un stage de développement personnel...

Comment s'y retrouver ?

Même si la profession n'est à ce jour pas encore réglementée, elle a déjà produit un effort important pour se structurer avec la création de fédérations, l'émergence d'écoles et de cursus certifiants, la tenue de congrès et forums professionnels où sont discutées et affinées les bases du métier. Nous vous proposons ici quatre "incontournables" qui constituent le socle du métier de coach professionnel :



Une formation spécifique : on ne s'improvise pas coach, il faut apprendre les bases du métier dans une école de coaching reconnue. Même s'il n'y a pas de standard en terme de durée, on peut estimer que 250 heures de formation représentent un plancher. Evidemment, c'est encore mieux lorsque le cursus est certifiant et que la certification est accréditée par une organisation indépendante.

L'adhésion à une fédération et une charte de déontologie est une marque d'engagement professionnel et de partage de valeurs. Les fédérations participent à la professionnalisation du coaching et au développement d'une éthique professionnelle. C'est une garantie supplémentaire lorsque le coach est titularisé par sa fédération.

La supervision pour un coach consiste à bénéficier régulièrement d'un espace d'échanges avec des pairs ou un coach plus expérimenté afin de continuer à progresser dans sa pratique. Elle est, avec la formation au métier de coach et l'adhésion à une fédération, une marque de professionnalisme.

⁴ Global Consumer Awareness Study, enquête publiée en octobre 2010 réalisée par PricewaterhouseCoopers pour l'International Coach Federation.

La maturité personnelle résulte d'une expérience professionnelle pertinente et diversifiée, ainsi que d'un travail sur soi (travail de développement personnel ou thérapeutique) Pour être serein dans la relation d'aide, le coach doit être au clair avec son propre fonctionnement. Il est également important qu'il ait tiré profit d'expériences professionnelles variées, qu'il soit passé par des chemins semblables à ceux que son client va emprunter.

Métaphores pour illustrer le coaching...

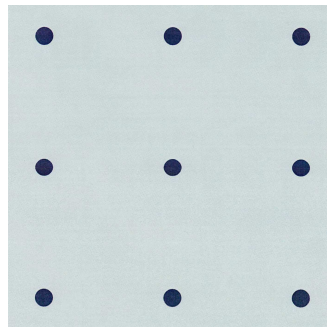
La métaphore (du grec métaphora, transport) est un procédé de langage qui consiste à évoquer une idée concrète dans un sens abstrait en vertu d'une analogie qui reste implicite. La signification propre d'une expression est « transportée » vers une autre expression qui bénéficie ainsi d'un nouvel éclairage. Aristote, dans la Poétique, considère la métaphore comme un acte qui consiste à faire surgir un rapport essentiel entre les choses afin de révéler leur être. La métaphore est un outil fréquemment utilisé en coaching.

Métaphore 1 - Que voyez-vous ?



Débriefing ici > <http://www.conjugeursdetalents.com/metadebrief1.htm>

Métaphore 2 - Reliez les 9 points en traçant 4 segments de droites sans relever votre crayon.



Débriefing ici > <http://www.conjugeursdetalents.com/metadebrief2.htm>

Métaphore 3 - L'effet papillon...

Le battement d'aile d'un papillon au Japon peut déclencher un cyclone aux Antilles.

Edouard Lorentz, météorologue.

Débriefing ici > <http://www.conjugeursdetalents.com/metadebrief3.htm>

merci de n'utiliser ce texte qu'avec l'autorisation de l'auteur – Franck Damée - idemedia@conjugeursdetalents.com