

## Chronique « Apprendre et agir » Janvier 2008

### Savoir présenter le coaching d'affaire PNL

Le coaching d'affaire a pour but d'offrir un accompagnement sur mesure à une personne ou à une équipe de travail au sein d'une organisation.

Lorsqu'un employé, un gestionnaire, un dirigeant d'entreprise ou une équipe de travail ressent le besoin d'être accompagné pour pouvoir atteindre un objectif, l'expertise d'un coach peut se révéler très utile.

Aujourd'hui, le coaching acquiert de plus en plus de crédibilité aux yeux des entreprises. Le fait que le coaching soit une démarche orientée vers les solutions, l'action, la responsabilisation, le travail sur soi et le développement du leadership contribue certainement à l'établissement de cette crédibilité.

Aussi comme *coach professionnel certifié en PNL*, comment pouvez-vous asseoir rapidement votre crédibilité auprès de la personne qui souhaite vous engager ?

Voici *quelques clés* qui, à mon avis, sont incontournables pour démontrer votre compétence et votre valeur ajoutée :

#### 1. Savoir se présenter comme coach :

- Mon expérience m'a amené à réaliser que trois choses sont à mettre en relief pour bien se présenter :
  - Savoir dire pourquoi vous êtes coach
    - Votre interlocuteur appréciera savoir ce qui vous a amené à vouloir être coach et à le devenir effectivement. En ce qui me concerne je mets en avant ma passion pour le développement personnel, le leadership et le changement et mon expérience de l'entreprise.  
J'ai remarqué également que plus un coach est au clair avec sa mission personnelle, plus il sait répondre à cette question : *Mais pourquoi êtes-vous donc coach ?*
  - Présenter sa formation au métier de coach
    - Ici être *coach certifié en PNL* est un atout réel puisque la formation dépasse les 1000 heures et vous a permis d'acquérir un coffre à outil exceptionnel d'outils efficaces et concrets pour vos coachés. Il est important de le signifier à votre interlocuteur ainsi que de préciser que cette formation vous a amené à travailler sur vous-même de façon concrète, à optimiser votre style d'accompagnement et à être supervisé.
    - Souligner que vous êtes membre de la SICPNL (Société Internationale des Coachs en PNL) qui a des critères élevés

de sélection. Il ne suffit pas de payer pour être membre de cette association mais d'être diplômé au moins au niveau Maître-Praticien en PNL.

- Présenter clairement l'éthique du coaching
  - Le coaching est aujourd'hui un métier et l'on peut en vivre. Comme tout métier, il possède son éthique. Je vous invite alors à présenter les valeurs de base du coaching pour démontrer votre rigueur :
    - La relation gagnant-gagnant
      - Un coaching s'appuie sur un contrat que le coach et le client ont pris le temps d'établir. Dans ce contrat, l'objectif est clairement formulé et chaque partie l'a approuvé (le prescripteur du coaching, le coach et le coaché). Le coaching s'appuie donc sur une *relation contractuelle* clarifiée et a évacué au maximum les zones d'ombre qui auraient pu entraver le processus (*agenda caché* ou *manque d'engagement* de l'une des parties par exemple).
    - La co-responsabilité
      - Encourager le prescripteur du coaching tout comme le coaché à s'engager dans la démarche est essentiel pour la réussite du projet de coaching. Le prescripteur ne peut être seulement un *spectateur* et le coaché un *visiteur*. Il est de la responsabilité du coach d'annoncer dès le début du mandat que le soutien du prescripteur envers le coaché est indispensable et que l'engagement du coaché dans les séances est incontournable pour parvenir au succès.
    - La confidentialité
      - Un coaching d'affaire s'appuie la plupart du temps sur une *relation triangulaire* Prescripteur – Coach - Coaché. Cette relation peut être délicate à gérer si, par exemple, le prescripteur vous signifie qu'il

aimerait être au courant de ce qui se passe en séance avec le coaché. Vous devez savoir expliquer que pour préserver le lien de confiance entre vous et le coaché, vous ne pouvez dévoiler le contenu des séances. Par ailleurs, vous prendrez le temps de parler au prescripteur à plusieurs reprises pendant le processus pour évaluer les progrès du coaché dans son cheminement vers l'objectif souhaité et cette évaluation sera uniquement fondée de part et d'autre sur des comportements observables. La confidentialité est ainsi préservée tout en maintenant des échanges constructifs.

- Le type d'expertise
  - Le coach n'est ni un consultant ni un conseiller. Il ne se positionne donc pas comme un expert qui apporte des solutions et des recettes toutes faites. Sa seule expertise est de révéler l'expertise de ses clients ! Un coach écoute, questionne et maîtrise le processus d'accompagnement vers le changement souhaité. Là sont ses forces premières.

## **2. Savoir présenter le coaching :**

- Il existe différentes formes de coaching. Les connaître et les présenter brièvement et clairement en donnant un exemple concret de votre expérience dans ces différents types d'intervention est nécessaire pour créer un lien de confiance :
  - Le coaching de développement ou de croissance : Il est destiné aux personnes qui souhaitent progresser dans le développement de leurs habiletés relationnelles et de gestion.
  - Le coaching de maintenance : Il est destiné aux personnes ayant déjà réalisé un parcours de coaching et souhaitant disposer de façon ponctuelle par la suite, à certains moments clés de leur parcours professionnel, de la présence de leur coach.

- Le coaching d'équipe : Il est destiné à optimiser le travail d'une équipe, à mobiliser plus efficacement les ressources individuelles au profit de l'objectif commun.
- Par ailleurs, trouver une phrase simple qui présente l'essence ou l'esprit du coaching est souvent percutant. En ce qui me concerne je dis que le coaching est un *accélérateur de changement*.

### **3. Savoir faire une offre de service :**

- Savoir bien cerner les attentes et motivations réelles de votre client
  - En démontrant votre capacité à écouter et comprendre les véritables enjeux en présence, vous démontrez dès la première rencontre une compétence essentielle qui vous fera gagner la confiance de vos interlocuteurs.
- Faire une proposition sensée et structurée
  - La qualité avec laquelle vous présentez sur un document, suite à la rencontre exploratoire avec le prescripteur et/ou le(s) futur(s) coaché(s), les enjeux, les objectifs et le processus d'accompagnement pas étapes est déterminante pour obtenir le contrat. Votre rigueur et compétence sera confirmée par ce document et il constituera, après négociation si nécessaire, votre contrat de coaching.

Travaillez vos clés...et les portes s'ouvriront !

**Guillaume Leroutier**

## Une métaphore à méditer

### Les deux chemins

Alice se promène au pays des merveilles. Charmée, elle va d'une découverte à l'autre. Or, voici qu'elle arrive au croisement de deux chemins. Elle s'arrête et se demande lequel elle devra prendre. Elle ne sait que faire.

Soudain, elle aperçoit un lièvre. Elle court à sa rencontre et lui dit : "Je me retrouve au croisement de deux chemins; pourriez-vous me dire quel chemin je devrais prendre ?"

Le lièvre lui demande alors : "Où voulez-vous aller ?"

Haussant les épaules, Alice lui répond : "Je ne sais pas !"

"Eh bien ! Mademoiselle, lui réplique le lièvre, vous pouvez prendre l'un ou l'autre chemin.

Retrouvez l'ensemble de mes chroniques  
sur [www.guillaumeleroutier.com](http://www.guillaumeleroutier.com)  
Coaching en développement personnel et professionnel  
Québec