

SOCIÉTÉ FRANÇAISE de COACHING

Dossier de presse





Pourquoi et comment

CHOISIR UN COACH

Le recours au coaching se généralise dans les entreprises et les organisations et de plus en plus de personnes font appel à un coach. Un coaching représente une étape déterminante de la vie professionnelle, d'où l'importance du choix du coach. 100 % des membres accrédités de la SFCoach sont des professionnels du coaching.

Pourquoi faire appel à un coach ?

Le coach propose un accompagnement personnalisé différent de celui du consultant, du formateur ou du tuteur. La personne coachée est en effet au centre du travail, la valeur ajoutée du coach consistant en grande partie à lui faire prendre conscience de ses propres ressources et à l'aider à identifier et à lever les freins à son développement.

Pour le coaching en entreprise, les grosses entreprises

du tertiaire sont les plus demandeuses, notamment pour les postes à responsabilités élevées (*voir tableau du haut ci-contre*).

Les objectifs du coaching les plus souvent cités (*voir tableau suivant*) sont le développement du leadership, l'élargissement des responsabilités, un changement de poste, un développement de carrière, une amélioration du fonctionnement des équipes et de la communication interne.



La SFCoach, garante du professionnalisme des coachs

Pour la SFCoach, deux aspects sont essentiels dans la recherche d'un coach : se tourner vers un professionnel accrédité et choisir un coach qui sera à même d'aider le futur coaché à résoudre sa problématique. La personne coachée doit se sentir en confiance avec le coach et pressentir que le coaching va l'aider dans sa démarche de progrès.

Ce ressenti peut être réalisé avec des éléments factuels comme la compréhension de la demande, l'approche proposée, ou le parcours professionnel du coach.

La formation des professionnels de la SFCoach

La formation du coach constitue un élément clé de son professionnalisme ; 100 % des membres de la SFCoach ont fait la preuve de leur professionnalisme par la démarche d'accréditation devant un jury de leurs pairs. La plupart des coachs sont familiarisés avec plusieurs approches différentes : analyse systémique, psychanalyse, psycho-sociologie, analyse transactionnelle, programmation neuro-linguistique,...

Les coachs professionnels de la SFCoach ont tous une connaissance du monde de l'entreprise, ce qui leur permet d'en comprendre le fonctionnement et les enjeux. Ceux qui ont poursuivi leur carrière à l'intérieur de l'entreprise ont en moyenne 15 ans d'expérience, souvent à des postes de direction, et 15 % d'entre eux font toujours partie d'une entreprise. Beaucoup de membres de la SFCoach sont issus de professions accompagnant les entreprises de l'extérieur (socio-psychologie, consultants RH, etc.) La connaissance du secteur d'activité du client n'est pas essentielle, car l'expertise du coach est avant tout centrée sur sa pratique.

Le coaching suppose le strict respect d'un cadre déontologique comprenant, entre autres, un engagement de confidentialité. Il est également nécessaire que le coach soit supervisé par un confrère plus expérimenté, qui lui offrira un regard extérieur régulier sur son travail. Enfin, il est indispensable que le coach ait effectué un travail sur soi pour trouver la juste distance dans sa relation au client.

Les secteurs d'activités faisant le plus appel au coaching

Tertiaire et services (dont communication/telecom)	54 %
Industrie	41 %
Banque, assurance	31 %
Administrations	23 %
Collectivités territoriales et nationales	19 %
Énergie	14 %
Agro-alimentaire, agriculture	14 %
Transport	13 %
Automobile, aéronautique	13 %
Bâtiment Travaux Publics	12 %
Commerce de gros et de détail	10 %
Luxe	8 %
CHR (restaurants et hôtels)	3 %

Les objectifs du coaching les plus souvent cités par les clients (plusieurs réponses possibles)

Développement du leadership, élargissement des responsabilités	78 %
Changement de poste, développement de carrière	71 %
Amélioration du fonctionnement des équipes, de la collaboration	69 %
Amélioration de la communication	67 %
Accompagnement dans les changements de l'entreprise (fusion, acquisition, réorganisation)	40 %
Gestion du stress	40 %
Gestion de conflit	40 %
Développement d'une vision stratégique	30 %
Optimisation de l'organisation du service	17 %
Gestion de projets	13 %
Collaboration à distance, multiculturelle	6 %
Préparation à l'expatriation ou au retour d'expatriation	3 %
Autre	3 %

Source : étude auprès de Dauphine Junior Conseil (junior-entreprise de l'Université de Paris Dauphine) sur la pratique du coaching en France. Réalisée au printemps 2010, cette enquête est basée sur les réponses de 268 coachs (sur 600 questionnaires envoyés), dont 113 sont adhérents de la SFCoach.

Les chiffres clés

DU COACHING EN FRANCE

Chiffre d'affaires en France

En 2010, le marché du coaching professionnel en France est estimé à environ 105 millions d'euros.

Nombre de coachs

En 2010, en France, environ 1 500 professionnels déclarent exercer le coaching. 450 environ sont accrédités par des organisations professionnelles référentes pour l'exercice du coaching professionnel, dont 250 par la SFCoach.

Tarif d'un coaching

Dépend du nombre de séances et donc de l'objectif. 6 à 10 séances en moyenne en entreprise, sur une durée de 6 mois, séances de 1h à 2h, 5 à 10 000 euros. Pour le coaching personnel (décidé par une personne, et sans relation avec une entreprise), 100 à 200 euros la séance.

Tendances

- Toutes les grandes entreprises nationales et multinationales font désormais appel au coaching pour leurs cadres. Elles sélectionnent, en amont, les coachs externes pouvant le mieux répondre aux situations qu'elles rencontrent (« référencement ») et possèdent parfois des ressources de coaching interne. Les secteurs ayant le plus recours au coaching sont les services/télécom, la banque-assurance et l'industrie.
- En 2009 / 2010, les administrations et organisations publiques et parapubliques ont largement rattrapé leur retard en lançant des référencements de coachs externes d'envergure.
- Les PME-PMI, les professions libérales, étudiants et créateurs d'entreprises commencent à avoir recours au coaching professionnel.
- Le coaching est à présent une pratique courante de développement des compétences et des potentiels, au même titre que la formation professionnelle. Les organisations qui ont recours au coaching le font dans la durée et intensifient le nombre de leurs prescriptions :

+ 60 % pour les organisations publiques en 2 ans
+ 20 % pour les grandes entreprises.

Qui sont les coachs accrédités de la SFCoach ?

En 2009, la SFCoach rassemble 250 coachs professionnels membres accrédités, dont 33 % de Titulaires et 67 % d'Associés. En 2008, environ 65 % des dossiers reçus ont amené les candidats à l'accréditation.

- 41 % sont des femmes et 59 % sont des hommes.
- Ils ont entre 40 et 57 ans.
- 37 % ont une formation initiale dans le champ des sciences humaines et sociales, et 68 % possèdent, en plus de leur formation de départ, un diplôme dans ce domaine.
- 77 % ont un niveau d'études Bac+5 ou plus.
- 26 % travaillent dans au moins une langue étrangère en plus du français.
- Au moins 35 % ont publié des textes et ouvrages de référence.

Le Baromètre 2010 sur la pratique du coaching en France

Étude menée par Dauphine Junior Conseil au printemps 2010, le baromètre compile les réponses d'environ 1/4 des coachs professionnels de toutes appartenances. (Résultats et conclusions disponibles sur www.sfcoach.org)

- Confirme la professionnalisation des coachs, leur haut niveau d'étude initiales et d'expérience antérieure de l'entreprise, la diversité de leurs champs de référence,
- Ils sont accrédités ou certifiés par une organisation professionnelle de référence pour 71 %, continuent à se former (92 %), sont supervisés (« coaching du coach ») à 94 %.
- Admettent le recours de plus en plus fréquent des entreprises à des procédures de référencement comprenant la nécessité d'une accréditation ou certification.

Qu'est-ce que LE COACHING PROFESSIONNEL ?



Le coaching professionnel est l'accompagnement de personnes ou d'équipes pour le développement de leurs potentiels et de leurs savoir-faire, dans le cadre d'objectifs professionnels. Au cœur des problématiques liées au monde du travail, il s'inscrit dans une longue tradition d'accompagnement et d'épanouissement professionnel.

Le rôle d'un coach

Le coach est un expert de l'accompagnement dans le champ professionnel. Sa pratique s'appuie sur trois domaines de connaissance : la compréhension du psychisme humain, celle des relations humaines, et celle de l'entreprise, des organisations et des groupes sociaux.

Elle repose sur des méthodes d'analyse, de diagnostic, de questionnement ou d'entraînement.

Outre son expérience du management en entreprise, le coach professionnel s'appuie sur différentes techniques, telles que l'analyse systémique, la psycho-sociologie, la sociologie clinique, la psychanalyse, la Gestalt, l'analyse transactionnelle, la process communication, la programmation neuro-linguistique (PNL), la communication non violente...

La compétence spécifique d'un coach repose sur sa capacité à aider son client à élaborer ses propres solutions. Sa vocation n'est en aucun cas de le formater, mais de stimuler chez lui la recherche d'une solution créative et adaptée et de l'accompagner dans son développement, sans l'influencer dans son domaine d'expertise.

Coaching de la personne et coaching d'équipe

L'accompagnement d'une personne peut répondre à de nombreuses situations : développer son leadership, réussir une prise de fonction, dépasser un obstacle professionnel, améliorer la qualité et l'efficacité de ses relations de travail, réussir des négociations difficiles, faire face à une situation de stress ou de souffrance au travail...

Le coaching d'équipe vise quant à lui le développement de la maturité d'une équipe, de son efficacité et de son

« intelligence collective ». Ce type d'accompagnement peut recouvrir différents enjeux : améliorer les relations et les méthodes de travail, développer une vision stratégique partagée, accompagner une fusion, un développement international, gérer une crise...

Les modalités d'un coaching : durée et contrat

Un coaching se déroule en général sur plusieurs mois. Le nombre de séances varie de une à dix, la moyenne se situant entre six et dix, espacées d'une semaine au moins.

Le coaching d'équipe articule séminaires et temps de travail en réel (réunions d'équipe...) et intervient sur les relations entre les individus, leur équipe d'appartenance, l'organisation où ils travaillent et leur environnement.

Un contrat est établi entre la personne, l'entreprise et le coach pour un coaching individuel, et entre l'entreprise et le coach pour un coaching d'équipe. Cet accord précise le cadre du coaching : déontologie, objectifs, modalités, durée, nombre de séances et fréquence. En entreprise, le champ d'application du coaching professionnel se construit généralement dans une relation triangulaire entre le coach, le responsable de l'entreprise et la personne coachée.

Dans tous les cas, le coach est tenu au secret professionnel à l'égard du coaché, et s'engage à une stricte confidentialité sur le contenu des entretiens.

Le tarif des séances, d'une durée d'une à deux heures, est de :

- 250 à 600 € par heure dans le cadre d'un coaching pris en charge par l'entreprise,
- 100 à 200 € par séance dans le cadre d'une démarche individuelle (sans prise en charge par l'employeur).



Accréditation SFCoach ET CODE DE DÉONTOLOGIE

La Société Française de Coaching a œuvré pour la légitimité et la transparence du coaching en se dotant, dès sa création, d'un code de déontologie qui fait aujourd'hui référence, et en mettant en place dès 2006 une démarche d'accréditation garante du professionnalisme de ses membres.

L'accréditation SFCoach

Poursuivant sa mission de développement et de professionnalisation des coachs et face à la multiplication des offres utilisant le terme « coaching », la SFCoach a conçu en 2006 un processus d'accréditation exigeant, auquel se prêtent tous ses membres, dans le but de **garantir le haut niveau de professionnalisme de ses coachs**.

Indépendante de tout courant de pensée et de toute école de formation et délivrée par un comité de pairs, l'accréditation SFCoach repose sur l'évaluation de la compétence du coach, de ses pratiques et de sa déontologie, et lui impose de disposer d'un lieu de supervision. Il s'agit d'une démarche personnelle ouverte à tout coach exerçant dans le cadre d'objectifs professionnels. La SFCoach accrédite des personnes, et non des cabinets ou des entreprises.

Pour le coach, la démarche d'accréditation est une opportunité unique de mener une réflexion de fond sur sa pratique, de la rendre explicite, de la confronter et d'en recevoir un retour. Les coachs accrédités estiment que cette démarche les a confortés dans leur légitimité professionnelle, et notent une valorisation de leur métier.

L'accréditation ouvre sur plusieurs titres : le statut de **Membre associé** représente le premier niveau d'ac-

créditation. Il concerne les professionnels disposant d'une pratique confirmée du coaching. Les candidats pratiquent le coaching individuel dans l'environnement des entreprises, des institutions et des organisations, environnement dont ils ont une expérience professionnelle. Ils disposent d'un lieu de supervision et sont engagés sur une voie de développement professionnel et personnel en tant que coachs.

Les **Membres titulaires** (le plus haut niveau d'accréditation) possèdent une compétence et une expérience éprouvées dans le métier de coach. Ce titre requiert plusieurs années de travail sur soi et une longue pratique professionnelle.

Pour les coachs qui estiment prématuré de se présenter à l'accréditation, un nouveau statut, temporaire, dit de « **Postulant** », a été créé. « Postulant » signifie à la fois « Postulant à l'accréditation », et « Postulant à faire partie de la nouvelle SFCoach ». Ce statut temporaire d'un an renouvelable, s'adresse aux coachs qui se reconnaissent dans la conception du métier que défend la SFCoach, et sont intéressés par l'accréditation de premier niveau, mais qui ne peuvent en satisfaire les conditions pour le moment, principalement par manque d'expérience.

Une spécialisation en coaching d'équipe a également été mise en place début 2008.



L'agrément des candidats

L'agrément des candidats consiste en une procédure d'admission pour les Postulants et en une procédure d'accréditation pour les Associés et les Titulaires. Les coachs souhaitant se présenter à l'accréditation « Coaching d'Equipe » doivent d'abord être accrédités en tant qu'Associés ou Titulaires. Dans tous les cas, l'agrément et l'accréditation sont une responsabilité du Comité d'Accréditation et de Déontologie (CAD) de la SFCoach.

Le processus d'accréditation

Les candidats souhaitant être admis ou accrédités remplissent un dossier auprès de la SFCoach. Celui-ci contient des informations factuelles d'identité, de formation, de parcours personnel et professionnel, mais aussi des questions ouvertes relatives notamment aux notions de travail sur soi, de supervision et de déontologie. Ce dossier est accompagné d'une lettre de motivation, d'un CV et éventuellement de pièces illustrant le statut des postulants (plaquette, brochure, carte de visite...), d'articles ou de publications.

Pour plus d'infos : www.sfcoach.org

LE CODE DE DÉONTOLOGIE DE LA SFCOACH

Établi exclusivement pour la pratique du coaching professionnel, le code de déontologie de la SFCoach est opposable à tous ses membres. Expression d'une réflexion éthique, il formule des principes généraux comme points de repère déontologiques.

Titre 1 - Devoirs du coach

Exercice du Coaching

Le coach s'autorise en conscience à exercer cette fonction à partir de sa formation, de son expérience et de sa supervision initiale.

Confidentialité

Le coach s'astreint au secret professionnel.

Supervision établie

L'exercice professionnel du coaching nécessite une supervision. Les Membres accrédités de la Société Française de Coaching sont tenus de disposer d'un lieu de supervision, et d'y recourir à chaque fois que la situation l'exige.

Respect des personnes

Conscient de sa position, le coach s'interdit d'exercer tout abus d'influence.

Obligation de moyens

Le coach prend tous les moyens propres à permettre, dans le cadre de la demande du client, le développement professionnel et personnel du coaché, y compris en ayant recours, si besoin est, à un confrère.

Refus de prise en charge

Le coach peut refuser une prise en charge de coaching pour des raisons propres à l'organisation, au demandeur ou à lui-même. Il indique dans ce cas un de ses confrères.

Titre 2 - Devoirs du coach vis à vis du coaché

Lieu du Coaching

Le coach se doit d'être attentif à la signification et aux effets du lieu de la séance de coaching.

Responsabilité des décisions

Le coaching est une technique de développement professionnel et personnel. Le coach laisse de ce fait toute la responsabilité de ses décisions au coaché.

Demande formulée

Toute demande de coaching, lorsqu'il y a prise en charge par une organisation, répond à deux niveaux de demande : l'une formulée par l'entreprise et l'autre par l'intéressé lui-même. Le coach valide la demande du coaché.

Protection de la personne

Le coach adapte son intervention dans le respect des étapes de développement du coaché.

Titre 3 - Devoirs du coach vis à vis de l'organisation

Protection des organisations

Le coach est attentif au métier, aux usages, à la culture, au contexte et aux contraintes de l'organisation pour laquelle il travaille.

Restitution au donneur d'ordre

Le coach ne peut rendre compte de son action au donneur d'ordre que dans les limites établies avec le coaché.

Equilibre de l'ensemble du système

Le coaching s'exerce dans la synthèse des intérêts du coaché et de son organisation.

Titre 4 - Devoirs du coach vis à vis de ses confrères

Les Membres Postulants peuvent, dans toute communication professionnelle les concernant, faire état de leur « engagement écrit à respecter la Déontologie de la Société Française de Coaching ».

Selon l'accréditation qu'ils ont reçue, les autres membres ont le droit d'utiliser les appellations déposées ci-dessous dans toute communication professionnelle les concernant :

- pour les membres Titulaires : « membre Titulaire de la SFCoach » ;

- pour les membres Associés : « membre Associé de la SFCoach ».

Les droits ci-dessus sont conditionnés au versement effectif par le Membre concerné de sa cotisation annuelle appelée.

Obligation de réserve

Le coach se tient dans une attitude de réserve vis à vis de ses confrères.

Titre 5 - Recours

Recours auprès de la SFCoach

Toute organisation ou personne peut recourir volontairement auprès de la Société Française de Coaching, en cas de manquement aux règles professionnelles élémentaires inscrites dans ce code ou de conflit avec un coach de la SFCoach.



La SFCoach

RÉFÉRENCE HISTORIQUE DU COACHING

La SFCoach est la première organisation professionnelle représentative du coaching en France. Elle a pour vocation de développer la connaissance – et la reconnaissance – du coaching professionnel. Elle se veut également un lieu de recherche et de réflexion avec les différents intervenants du monde socio-professionnel. Ainsi qu'un carrefour de débats et de rencontres entre ses membres, dans un souci de partage et d'amélioration de leurs pratiques : l'accréditation SFCoach et le code de déontologie qu'elle propose représentent ainsi les meilleures garanties en France de compétence et d'engagement éthique pour les entreprises et les administrations souhaitant faire appel au coaching professionnel.

15 ans de relations fructueuses avec le monde du travail

Le terme « coaching » est issu du français « coche » ; il était utilisé au XIX^e siècle dans l'argot universitaire anglais pour désigner un répétiteur soutenant un étudiant en vue d'une épreuve. Le terme commença à être utilisé en France dans les années 1930, mais finit par se réduire à la recherche de performance, notamment sportive. Se développant fortement au Royaume-Uni et aux Etats-Unis dans les années 1980, le coaching professionnel est réapparu dans les années 1990 en France, sous un vocable anglicisé.

Fondée en 1996 par treize professionnels pionniers du coaching en France, la Société Française de Coaching édicte, dès sa création, le premier code de déontologie de la profession et initie un processus d'agrément volontaire avec la création du label « Membre Titulaire ». En 2001, la première délégation régionale est créée en Rhône-Alpes. Un nouveau label de « Membre Associé » est également proposé aux coaches souhaitant bénéficier d'une reconnaissance professionnelle de leurs pairs sans aller jusqu'à la titularisation. En 2005, le premier colloque national de la SFCoach « *De l'ère des pionniers à l'ère des professionnels, le coaching, phénomène de société* » attire plus de 200 participants. Il est l'occasion d'inscrire le coaching dans le champ des sciences sociales et d'en mieux comprendre les fondements, pour en saisir les évolutions, mais aussi les dérives possibles.

En 2006, la SFCoach fête ses 10 ans. Elle conforte sa mission et sa crédibilité en choisissant de représenter le coaching dans le strict domaine professionnel et en posant l'accréditation de ses membres comme préalable à leur adhésion. Par cette mesure, le nombre de membres de la SFCoach chute de 700 à 150. Mais l'association gagne en notoriété et en reconnaissance vis-à-vis du monde socio-professionnel, recadrant les compétences et les champs d'intervention du coaching professionnel, pour contrer la multiplication des offres galvaudant le terme « coaching ». La SFCoach crée à cette occasion le statut de Postulant, qui s'adresse aux coaches intéressés par l'accréditation de premier niveau (Associé), mais qui ne peuvent encore en satisfaire les conditions, principalement par manque d'expérience.

Observateur des évolutions du monde du travail

En mars 2010, la SFCoach organise son 2^e colloque national, sur le thème « *Devenir du Travail, Devenir du Coaching* », au cours duquel experts et chercheurs se penchent sur les mutations récentes de la valeur Travail et sur les adaptations que supposent ces évolutions pour l'ensemble des acteurs du monde socio-économique.

En septembre 2010, l'association compte 250 membres, coaches professionnels en exercice, exerçant en profession libérale, en cabinet conseil ou en entreprise.



Les publications DE LA SFCOACH

« LE COACHING, PHÉNOMÈNE DE SOCIÉTÉ »

Suite au premier colloque de la SFCoach, organisé en 2005 autour du thème « *De l'ère des pionniers à l'ère des professionnels, le coaching, phénomène de société* » le premier ouvrage de la SFCoach, intitulé « *Le coaching, phénomène de société* », a largement contribué à l'avancée de la réflexion, des partages d'expériences et de la professionnalisation des coachs.

A l'heure où le coaching est devenu un phénomène de société et a envahi tous les discours, cet ouvrage a permis de remettre le débat en perspective, en engageant une réflexion sur les ancrages du coaching dans les sciences humaines. « *Le coaching, phénomène de société* », s'inscrit dans un double mouvement : celui de la professionnalisation des membres de la SFCoach et des acteurs majeurs du coaching, et celui de l'articulation du coaching sur d'autres disciplines, plus anciennes, qui peuvent aider à le comprendre.

Le coaching, phénomène de société,
éditions Le Manuscrit, 39€, épuisé.

« COACHING PROFESSIONNEL : QUELLES SPÉCIFICITÉS ? »

Sorti en 2007, le deuxième ouvrage de la SFCoach a fait suite à l'Université des coachs 2007.

Deux ans après sa première publication, la SFCoach, prenant en compte la phase de maturité dans laquelle est entrée le coaching professionnel, a souhaité confronter les références théoriques, les pratiques et les outils des coachs, dans le but de développer les compétences de ses membres en s'inscrivant dans une trajectoire de progrès.

Coaching professionnel : quelles spécificités ?,
éditions Le Manuscrit, 21,90€.

« DEVENIR DU TRAVAIL, DEVENIR DU COACHING »

Paru en juillet 2010, le dernier ouvrage de la SFCoach, reprend les principales interventions du 2^{ème} Colloque de la SFCoach, organisé fin mars 2010, à La Défense.

Cette publication présente les évolutions de la valeur Travail et fait le point sur les transformations du monde socio-économique qui en découlent.

Écrit par un panel d'experts - sociologues, psychanalystes, philosophes, dirigeants d'entreprise, DRH, coachs, avocats, inspecteurs du travail, syndicalistes - « *Devenir du Travail, Devenir du Coaching* » révèle quels sont les transformations, et parfois même les fractures, qui s'opèrent depuis une dizaine d'années dans les rapports de la société au monde du travail.

Les thèmes abordés répondent avec pertinence aux problèmes que rencontrent aujourd'hui les entreprises, leurs dirigeants et leurs salariés : les souffrances partagées au travail, les jeunes, les femmes, les seniors, les ambiguïtés du droit au travail, les mutations des entreprises, le chômage, ce qui fait autorité dans le monde du travail, les salariés au travail et l'usage du coaching...

Organisés sous différentes thématiques, ces textes soulignent aussi combien le coaching professionnel peut jouer un rôle significatif auprès des personnes, des équipes et des organisations, pour mieux anticiper et se préparer à ces mutations.

Ce livre est librement mis à la disposition des médias par la SFCoach. Les sujets abordés peuvent venir enrichir de nombreux thèmes d'actualité, liés au monde du travail comme aux sciences humaines et sociales.

Devenir du travail, devenir du coaching,
éditions JePublie, 28€. www.sfcoach.org



Histoires de coaching

MISSIONS ACCOMPLIES

Dans quelles situations peut-on faire appel aux compétences d'un coach ? Quels résultats peut-on en attendre ? Missions vécues par des membres de la SFCoach.

Gestion du stress et des émotions

La responsable RH d'un grand groupe agro-alimentaire ne parvient plus à gérer ses émotions face à son patron qui use, à ses yeux, de méthodes manipulatrices dans son management. En s'appuyant sur le récit de situations apportées par la cliente, le coach l'a aidée à acquérir des techniques simples de communication : développer son écoute, identifier et comprendre les besoins de ses interlocuteurs, adapter sa façon de s'adresser à eux, et échanger avec son patron de façon plus sereine, en osant se positionner de façon constructive.

Gestion de conflits lors d'une fusion d'équipe

Dans ce groupe industriel international, deux entités opèrent dans deux régions du monde éloignées l'une de l'autre. La direction générale décide de fusionner les deux équipes, ce qui pose des problèmes de relocalisation géographique et d'adaptation à de nouveaux procès. L'intervention, d'une durée de

quatre mois, s'est située à plusieurs niveaux : aide à la définition des sujets sur lesquels portent les conflits latents ou apparents ; priorisation des actions ; recherche des valeurs communes et divergentes ; établissement de contrats pour mieux collaborer ; apprentissage de l'observation mutuelle des comportements et création d'espaces d'expression pour mieux se comprendre...

Développement d'une vision stratégique

Le comité de direction rencontre des difficultés pour mettre en place une réflexion commune et se « projeter » dans le futur pour affiner la stratégie de l'entreprise, et développer certains produits porteurs. Le coaching d'équipe a combiné des séminaires collectifs sur la réflexion stratégique et sur la prise de décision collective, avec des temps d'accompagnement individuel du comité de direction. L'intervention a favorisé un meilleur positionnement des acteurs au sein de l'équipe, et permis le développement de solides processus collectifs de travail, d'échanges et de décision.



Prise de fonction

Monsieur A. est le nouveau directeur commercial d'une SSII internationale. Dix séances de 1h30 lui ont permis de comprendre les enjeux de sa nouvelle fonction, en l'aidant à s'appuyer sur ses points de réussite, et à libérer les freins à l'efficacité de sa prise de fonction (en particulier ses relations avec des collègues dont il est devenu le supérieur hiérarchique). L'accompagnement lui a permis de distinguer ses enjeux personnels de son objectif professionnel, de rechercher les meilleures façons de communiquer avec chacun, et de s'entraîner à de nouveaux comportements, qu'il a pu tester au cours du coaching.

Dépassement d'un obstacle professionnel

Madame B., chef de projet chez un opérateur de téléphonie, n'a plus d'énergie ni d'enthousiasme depuis une récente réorganisation. Ce décalage entre ce qui est attendu d'elle et ce qu'elle vit est ressenti par son équipe et par son entourage. Six séances de coaching vont lui permettre de faire le point, de clarifier des directives en apparence floues, de cadrer le périmètre de ses responsabilités. Une partie de la problématique relevant du registre personnel, le coach lui indique les limites de son intervention et lui suggère d'entreprendre en parallèle une psychothérapie.

Développement du leadership

Dans une entreprise familiale de notoriété mondiale, le cadre dirigeant est stressé et débordé. Il est frustré par l'incapacité de son comité de direction familial à prendre des décisions. Il est perçu comme arrogant par les équipes. Au terme du coaching, il a appris à construire des alliances et à comprendre les besoins des autres personnes et services. Il a adapté sa façon d'élaborer la stratégie en leur laissant davantage de place, et en déléguant. Il a pu travailler plus sereinement avec les membres de la famille. Ceux qui le percevaient comme arrogant le trouvent maintenant facilitant.

Gestion de conflits lors d'une fusion d'équipe

Dans ce groupe industriel international, deux entités opèrent dans deux régions du monde éloignées l'une de l'autre. La direction générale décide de fusionner les deux équipes, ce qui pose des problèmes de relocalisation géographique et d'adaptation à de nouveaux process. L'intervention, d'une durée de quatre mois, s'est située à plusieurs niveaux : aide à la définition des sujets sur lesquels portent les conflits latents ou apparents ; priorisation des actions ; recherche des valeurs communes et divergentes ; établissement de contrats pour mieux collaborer ; apprentissage de l'observation mutuelle des comportements et création d'espaces d'expression pour mieux se comprendre...

PROMOUVOIR UNE APPROCHE EXIGEANTE DU COACHING PROFESSIONNEL

Première organisation professionnelle représentative du coaching en France, la Société Française de Coaching a été créée en 1996. Elle a pour mission de développer et promouvoir une approche exigeante du coaching professionnel. Sa stratégie se décline sur trois axes : recherche et développement, professionnalisation des acteurs et communication sur le métier. L'accréditation et le Code de Déontologie qu'elle propose représentent les seules garanties d'engagement éthique et de haute compétence pour le coaching professionnel.



22, boulevard de Sébastopol - 75004 Paris
sfcoach@wanadoo.fr
info@sfcoach.org

www.sfcoach.org

Contacts Médias :
Antoine Colomin/Stéphane Martin

Evolve Relations Médias
Tél : 01 77 93 18 08 - Email : sfcoachpresse@evolve-rm.eu