

Savoir choisir son coach

Les coachs sont pléthores. Rien qu'en France, il en existe quelque 6 000. De plus, il s'en forme environ 700 par an. Pour choisir le bon « entraîneur », il est donc essentiel de savoir faire le tri. Nos conseils. Par Gwenole Guiomard.

C'est parfois comme trouver une aiguille dans une botte de foin. Le nombre français de coachs est inconnu, mais les spécialistes évoquent 6 000. Avec, en sus, quelque 700 personnes formées à ce métier chaque année. On y trouve donc de tout dans une profession non réglementée où chacun peut poser sa plaque. Alors, pour faire le bon choix, il faut filtrer. Et tout d'abord privilégier les 1 850 membres d'une des associations de coaching que forment la Société française de coaching, l'Association européenne de coaching ou l'International Coach Federation. « Puis demander autour de soi, aux amis, aux collègues, aux RH, conseille Françoise Depéry, coach, formatrice, coauteure avec Nathalie Ducrot de l'ouvrage *Un coach peut-il m'aider et comment ?* chez Interéditions. Il faudra ensuite s'assurer que le "courant" passe entre le coaché et le coach. »

« DES DÉRIVES, DES DÉPENDANCES... »

Lorsqu'une sélection de deux ou trois coachs est réalisée, il faut prendre rendez-vous pour un premier entretien pour mesurer le coach, sa technique, ses objectifs. À l'issue de cette première séance exploratoire, il faut se demander ce que l'on a expérimenté, si c'est convaincant, si cela a commencé à résoudre son problème ou son projet. Ce rendez-vous ne doit pas être payant et doit permettre à chacun, librement, de commencer ou non le coaching. Le bon coach constitue un miroir neutre qui ne donnera pas de conseils. Il permet au coaché de trouver ses propres solutions. « Il y a eu des dérives pouvant créer des dépendances, poursuit Alain Delfosse, coauteur de l'ouvrage *Pour ou coach*, chez Edipro, directeur conseil en agence de communication et coach certifié à Lille. Pour faire le bon choix, il faut s'assurer que le coach a été formé dans une école labellisée par l'International Coach Federation et s'assurer les services d'un coach disposant du plus d'expériences possibles. Le niveau coach ACC - Associate Certified Coach - implique une expérience de 100 heures de coaching, PCC - Professional Certified Coach - (750 heures de coaching) et MCC - Master Certified Coach - (2 500 heures). »



DR

Pour Jean-Luc Andrianarisoa, administrateur de la société française de coaching (SF Coach), « quand l'employeur finance le coaching, il est important de déterminer comment sera restitué le compte rendu, comment la confidentialité sera respectée... ».

Le bon coach se fait aussi expertiser régulièrement par ses pairs et se forme. Il faut s'en assurer.

« EXPLIQUER SON CADRE DE RÉFÉRENCE »

Un coaching durera en moyenne entre 4 et 8 mois à raison de 60 à 90 minutes tous les 15 jours pour un coût variant, si l'on paye soi-même, de 70 à 100 euros l'heure à 200-250 euros voire beaucoup plus si c'est un employeur qui règle l'addition. « Le meilleur coach permet un changement de perspective dès le premier rendez-vous, conclut Jean-Luc Andrianarisoa, coach depuis 2004 et administrateur de la société française de coaching (SF Coach, 240 membres). Il doit vous faire évoluer par rapport à votre projet à la première rencontre. Il doit, enfin, expliquer au mieux son cadre de référence. Le lieu de la rencontre joue aussi beaucoup. Si le coach rencontre son client dans son bureau, ce n'est pas professionnel. Il faut un endroit porteur de confidentialité et de neutralité. » ■



Catherine Tanneau.

Mettre en place une relation débouchant sur un bon coaching

La master coach Catherine Tanneau est présidente d'ICF France (international coach fédération), 920 membres en France. Elle est aussi codirigeante du cabinet parisien Variations d'accompagnement du changement.

« Pour le coaché, il est essentiel de mettre en place une relation qui va déboucher sur un bon coaching. Pour cela, un travail préliminaire est à mener pour déterminer ce qu'il attend de ce travail. Il doit expliquer au coach ce qu'il recherche. Le coaché doit aussi être en confiance vis-à-vis du professionnel choisi. Si ce n'est pas le cas, il faut arrêter. Le coaché doit aussi veiller à ce que son coach ne dépasse pas certaines limites. Il ne doit pas non plus y avoir de relations amicales entre les deux, ni de conflits d'intérêt. Il faut aussi identifier des indicateurs de réussite permettant de savoir si le coaching a valu la peine. Il faut veiller à préparer la fin du contrat. Il faut se méfier des coachings de plus de 20 heures s'étalant sur plus de 6 à 9 mois avec un maximum de 1 an. Ce ne doit pas être renouvelable. Sinon on passe du coach au conseiller avec des risques de dépendance. Pendant le coaching, le coaché doit être franc et honnête. La fin d'une séance doit déboucher sur plusieurs étapes avec une mise en action, des pistes évoquées avec un travail à réaliser. Le coaché doit donc être force de proposition. »