

Positionnement et visibilité

Un positionnement est, par nature, dynamique. Avant d'organiser sa visibilité, il est important d'explorer le marché, de valider ses compétences, puis leur évolution au cours des années.

Il est préférable de formuler son offre de façon assez large pour la repreciser au fur et à mesure de la construction de son identité professionnelle (une image erronée étant difficile à modifier). Si le coach travaille aussi dans des métiers connexes (conseil, formation, ...), il sera attentif à ne pas brouiller son image en superposant ces différentes expertises.

Le référencement

Il se développe avec l'usage du coaching en entreprise. Certains grands groupes organisent des consultations afin de se doter d'un panel de coaches ; d'autres référencent au fur et à mesure de leurs besoins, soit par réseau, soit en choisissant des coaches accrédités.

La démarche d'accréditation

L'augmentation importante et rapide du nombre des coaches a conduit la SFCoach à proposer une accréditation qui garantit un haut niveau de professionnalisation, indépendante de tout courant théorique et pratique.

Depuis 2006, tous ses membres sont des coaches accrédités ayant choisi de soumettre leur pratique et leur expérience professionnelle à un jury composé de leurs pairs. En cela, l'accréditation SFCoach est différente d'une certification délivrée par un organisme de formation.

La démarche d'accréditation est une composante majeure de la professionnalisation d'un coach. Elle lui permet de faire l'analyse de sa propre pratique, de la rendre explicite, de la partager avec d'autres professionnels et de recevoir leur avis en retour.

La SFCoach propose deux niveaux d'accréditation : Associé (coach confirmé) et Titulaire (coach confirmé senior), ainsi qu'un statut de membre "Postulant à l'accréditation", dont la durée est limitée à un an, renouvelable une fois.

À propos de la SFCoach

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.

En savoir plus : www.sfcoach.org



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

Devenir COACH

Comment devenir coach ?
Cette question en appelle une autre,
fondamentale : pourquoi devient-on coach ?
La SFCoach propose aux coaches en devenir
des pistes de réflexion à la lumière de la
démarche de professionnalisation
du coaching qu'elle promeut.

La pratique du coaching engage le coach professionnel dans une relation humaine complexe et suppose de satisfaire à des pré requis fondamentaux, comme la connaissance des organisations, la formation initiale et continue, la supervision et le travail sur soi. Tous ces éléments contribuent à la construction singulière de l'identité professionnelle du coach.

Spécificités du coaching professionnel...

- Le coach s'adresse à des personnes dans leur environnement professionnel. Toutefois, la spécificité du coaching professionnel est l'attention portée au développement professionnel et personnel du bénéficiaire du coaching.
- Le coach professionnel accompagne son client dans la construction de ses propres solutions, afin d'atteindre les objectifs professionnels qui sont les siens, ou auxquels il souscrit.
- Le coaching professionnel n'est ni un outil de normalisation, ni un engagement à tendre vers toujours plus de performance, ni une voie de rupture avec les organisations. Il aide la personne coachée à élaborer une pensée critique et constructive, dans l'objectif d'exercer sa mission professionnelle avec plus de sérénité, de confort, et donc d'efficacité.



... et engagements du coach

- Le coach veille à rester dans le cadre du contrat qui le lie à l'organisation et à la personne coachée.
 - Il s'interroge en permanence sur sa pratique et ses limites ; il est ouvert à différentes approches de l'accompagnement.
- L'une des missions de la SFCoach est de garantir le cadre du coaching professionnel et d'en promouvoir une pratique exigeante et qualitative, dans le respect de la déontologie.

Quel parcours professionnel ?

Le coaching est une activité de maturité personnelle et professionnelle. Elle se construit en référence à l'expérience professionnelle antérieure du coach. Si les coachs peuvent avoir exercé des professions très diverses, et ce à différents niveaux de responsabilité, ils ont en commun leur connaissance du fonctionnement de l'entreprise. Ils ont été confrontés aux différentes pratiques managériales et de gouvernance au sein d'organisations : entreprises internationales, PME, organismes publics, ...

Cette expérience professionnelle représente un véritable point d'appui pour le futur coach. Tout coach doit en effet pouvoir comprendre les enjeux et appréhender la culture des organisations au sein desquelles il intervient, sans toutefois se positionner sur l'expertise métier de son client.

Formation initiale et formation continue

La professionnalisation du coach est un processus permanent : formations initiale et continue sont donc indissociables.

La formation initiale au coaching se déroule sur plusieurs mois, par exemple une vingtaine de jours répartis sur une année. Elle doit permettre d'en travailler les axes fondamentaux :

- la déontologie
- la posture du coach
- les modalités de mise en œuvre d'un coaching : phase préliminaire, analyse et travail de la demande, définition des objectifs, cadre et méthodologie de l'intervention, élaboration du contrat
- les référentiels théoriques, qui trouvent leur source dans différentes disciplines comme la sociologie des organisations, la psychologie, la psychanalyse, la psychosociologie, la théorie systémique, et différents modèles et méthodes comme la programmation neurolinguistique, l'analyse transactionnelle, la gestalt, la sociologie clinique, ...



L'entreprise en mutation

Dans un contexte de changement du rapport au travail, s'entremêlent deux visions de l'univers professionnel :

- **l'entreprise est en profonde mutation : elle a mis en place de nouvelles formes d'organisation, intégré les nouvelles technologies de l'information, ce qui a modifié les relations et la notion de temps dans le travail ; sa financiarisation a engendré des systèmes managériaux bâtis sur la performance, souvent générateurs de stress, voire de souffrance.**
- **l'univers professionnel est aussi devenu le principal lieu d'intégration sociale, vecteur de créativité, de tissage des liens... où s'élaborent les identités individuelles et collectives.**

- la pratique enfin, qui représente l'un des aspects essentiels d'une formation initiale, car elle permet au coach en devenir de s'approprier la démarche et le processus du coaching. Une formation uniquement théorique serait donc insuffisante.

La formation continue constitue un soutien à la pratique du coach tout au long de son parcours professionnel. Elle lui permet de s'ouvrir à d'autres techniques d'accompagnement, d'élargir son cadre de référence et d'approfondir ses connaissances théoriques.

Les organismes de formation : il existe quelques dizaines d'écoles de coaching en France, et différents cursus proposés par des universités. Avant d'effectuer un choix, il est préférable de rencontrer les responsables pédagogiques de plusieurs formations.

La SFCoach n'a pas établi de labellisation des formations, mais a recensé sur son site celles qui sont proposées par ses membres accrédités Titulaires.

Vers une maturité du coaching professionnel

Le coaching représente désormais un lieu de développement pour les salariés, et sa cible s'est ainsi élargie des cadres dirigeants aux managers de proximité, et parfois même jusqu'à des collaborateurs sans responsabilités d'encadrement. Il répond aussi à la recherche de repères, comme aux questionnements profonds de ceux qui rencontrent une perte de sens dans leur travail, et permet de redonner place à des valeurs humaines au sein des organisations.

L'entreprise s'est appropriée les modalités du coaching. Elle a mis en place des chartes de bonnes pratiques, s'est dotée de procédures de référencement des coachs, ou a recruté des coachs internes.

La supervision, quels apports ?

La supervision est indispensable pour tous les professionnels des métiers de l'accompagnement. Elle permet au coach d'analyser et de travailler sa pratique professionnelle avec le soutien d'un coach plus expérimenté.

La fonction de la supervision est de développer un espace d'élaboration, de prise de recul, autant que de réflexivité, au service de la professionnalisation du coach.

Le rôle du superviseur est de permettre à celui-ci de se distancier de sa pratique pour accéder à d'autres points de vue et de renouveler sa façon d'aborder un coaching.

Pour le coach, c'est aussi un lieu de transmission des savoirs et un accompagnement des périodes de doute.

La supervision est nécessaire à la pratique déontologique du coaching autant qu'à la construction de l'identité professionnelle du coach. Dans ses modalités, elle peut être individuelle ou collective. Elle ne saurait se substituer au travail sur soi.

Quel superviseur ?

Coach praticien expérimenté, le superviseur doit posséder un sens clinique et une culture approfondie des différents référentiels théoriques. Pour faire son choix, il est nécessaire de s'entretenir avec plusieurs superviseurs afin de trouver le bon interlocuteur. Celui-ci ne peut pas être, en même temps, le psychothérapeute ou le psychanalyste du coach, ni avoir été son formateur.

La connaissance des organisations, la formation initiale et continue, la supervision et le travail sur soi sont les piliers de la construction de l'identité professionnelle du coach.

Pourquoi un travail sur soi ?

Le travail sur soi en individuel contribue à la construction de l'identité professionnelle du coach. Il représente l'un des vecteurs de sa professionnalisation, au même titre que la formation et la supervision. En effet, au-delà de la mise en œuvre de techniques, le principal outil de travail du coach reste sa propre personne.

- La posture du coach nécessite de se connaître et d'identifier la nature de son rapport à l'autre.
- Seul un travail sur soi approfondi permet d'aborder la question centrale de son désir de devenir coach, mais aussi d'identifier ses propres zones d'ombre, de travailler son rapport au pouvoir... et de prendre conscience de ses limites.
- Grâce au travail thérapeutique, le coach est plus à même d'éviter des écueils importants dans sa pratique, comme la projection, qui est une confusion entre ce qui lui appartient et ce qui appartient à la personne coachée. C'est une garantie pour le coach comme pour ses clients.

De nombreuses écoles de coaching font du travail sur soi une condition préalable à l'admission des candidats. C'est aussi l'un des pré requis à satisfaire pour être candidat à une accréditation de la SFCoach.

Comment entreprendre une activité de coach ?

Le marché du coaching professionnel est encombré, voire saturé. On estime qu'il faut à un coach *a minima* quatre à cinq ans pour développer sa clientèle. La plupart des coachs n'exercent cette profession qu'une partie de leur temps et ont une seconde activité, formation, conseil, ou encore psychothérapie.

Les premiers clients

Ce sont les plus difficiles à conquérir, d'autant que le coach débutant est en pleine construction de sa légitimité. Plusieurs pistes sont à explorer :

- Développer son réseau est une démarche stratégique, car c'est le plus souvent ainsi qu'arriveront les demandes.
- La sous-traitance via des cabinets de conseil permet d'engranger des références. Attention toutefois à développer une clientèle propre, afin de garder une autonomie et de conserver ainsi la liberté de refuser des missions où le cadre déontologique ne serait pas garanti.