

Compétences du coach professionnel (5)

Le moteur du coaching

Mise en œuvre des objectifs et responsabilisation

PAR SALVATORE GENOVESE*

Nous voici arrivés au terme de notre exploration des compétences du coach professionnel certifié par la Fédération Internationale de Coaching (ICF). Vous avez pris connaissance dans les articles précédents que le coach professionnel invite le client à se relier au meilleur de lui-même afin de trouver et de construire ses propres solutions.

Celui-ci se voit de la sorte offrir un espace de liberté dans lequel il pourra identifier, créer, évaluer et mettre en pratique de nouvelles pistes d'action qui lui permettront d'atteindre le résultat qu'il s'est fixé.

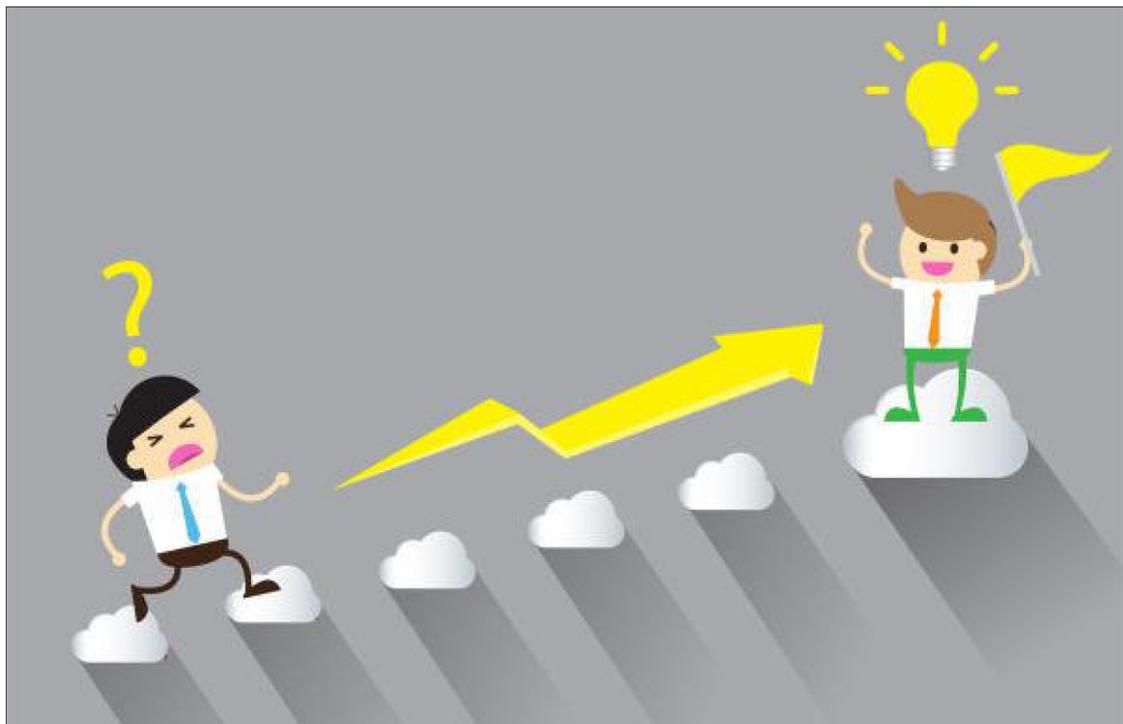
Compétence 9:

■ **Capacité à concevoir des actions et des requêtes ainsi que créer des opportunités d'apprentissage continu permettant au client de s'assurer de la matérialisation de son objectif.**

Si l'élargissement de la conscience (compétence 8) constitue une étape indispensable à l'évolution, le passage à l'acte ne l'est pas moins. La mission principale du coach est de guider son client vers l'autonomie, de lui permettre de se mettre en mouvement en élaborant une stratégie de petits pas où chacun de ceux-ci l'aidera à expérimenter de manière active de nouvelles approches et à entreprendre de nouvelles actions qui généreront les résultats qu'il s'est fixés.

Pour ce faire, le coach peut donner des requêtes, parfois audacieuses, que le client a le choix d'accepter ou non. Il l'invite cependant le plus souvent à identifier lui-même les actions qui lui permettront de pratiquer et d'approfondir de nouveaux apprentissages.

Le coach encourage également le client à relever les défis pendant et entre les séances de coaching et célèbre avec lui ses succès. Pour paraphraser poliment Michel Audiard, le célèbre dialoguiste français, ce n'est pas en restant assis que l'on avance! Par conséquent, le coach chevronné suscitera à son client des actes concrets dont les effets se feront sentir de manière progressive et durable.



Le client se voit offrir un espace de liberté dans lequel il pourra identifier, créer, évaluer et mettre en pratique de nouvelles pistes d'action qui lui permettront d'atteindre le résultat qu'il s'est fixé. (PHOTOS: SHUTTERSTOCK)

Compétence 10:

■ **Capacité à établir des objectifs et à maintenir un plan de coaching efficace avec le client.**

Puisqu'un objectif est un état désiré que le client a décidé d'embrasser, le coach consolide tous les éléments indispensables à l'atteinte de cet objectif par son client et établit un plan de développement qui rejoint ses préoccupations et précise les aspects majeurs des apprentissages à venir avec des résultats spécifiques et quantifiables, réalistes et mesurables, atteignables et incluant un échéancier.

Les initiés reconnaîtront ici la signification de l'acronyme SMART. Le fait de préciser l'objectif en ces termes en début de processus ainsi qu'à l'entame de chaque séance est une nécessité absolue.

Pour cela, le coach introduira celle-ci par une question du type: «sur quel(s) objet(s) particulier(s) souhaitez-vous travailler aujourd'hui?» suivie par exemple de la question suivante: «Quel résultat voulez-vous avoir atteint à la fin de notre séance?». Les meilleurs objectifs ne resteront que de belles idées tant qu'ils ne sont pas

mis en action et n'auront de valeur que s'ils s'inscrivent dans la durée et dans la continuité, quitte à apporter des modifications si nécessaire en fonction de ce qui se produit dans le processus ou si d'éventuels changements interviennent dans la situation du client.

Compétence 11:

■ **Capacité à gérer les progrès réalisés par le client, à aiguïser son sens du discernement et à le responsabiliser quant à ce qu'il estime important pour lui.**

La responsabilité ultime du client est une des caractéristiques essentielles du coaching. C'est le moment de vérifier avec lui les enseignements qu'il retire du processus de coaching et la manière dont il s'est engagé et continuera à le faire au niveau de la réalisation des actes qu'il a décidé de poser.

Le coach déploie ici toute sa capacité à développer celle de son client et à favoriser son autodiscipline. Il lui témoigne toute sa confiance tout en le confrontant de manière positive si celui-ci renâcle à réaliser les actions convenues. Un des présupposés du coa-

ching est que le client dispose de toutes les ressources nécessaires pour atteindre son but. Le coach n'est là «que» pour les faire émerger et utilise pour ce faire toutes les compétences que nous avons parcouru ensemble ainsi qu'une bienveillance indéfectible à son égard.

Salvatore Genovese, formateur et fondateur de Genoways, structure spécialisée dans la formation et l'accompagnement en vente et négociation, leadership, communication et prise de parole en public, ICF Professional Certified Coach et Président de la Fédération Internationale de Coaching (ICF) Luxembourg, www.genoways.lu

