

DEVENIR COACH



Des techniques simples à employer dès à présent pour devenir un coach efficace et aider les autres à réaliser des changements de vie positifs

ALEX ROSS

Devenir Coach

Table des matières

Devenez un instrument du changement	1
Ecouter	2
Exercice : Générer de la motivation.....	4
Exercice : Aligner les positions perceptives	5
Influence	7
Synchroniser et guider	8
Ecoute réceptive	9
Exercice : Ecoute réceptive	10
L'Ecoute active	11
Script : Dissoudre des émotions très intenses.....	13
Exercice: Points de transformation.....	18
Quelques dernières notes sur le coaching.....	20
Voulez-vous que je vous coache ?	21



Important

Vous êtes autorisé à offrir cet ebook à qui vous le souhaitez, à le distribuer sur votre blog, sur votre site web, et en bonus dans un package, à condition de ne pas le modifier, de citer le nom de l'auteur, et d'inclure un lien vers <http://formationspnlcoaching.com/>.

Devenir Coach

Devenez un instrument du changement



Pour ceux d'entre vous qui ont pour objectif de monter sur la scène du coaching personnel, voici un cours accéléré sur l'art du coaching. Un coach est une personne formée et entraînée pour amener des individus ou des organisations dans un processus d'auto-découverte et de développement.

Un coach efficace est quelqu'un qui sait conduire un client vers ce qu'il veut, ce dernier ne sachant pas comment y parvenir. Pour cette raison, le processus de coaching est à la fois dirigé vers le client et conduit par lui. Il s'agit d'aider la personne à réaliser ses objectifs personnels, non les vôtres.

Lorsque vous recevez un client, vous devez travailler à lui instiller la pleine conviction qu'il possède le pouvoir de devenir bien plus qu'il n'a jamais été. L'importance de cette approche apparaît dans ce qui est appelé « l'effet Pygmalion », c'est-à-dire le fait qu'une personne ou un groupe de personnes se conforment aux attentes d'une personne d'autorité.

Dans une étude, un groupe d'enfants d'intelligence moyenne fut placé dans la classe d'un professeur. On expliqua à ce professeur que ces élèves n'étaient pas très brillants, un enseignement spécialisé avait même été envisagé pour eux. À la fin de l'année, la classe prise en charge par cet enseignant obtint des notes très basses, prenant ainsi la dernière place de toute l'école.

L'année suivante, les enfants passèrent dans la classe supérieure. Mais, cette fois-ci, ils furent présentés à leur nouveau professeur comme des élèves extrêmement doués. Pendant les mois qui suivirent, les résultats de ces mêmes enfants dépassèrent les meilleures notes des élèves de leur âge.

Cette étude révéla que les attentes d'un instructeur ont tenu pour beaucoup dans le succès des enfants de cette classe. Il en est de même pour les personnes qui viendront vous voir, elles se nourriront aussi de vos propres attentes. La façon dont vous vous présentez en tant que coach est donc aussi importante que les techniques et les outils que vous utiliserez.

Un client, qui vous rencontre pour la première fois, a besoin de comprendre plusieurs choses. Les tous premiers instants de votre contact initial avec lui seront capitaux, ils peuvent faire ou défaire vos futures sessions de coaching. À cette occasion, il peut d'ailleurs être utile d'exposer certaines de vos qualités, vous pouvez le faire par le biais de votre communication verbale et non verbale. Vous devez aussi projeter une énergie enthousiaste lorsque vous décrirez le processus à votre

Devenir Coach

client. Comment pourrait-il croire en sa capacité à effectuer des changements si vous n’y croyez pas, vous ? Votre croyance en vous-même et en votre client, ou à l’inverse son absence, sera déterminante dans toute la suite du travail de coaching.

Cet enthousiasme exprimé envoie un message simple mais fort à vos clients, celui d’une personne bien informée et digne d’être écoutée. Vous vous présentez comme quelqu’un de positif, qui a réussi et qui produit des résultats. Vous assumez la position d’une personne qui aide les autres à résoudre leurs problèmes, à reprendre le contrôle de leur vie et à réaliser des objectifs qui en valent la peine. Cette projection ne peut venir que de votre propre psychologie.

Vos services dans l’aide auprès des autres seront alors recherchés. Pour autant, le contenu réel des désirs de votre client n’a que peu d’importance, vos compétences consistent à créer des structures et des interventions pour conduire la personne d’un point A à un point B. Coacher les autres, impacte aussi votre propre développement personnel. Comme le proverbe le rappelle : « Vous ne pouvez pas donner ce que vous ne possédez pas ». Bien sûr, vous n’avez pas à désirer ce que les autres désirent, mais l’acte même d’aider les autres à améliorer la qualité de leur vie vous mettra vous aussi sur le chemin de votre propre développement personnel. C’est un processus progressif à la fois pour votre client et pour vous-même.

Ce cheminement vous permettra de puiser dans l’énorme réservoir de sagesse dont vous disposez à l’intérieur de vous, de lever les obstacles, de construire des relations et de changer le cours des existences. En pratiquant le coaching, vous aidez un autre à améliorer son monde en comprenant un peu mieux le vôtre ; un coaching conduit de façon satisfaisante est résolument basé sur l’intégrité, l’engagement et l’honnêteté. Il s’agit de créer des expériences merveilleuses pour les autres et pour vous-mêmes.

Ecouter



Un bon coaching a beaucoup à voir avec une écoute de qualité. Vous le savez, en communiquant avec votre client, vous ne devez pas seulement écouter les mots, vous devrez également décrypter les messages se cachant derrière les mots pour mettre en lumière toutes les pièces manquantes dans la structure de pensée de votre interlocuteur. Il vous faudra également être attentif aux sentiments qui se détachent des conversations, ils détermineront généralement la qualité de la pensée qu’ils véhiculent.

Prenons un exemple. Supposez qu’une famille perde sa maison dans une inondation. Un membre de cette famille pourrait dire :

Devenir Coach



« Ce désastre nous a durement frappé, mais tout le monde va bien et c'est le plus important. Ce sera difficile, mais nous pouvons y arriver, nous avons déjà surmonté des situations difficiles auparavant. Nous allons poursuivre nos efforts jusqu'à que nous retrouvions une nouvelle maison ». Quelque chose de significativement négatif s'est produit, mais cette personne trouve le ressort pour adopter une position centrée, positive et puissante.

A l'inverse, un autre membre de la famille pourrait dire : « C'est terrible, nous n'avons plus rien. Qu'allons-nous devenir ? Nous n'avons nulle part où aller, nous avons tout perdu. Nous avons mis vingt ans pour construire notre maison. Et maintenant, nous n'aurons ni le temps ni l'énergie pour tout recommencer ». Ce discours interne est couplé à des sentiments d'anxiété, de tension et d'agitation. Dans cet état, la personne est susceptible de faire des mauvais choix, de laisser passer des opportunités, et d'être confrontée à davantage de difficultés.

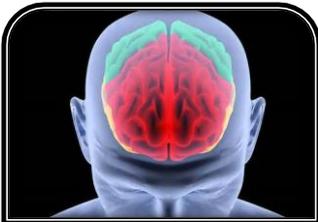
Aucun sentiment n'est vraiment mauvais : il faut le recevoir comme un message qui vous indique la direction que prend votre esprit. Les deux personnes précédentes vivaient la même situation. Le premier individu a choisi une position constructive. Il se met ainsi dans l'état de penser clairement, de prendre de meilleures décisions et d'identifier des ressources qui pourraient émerger. Le corps du second renvoie du stress et de la négativité, et indique de cette manière qu'il cède à un courant de pensée qui ne lui est pas bénéfique.

Ces pensées habituelles et négatives se mettent au travers des tentatives de l'individu d'accéder à ses ressources internes. Votre travail est, entre autres, de faciliter une réorientation des séquences mentales et du potentiel de la personne. L'une des choses les plus importantes à garder à l'esprit est que le client connaît généralement l'état qu'il souhaite atteindre. Il est juste prisonnier pour le moment de schémas de pensée qui limitent sa capacité à puiser dans ce qu'il possède en lui.

Imaginez l'espace d'un instant que vous possédez tout ce que vous désirez. En pensée, créez une scène dans laquelle vous avez atteint tous vos objectifs. Remarquez alors les sensations et les émotions que vous ressentez à l'intérieur de vous. Réalisez que, même si l'objet de votre pensée, objet matériel, lieu ou relation, n'est pas avec vous sous une forme physique à cet instant précis, les sensations sont néanmoins là.

La question que l'on peut se poser est : « Comment ses sensations sont-elles produites et d'où viennent-elles ? » En fait, vous possédez la capacité de générer ces sensations à l'intérieur de vous, avec la force de votre pensée. Vous parvenez de cette manière à ressentir les mêmes émotions que si vous viviez réellement la situation.

Exercice : Générer de la motivation



Cette technique aide à atteindre un niveau élevé de motivation en vue de réaliser un objectif majeur.

- Demandez à votre client de penser à l'un de ses plus grands objectifs, quelque chose qu'il place en priorité dans sa vie. Dites-lui d'imaginer avoir réalisé cet objectif et de se laisser envahir par cette sensation. Eveillez verbalement tous les sens de la personne. Conduisez-la à vivre totalement la scène, lui faisant prendre conscience de ce qu'elle voit, des sons, des goûts et des odeurs.
- Faites modifier à votre client les sous-modalités de son expérience, telles que la brillance, la taille, le volume, le ton, jusqu'à ce que le résultat devienne encore plus désirable et attirant. Lorsque l'état qu'il ressent est aussi puissant qu'il peut l'être, demandez au client de connecter cette sensation à un comportement physique, comme celui de presser deux doigts l'un contre l'autre ou de serrer un poing.
- Demandez-lui de vider son esprit, et d'imaginer accomplir les petites tâches qui l'amèneront à réaliser cet objectif final. Faites-lui activer son ancrage – en répétant le mouvement physique choisi à l'étape précédente – pour activer ce sens du désir qui le pousse à réaliser cet objectif.
- Proposez au client de faire appel à son ancrage chaque fois qu'il tente de faire quelque chose qui le rapproche de son but. Relevez avec lui quelques jours plus tard ce qu'il a réalisé pendant cette période et comment il se sentait en accomplissant ces tâches.

L'une des meilleures façons d'assister les clients dans le changement de leurs schémas de pensées habituels est de les aider à mieux comprendre le processus de la pensée. Cela leur permet ensuite de regarder leurs propres processus mentaux, depuis une position dissociée, là où les pensées ne présentent aucun danger. Si la personne conduit cet exercice régulièrement, les points bas de sa vie ont tendance à s'amoinrir et à perdurer moins longtemps. Elle développe une capacité à faire la distinction entre la réalité et sa représentation interne. La simple prise de conscience de ces différences génère des changements positifs tout au long de la vie de la personne.

Les émotions exprimées par le client peuvent aussi déterminer dans quelle direction le processus de coaching doit se dérouler. Par exemple, une personne pourrait avoir des difficultés à maîtriser sa colère dans certaines circonstances. Lorsque quelqu'un se met en colère, c'est généralement parce

Devenir Coach

qu'il ressent qu'une limite personnelle a été franchie. En sachant que cette émotion l'emporte dans le ressenti de cette personne, vous disposez de moyens pour explorer ce sujet un peu plus en profondeur.

Par exemple, un individu qui se met régulièrement dans la position d'être trompé et abusé possède probablement des croyances restrictives qui le maintiennent dans ce rôle. Il peut donc avoir besoin de se redresser, de tenir bon et de repousser la limite. Il est possible aussi que le client perçoive juste qu'on lui fait du tort. Dans ce cas, vous pourriez tenter un recadrage qui lui permettra d'observer les faits depuis une perspective plus vaste. Le client peut se montrer déçu par certaines attentes qu'il déclare non satisfaites. Vous pourriez lui demander de réévaluer ses standards et ses valeurs, ou d'assouplir ses règles pour atteindre le succès. L'état de colère a peut-être fini par ternir, voire supprimer, les choses positives qui se sont malgré tout produites. Le client peut avoir plutôt bien réussi en général, mais regarder la réalité au travers de sa colère, lui donne l'impression que sa vie entière est une succession d'erreurs. Voici une technique que vous pouvez employer pour aider les gens à acquérir de nouvelles perspectives.

Exercice : Aligner les positions perceptives



- Proposez à votre client de se remémorer une situation qui implique une autre personne, avec laquelle il se dispute fréquemment. Demandez-lui de revivre cette situation en pensée.
- Interrogez-le. Est-ce la même perspective qu'il verrait au travers de ses propres yeux, ou les éléments visuels sont-ils en quelque sorte mal-alignés par rapport à ce qu'ils devraient être ?
- Maintenant, passez à la modalité auditive du client. Demandez-lui de penser à ce qu'il pourrait entendre quand ce conflit a lieu. Si le client éprouve des difficultés à associer des sons à cette situation, vous pouvez lui suggérer ce qu'il serait susceptible d'entendre dans ce contexte. Une fois encore, vérifiez avec lui que les informations auditives lui viennent au travers de ses oreilles.
- Demandez-lui maintenant d'imaginer ce que dit l'autre personne dans cet échange. Maintenant, faites que le client remarque ce que lui-même est en train de penser dans cette situation. Demandez-lui d'écouter son propre discours intérieur, tout comme il le ferait durant les interactions normales et quotidiennes.
- Demandez à la personne d'examiner si oui ou non ces pensées lui appartiennent. Est-ce qu'elles reflètent véritablement ses valeurs et ses standards les plus profonds ou ressemblent-elles

Devenir Coach



à quelque chose qu'une personne de son passé pourrait dire ? Pourraient-elles être des projections de ce que votre client croit que l'autre personne pense ?

- ❖ Faites que votre client filtre toutes ces pensées à l'endroit approprié de son esprit. Si elles sont les siennes, faites-les lui entendre comme étant les siennes. Si ces pensées sont celles d'une tierce personne, faites qu'elles se transforment en ce que cette autre personne aurait pensé.
- ❖ Si ces pensées contiennent quelque auto-jugement ou critique, demandez-lui de placer la voix qui les prononce dans sa propre gorge, et d'essayer de les formuler à haute voix.
- ❖ Si cet exercice peut paraître bizarre ou inapproprié, la voix est peut-être celle de quelqu'un qui a fait des remarques négatives il y a très longtemps, probablement dans l'enfance. Puisque ces mots ne sont plus pertinents, faites que le client les envoie au loin ou les fasse diminuer jusqu'à ce qu'ils disparaissent.

- Demandez à la personne de descendre au niveau de ses sentiments, et de prendre note de toutes les émotions, tensions et sensations qui surgissent. Amenez ensuite le client à sortir de son propre corps, pour qu'il observe lui et l'autre personne, depuis la perspective d'une tierce personne.
- Demandez au client de prendre note de tous les changements qu'il constate depuis ce point de vue. Faites qu'il se rapproche et s'éloigne, modifiant l'image de floue à nette. Ensuite, déplacez votre client au niveau auditif, en notant comment les choses sonnent depuis cette position d'observateur.
- Amenez le client à considérer les sentiments positifs qu'il peut retirer en tant qu'observateur. A quelles solutions créatives a-t-il accès depuis cette position extérieure ? Laissez-le se détendre pendant quelques instants, afin de permettre à son subconscient de révéler toute sagesse restée inexprimée à ce jour. Faites-lui constater que cette perspective de l'observateur est, en elle-même, une ressource dans laquelle il peut puiser à tout moment pour obtenir un éclairage nouveau.
- Aidez-le client à retourner dans son propre corps, donc sa position initiale. Amenez-le ensuite à noter tout changement qui s'est produit grâce aux nouveaux éléments collectés depuis la position d'une tierce personne.

Albert Einstein a dit : « On ne peut résoudre un problème avec le mode de pensée qui l'a engendré ». C'est la raison pour laquelle certaines personnes ont besoin d'un coach. Par la pensée, certains s'embourbent dans des problèmes, mais par la pensée ils ne peuvent s'en extraire. L'intellect est un outil magistral quand il s'agit de considérer ce que nous savons déjà, mais il n'est pas très utile pour

Devenir Coach

l'examen et l'exploration de ce qui est inconnu. C'est parce que nous n'avons ni points de référence, ni cartes pour ce qui se situe dans nos territoires inexplorés. Vos clients auront souvent engagé beaucoup d'énergie à tenter de résoudre leurs problèmes avant de s'adresser à vous, mais leurs pensées conscientes sont restreintes par la structure d'anciennes interprétations et conditionnements.

Influence



Le travail d'un coach consiste à influencer. Au début, cette définition est la plupart du temps assez mal acceptée. Certaines personnes pensent que le mot « influence » signifie convaincre les autres d'aller à l'encontre de leur propre volonté. Le mot lui-même est communément lié à la persuasion et aux techniques de vente.

D'une certaine façon, c'est exactement ce que c'est, avec tout de même quelques distinctions. Il existe différentes formes de vente ; d'abord, les ventes traditionnelles. Une personne ou une entité échange alors un objet ou un service contre une certaine forme de gain matériel direct. Ainsi, vous payez quelqu'un pour venir tondre votre pelouse ou vous achetez des courses à l'épicerie du coin. La plupart du temps, la vente est considérée sur la base de ce modèle.

Ensuite, il y a l'art de vendre des idées. Cette technique consiste à transférer des perspectives et des expériences dans l'esprit d'une personne. Nous utilisons constamment ce mode d'influence, car c'est la façon la plus fréquente que nous avons de communiquer avec les autres. Lorsque vous racontez à votre ami l'histoire captivante qui vous est arrivée l'été dernier, vous essayez de l'amener à l'état d'excitation que vous avez atteint vous-même, de lui faire vivre cette expérience comme vous l'avez vécu.

Si vous avez des enfants, vous essayez probablement de leur « vendre » des notions telles que l'honnêteté, le partage, la responsabilité et la discipline. Les conjoints essaient de se « vendre » mutuellement des points de vue différents sur la décoration de la maison, l'éducation des enfants, les lieux de vacances, les choix culinaires, l'intendance de la maison et sur toutes sortes d'autres choses. Il se peut que vous ayez à « vendre » une proposition à des collègues ou une idée pour votre entreprise à votre banquier. En tant que coach, vous devez vendre à vos clients des possibilités, des changements et des niveaux de conscience élargis.

Parfois, la forme d'influence que vous employez est très subtile. Par exemple, le ton de votre voix peut être un outil utilisé pour semer, explorer et vendre des idées. Examinons les manières à notre

Devenir Coach

disposition pour y parvenir. Il y aura des occasions où un client fera quelque déclaration que vous savez être fondamentalement imparfaite, quelque chose comme « Je ne peux rien faire à moins que ma mère ne l'approuve ». Une façon de l'obliger à réexaminer son propos est de lui renvoyer sa déclaration délibérément et lentement, en espaçant les mots et en posant sur lui un regard déterminé. Très souvent, entendre simplement les mêmes mots prononcés à un rythme plus lent aidera votre client à se dissocier du contenu de la phrase et à remettre en question sa validité. Avant cela, il avait juste l'habitude de débiter la phrase sans vraiment réfléchir à sa signification.

Vous pouvez également employer des questions implicites pour obtenir un effet positif. L'oreille humaine est très sensible aux changements de hauteur, de ton et d'inflexion, bien plus que nous l'imaginons. Adopter un ton ascendant à la fin d'une phrase implique que vous posez une question. Vous pouvez donc faire cela pour ne pas exprimer directement que vous désirez une réponse. Rappelez-vous que lorsque l'esprit se voit présenter une question, il est poussé à générer une réponse. Vous pouvez dire par exemple : « Peut-être pouvez-vous penser à un moment où vous vous souvenez avoir eu ce sentiment » tout en montant votre voix d'une octave. L'esprit subconscient du client percevra cette affirmation comme une question et recherchera des circonstances dans lesquelles il avait effectivement atteint cet état. Les questions peuvent aussi être utilisées de cette manière pour obtenir des acquiescements à la fois conscients et inconscients de la part de votre interlocuteur.

Ensuite, il existe ce que nous appellerons le « Ton de commandement descendant ». Dans ce cas, votre intonation traduit l'énonciation d'un ordre, qui se voit souvent accepté par l'esprit subconscient de la personne en face. Pour l'utiliser, dites simplement quelque chose avec une inflexion progressivement descendante, comme lorsque vous demandez à un enfant d'arrêter de sauter sur le lit ou à quelqu'un de fermer la porte du réfrigérateur. Ceci ne signifie pas que vous devez manquer de respect à vos clients, vous parlez simplement d'une manière directe et franche : vous suggérez une attente ferme que ce que vous dites sera suivi d'actions.

Synchroniser et guider



En PNL, beaucoup de discussions positives tournent autour de la notion de « synchroniser et guider ». Cette technique est très puissante et particulièrement utile quand il s'agit de coaching. En pratique, elle doit être conduite en projetant excitation et enthousiasme. Vous dites à votre client qu'il est temps de passer à l'acte et que tous les deux ensemble vous allez atteindre une énorme réussite.

Vous pouvez débiter l'échange en vous synchronisant sur le ton de la voix, les mouvements, la vitesse de respiration de votre client. Cette méthode vous donne le pouvoir de diriger le ton de la

Devenir Coach

conversation plus tard, et vous permet aussi de choisir sur quelles émotions se focaliser. Lorsque vous commencez à introduire des interventions, parlez de manière agréable et facile, comme si ce que vous demandiez au client était la chose la plus naturelle au monde. En même temps, pensez à projeter de l'élan et de l'optimisme quant aux orientations positives pour votre client. Ensuite, lorsque vous évoquez ce qu'il fera, vous retournez tout de suite à votre comportement agréable et calme.

Exprimez-vous de manière à refléter ce qu'il pourrait devenir. Lorsque vous dites « Il est temps de faire cela », c'est comme si vous marchiez ensemble au-devant d'un grand succès. Les clients sont déjà emplis de leurs propres peurs, ils n'ont donc pas besoin de détecter doute ou angoisse supplémentaire dans votre voix. Un coach efficace est toujours conscient des mots qu'il utilise, tout en restant attentif à la qualité vocale et au ton de la conversation.

Ecoute réceptive



« L'écoute réceptive » est une compétence qui n'est pas seulement utile pour les coachs, mais aussi une façon de créer des rapports profonds lors de n'importe quel échange. Pour mieux l'expliquer, étudions en profondeur le lien entre l'écoute et le processus de coaching. Beaucoup de personnes qui travaillent dans le domaine du changement personnel se prennent à analyser chaque conversation avec leur client. Ils essaient de trier, juger, interpréter et classer tout ce qui est exprimé lors des échanges.

Il est important de disposer de cette compétence, de posséder un certain nombre d'outils, de techniques et de stratégies pour déterrer les causes sous-jacentes du problème de votre client. Mais il y a un temps aussi pour écouter sans agenda particulier à l'esprit. Vous devez apprendre à diminuer le volume de votre propre bavardage mental et à simplement écouter, sans qu'aucun de vos propres scripts, préconceptions et expériences passées ne se mettent au travers de la route.

Ceci communique au client une attitude d'acceptation et débouche sur quelques très bonnes choses. Tout d'abord, cela laisse de l'espace pour que la sagesse interne de la personne se manifeste. Alors qu'elle parle sans aucun jugement, critique ou interprétations de votre part, les solutions peuvent soudainement lui apparaître comme évidentes. N'avez-vous jamais eu un problème, qui spontanément a trouvé en vous une solution, par le seul fait de l'avoir formulé à un ami ?

Certaines fois, le client parviendra aux mêmes résultats. En coupant intentionnellement votre discours intérieur, vous pouvez créer les conditions pour que quelque chose qui a besoin de se

Devenir Coach

produire se produise. La deuxième bonne chose qui découle de cette méthode d'écoute est que cela vous aide à projeter cette sensation de présence dont nous avons déjà parlé. Vous pouvez ainsi atteindre l'équilibre et la clarté d'esprit, et transmettre alors des idées articulées. Troisièmement, cette technique vous permet, à vous et à votre client, d'appréhender une réalisation profonde et intuitive sur la direction à prendre durant le processus de coaching.

Vous pouvez vous connecter à quelqu'un naturellement, avec une sagesse plus profonde que celle à laquelle vous avez normalement accès, à condition que vos propres scripts et règles ne se mettent pas au travers du chemin. Cela ne signifie pas que vous devez écouter constamment et ne rien dire. Si c'était le cas, aucun coaching n'aurait lieu. Cette méthode vous permet simplement de récolter des informations en provenance de votre client en contournant vos propres filtres, pour que vous puissiez penser clairement et structurer ensuite vos interventions. Cela augmente votre efficacité à aider les autres, car vous forgez une connexion plus puissante que celle conçue avec une autre stratégie.

Lorsque deux personnes interagissent l'une avec l'autre, il y a également un troisième esprit qui entre en jeu, un esprit plus grand, une conscience qui supplante les facultés de logique et de raison. L'intellect possède souvent vos cartes et vos souvenirs, et votre conditionnement passé est constamment présent en arrière-plan. Derrière tout cela, toutefois, se trouve la personne que vous êtes vraiment. Cette personne est plus grande que toute croyance restrictive, plus forte que l'égo et plus puissante que la pensée consciente. Cette personne est un athlète de haut vol, pour qui aider les autres à effectuer des transitions personnelles puissantes et durables est une chose naturelle.

Les compétences que vous apprenez pour résoudre les problèmes et créer une plus grande qualité de vie s'infiltreront bientôt dans tout ce que vous faites. Le vrai « vous » possède bien plus de capacités à se connecter avec la personne qui se cache à l'intérieur de votre client. Cette connexion se renforcera avec le temps. Bien sûr, vous aiderez chaque client à atteindre certains objectifs, mais vous les aiderez également à se percevoir comme étant bien plus fort et compétent que ce que leur modèle actuel leur permet. Ce type de coaching est conçu pour amener le client à développer un regard soutenu et positif sur son existence et ses capacités.

Exercice : Ecoute réceptive



- Pendant une heure, chaque jour et pendant un mois, entraînez-vous à l'écoute réceptive avec toute personne qui vous parle. Écoutez simplement, sans juger, sans formuler de réponses, sans interpréter ou analyser.
- Assurez-vous de maintenir un bon contact visuel, sans être agressif ou effrayant. Tentez d'identifier quels types d'attitudes et de sentiments la personne en face de vous projette. Soyez seulement entièrement réceptif, sans céder à votre discours interne ou vos pensées conscientes.

Devenir Coach



Remarquez comment la personne semble recevoir votre langage non verbal. Semble-t-elle plus ouverte, extravertie, semble-t-elle en révéler davantage ? Devient-elle plus renfermée, réservée ou évasive ? Prenez note de tout ce que vous relevez concernant la réponse de cette personne à votre écoute.

- Observez la force de la connexion entre cette autre personne et vous. Notez ce que vous percevez à propos de l'interaction. Prenez note de toute émotion survenant à l'intérieur de votre corps.
- Lorsque c'est à votre tour de parler, arrêtez-vous et réfléchissez à votre réponse avant de prendre la parole. Puisez dans votre réservoir de sagesse intérieure, cet endroit d'où émergent idées profondes, compassion et compréhension. Travaillez à laisser vos propres scripts à l'écart de la conversation.
- Notez comment, au fil du temps, vos préconceptions, hypothèses et jugements sur les personnes changent, alors que vous pratiquez cette compétence au quotidien. Pensez à la façon dont vous pouvez utiliser cette aptitude pour développer des rapports profonds avec autrui.

L'Ecoute active



En utilisant la méthode de l'écoute réceptive que nous venons de détailler, vous pouvez créer un rapport profond avec votre client et lui donner l'opportunité de faire émerger de nouvelles compréhensions. Ensuite, vous chercherez à entrer dans les détails, notamment dans la structure qui maintient sa perspective actuelle, en utilisant la technique connue sous le nom « d'écoute active ». Ceci implique la paraphrase, la reformulation et la confirmation de ce que vous avez compris de ses propos. Lorsque vous procédez de cette manière, vous montrez que vous faites preuve d'attention et de concentration pour les préoccupations de votre client.

Cette technique vous aide également à développer une compréhension claire de la perspective du client et de ses besoins. Vous ne pouvez pas donner un feedback précis avant d'avoir récolté des informations de qualité. De plus, recevoir des conseils de quelqu'un qui n'a visiblement pas fait le tour de la question est la plupart du temps très mal vécu. Il vous est forcément arrivé une expérience comparable, celle d'être interrompu, avant la fin d'une explication, par un interlocuteur

Devenir Coach

qui ne saisit pas la situation et qui vous donne des conseils inappropriés. Il ne reste plus qu'à lui dire « Mais, je ne parle pas de ça » avant de poursuivre. L'autre personne aura malgré tout lâché quelque chose totalement hors de propos. Vous prenez bientôt conscience que cette personne n'essaie même pas de vous écouter.

La plupart d'entre nous sommes agacés par cette attitude et vivons cela comme une forme de mépris. Le proverbe « le sage est lent à parler mais prompt à écouter » s'avère particulièrement pertinent dans l'art et la science du coaching. Si le client perçoit que vous êtes simplement en train de débiter des suggestions toutes faites, il vous pensera incompetent et vous taxera de réelle indifférence à son égard.

En général, beaucoup de personnes ont de réelles difficultés à recevoir des conseils. Le coaching est basé en fait sur un autre précepte, celui de renvoyer des suggestions et du feedback afin d'apporter au client les éclairages qui peuvent l'aider à progresser. Nous avons vu pourquoi il est si important de comprendre vos propres cartes et modèles. Regardons maintenant en quoi cela se rapporte au coaching.

Vous devez déterminer quelles sont les personnes avec lesquelles vous avez envie de travailler et celles avec lesquelles vous refusez de travailler. En fait, vous n'avez aucune obligation d'accepter chaque client qui vient à vous. Savoir faire preuve de sélectivité et de discernement est l'une des qualités que vous devez développer. Si vous avez la certitude que l'un de vos clients est impliqué dans une pratique que vous trouvez moralement inacceptable, donnez-vous le droit de démissionner. Si vous êtes employé par quelqu'un qui est irrespectueux ou insultant, écarter-le également. Vous n'avez pas à laisser quiconque épuiser à tort votre énergie, votre temps et vos ressources émotionnelles.



Retournons à l'écoute active. Lorsque vous conduisez une conversation avec un client, vous recherchez les faits. Vous êtes semblable à un détective, à l'affût des détails importants qui feront toute la différence. Vous êtes le Sherlock Holmes du changement personnel, car vous ne pouvez pas aider votre client avant d'avoir rassemblé les faits. La difficulté est que les réponses aux questions **Qui, Quoi, Quand** et **Où**, nécessaires à l'établissement des faits, sont souvent éclipsées par les **sentiments** ; les informations se perdent souvent au milieu des émotions.

Prenons l'exemple d'une personne qui découvre, en arrivant sur son lieu de travail, que sa place de parking réservée est occupée. Son cerveau s'interroge : « Qu'est-ce que cela signifie ? » Il se met à penser, à construire des images, à engager un monologue interne et à interpréter cet incident. Il développe alors un ressenti désagréable, qui finit par se transformer en pensées négatives qui viennent amplifier ses émotions. L'individu est alors pris dans une spirale descendante, son irritation devient de la frustration, sa frustration de la colère, et sa colère de la rage. Parce qu'il est maintenant dans cet état, il ajoute toutes sortes de projections négatives à la situation ; ses collègues de travail ne l'ont jamais respecté, ils le traitent d'imbécile et sont à l'instant en train de se moquer de lui. Quelqu'un submergé par des émotions intenses ne peut empêcher son esprit

Devenir Coach

d'amplifier, d'exagérer et de tordre les faits. Il modifie ainsi les événements pour qu'ils correspondent à sa carte du monde et perd de vue ce qui se produit réellement.

Beaucoup des personnes qui s'adresseront à vous auront atteint ce stade. Ils s'emporteront à propos d'un problème particulier, pensant qu'il est la cause de tout ce qu'ils ressentent et de tout ce qui leur arrive. Vous devez savoir couper au travers de toutes ces émotions et dissoudre certaines d'entre elles avant de débiter le vrai travail.

Nous vous livrons un script à utiliser pour calmer un état émotionnel intense chez votre client, afin de vous permettre de récolter des meilleures informations. Les propos du client sont en gras ; ceux du coach sont en italique.

Script : Dissoudre des émotions très intenses



Vous savez, personne ne me respecte vraiment. On me harcèle au travail, et à la maison mes enfants sont hors de contrôle. Personne ne m'écoute, même dans des situations où je possède l'expérience. Tout cela me rend furieux.

D'accord, tout cela vous rend furieux. Conduisons un petit exercice pendant un court instant. Je veux que vous preniez une profonde inspiration puis que vous expiriez. Maintenant, concentrez-vous sur ce sentiment de colère qui vous habite. Si vous deviez lui donner une couleur, de quelle couleur serait-il ?

Je ne sais pas, je pense qu'il serait d'un noir profond.

D'accord, il serait d'un noir profond. Pouvez-vous maintenant lui associer un son ?

Je pense que ça serait un son irritant, comme un bourdonnement.

Et où situez-vous ce sentiment à l'intérieur de votre corps ?

Dans mon ventre.

Se contente-t-il de rester à un seul endroit ou bouge-t-il ?

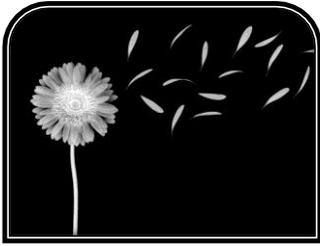
Je pense qu'il circule dans tout mon torse.

Est-il tiède, froid ou chaud ? Quelle température ce sentiment a-t-il à l'instant précis où vous y pensez ?

Oh, c'est brûlant.

Si le client déclare qu'il est difficile de répondre à une de vos questions ou s'il y répond par un « Je ne sais pas », revenez à la charge avec quelque chose comme « *D'accord. Mais si vous le*

Devenir Coach



saviez, quel genre de son produirait-il ? » ou « Eh bien, imaginez simplement que vous pouvez entendre ce sentiment. Quel bruit cela ferait-il ? ».

Par cette méthode, vous dissociez votre client de cet état, en essayant de lui faire examiner ses caractéristiques. Il est très difficile de penser à une émotion de cette façon et de continuer à la ressentir avec la même intensité. Ceci oblige la personne à interrompre le déroulement de son schéma, et donc de permettre à l'émotion de s'atténuer. Poursuivons :

D'accord. Je veux que vous fassiez en sorte de laisser cette couleur s'atténuer. Essayez de transformer ce noir en un gris, ou peut-être en une couleur cendre, et laissez-la devenir un peu floue. Dans le même temps, diminuez un peu la chaleur de ce sentiment. Imaginez pour cela que vous baissiez simplement un thermostat. Maintenant, faites la même chose avec ce bourdonnement. Trouvez en vous un autre bouton pour diminuer ce son de plus en plus, voire même pour le stopper totalement.

Prenez ensuite ce sentiment et faites-le circuler dans le sens des aiguilles d'une montre. Maintenant faites-le tourner dans le sens inverse, en augmentant progressivement sa vitesse. Accélérez encore le mouvement, et notez ce que cela provoque en vous. Tandis que vous prenez conscience de ces modifications, dites-moi ce qui s'est réellement passé avant que vous ne rentriez dans l'état de colère que vous m'avez décrit.

Eh bien, tout a commencé ce matin par l'oubli de papiers importants à la maison. Lorsque je suis retourné les chercher, mon fils a légèrement ricané à cause de mon erreur, cela m'a donné l'impression d'être un enfant de qui on se moquait. Dans la journée, de nouveaux clients sont venus et il m'a semblé qu'ils me regardaient comme si j'étais quelqu'un de totalement incompetent.

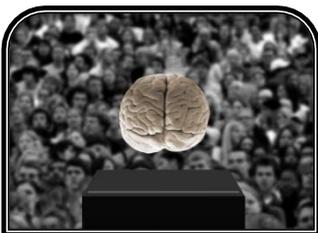
Maintenant, vous possédez un certain nombre de faits. Il a oublié des papiers chez lui, il se peut, ou pas, que son enfant ait ricané, et de nouveaux clients, qui l'ont peut-être effectivement jugé, sont arrivés sur son lieu de travail. Vous pouvez désormais recadrer ces informations de plusieurs manières. Vous ne devez pas laisser entendre à votre client qu'il a tort, par contre vous pouvez explorer d'autres interprétations par le biais du recadrage de contenu. Ainsi, demandez-lui quelle autre signification pourrait avoir le rire de son enfant. Suggérez-lui que les enfants sont la plupart du temps écervelés, qu'ils rient de n'importe quoi. Ils rient par nervosité ou parce qu'ils ne savent pas comment réagir. Ce comportement, en lui-même, ne signifie pas forcément quelque chose. Il en est de même pour cet air sérieux sur le visage des nouveaux clients. Il peut signifier simplement une appréhension au moment de signer un contrat. Ils repensaient peut-être aux informations, aux graphiques ou aux chiffres transmis lors d'une réunion précédente.

A ce stade, il se peut que votre client néglige toutes les avancées qu'il a accomplies jusqu'à présent. Il a peut-être achevé plusieurs projets à temps durant les mois précédents, et cet incident unique n'était qu'un simple oubli que n'importe qui aurait pu commettre. Mais, vous ne pouvez pas accéder à ce genre d'informations avant d'avoir drainé un peu de l'émotion qui se met au travers du chemin, et qui colore et déforme allégrement les faits. C'est une bonne technique à enseigner à

Devenir Coach

vos clients pour qu'ils développent la capacité de gérer leurs propres émotions. Apprenez aussi à l'expérimenter sur vous-même, et entraînez-vous à sortir d'états d'émotions intenses en utilisant cette méthode. Vous êtes aussi un être humain et vous avez la même propension, que n'importe qui d'autre, à vous laisser submerger d'émotions.

Ceci nous amène à un point important : vous devez éviter de projeter vos propres émotions sur les problèmes de votre client. Ceci peut parfois s'avérer difficile, lorsque, par exemple, vous possédez un vécu personnel avec le problème dont il est question. Admettons que votre client soit en difficulté parce ce qu'il est malmené par des collègues de travail et que vous-même n'avez jamais eu aucun souci de ce type. En aucun cas, vous ne pouvez dire : « Votre situation est ridicule. Personne ne peut faire pression sur vous si vous ne les laissez pas faire. Oubliez simplement ces gens ». Il se peut que vous ayez adopté cette posture suite à votre histoire personnelle, mais le client a besoin, lui, d'être amené à cette réalité par étapes successives et pratiques. Si vous ne tenez pas compte de sa position actuelle, vous distendrez le rapport, avec le risque de réduire fortement vos chances d'impacter la situation.



De même, vous devez être détaché de l'expérience de votre client. Cela vous empêchera d'invalider ses émotions ou de vous nourrir d'elles. Il y a une grande différence entre ressentir de la compassion pour la condition de l'autre, et partager ses sentiments. Dans le dernier cas, vous êtes affecté de la même manière que votre client et c'est ce dont vous devez vous protéger. Vous pourrez, avec de l'entraînement, apprendre à analyser le vécu de votre client sans vous aligner sur ses émotions négatives, vous pourrez alors l'aider à sortir de sa problématique.

Il existe quelques autres difficultés que vous pourriez devoir affronter lors de cet apprentissage de l'écoute active. Tout d'abord, la tendance du coach débutant est de parler plus que nécessaire. Souvenez-vous que le processus de coaching doit être conduit par le client. Le client doit donc toujours s'exprimer plus que vous. Parlez moins souvent, et lorsque vous le ferez, vos propos n'en auront que plus de poids.

Même s'il s'agit de s'impliquer dans les propos du client, ne faites pas l'erreur d'anticiper votre réaction avant qu'il n'ait terminé de parler. Ceci aura pour effet de briser la connexion et de vous désengager des informations brutes que votre client est en train de vous confier. Vous ne devez pas tirer de conclusions trop hâtives. Jusqu'à ce que vous possédiez les informations appropriées et avant d'avoir dissous les émotions intenses, vous n'êtes pas en mesure d'intervenir. Aussi, évitez de conduire le client à faire des choses contre sa volonté. Cela fonctionnera bien mieux si vous déterminez l'objectif de votre client et que vous travaillez pour le réaliser.

Certains clients attendront de vous que vous les ameniez à mettre en œuvre des actions qu'ils ne sont pas pour autant prêts à accomplir. Prenons l'exemple d'une personne qui formule la proposition suivante : « Autour de moi, chacun me dit que je dois arrêter de fumer. J'ai essayé

Devenir Coach

différentes méthodes, mais tout a échoué, peut-être pourriez-vous trouver un moyen de me faire arrêter ». Vous pouvez répondre : « Eh bien, je ne fais pas ça. Par contre, si vous êtes prêt à arrêter de fumer et que vous souhaitez vous engager complètement dans cette voie, je peux vous aider à découvrir les étapes pour y arriver ».



Autre aspect important, ne révélez pas à votre client trop d'informations sur vous-même. En livrer un peu peut être bénéfique, cela vous donne une composante humaine qui peut combler le fossé entre professeur et élève. Mais vous devez garder intacte la dynamique entre coach et client. Exposer trop de vos propres problèmes brouille en quelque sorte les rôles et peut faire planer le doute sur l'identité de celui qui aide qui.

Pour devenir compétent et à l'aise dans l'écoute active, pratiquez-la dans votre vie quotidienne. Lorsque des personnes vous racontent ce qui se passe dans leur vie, parlez moins et écoutez plus. Aussi, commencez à refléter non seulement les mots mais aussi les sentiments. C'est une manière très puissante de communiquer, en comprenant et en reconnaissant le point de vue de l'autre.

Par exemple, supposez qu'un de vos amis vous dise : « **J'espérais vraiment que tout se mette en place mais d'autres personnes n'ont pas suivi à la lettre ce qu'ils étaient supposés faire** ». Vous pourriez alors réagir en disant « *Je sens de la déception dans ta voix* ». Votre ami répondra probablement : « **Oui, bien sûr. Je suis déçu par toute cette histoire** ». Renvoyer les sentiments est une manière subtile de montrer aux autres que vous les avez compris.

Si votre interlocuteur dit : « **En fait, non, je ne suis pas vraiment déçu, juste frustré de voir à quel point tout le monde est désorganisé** ». Vous pouvez alors utiliser cette information pour construire votre prochaine réponse. Mais, peu importe qu'il acquiesce ou qu'il vous corrige, l'important est de récolter en retour plus d'informations.

Une autre attitude à adopter lors d'un entretien avec un client, mais aussi dans les conversations de tous les jours, est de travailler à « amenuiser progressivement les émotions ». Cette méthode, dont nous avons déjà parlé, permet de diluer une partie des sentiments et atteindre l'information brute. Lorsque quelqu'un vous dit être déprimé, vous commencez par refléter ses émotions à ce niveau. Cela fait partie de la synchronisation avec la réalité de votre interlocuteur. Puis, vous pouvez petit à petit le conduire à parler de son émotion en termes de tristesse. Voici un exemple d'échange entre amis dans lequel cette technique est mise en œuvre :

Je n'ai pas obtenu la promotion au bureau et je suis vraiment déprimé à cause de ça.

D'accord, tu es déprimé pour n'avoir pas eu cette promotion. Il semblerait que tu y avais mis de grands espoirs.

Bien sûr. Plus d'argent, plus de temps libre, une meilleure position, ça aurait été vraiment génial.

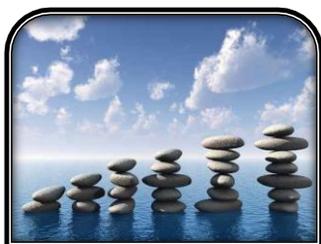
Effectivement, ça avait l'air génial. Ta tristesse s'est manifestée à quel moment ?

Devenir Coach

Après avoir reçu la nouvelle, j'allais bien. Mais un peu plus tard dans la journée, juste après le déjeuner, j'ai réalisé que je n'avais pas eu cette promotion.

D'accord, tu l'as réalisé après le déjeuner. Peux-tu penser à ce qui a pu se produire juste avant que tu ne commences à te sentir découragé ?

Remarquez comment, dans cet exemple, vous avez déplacé le ressenti de cet ami de la dépression à la tristesse, et même à une simple sensation de découragement. Lorsque vous réussissez cela, l'état de la personne s'amenuise progressivement en accord avec les paroles exprimées. Et ceci peut fonctionner avec tout sentiment intense. La rage peut se transformer en colère, qui elle-même peut être réduite à une simple agitation. La terreur peut devenir de la peur, puis se transformer en appréhension. Souvenez-vous que les mots ne font pas que décrire ce qui se passe, mais ils le créent également.



En général, plus une personne se sent mal, plus les défis et les problèmes paraissent importants. A l'inverse, plus la personne se sent mieux, moins les problèmes à gérer sont importants. Les difficultés peuvent également revêtir un niveau d'urgence exacerbé, lorsque le client place la cause de ses problèmes sur des événements extérieurs. Modifier ces événements devient pour lui une obligation pressante.

Supposons qu'une personne soit persuadée qu'un de ses amis profite de lui. Elle vit comme une attaque personnelle ce que d'autres considèrent être une petite offense mineure et involontaire. Elle ne se sent pas respectée, ni appréciée, mais au contraire exploitée. Elle est prête à mettre un terme à une amitié de vingt ans sur la base d'un simple malentendu.

Mais, disons que la personne prend un peu de temps pour se calmer. Peut-être se distrait-elle devant un film comique ou elle attend le lendemain. Au matin, elle est bien plus calme, a les idées claires, et peut se dire : « Paul n'a peut-être pas essayé de me blesser en se conduisant de cette manière. En fait, notre passé et notre histoire commune ne suggèrent rien de tel. Il a toujours fait preuve de considération envers moi et a toujours été là quand c'était important. Je vais l'inviter à déjeuner, nous pourrions parler un peu et éclaircir cette situation ».

Les personnes qui frapperont à votre porte se sentiront souvent mal et amplifieront leurs problèmes. Bien sûr, votre rôle est de les aider, mais la véritable transformation viendra en apportant à votre client la possibilité d'élargir ses perspectives, pour plus de clarté et de bien-être. Des objectifs peuvent être élaborés et encadrés par cet état général de mieux-être. Au travers de ce processus, les clients parviendront à se débarrasser de choses encombrantes et à prendre conscience de ce qui est vraiment important.

Devenir Coach

Il est très gratifiant d'aider les personnes à se connecter à leur propre force intérieure. Chacun sait intrinsèquement ce qu'il devrait faire ; nous avons juste besoin de quelqu'un pour nous pousser au-delà de notre peur et de notre indécision.

Cependant, certains pensent à tort que les paramètres extérieurs leur apporteront le bonheur. Si X représentait les récompenses extérieures et Y, le bonheur, le bien-être, la confiance, le succès (tout ce à quoi vous pouvez rêver), alors l'équation d'un client pourrait s'écrire : $X+X+X=Y$. Une personne, accrochée à cette conviction, est susceptible d'exposer ses désirs sous la forme de « Je serai heureux quand... » ou « Je ne peux pas être heureux parce que... » ou « Je ne peux pas être heureux jusqu'à ce que... ».

Pour quelqu'un qui est habitué à concentrer ses forces et son énergie pour qu'une chose se produise en dehors de lui-même, cette approche peut paraître logique et avoir du sens. Vos clients seront très souvent totalement convaincus que c'est quelqu'un ou quelque chose qui est à l'origine de leur problème. Mais ce sont plutôt nos propres pensées orientées sur ce quelqu'un ou ce quelque chose, qui se mettent au travers de notre route. Nous croyons à tort que les situations sont responsables de nos expériences. Cela ne veut pas dire bien sûr que certaines circonstances ne sont pas porteuses d'une charge négative et que les problèmes n'existent pas. Mais lorsque nous avons les idées claires, nous possédons une meilleure capacité à réagir de manière bénéfique.

Exercice: Points de transformation



Cet exercice vous aidera à appréhender un peu mieux les qualités nécessaires à un coach qualifié. Il consiste en une manœuvre mentale pour découvrir des parties de votre personnalité qui soutiendront vos objectifs.

- ✿ Commencez par prendre une profonde inspiration et fermez les yeux, imaginez-vous dans votre maison et conduisez les gestes habituels pour commencer votre journée.
- ✿ A partir de cet instant, avancez dans votre journée, en prenant note de tout ce que vous voyez, entendez, ressentez, goûtez et sentez. Rendez-vous en imagination à votre lieu de travail ou effectuez les tâches en rapport avec votre profession. Accomplissez vos activités de loisir, en prêtant attention à tout ce que vous pouvez ressentir par le biais de vos sens. Travaillez également à vos objectifs personnels et vos ambitions. Vivez ainsi la journée entière, en réalisant tout ce que vous faites habituellement.

- Remarquez les personnes que vous rencontrez et les endroits où vous vous rendez. Prenez conscience de tout ce que vous pourriez avoir besoin de changer pour créer une réelle

Devenir Coach

différence dans votre réalité physique quotidienne afin de devenir le coach que vous souhaitez être. Peut-être devriez-vous évoluer vers d'autres environnements auxquels vous n'aviez encore jamais pensé jusqu'à présent. Peut-être serait-il bon pour vous de rentrer en contact avec des personnes différentes ou de réduire le temps que vous passez avec certaines personnes que vous fréquentez assidûment. Si vous désirez vous constituer un capital, vous devriez peut-être vous entourer de personnes fortunées. Si vous voulez écrire des livres ou faire des films, côtoyez ceux qui le font. Recherchez les personnes qui sont allées de là où vous êtes à là où vous voulez aller.

- Maintenant, ouvrez les yeux et écrivez ce que vous venez de découvrir. Ceci vous donnera un aperçu des changements extérieurs qui pourraient s'avérer intéressants de conduire pour progresser dans votre carrière de coaching.
- Une fois encore, prenez une profonde inspiration et fermez les yeux. Pensez aux comportements dont vous aurez besoin pour devenir un bon coach. Lesquels possédez-vous maintenant et desquels avez-vous le plus besoin ? Peut-être est-il nécessaire que vous deveniez plus ponctuel, mieux organisé ou que vous écoutiez davantage. Prenez conscience de tout ce que vous avez besoin d'ajuster dans votre comportement pour être le meilleur que vous puissiez être. Ouvrez les yeux et écrivez ce que vous avez appris sur vous-même.
- Fermez de nouveau les yeux et demandez-vous si vous avez la connaissance nécessaire pour devenir dès à présent un coach performant. Que devez-vous apprendre pour réussir la transition entre celui que vous êtes et la personne que vous avez l'intention de devenir ? Avez-vous besoin de lire plus de livres, d'assister à des conférences ou de suivre des formations ? Pensez à la manière d'obtenir la connaissance dont vous avez besoin pour exprimer votre véritable potentiel. Ouvrez les yeux et écrivez ce que vous avez découvert.
- Fermez les yeux encore une fois et, en pensée, déplacez-vous au niveau de vos attitudes, croyances et valeurs. Est-ce que votre système de croyances actuel soutient cet objectif ? Est-ce que vos valeurs – ce qui est important pour vous – sont en alignement avec le fait que vous deveniez un excellent coach ? Quelles croyances, ancrées en vous, pourraient se mettre au travers de votre progression ? Quelles seraient les nouvelles valeurs que vous pourriez adopter ?
- Pensez aux changements d'attitude qui doivent se produire pour que vous soyez psychologiquement aligné avec ce que vous désirez. Avez-vous besoin de devenir plus optimiste, déterminé, patient ou lucide ? Croyez-vous que devenir un coach très performant est quelque chose que vous pouvez réellement accomplir ? Ouvrez les yeux et écrivez les croyances, les conflits internes et les résistances que vous avez besoin de modifier ou de mettre en perspective.
- Fermez à nouveau les yeux et vivez le personnage que vous êtes lorsque vous vous trouvez seul, lorsque personne ne vous regarde et que vous n'avez pas de rôle à tenir, aucun devoir à accomplir. Entrez dans le corps de cette personne. Est-ce que cette identité s'aligne avec celle que vous voulez être en tant que coach ? Que devez-vous ajuster pour remplir avec succès votre nouvelle fonction en tant que talentueux facilitateur de changement ? Ouvrez les yeux et notez ce que vous avez découvert.

Quelques dernières notes sur le coaching



Une bonne manière d'atteindre des résultats en tant que coach professionnel est de créer un système. Cette stratégie générale a fait ses preuves pour déplacer un grand nombre de personnes d'un standard de vie à un autre. Si vous devenez un coach en relations, vous pourriez, par exemple, parvenir par une série d'étapes à ramener l'harmonie dans un couple. Si vous êtes un coach financier, vous mettez en place une stratégie pour permettre aux intéressés d'éliminer leurs dettes, d'épargner davantage et de vivre de leurs rentes. Pour un coach sportif, ce sera peut-être un programme pour aider les gens à recouvrer une meilleure santé, à rester motivés dans l'effort et à prendre plaisir à l'exercice physique.

Il est important que vous élaboriez des plans qui peuvent s'appliquer à un grand nombre de personnes. Votre premier travail consiste à écouter et à collecter des informations en provenance de vos clients. Vous pouvez ensuite utiliser ces éléments pour ajuster votre plan à chacune des personnes concernées. Le coaching est un processus permanent de création et d'accumulation de stratégies d'excellence. Commencez donc par constituer votre propre boîte à outils avec ce qui fonctionne parfaitement.

Encore quelques petites choses auxquelles vous devez être attentif dans votre activité de coach professionnel. L'une d'elles est de prêter attention aux circonstances qui pourraient être à l'origine d'un conflit d'intérêt. Il est essentiel que vous sachiez à tout moment qui vous servez. Cela est particulièrement vrai au sein d'une société. En voici une illustration :

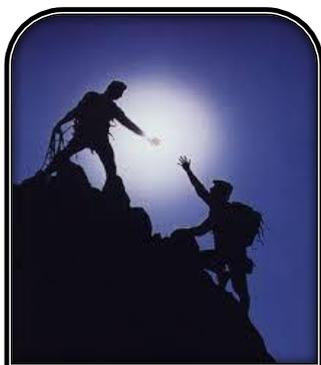
Il est probable que vous soyez un jour engagé par une société pour venir coacher quelques membres constituant sa force de travail. Dans ce cas, le client en coaching est avant tout un des employés de cette structure. Vous vous devez de satisfaire les objectifs de la société, pour autant ce client vous présentera des éléments le concernant qui n'ont rien à voir avec son employeur, comme élaborer une stratégie pour être courtisé par d'autres entreprises, mais aussi des objectifs personnels qui ont un lien direct avec la situation qu'il vit dans l'entreprise, comme obtenir plus de libertés à son poste de travail, ou profiter d'une retraite anticipée.

Dans le même temps, la direction – ceux qui vous paient – pourra vous demander de révéler des informations sur le déroulement de vos sessions de coaching, pour connaître justement les objectifs de l'employé, votre processus de coaching et les tâches que vous avez assignées à ce client. Cette situation conduit très vite à une impasse. D'un côté, vous avez des obligations envers les personnes

Devenir Coach

qui signent vos chèques et à qui vous devez un service. De l'autre, vous avez le devoir de maintenir une certaine intégrité et confidentialité dans la relation coach/client. Pour vous préserver de telles situations, vous devez obligatoirement exposer les lignes directrices et fixer le cadre de votre intervention avant de débiter tout travail.

Voulez-vous que je vous coache ?



Le coaching m'a permis de faire beaucoup de choses dans la vie que je n'aurais pas eu l'occasion de faire autrement. C'est un métier riche en expériences, qui permet d'accéder à un épanouissement personnel incomparable.

Et parce que le coaching est un métier qui ne s'improvise pas, j'ai élaboré un programme en ligne extrêmement détaillé, riche en apprentissages et en exercices pour vous permettre d'acquérir toutes les bases nécessaires à l'exercice de cette profession.

Au travers des modules, vous apprendrez à mener une séance du début à la fin, à établir une relation de confiance avec vos clients, mais aussi à bâtir une clientèle fidèle. Métier aux multiples facettes, vous allez également découvrir de nombreuses spécialisations possibles, telles que le coaching familial, le coaching en santé et bien-être, le coaching commercial ou le coaching en développement personnel.

Une telle formation coûte en France plusieurs milliers d'euros, je pensais d'ailleurs la proposer à un prix similaire. Mais j'ai beaucoup réfléchi. Je sais que cette formation vous permettra d'apporter des changements positifs dans votre vie, d'aider ceux qui vous entourent, ou de développer une réelle activité de coach si tel est votre désir.

J'ai donc décidé de rendre cette formation accessible à tous et de l'offrir pendant un temps limité à un prix défiant toute concurrence. Alors si ce cours vous intéresse, envoyez un mail à support@formationspnlcoaching.com et un membre de mon équipe vous contactera rapidement.

Amicalement,

Alex

Oui, la formation pour devenir coach professionnel m'intéresse !

« Vous recevrez tout ce que vous voulez de la vie, si vous aidez suffisamment de personnes à obtenir ce qu'elles veulent ». Zig Ziglar

