

UN COACH, POUR QUOI FAIRE ?

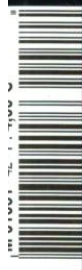
- Les secrets d'une relation réussie
- Combien ça coûte, ce que vous pouvez en attendre



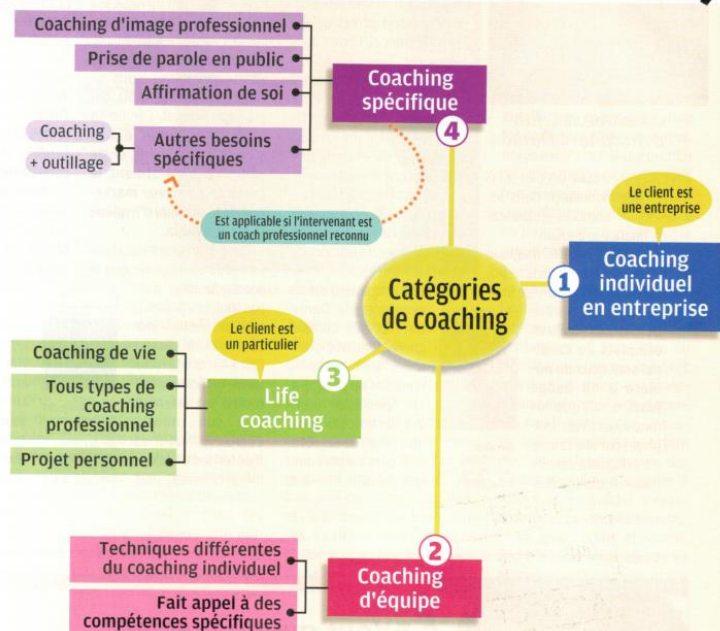
DELPHINE BARENTIN,
directeur associée du cabinet Valtus,
et son coach **MARC TRAVERSON**,
d'Acteüs, animateur du blog
troisiemevoie.com

RECRUTEMENTS EN ÎLE-DE-FRANCE :
135 entreprises "capitales"

Ingénieurs : les profils les plus recherchés



Un coach, pour quoi faire ?

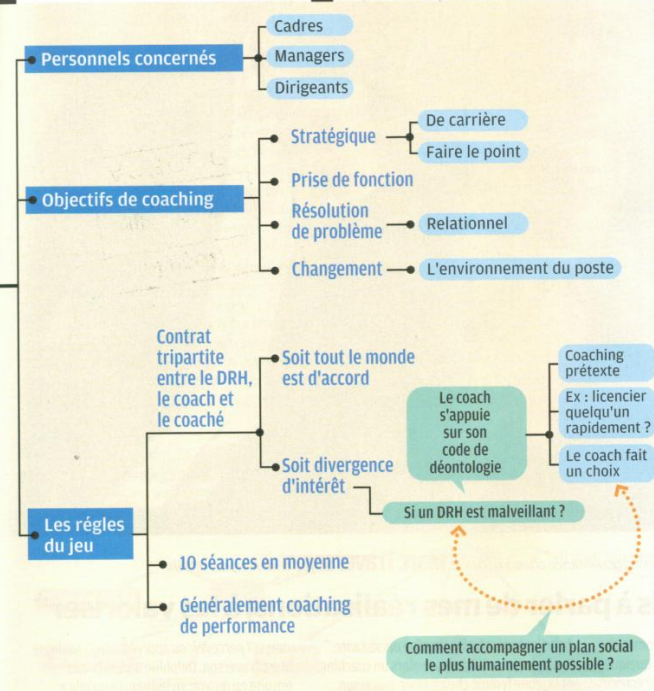


Prosper Carlis - Mars 2010

Il est entré sous toutes ses formes dans l'entreprise et **explose** maintenant chez les cadres qui y ont recours, de façon individuelle, pour booster leur carrière. Mais à quoi sert vraiment le coaching ?

EN QUELQUES ANNÉES, LE COACH est devenu incontournable dans la vie des entreprises. Aujourd'hui, c'est presque l'ordinaire des ressources humaines que d'offrir les services de ce professionnel de l'accompagnement à un col-

laborateur qui décroche de nouvelles responsabilités, qui doit apprendre à parler en public ou qui affronte un changement professionnel important – positif ou pas. "Depuis dix ans, nous assistons à une vraie démocratisation du coaching,



confirme Pascal Domont, vice-président de la SF Coach, l'une des fédérations françaises de coaches. Pendant longtemps, il a été réservé aux dirigeants, puis au « middle management ». Aujourd'hui, les managers de proximité y ont souvent recours. Comment expliquer cette irruption d'un tiers dans la relation entre cadres et équipe dirigeante ? "Les entreprises, tout comme le public, ont réalisé qu'il y a une efficacité propre au coaching, c'est-

à-dire des objectifs à remplir en un laps de temps relativement court", avance Thierry Roubira, fondateur du cabinet Cap Réussite. Une sorte d'idéal d'efficacité qui rappelle celui auquel les entreprises aspirent. D'où cette question : le coaching ne serait-il pas perçu comme un moyen de façonner des individus capables de supporter la pression des objectifs et l'anxiété des nouvelles organisations ? Ou pire : comme une soupe

- 1 En entreprise, le coaching individuel doit répondre à des règles d'éthique où le coaché doit être protégé.
- 2 Le coaching d'équipe est aujourd'hui dans l'air du temps pour faire travailler les gens ensemble.
- 3 Les particuliers font appel au coaching pour orienter leur carrière, réussir un projet ou améliorer divers aspects de leur vie.
- 4 En entreprise ou en individuel, une forte demande se développe pour des coaching spécifiques tournés vers le développement personnel - prise de parole, image professionnelle...

INFOGRAPHIE PASCLA TESTAHERE

ENTHUSIASTE OU DÉÇU... RACONTEZ-NOUS COMMENT ÇA S'EST PASSÉ AVEC VOTRE COACH
@courriercadres.com/coaching-cc42



Delphine Barentin, directrice associée chez Valtus et **Marc Traverson**, coach chez Actéüs

“J’ai aussi appris à parler de mes réalisations, à les valoriser”

Jeune et femme, dans un milieu d’hommes mûrs : Delphine Barentin se sentait quelque peu en mal de légitimité, bien que directrice associée, à 32 ans, du cabinet Valtus, l’un des leaders français du management de transition. “Je rencontre toute la journée, des seniors expérimentés, soit des clients à convaincre des bienfaits d’un management de transition ; soit ces managers eux-mêmes, des cadres pointus, charismatiques, avec beaucoup de bouteille. Je sentais sur moi un regard un peu sceptique, ou paternaliste, et me faisais parfois l’impression d’une stagiaire qui est là pour prendre des notes. Je me croyais obligée de justifier ma position. Ce n’était pas franchement

handicapant, plutôt une gêne persistante.” Son entreprise lui propose alors un coaching, et la jeune femme choisit Marc Traverson, exerçant chez Actéüs. “Delphine était très partante, ce qui est la condition de réussite minimale : un coaching ne peut marcher sans l’assentiment plein et entier du coach”, indique le coach. Tous deux s’engagent dans une démarche intensive, à raison d’une séance d’une heure et demie à deux heures par semaine, pendant trois mois. “Nous avons fait peu de psychologie, beaucoup de travaux pratiques, par exemple, comment présenter un dossier à un client, en éliminant les hésitations et surcompensations relatives à ce qu’elle

pouvait percevoir ou appréhender”, souligne Marc Traverson. Delphine Barentin met ensuite en œuvre, au bureau, ce qu’elle a travaillé avec son coach, et de retour en coaching évoque ce qui a bien fonctionné, ce qui lui a semblé moins percutant, avant de rechercher elle-même une façon différente de faire, aiguillonnée par les questions de son coach. Jusqu’à dissiper complètement, son “complexe de la jeune fille”. “J’ai aussi appris à parler de mes réalisations, à les valoriser, ce qu’une femme ne fait pas forcément du premier mouvement. À mesure que je progressais en technique, je me souciais moins de ce que l’on pouvait penser de moi”, conclut-elle.

commode pour des groupes recherchant plus des sportifs de haut niveau que des cadres, afin de ne surtout rien changer à leur fonctionnement ?

C’est ce qui explique qu’un coach choisi et rémunéré par les DRH soit couramment l’objet de méfiance, voire de défiance chez les coachés. Et s’il travaillait en service commandé ? Et s’il “rapportait” ? Certes, l’éthique des coachs les enjoint à la neutralité et à la confidentialité, mais beaucoup reconnaissent que la tension existe bien au sein des entreprises. “Certains groupes veulent même faire de nous des alibis, explique Thierry Roubira. Parfois, nous sommes la dernière étape avant le licenciement. Pour montrer qu’ils ont tout tenté...” Mais le succès du coaching s’explique aussi par une tendance lourde – et positive pour le coup – de notre époque : l’individualisation des parcours. Fini le temps où les destins professionnels des salariés étaient tracés pour deux décennies dans les bureaux des DRH ! La plupart des cadres ont pris la barre de leur carrière pour pouvoir l’orienter selon leurs vœux et trouver du sens à leur travail. D’où l’explosion du coaching particulier, c’est-à-dire choisi et payé par des salariés à l’insu de leurs dirigeants. “Il est là, le changement de fond, souligne Thierry Rou-



Finis le temps où le destin professionnel des salariés était tout tracé.

bira. Quand j’ai ouvert mon cabinet en 2004, les clients étaient presque uniquement envoyés par des entreprises. Aujourd’hui, les particuliers sont aussi nombreux.”

C’est dans ce contexte que se sont développées de nouvelles formes de coaching, comme par exemple le coaching d’image professionnelle. Longtemps assimilé au simple relooking, il s’est peu à peu fait une place, y compris dans les entreprises. “Il s’agit de faire prendre conscience à la personne de son image non verbale, pour établir une cohérence entre les aspects personnels et professionnels”, explique Catherine Sexton, dirigeante d’un cabinet spécialisé en communication et vice-présidente de l’Association française pour l’image personnelle et professionnelle (Afipp). Pour Aude Roy, présidente de l’Afipp, “les coachs d’image viennent de métiers très divers, du stylisme à la communication en passant par le marketing.” Une approche recherchée par les individus ou les équipes, les commerciaux ou tous ceux qui ont à défendre une image publique, dans la vie ou sur internet.

Reste à trouver le bon coach, ce qui, en individuel, n’est pas toujours simple. L’autonomie, maître mot du coaching, cela s’apprend !

— ARNAUD GONZAGUE

COMMENT CHOISIR SON COACH

S’il est impossible de savoir quel sera votre coach idéal, il existe cependant des codes de déontologie qui vous aideront à le choisir. N’hésitez pas à questionner votre futur coach sur les critères indiqués ci-dessous. Il doit pouvoir vous répondre sur tous ces points.

