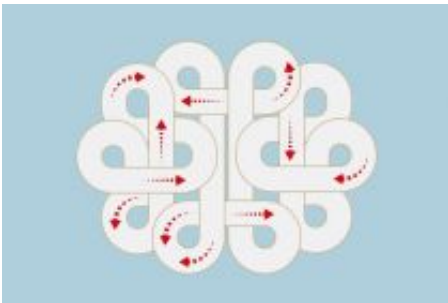


# les affaires

## Le coach, pour aller plus vite et plus loin

Par Valérie Lesage

Édition du 20 Décembre 2014



**Le coaching d'affaires est une activité professionnelle encore jeune, si bien qu'il persiste une confusion sur le rôle du coach, souvent vu comme un mentor ou un consultant. Comment bien choisir son coach, et quand devrait-on songer à recourir à ses services ? Faut-il en choisir un en misant sur sa formation ou davantage sur son expérience ? Devrait-on attendre de lui des questions ou des solutions ? Petit guide pour y voir plus clair.**

À lire aussi: [Le coach idéal selon...](#)

Jean-Pierre Fortin dirige une école de formation de coachs. Pourtant, il vous dira qu'a priori personne n'a absolument besoin d'un coach.

« On a besoin d'un coach seulement si on veut aller plus rapidement et être plus

efficace. Les athlètes qui participent aux Olympiques ont un coach parce qu'ils veulent repousser leurs limites. Les athlètes qui ont un coach réalisent une meilleure performance. C'est la même chose en affaires, et le milieu s'en rend bien compte », dit le pdg de l'école Coaching de gestion.

On peut recourir aux services de coaching pour une multitude de raisons, à diverses étapes d'une carrière. Par exemple, si on veut favoriser son intégration dans un nouveau poste, se débarrasser d'une mauvaise habitude, améliorer ses aptitudes en communication, se préparer à la retraite, démarrer une entreprise, faciliter un retour au travail après une maladie ou un long congé ou parfaire ses aptitudes relationnelles ou politiques au sein d'une entreprise. La liste des motifs est longue.

« Il y a des raisons à l'infini, et on peut construire une relation à long terme avec un coach, explique Marco Roy, d'Étape 21, spécialisée dans le coaching d'affaires. Toutefois, le coach ne doit pas devenir indispensable. Il ne doit pas créer une dépendance avec son coaché. Ce n'est pas sain. On veut que la personne devienne autonome, qu'elle puisse se connecter à son propre modèle de réflexion. »

Une relation de coaching, dit-il, peut durer de trois mois à deux ans. Elle se vit de façon régulière, et est de préférence

hebdomadaire ou bimensuelle. Ensuite, le client peut éprouver des besoins ponctuels.

La relation avec le professionnel nécessite un engagement de la part du coaché : il doit être décidé à provoquer un changement. Il n'a donc pas avec lui le même type de rapport qu'il aurait avec un consultant ou un mentor.

« Le mentor est un expert qui fournit sa sagesse et son expérience. Il donne des avis et des conseils selon son expérience. Le consultant est un expert dans son domaine qui recommande des solutions spécifiques. Le coach, lui, n'apporte pas de solutions : elles doivent venir du coaché. Le coaching vise le développement de compétences spécifiques. Il conduit à des prises de conscience, il ouvre des perspectives différentes et guide l'autre vers l'action », explique Richard Larue, président de l'International Coach Federation (ICF) Québec. (L'ICF est une association mondiale regroupant 24 000 professionnels dans 110 pays. Fondée en 1995, elle s'attarde encore aujourd'hui à mieux faire reconnaître la profession et à promouvoir la formation et la certification.)

**À lire aussi:** [Le coach idéal selon...](#)

### **Attention aux coachs autoproclamés**

« Beaucoup de personnes se disent coachs ; mais l'est-on parce qu'on accompagne des gens ? » interroge Marco Roy, qui se dirige vers la certification Master Coach, le plus haut des trois niveaux de compétences reconnues par l'ICF.

« Il y a des motivateurs qui se nomment coachs. Je ne veux pas les juger ni me comparer à eux, mais un coach, selon moi, doit travailler sur la motivation intrinsèque de la personne. Il doit l'aider à trouver ce qui la motive elle-même et non découvrir des moyens de la motiver sans que ça lui convienne vraiment », ajoute M. Roy.

« On observe encore des coachs autoproclamés, mais d'ici à ce qu'un ordre professionnel soit créé, on ne pourra rien y faire. Toutefois, le marché devient plus vigilant », croit Jean-Pierre Fortin, de Coaching de gestion.

En tant qu'association, l'ICF ne peut faire appliquer son code de déontologie qu'auprès de ses membres. Elle n'a aucun pouvoir sur ceux qui se définissent comme coach sans avoir été formés ni certifiés.

Selon l'ICF, le coach, qu'il exerce dans les affaires ou le mieux-être, doit maîtriser 11 compétences précises, dont l'écoute active et le questionnement puissant. Pour que la relation fonctionne, la chimie est essentielle. La confiance aussi. L'installer dépend du bagage professionnel et personnel du coach.

Marco Roy, qui a été recruté par l'École d'entrepreneurship de Beauce et qui concentre sa pratique sur le coaching d'affaires, remarque que son passé d'entrepreneur lui est précieux.

« Je pense qu'un coach qui accompagne les entrepreneurs doit en avoir été un pour comprendre leur réalité. Autrement, ça ne passe pas. Ils peuvent déterminer assez vite s'ils nous font confiance ou non. Nous avons intérêt à être pertinents et authentiques. Ils embauchent beaucoup de consultants, même s'ils détestent se faire dire quoi faire. Nous, nous devons les amener à prendre leurs décisions, à trouver ce qui est la bonne façon de faire pour eux », dit ce fils d'hôtelier qui a été courtier immobilier avant de se diriger vers le coaching.

« J'ai constaté que, souvent, les coachés nous choisissent à cause de notre vécu, de notre expérience professionnelle, ajoute Richard La Rue. J'ai été avocat et dirigeant d'entreprise, et ceux qui viennent vers moi estiment que je peux les aider à cause de ce passé. Cela dit, un bon coach bien formé peut aider même sans cette expérience. Il peut même ouvrir une perspective différente sur la situation du coaché. »

Combien doit-on déboursier pour un coach ? Marco Roy, qui a déjà versé sans regret 1 000 \$ l'heure, vous dira que les services valent ce qu'on est prêt à payer pour changer. Mais de façon générale, un bon coach coûtera de 200 à 350 \$ l'heure. Si son tarif est inférieur, mettez en question ses qualifications et le sérieux de sa démarche.

**À lire aussi: [Le coach idéal selon...](#)**

### **Le coach professionnel...**

1. ... respectera les directives éthiques et les normes professionnelles
2. ... établira un contrat de coaching avec son client
3. ... construira un climat fondé sur la confiance et le respect
4. ... définira son rôle
5. ... maîtrisera l'écoute active
6. ... réalisera un questionnement puissant
7. ... pratiquera une communication directe
8. ... élargira la conscience du client

9. ... concevra des actions

10. ... planifiera et établira des objectifs

11. ... gèrera les progrès et la responsabilité sous papier

**À lire aussi:** [Le coach idéal selon...](#)