

Personne n'a besoin d'un coach, sauf...



Jean-Pierre Fortin, président-directeur général
MCC, CRHA, CPA

Dans ce numéro

- Les 7 erreurs à éviter pour les coachs professionnels qui veulent se démarquer, bâtir leur crédibilité et avoir un impact international
- Une carrière en coaching, ça vous intéresse?

Dans notre société, il y a des gens qui veulent accomplir des choses exceptionnelles. À ce titre, ce sont des gens d'exception au sens propre du mot. On les retrouve parmi ceux qui défendent des causes et les gagnent, parmi ceux qui montent sur le podium dans les compétitions sportives, parmi ceux qui deviennent des leaders dans les organisations, parmi ceux qui brillent au firmament des étoiles du spectacle. Qu'ont-ils en commun?

Toutes ces personnes ont d'abord un but élevé : réussir ce qu'elles entreprennent et devenir les meilleures de leur catégorie. En fait, elles désirent aller plus loin, plus rapidement et plus efficacement. Pour y parvenir, elles font appel à un coach, à un imprésario ou à un mentor pour les accompagner. Si on y regarde de près, on découvre que, derrière les « champions », il y a des personnes qui ont comme rôle principal de donner un feedback objectif sur ce qu'elles observent. C'est l'essence même du coaching.

C'est dans l'entretien entre le coach et son coaché que le coaching prend toute sa substance. Celui-ci est composé des observations qui résultent de la différence entre ce qui a été fait et ce qui aurait pu ou dû être fait pour obtenir de meilleurs résultats. Il suppose également que le coaché mettra en pratique ce qu'il faut pour améliorer ses résultats.

Le coaching, tel que nous le connaissons aujourd'hui, a été popularisé par Timothy Gallwey lorsqu'il a publié, en 1974, son livre *The Inner Game of Tennis*. Depuis ce temps, l'adaptation du coaching professionnel appliqué aux sports n'a cessé de trouver de nouvelles applications, y inclus dans le

monde du management. Et c'est ce qui me fait dire ceci :

« Personne n'a besoin d'un coach, sauf s'il veut aller plus loin, plus rapidement et plus efficacement. »



**Semaine internationale du coaching
Du 18 au 25 mai 2015**

Du 18 au 25 mai 2015 aura lieu la *Semaine internationale du coaching* partout dans le monde. Consultez notre site Internet pour connaître les activités et événements proposés!

LES 7 ERREURS à éviter pour les coachs professionnels qui veulent se démarquer, bâtir leur crédibilité et avoir un impact international



Par Sèssi Hounkanrin, PCC

Il existe 7 erreurs à éviter pour les coachs professionnels qui veulent propulser leur carrière à un niveau supérieur, parvenir à se démarquer dans un marché de plus en plus concurrentiel, bâtir leur crédibilité et avoir un impact international. Parmi ces 7 erreurs, laquelle pensez-vous commettre le plus souvent?

Erreur 1 : Attendre que tout soit parfait avant de commencer.

Erreur 2 : Penser pouvoir faire TOUT tout seul.

Erreur 3 : Vouloir prendre l'ascenseur au lieu de l'escalier.

Erreur 4 : Sous-estimer la valeur de son offre.

Erreur 5 : Ne pas célébrer suffisamment ses réussites.

Erreur 6 : Ne pas sortir de ses zones de confort.

Erreur 7 : Ne pas savoir reconnaître les opportunités.

Dans cet article, vous découvrirez l'erreur à éviter numéro 4 :

Sous-estimer la valeur de son offre.

Beaucoup de coachs sont des aidants naturels, ce qui fait qu'ils éprouvent parfois de la difficulté à reconnaître la valeur des services qu'ils offrent à leurs clients. Pour eux, aider est une capacité intrinsèque, spontanée et facile. Or, une équation rapide mais erronée se fait parfois inconsciemment : ce qui est facile ne demande pas beaucoup d'effort, ce que l'on fait avec plaisir et aisance n'a pas ou peu de valeur.

Si les coachs n'ont pas été formés à la mise en marché de leur offre, le sentiment d'inconfort peut parfois surgir lorsqu'il est temps d'attribuer un prix à leur offre et de facturer leurs services. Parfois, la remise en question de leurs compétences et leur sentiment de légitimité, de crédibilité viennent s'en mêler : *Mais, qui es-tu pour facturer cette somme?*

Sous-estimer la valeur de son offre, c'est ne pas avoir conscience de la valeur du service que l'on propose à ses clients ou ne pas savoir leur communiquer clairement ce qui en constitue sa marque distinctive, sa valeur ajoutée. Penser ne pas être à la hauteur ne contribuera pas à vous faire avancer ni à propulser votre carrière à un niveau supérieur. Vous le savez comme moi, nos croyances déterminent nos pensées, lesquelles influencent nos émotions et nos comportements.

Si vous êtes coach professionnel ou en voie de le devenir, vous avez probablement déboursé une somme importante pour vous former et avoir accès aux meilleurs outils de votre industrie. Ainsi, vous avez su reconnaître la valeur d'une offre qui correspondait à vos besoins. Alors, pourquoi vos clients n'investiraient-ils pas dans la vôtre?

Un lien intime avec l'estime personnelle

La valeur de votre offre est intimement reliée à votre niveau d'estime personnelle. L'estime constitue l'une des dimensions les plus fondamentales de notre personnalité¹. Le verbe *estimer* vient du

latin *oestimare* = *évaluer*, dont la signification est double : 1) déterminer la valeur de... 2) avoir une opinion sur...

L'estime personnelle, le regard et le jugement que l'on porte sur soi sont vitaux à notre équilibre psychologique.² Comment vous voyez-vous? Sur une échelle de 1 à 10, dans quelle mesure aimez-vous ce que vous voyez?

L'estime personnelle est une affaire de perception. Lorsqu'elle est positive, on est en mesure d'agir plus efficacement, car on se sent bien dans notre peau. Lorsqu'elle est négative, elle est susceptible de causer beaucoup de souffrances et d'ennuis qui viennent perturber notre quotidien.

Il y a plusieurs pièges à éviter :

- Être trop critique envers soi-même : *Je ne suis pas assez..., j'aurais pu faire mieux...*
- Se comparer, s'autoévaluer et même se déprécier : *Les autres sont mieux que moi parce qu'ils sont... font... ont...*
- Être dépendant du regard des autres : *Qu'est-ce que les autres vont dire ou penser de moi si je pose telle action?*

Sous-estimer la valeur de son offre crée de la fébrilité, contribue à renforcer le doute et à adopter parfois des comportements d'auto-sabotage et de procrastination.

¹ L'estime personnelle repose sur 3 ingrédients : la confiance en soi, la vision de soi et l'amour de soi. Références : 2230, Intelligence émotionnelle, L'estime de soi : Lelord, André | L'estime de soi. S'aimer pour mieux vivre avec les autres, 2002)

² Id.

Pour être en mesure de mieux estimer la valeur de son offre, voici quelques pistes de réflexion :

Apprendre à cultiver la confiance en soi

Une des choses les plus importantes en affaires est la confiance en soi. Pour pouvoir réussir à se démarquer dans l'industrie du coaching, il est essentiel de s'armer de confiance afin de pouvoir surmonter les moments de doute et dépasser ses appréhensions et ses limites personnelles.

Prendre conscience de son unicité

Prendre conscience de ce qui vous différencie et vous distingue sur le marché est fondamental. Certains clients s'intéresseront à vous pour cette unique raison; ils se sentiront attirés par vos talents, par votre histoire personnelle, par votre bagage d'expériences... Ils vous choisiront pour la combinaison de qui vous êtes, pour ce que vous faites et pour ce que vous avez à offrir. Demandez à vos clients en quoi vous contribuez à faire une différence dans leur vie?

Valoriser son expertise

Que se passerait-il si vous appreniez à valoriser votre expertise : la reconnaître, la structurer, la transmettre et la rentabiliser?

La mise en marché de votre offre représenterait-elle encore pour vous un défi?

En sous-estimer la valeur ne serait probablement pas plus une option!

Je vous donne rendez-vous dans le prochain Bulletin afin d'aborder l'erreur numéro 5 : **Ne pas célébrer ses réussites!**



Vitalité . Performance . Longévité

Séjours Découvertes exclusifs

- 3 au 10 juillet 2015 (SPA Eastman, QC)
- 25 sept. au 2 oct. 2015 (SPA Eastman, QC)
- 8 au 28 nov. 2015 (West Palm Beach)
- 13 déc. 2015 au 2 janv. 2016 (West Palm Beach)

roxane@InstitutHippocrateS.com

inscrire CODE 512 pour profiter de la PROMO

Roxane Vézina, ing., ASC

Présidente fondatrice de QiluCRU

www.facebook.com/QiluCRU

Diplômée du NeuroLeadership Institute
Coach exécutif et Chef de pratique chez CDC
en 2011 et 2012, devenu

**Optimum
Talent**

rvezina@optimumtalent.com

Une carrière en coaching, ça vous intéresse?



Informez-vous sur nos
programmes de formation
et de développement en coaching



Téléphone : +1 514 735-9333 ou 888 764-3623
Télécopieur : +1 514 735-9333
Courriel : info@coaching.qc.ca
Site Internet : www.coaching.qc.ca

Accessible gratuitement,
Coach Efficace est un bulletin
périodique publié sur Internet
à l'intention des leaders qui
pratiquent le coaching.
© Les droits de reproduction sont
réservés. ISSN – 1499-3422

Dépôt légal : Mars 2015
(BAC et BNQ).
Le genre masculin est
utilisé sans discrimination,
uniquement dans le but
d'alléger le texte.

Éditeur :
Coaching de gestion inc.

Gestion :
Michèle Ferland
(info@coaching.qc.ca)

Rédactrice :
Germaine Lalonde
(glalonde@coaching.qc.ca)

Révision linguistique :
Émilie Maheux