

Deuxième année en coaching : l'art du coaching

Durant ces 10 jours (soit 60 heures ACSTH (dont 55 heures de formation et 5 heures d'évaluation sommative) + 4 heures de mentor coaching individuel) complémentaires à la première année de formation, nous proposons d'explorer différentes dimensions et outils qu'apportent des écoles qui ont leurs modèles spécifiques en matière de relation et de communication. Chacun de ces apports sera traité en lien avec la posture du coach.

Cette étape du parcours de formation peut être réalisée en même temps que la supervision collective.

Prochaine session

COOD224 - Tarif particulier/non-marchand:: 3,295 €, Tarif entreprise:: 4,945 €

- 13/09/2024
- 14/09/2024
- 04/10/2024
- 05/10/2024
- 08/11/2024
- 09/11/2024
- 06/12/2024
- 07/12/2024
- 10/01/2025
- 11/01/2025



Contenu

1. Lectures de la personnalité

Patricia Mayérus, PCC

Illustrés de manière expérientielle et approfondie par l'indicateur de personnalité M.B.T.I., de multiples niveaux de lecture sont proposés pour poser au mieux un regard objectif sur le «coaché» et la relation qu'il a au monde ou aux autres. Que ce soit pour accompagner des dirigeants ou des collaborateurs, les grilles de lecture de la personne ou de la situation problématique, permettent d'entrer dans la logique de l'autre et de la confronter à ce qui peut poser problème, à lui-même et/ou à son entourage. D'autres modèles seront également évoqués. Les grilles de lecture renvoient à des modèles théoriques des postures épistémologiques. L'accordage coach-coaché et le décodage permettent de poser les jalons de la maïeutique à venir, déjà pleinement en cours dans le processus de restitution.

2. L'art du recadrage par la métaphore

Alexis Kestermans, ACC - Olga Belo-Marques, PCC

L'utilisation des contes et des métaphores fait appel à la dimension inconsciente, espace de ressources que le coach stimule pour faciliter le changement ou le mouvement personnel. Construits et structurés à partir du récit du sujet, les contes et métaphores lui proposent une relecture de ce qui lui fait problème, illustre son projet de vie ou suggèrent des alternatives nouvelles. Forme mobilisante pour exprimer ce qui ne peut se dire autrement: «c'est comme l'histoire de ce voyageur, de cet équipage, de cet explorateur qui...».

La magie qui s'opère tient à l'assemblage entre le profondément connu et l'éminemment nouveau. L'imagerie proposée tient compte des multiples dimensions sensorielles de l'expérience humaine, soigneusement articulées de façon simultanée. Elle a donc d'autant plus d'impact sur le sujet et crée des nouvelles vallées de sens. Mobiliser des ressources, telle est la quête de celui qui conte.

Cette formation a pour objectif de comprendre le mécanisme inconscient qui est activé dans la technique des récits métaphoriques et de comprendre la structure de ces récits de telle sorte qu'ils mobilisent.

3. Les jeux psychologiques

Philippe Ducatteeuw, TSTA - Eric Debois, PCC

Se mettre à l'écoute des relations conflictuelles de ses clients représente une part importante du métier de coach. Pour comprendre les conflits, l'Analyse Transactionnelle offre de multiples représentations et



concepts.

Transactions, signes de reconnaissance, bénéfices recherchés, sentiments authentiques et parasites, en lien avec les jeux psychologiques, sont autant de repères qui, en s'articulant entre eux, permettent de déchiffrer des situations complexes.

La vision de l'AT présente les jeux psychologiques comme des tentatives, bien souvent maladroites, d'éviter, de rechercher ou de maintenir la relation. L'analyse des jeux psychologiques jette un regard lumineux sur ce que recherchent réellement les gens.

Partant de là, le coach dispose de concepts pertinents pour accompagner la conscience relationnelle de ses clients, en leur permettant d'orienter leurs échanges de manière plus authentique.

4. L'art du contact

Marc Drèze ACC

Nous allons nous centrer au maximum sur la relation immédiate client-coach, partant de l'idée que la manière, consciente ou non, dont le client est en contact avec son environnement professionnel, se rejoue d'une certaine façon devant le coach. Vient alors, si nécessaire, la prise de conscience puis l'expérimentation d'autres façons d'être en contact pour augmenter le champ des possibles.

Pour favoriser l'utilisation du contact client – coach, la posture du coach sera radicalement basse, de non-savoir, de curiosité, voire de naïveté, acceptant de ne pas savoir où il va. On privilégiera les interventions qui aident le client à sortir du 'discours', de l'élaboration de ce qu'il sait déjà. En évitant les questions, en zoomant sur un geste, une émotion, un mot, une expression, en surprenant le client, en partageant son propre ressenti, en faisant des (début d') énoncés qui laissent la suite ouverte au client, en acceptant le silence. On proposera des expérimentations: amplification (d'un geste, d'une émotion, d'une manière de s'exprimer), recherche de la polarité opposée, utilisation de médiateurs simples pour représenter le vécu.

5. Dimension non verbale et corps

Jeannine Gillessen, TSTA - Aline Schurgers, ACC

La dimension non-verbale de la communication conditionne la qualité de la relation: le "body language" du coaché est naturellement chargé de significations. Le corps sait des choses que la tête ne sait pas encore. Le travail du corps et le micro-mouvement correspondent à la communication infra-verbale. Il s'agit pour le coach d'être présent à lui-même à travers ce qu'il exprime d'une part, et d'autre part de nommer ce qu'il perçoit pour aider le coaché à mieux ancrer son repositionnement.



Au-delà des apparences, il s'agit de prendre en compte nos rapports au sol (stabilité, ancrage, équilibre...), à nous-mêmes (tensions, respiration, perceptions) et au mouvement ("action-émotion").

Compétences ICF plus particulièrement travaillées par module

Compétences ICF / Modules

Lecture de la personnalité

L'art du recadrage par la métaphore

Jeux psychologiques

Dimension non verbale du corps, émotions et présence du coach

L'art du contact

Journée d'intégration

1. Faire preuve d'éthique dans sa pratique

X
X
X
X
X
X

2. Incarner un état d'esprit coaching

X
X



X
X
X
X

3. Définir et maintenir les contrats

X

X

4. Développer un espace de confiance et de sécurité

X
X

X
X
X

5. Rester en présence

X

X

X



X

X

6. Ecouter activement

X

X

X

X

X

X

7. Susciter des prises de conscience

X

X

X

X

X

X

8. Faciliter la croissance du client

X

X

X

Conditions d'admission

Une de ces 2 conditions doit être remplie :



- Avoir suivi l'entièreté du programme de la 1ère année de l'Académie de coaching du CFIP
- Avoir suivi une année entière d'un programme reconnu par l'ICF (ACTP ou ACSTH). Dans ce cas, nous vous demandons de pouvoir en attester et d'envoyer une lettre de motivation en vue d'un entretien avec le coordinateur de l'Académie de coaching du CFIP

