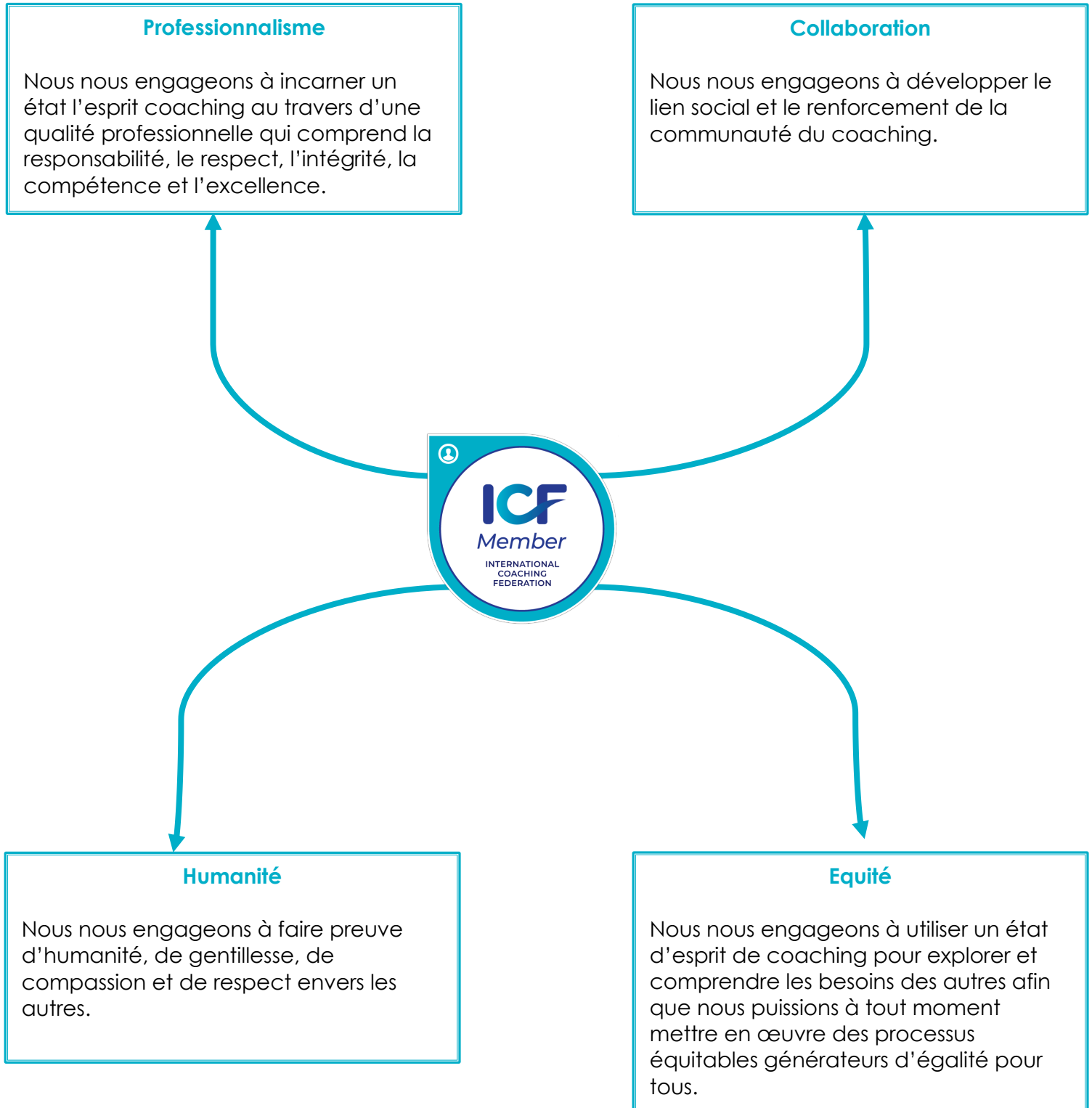


Chaque coach adhérent à International Coaching Federation aspire à représenter la meilleure qualité de ce qui se fait en coaching en matière de coaching professionnel.

Être adhérent c'est avant tout partager, respecter et porter les 4 valeurs fondamentales de la Fédération.



Les 8 Compétences de Coach par ICF (novembre 2019)

Fondation

1 - Faire preuve d'une pratique éthique*

**Comprend et applique de manière cohérente l'éthique du coaching et ses normes.*

- Fait preuve d'intégrité et d'honnêteté dans ses interactions avec les clients, les sponsors et les parties prenantes,
- Est sensible à l'identité du client, son environnement, ses expériences, ses valeurs et ses croyances,
- Utilise un langage approprié et respectueux des clients, des sponsors et des parties prenantes concernées,
- Respecte le code de déontologie de l'ICF et défend les valeurs fondamentales,
- Maintient la confidentialité des informations sur les clients conformément aux accords avec les parties prenantes et aux lois applicables,
- Maintient les distinctions entre coaching, conseil, psychothérapie et autres formes de soutien des personnes,
- Dirige les clients vers d'autres professionnels de la relation d'aide, selon le cas.

2 - Incarner l'état d'esprit du coaching*

**Développe et maintient un état d'esprit ouvert, curieux, flexible et centré sur le client.*

- Reconnaît que les clients sont responsables de leurs propres choix,
- S'engage dans un apprentissage et un développement continu en tant que coach,
- Développe une pratique réflexive continue pour améliorer son coaching,
- Reste conscient et ouvert à l'influence du contexte et de la culture pour soi-même et pour les autres,
- Utilise la conscience de soi et son intuition au profit des clients,
- Développe et maintient la capacité de réguler ses émotions,
- Se prépare mentalement et émotionnellement aux sessions,
- Demande l'aide à des sources extérieures lorsque c'est nécessaire.

Co-crée la relation

3 - Établir et faire vivre les contrats-pactes*

**Créer un partenariat/alliance avec le client et les parties prenantes concernées pour créer des contrats-pactes clairs sur la relation de coaching, le processus, les enjeux et les objectifs. Établir un contrat pacte pour l'engagement dans le coaching global, ainsi qu'à chaque session de coaching.*

- Explique ce que le coaching n'est pas et décrit le processus au client et aux parties prenantes concernées,
- Arrive à un accord sur ce qui est, ce qui n'est pas approprié dans la relation, ce qui est et ce qui n'est pas inclus dans la prestation, ainsi que les responsabilités du client et des parties prenantes concernées,
- Conclue sur les lignes directrices et les paramètres spécifiques de la relation de coaching tels que la logistique, les frais, la planification, la durée, la résiliation, la confidentialité et l'inclusion de tiers,
- Est en alliance avec le client et les parties prenantes concernées pour établir un planning de coaching global et des enjeux/objectifs,
- Est en alliance avec le client pour déterminer la facturation client-coach,
- Est en alliance avec le client pour identifier ou reconfirmer ce qu'il veut accomplir pendant la session,
- Est en alliance avec le client pour définir ce que le client estime devoir traiter ou résoudre pour réaliser ce qu'il veut accomplir dans la session,
- Collabore avec le client pour définir ou reconfirmer les mesures de succès de ce que le client veut accomplir dans le coaching global ou en session individuelle,
- Est en alliance avec le client pour gérer le temps et l'objectif/sujet de la session,
- Continue d'accompagner le client vers le résultat souhaité, à moins que le client n'indique un désir de changer de demande,
- Est en alliance avec le client pour clôturer la relation de coaching d'une manière qui honore l'expérience.

Co-créer la relation

4 - Cultiver la confiance et la « sécurité » au service de l'intimité*

*S'associer avec le client pour créer un environnement sécurisé propice au partage authentique. Faire vivre une relation de respect mutuel et de confiance.

- Accueille le client dans son contexte, en tenant compte de son identité, son environnement, ses expériences, ses valeurs et ses croyances,
- Fait preuve de respect pour l'identité, les perceptions, le style et le langage du client et adapte son coaching au client,
- Reconnaît et respecte les talents uniques, les idées et le travail du client dans le processus de coaching,
- Fait preuve de soutien, d'empathie envers le client, se « soucie » de lui,
- Reconnaît et soutient l'expression, par le client, de ses sentiments, perceptions, préoccupations, croyances et suggestions,
- Fait preuve d'ouverture et de transparence, fait émerger la vulnérabilité et renforce ainsi la relation de confiance avec le client.

5 -  tre et rester en présence*

* Est pleinement conscient et présent avec le client, en se montrant ouvert, flexible, ancré et confiant tout au long du coaching

- Reste concentré, en observation, empathique et à l'écoute du client,
- Fait preuve de curiosité pendant le processus de coaching,
- Accueille ses émotions pour rester présent avec le client,
- Fait preuve de confiance en travaillant avec les émotions fortes du client pendant le processus de coaching,
- Est à l'aise pour travailler dans l'inconnu en acceptant de ne pas savoir,
- Crée ou permet un espace pour le silence, la pause ou la réflexion.

Communiquer efficacement

6 -  couter activement*

* Est attentif à ce que le client dit et ne dit pas pour soutenir l'expression personnelle du client en tenant compte de son contexte systémique

- Considère le contexte, l'identité, l'environnement, les expériences, les valeurs et les croyances du client afin de mieux capter ce que le client communique,
- Reflète ou résume ce que le client a communiqué pour garantir la clarté et la compréhension,
- Repère les signaux et questionne pour aller au-delà de ce que le client communique verbalement,
- Reconnaît, nomme et explore les émotions, les changements d'énergie, les signaux non verbaux ou autres comportements,
- Intègre les mots du client, le ton de sa voix et son langage corporel afin de déterminer le sens holistique de ce qui est communiqué,
- Relève les comportements et les émotions du client au fil des sessions afin de discerner les schémas mentaux et les processus répétitifs.

7 - Susciter l'enrichissement de la conscience*

* Facilite la perspicacité, l'intuition et l'apprentissage du client en utilisant des outils et des techniques de communication tels que le questionnement puissant, le silence, la métaphore ou l'analogie

- Reste concentré, en observation, empathique et à l'écoute du client,
- Prend en compte l'expérience client pour décider de ce qui pourrait être le plus utile,
- Challenge son client pour susciter sa prise de conscience, sa perspicacité ou son intuition,
- Pose des questions à son client sur sa façon de penser, ses valeurs, ses besoins, ses désirs et ses croyances,

Communiquer efficacement

- Pose des questions qui aident le client à explorer au-delà de sa réflexion actuelle,
- Invite le client à partager plus sur son expérience du moment,
- Nomme ce qui fonctionne pour renforcer les progrès du client,
- Adapte son coaching pour répondre aux besoins du client,
- Aide le client à identifier les facteurs qui impactent ses comportements actuels et futurs, influencent sa pensée ou suscitent ses émotions,
- Invite le client à générer des idées sur la manière dont il peut aller de l'avant, sur ce qu'il souhaite ou sur ce qu'il est capable de faire,
- Soutient le client dans le recadrage de ses perspectives, de ses désirs...,
- Partage ses observations, ses idées et son ressenti sans attachement, afin de créer un nouvel apprentissage pour le client.

Cultiver l'apprentissage & la croissance

8 – Faire « grandir » son client/Accompagner son potentiel*

* Est en alliance avec le client pour transformer l'apprentissage et les prises de conscience en action. Favorise l'autonomie du client dans le processus de coaching

- Travaille avec le client pour intégrer une prise de conscience, un nouvel éclairage ou un apprentissage de sa vision du monde et de ses comportements,
- Est en alliance avec le client pour faire émerger des objectifs, des actions, des indicateurs de mesure qui intègrent et développent de nouveaux apprentissages,
- Reconnaît et soutient l'autonomie du client dans la conception des objectifs, des actions et des indicateurs de mesure,
- Aide le client à identifier les résultats potentiels ou à apprendre des actions/étapes déjà réalisées,
- Invite le client à envisager la façon dont il va aller de l'avant en intégrant ses ressources, ses soutiens et ses obstacles potentiels,
- Est en alliance avec le client pour récapituler ses apprentissages, ses éclairages et ses mises en mouvement en session et /ou entre les sessions,
- Célèbre les progrès et les réussites du client,
- Est en alliance avec le client pour clôturer la session.