

# Sommaire

---

<b>Introduction</b> .....	7
Chapitre 1	
<b>Quelques questions fréquemment posées</b> .....	11
Quelles sont les motivations qui poussent à devenir coach ? .....	11
Quelle serait une bonne formation initiale ? .....	14
Quels diplômes ou certifications faut-il obtenir ? .....	16
Quelles formations continues faut-il envisager ? .....	18
Comment développer sa clientèle ? .....	19
Comment vendre du coaching ? .....	21
Comment préciser son offre commerciale ? .....	22
Chapitre 2	
<b>La relation de coaching</b> .....	25
La création de la relation .....	27
Les techniques actives .....	36
Chapitre 3	
<b>Le dialogue et le coaching</b> .....	47
Le dialogue en général .....	48
Le dialogue en coaching .....	49
Le recentrage du client .....	52
La performance : conséquence du coaching .....	54
Chapitre 4	
<b>Les questions du coaching</b> .....	57
Le sens des questions du coach .....	58
Le cadre de référence du client .....	59

Les questions puissantes .....	60
Les différents types de questions .....	62
La formulation des questions .....	69
Les questions stratégiques .....	74
Chapitre 5	
<b>Les niveaux de contrats en coaching</b> .....	85
L'offre contractuelle .....	86
Les multiples niveaux de contrats en coaching .....	88
Le contrat de démarche .....	92
Les autres niveaux de contrats .....	95
Chapitre 6	
<b>Le contrat triangulaire</b> .....	105
Le contexte général .....	106
Les tâches aveugles .....	108
D'autres partenaires absents .....	111
Chapitre 7	
<b>Les outils du coaching systémique</b> .....	115
Les contextes du coaching .....	115
Des stratégies systémiques pour le coaching individuel et d'équipe .....	119
Le contexte systémique du coaching individuel .....	121
Le client « émissaire » .....	122
Quelques outils de coaching systémique .....	124
<b>Conclusion</b> .....	133
La part et le fragment .....	134
Le coaching dans l'ensemble .....	137
<b>Lexique</b> .....	139
<b>Bibliographie</b> .....	207
<b>Index</b> .....	215