

Sommaire

Introduction	7
Chapitre 1	
Quelques questions fréquemment posées	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	
La relation de coaching	25
La création de la relation	27
Les techniques actives	36
Chapitre 3	
Le dialogue et le coaching	47
Le dialogue en général	48
Le dialogue en coaching	49
Le recentrage du client	52
La performance : conséquence du coaching	54
Chapitre 4	
Les questions du coaching	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	
Les niveaux de contrats en coaching	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	
Le contrat triangulaire	105
Le contexte général	106
Les tâches aveugles	108
D'autres partenaires absents	111
Chapitre 7	
Les outils du coaching systémique	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
Conclusion	133
La part et le fragment	134
Le coaching dans l'ensemble	137
Lexique	139
Bibliographie	207
Index	215