

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 |