

## La séance de coaching

C'est toujours le client qui contacte le coach. Cela l'encourage à prendre la responsabilité du coaching.

Le client est responsable du planning de la séance. Vous pouvez lui demander de le préparer en avance et de vous l'envoyer ou vous pouvez aussi danser au moment présent avec ce qui émerge. En tout cas, le client doit réfléchir préalablement au rendez-vous et prendre des notes sur les points qu'il souhaite discuter ou travailler au cours de la séance. Si un client vient chaque fois sans avoir rien préparé, parlez-en avec lui et trouvez ensemble la manière de gérer ce problème.

Au cours de la séance, vous aurez des requêtes vis-à-vis du client et vous poserez des questions essentielles. Si vous constatez que vous devez lutter pour faire avancer la séance, cela signifie que vous faites une trop grande partie du travail. Demandez au client ce qui se passe pour lui. Demandez-lui ce qu'il souhaite faire de cette séance.

Vous pouvez trouver utile de prendre des notes à chaque séance, mais il n'est pas nécessaire de recueillir des pages entières d'explications détaillées. Soyez conscient du niveau d'attention porté à vos notes plutôt qu'à votre client. Au minimum, notez les exercices à faire, les requêtes, les buts et tout autre événement ou engagement dont vous désirez garder une trace au fil des séances.

Vous êtes responsable de la gestion du temps au cours de la séance – commencez et terminez la séance à l'heure prévue. Certains coachs prennent leurs clients l'un après l'autre afin de conclure à l'heure prévue. D'autres préfèrent aménager une pause entre chaque séance. Voyez ce qui est préférable pour vous.

### En dehors de la séance de coaching

Si votre client a besoin de plus de responsabilités ou de structures supplémentaires pour garder le rythme, nous suggérons que le client puisse laisser un message sur votre répondeur pour vous informer qu'une action a été entreprise voire effectuée. Cette structure très utile est nommée « rangement ». Vous pouvez aussi suggérer au client d'utiliser le courriel pour signaler l'engagement du jour, pour célébrer une réussite, une percée ou disposer d'un carnet de bord pour évaluer la progression.

### Bâtir votre planning

Dès votre premier client, ayez une idée claire sur la manière dont ces séances vont s'insérer dans votre vie. De nombreux coachs définissent les jours ou les espaces de temps consacrés au coaching, par exemple le lundi matin et le mercredi matin. Organisez vos rendez-vous afin de rester focalisé et calme avec chaque client, et que votre vie ne soit pas perturbée le reste du temps. Soyez prêt à dire « non » aux personnes qui désirent des séances de coaching à des moments où vous avez d'autres engagements. De cette manière, vous représenterez un bon exemple de vie équilibrée tout en ayant des limites clairement établies.

Assurez-vous que votre planning inclut des périodes de repos en termes d'horaires précis au cours de votre mois de travail. Au cours d'une année, certains mois ont cinq semaines ; de nombreux coachs prennent cette cinquième semaine pour eux, exempte de séances de coaching.

Il faut aussi que votre famille, vos amis et vos voisins connaissent votre rythme de travail. Souvent, lorsque les gens savent que vous travaillez chez vous, ou lorsque les membres de votre famille vous voient chez vous, ils en déduisent que vous êtes disponible tout le temps. Créez un planning journalier

ou hebdomadaire et installez-le à un endroit visible pour que votre famille sache quand elle peut ou ne peut pas vous interrompre. En d'autres termes, construisez votre alliance avec votre foyer, votre famille, vos amis et vos voisins pour minimiser les distractions et les intrusions.

### **Laisser partir un client**

Dans une relation de coaching, vous avez besoin de dire la vérité à votre client et de faire votre travail d'une manière ouverte et directe. Pour cela, vous devez être prêt à perdre un client. Ne tournez pas autour des problèmes. Soyez ferme et direct, en ayant cependant toujours de la compassion. Pour la plupart, les clients apprécieront ce genre de relation avec vous. N'essayez pas d'être l'ami du client, vous êtes son coach.

Parfois le client ne pourra pas bénéficier d'une relation de coaching, surtout lorsque ses problèmes relèvent plutôt d'un thérapeute ou encore d'un consultant. Il est important de reconnaître lorsqu'il est préférable d'orienter ainsi le client vers le professionnel approprié et cesser le coaching.

Cependant, le coaching peut très bien fonctionner en conjonction avec une psychothérapie, une orientation de carrière, une consultation d'affaires ou toute autre aide professionnelle.

Parfois, le courant entre vous et votre client ne passe pas ou le client recherche un autre genre de coaching. Ce n'est pas un jugement sur vous en tant que coach, mais simplement le fait de reconnaître que le coaching n'est pas un type de service « taille unique ».

Dans toutes ces situations, il est important de laisser le client partir ou de l'orienter vers un thérapeute, un consultant ou un autre coach qui sera plus approprié pour lui dans cette période de sa vie.